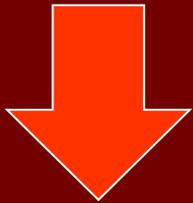


СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА

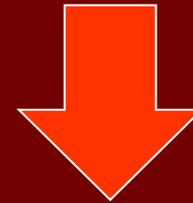
1. Роль сбыта (распределения) в комплексе маркетинга. Каналы сбыта

- **Канал сбыта (распределения)** - это путь движения товара от производителя до потребителя.
- На протяжении этого пути торговые организации или отдельные лица принимают на себя или передают право собственности на товар до его продажи покупателю.

Функции каналов распределения



Обеспечение
доступности
товаров для
потребителей



Физическое
перемещение
товаров
(маркетинговая
логистика).

Типы каналов

Типы каналов	Описание
Прямой канал	Производители и потребители общаются напрямую без посредников, такие отношения являются основой прямого маркетинга
Косвенный короткий канал	Привлечение в качестве посредника только розничного звена
Косвенный длинный канал	Полномасштабный канал с участием оптового и розничного звеньев

- ***Длина канала*** - количество оптовых и розничных посредников.
- ***Уровень канала*** - количество посредников

Производитель



Потребитель

Производитель



Розничный продавец



Потребитель

Производитель



Оптовый торговец



Розничный продавец



Потребитель

Производитель



Оптовый торговец



Мелкооптовый торговец



Розничный продавец



Потребитель

Стратегии распределения

- интенсивное распределение
- селективное распределение
- эксклюзивное распределение

Интенсивное распределение

Общая характеристика	Достоинства	Недостатки
<p>Стремление максимизировать количество разрешенных точек распределения, в которых товар имеется в наличии. При заданной целевой группе числовой показатель распределения должен быть максимальным.</p> <p>(«продавайте там, где покупают»)</p>	<p>Значительный охват территории и обеспечение большого объема реализации</p>	<p>Низкая степень контроля рынка и действиями торговых посредников</p>

Селективное распределение

Общая характеристика	Достоинства	Недостатки
<p>Используется ограниченное количество потенциально возможных розничных торговцев. Выбор осуществляется на основе различных критериев с целью достижения оптимума исходя из затрат на обслуживание рынка и необходимого размаха распределения («продавать там, где продается лучше всего»)</p>	<p>Более эффективное функционирование канала распределения:</p> <ul style="list-style-type: none">-люди знают друг друга лучше;-быстрое оформление сделок купли - продажи;- торговые посредники более склонны к сотрудничеству, поскольку улучшаются перспективы продаж	<p>Не используются полностью возможности увеличения оборота. В процессе распределения возникает место для конкурента</p>

Эксклюзивное распределение

Общая характеристика	Достоинства	Недостатки
<p>Используется очень небольшое количество торговых точек, в основном в форме эксклюзивных прав на продажу в отдельном регионе. Продавцу очень часто бывает запрещено продавать товары конкурентов</p>	<p>Большая поддержка со стороны розничной торговли. Престижность товара может быть усилена. Лучшее обслуживание покупателей. Ниже затраты на обслуживание рынка</p>	<p>Сильные обязательства (негибкость) в результате эксклюзивного права на продажу. Относительно низка эффективность рекламы. Прочие недостатки, указанные для селективного распределения</p>

2. Посредники при распределении

- Основными участниками каналов распределения являются торговые посредники
- **Торговые посредники** - это торговые организации, предприятия и лица, осуществляющие перепродажу товаров для удовлетворения потребностей рынка и получения прибыли

Типы посредников

```
graph TD; A[Типы посредников] --> B[Простые посредники]; A --> C[Сложные посредники];
```

Простые посредники

Это предприятия и лица, которые не принимают на себя право собственности на товар, осуществляют посредничество или сделки между производителем (продавцом) и покупателем.

Например, брокеры, агенты, комиссионеры, и т.д.

Это организации, предприятия или лица, осуществляющие перепродажу товаров и услуг промежуточным или конечным потребителям. Они приобретают товар в собственность и действуют от своего имени и за свой счет. Например: дистрибьюторы, дилеры, и т.д.

Функции посредников

Характеристика	Описание
Ведение деловых операций	<ol style="list-style-type: none">1. Закупка товара для поставки другим посредникам2. Продажа - связь с потенциальными покупателями, продвижение товара, прием заказов.3. Риски - принятие рисков, связанных с хранением товара, отсутствие спроса, порчей
Логистические функции	<ol style="list-style-type: none">1. Комплектование - подбор товаров из различных источников в транспортно-грузовой пакет в соответствии с потребностями клиента.2. Складирование - накопление и защита товара в точках хранения для последующего обслуживания клиентов.3. Закупка крупных партий и разделение их на более мелкие в соответствии с потребностями клиента4. Доставка товара потребителю
Обслуживающие функции	<ol style="list-style-type: none">1. Кредитование клиента2. Контроль качества - анализ и оценка качества товаров3. Маркетинговые исследования и информация - предоставление маркетинговой информации клиентам и поставщикам

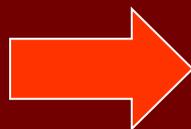
**Критерии выбора
торгового
посредника**



Финансовая надежность
(источники финансирования,
платежеспособность,
опыт ведения бизнеса)



Состояние сбытовой сети
(материально-техническая
база,
динамика продаж,
товарные запасы,
охват рынка)



Маркетинговая политика
(формирование торгового
ассортимента,
ценообразование,
продвижение,
организация физических
потоков товаров)

Критерии выбора розничного торговца



Торговый ассортимент



Оформление магазина



Торговый персонал



Уровень цен



Внутримагазинная реклама



Известность и репутация

3. Выбор канала сбыта (распределения)

**Факторы,
определяющие
выбор канала
распределения**

**Характеристика
фирмы-производителя**
(её размер, масштабы производства)

Характеристика товара
(средняя цена, сезонность производства
или спроса, необходимость
техобслуживания и его
сложность)

Характеристика посредников
(выражают готовность и имеют
возможность выполнять необходимые
функции)

Характеристика рынка
(емкость рынка, плотность покупателей,
их средний доход)

**Стратегия сбыта, предпочитаемая
производителем**
(интенсивный сбыт,
селективный или эксклюзивный)