



# Дистрибуция

---

# Канал распределения

- совокупность организаций и связей между ними, участвующих в процессе товародвижения от производителя до конечного потребителя.
-

# Структура каналов для ТШП

Производитель —————> Потребитель

Производитель —————> Розничный торговец —————> Потребитель

Производитель —> Оптовый торговец —————> Розничный торговец —————> Потребитель

Производитель —> Оптовый торговец —> Мелкоопт. торговец —> Розничный торговец —> Потребитель

# Структура каналов для ТПН

Производитель —————> Потребитель

Производитель —————> Торговый персонал —————> Потребитель

Производитель —————> Отраслевой дистрибутор —————> Потребитель

Производитель —————> Дилер —————> Потребитель

Производитель —> Торговый представитель —> Дилер —> Потребитель

# Комбинированные каналы

Производитель    Прямой маркетинг по телефону    Сегмент 1  
и Интернет через собственный  
торговый персонал

---

Розничные торговцы    Сегмент 2

---

Опт    Розница    Сегмент 3

---

Торговля по каталогам    Сегмент 4  
и заказ по почте

---

---

# Характеристики каналов распределения

**Вертикальная маркетинговая система** – структура канала распределения, при которой все участники канала по вертикали функционируют как единая система. Один из участников канала либо является владельцем остальных фирм участников, либо заключает с ними контракт, либо имеет влияние, достаточное для того, чтобы объединить всех участников.

**Горизонтальная маркетинговая система** - система, в которой две или более (может быть и все) компаний одного уровня объединяют свои усилия для достижения общей цели (кооператив розничных торговцев, например).

---

# Типы каналов распределения

- **Интенсивное распределение** – размещение товара в максимальном количестве торговых точек.
- **Селективное распределение** – сотрудничество более чем с одним, но не со всеми посредниками, желающими заниматься дистрибуцией нашего товара.
- **Эксклюзивное распределение** – предоставление ограниченному числу дилеров прав на распространение нашего товара на закрепленной территории
- **Off-trade** (вне торговли) – продажа через гостиницы, кафе, рестораны (HoReCa – Hotel, Restaurants, Cafe)
- **On-trade** (в торговле) – продажа через розничные точки (магазины)

---

# Типы розничных точек для рынка B2C

1. ССР – сетевая специализированная розница
  2. СУР – сетевая универсальная розница
  3. ТСР – точечная специализированная розница
  4. ТУР – точечная универсальная розница
  5. Выездная торговля
  6. Торговля по каталогам
  7. Электронная коммерция
  8. Коммивояжеры
  9. Торговые автоматы (вендинг)
  10. (продолжить список ...)
-

---

# Типы торговых точек для производителя косметики

- розничный магазин косметики
  - фирменный консультационный магазин-салон косметики
  - супермаркет самообслуживания (продукты, хозтовары, бытовая химия)
  - промтоварный универмаг с широким ассортиментом без самообслуживания с разделением на отделы
  - промтоварный супермаркет самообслуживания смешанного ассортимента
  - гипермаркет (торговый комплекс) с самообслуживанием, предприятиями общественного питания и дополнительных услуг
  - аптека
  - косметический салон
  - специализированный ларек (отдел) на ярмарке (промышленных или смешанных товаров)
  - и т.д.
-

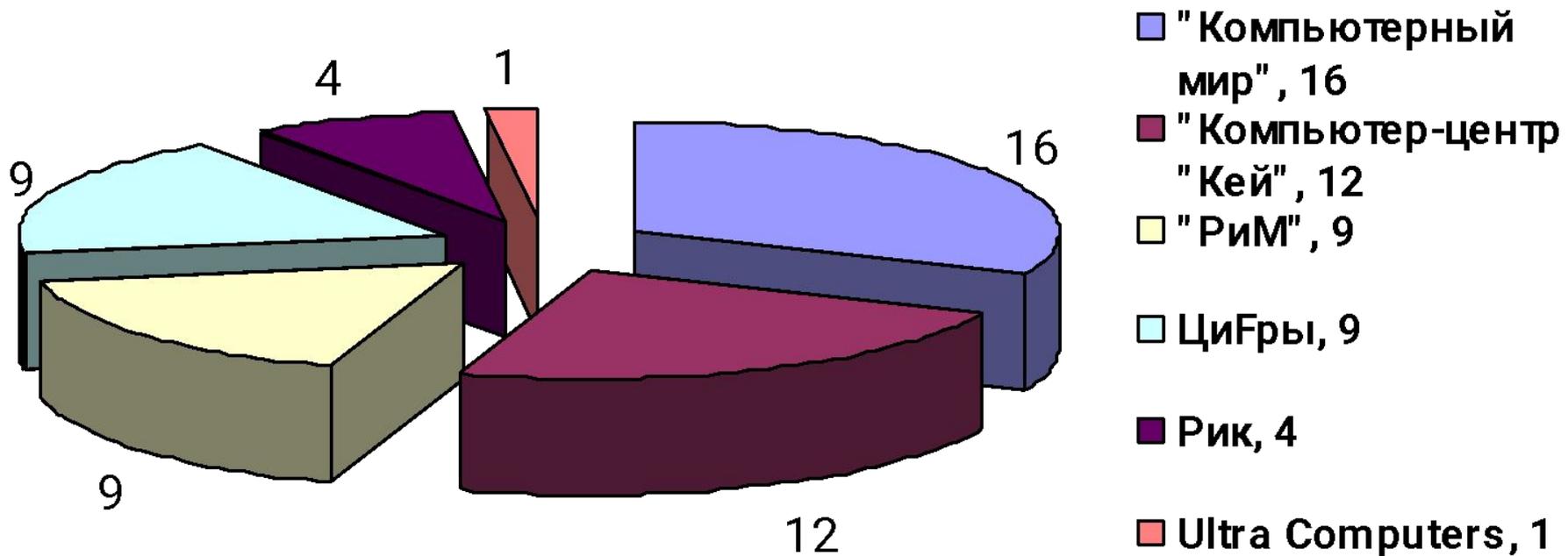
# Степень охвата рынка

- **Степень дистрибуции  $S$**  – отношение количества розничных точек, в которых есть наш товар ( $D$ ) к общему количеству торговых точек рассматриваемого типа ( $K$ ), выраженное в %

$$S_i = \frac{D_i}{K_i} \cdot 100\%$$

где  $i$  – тип розничной точки,  $i \in 1 \div n$

# Количество магазинов в сети, компьютерная техника



---

# Маркетинг-логистика

**Товародвижение (маркетинговая логистика)** – планирование, выполнение и контроль перемещения сырья и материалов, готовых товаров, информации от места производства до места потребления по каналу распределения.

---

---

# Функции маркетинг-логистики

1. Обработка заказов.
  2. Складирование.
  3. Управление запасами.
  4. Транспортировка
-

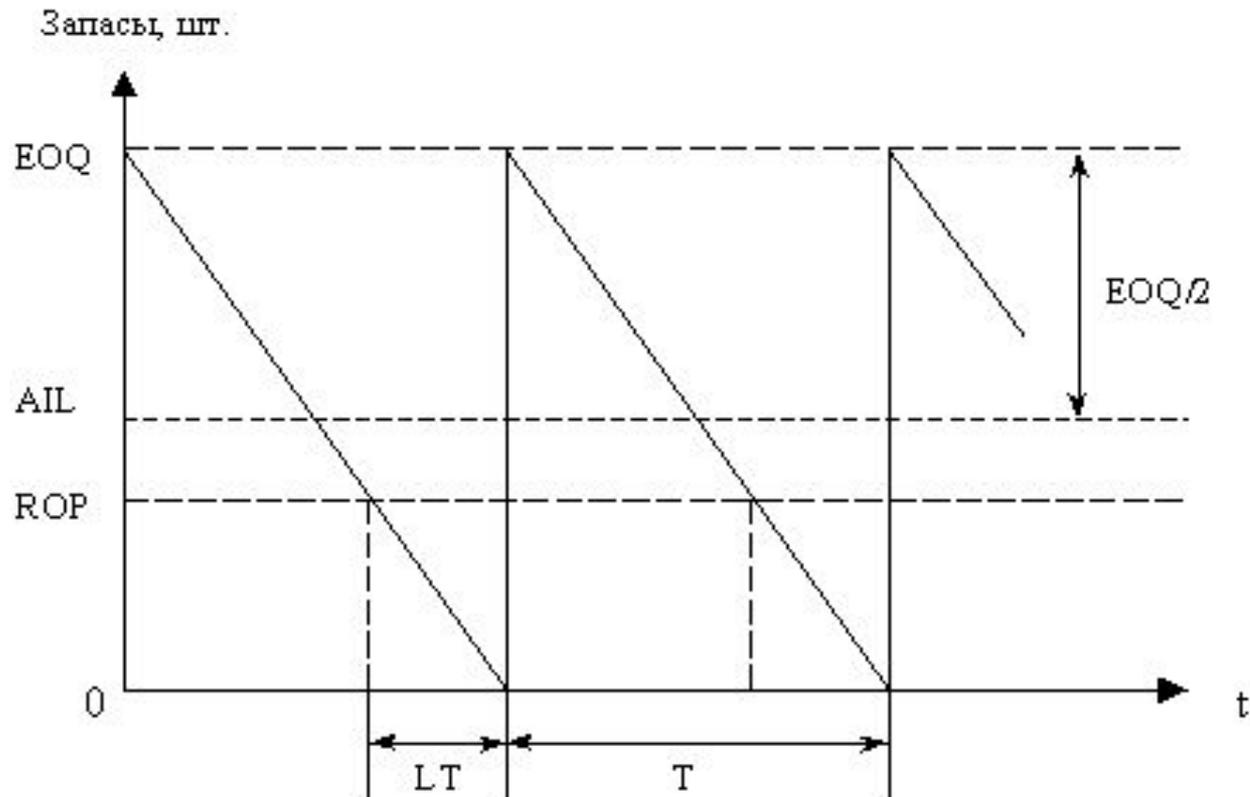
# Основные задачи управления запасами

- Объем заказа.
- Время подачи заявки на покупку товара.

<b>Распределительный центр</b>	<i>Крупный автоматизированный склад, предназначенный для того, чтобы принимать товары от различных предприятий и поставщиков, принимать заказы, эффективно их обрабатывать и как можно скорее поставлять товар.</i>
--------------------------------	---

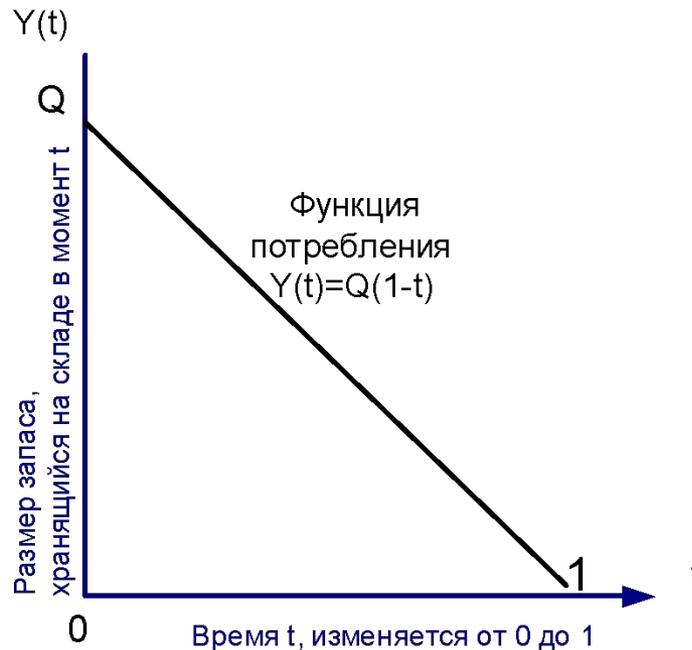
# Простейшая задача определения размера и точки заказа

- Пусть в течение года совокупный спрос на продукцию составляет  $D$  шт. и распределен равномерно, то есть в каждый момент времени (день) потребляется одинаковое количество товара. Допустим, что мы делаем в год несколько заказов равного размера  $Q$ , например, каждый месяц или квартал. Тогда количество заказов будет равно  $D/Q$ .



- EOQ (Economic Order Quantity) – оптимальная партия поставки, шт;
- ROP (Reorder Point) – точка заказа, шт;
- AIL (Average Inventory Level) – средний уровень запасов, шт;
- LT (Lead Time) – период поставки, дн;
- T (Time) – период заказ, дн.

# Потребление запаса в единичный промежуток времени и средний размер запаса, хранящийся на складе в течение года



- Средний уровень запасов на складе в течение года остается неизменным и равен половине величины партии поставки:  $AIL = (EOQ+0)/2 = EOQ/2$ . Это можно понять из рисунка, как площадь треугольника единичного интервала потребления.
- Другой подход - чтобы вычислить объем запаса за весь период времени надо вычислить интеграл функции потребления на участке 0-1.

$$\int_0^1 Q(1-t)dt = Q \int_0^1 (1-t)dt = Q \left( t - \frac{t^2}{2} \right) \Big|_0^1 = Q \left( \left(1 - \frac{1}{2}\right) - \left(0 - \frac{0}{2}\right) \right) = \frac{Q}{2}$$

# Определение оптимального размера заказа

$$TC = \frac{D}{Q}S + IC \frac{Q}{2} \rightarrow \min$$

$$TC' = -\frac{DS}{Q^2} + \frac{IC}{2} = 0$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{2DS}{IC}}$$

Минимизируем совокупные затраты TC, состоящие из затрат на заказ и доставку  $D/Q$  партий товара и годовой стоимости хранения на складе среднего уровня запаса.

Вычисления производятся на основе приравнивания первой производной функции общих затрат к нулю.

Другие параметры модели определены в конспекте на примере конкретной задачи