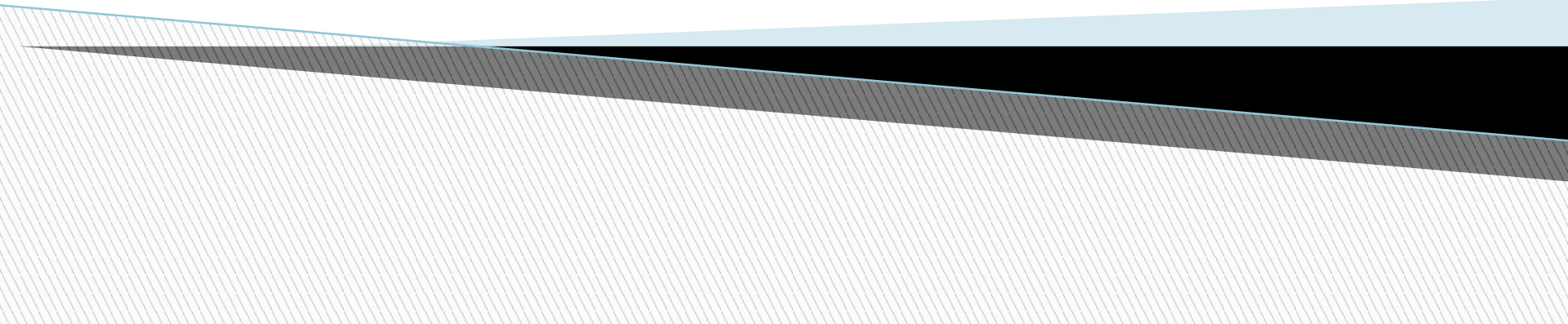


Управление каналами распределения

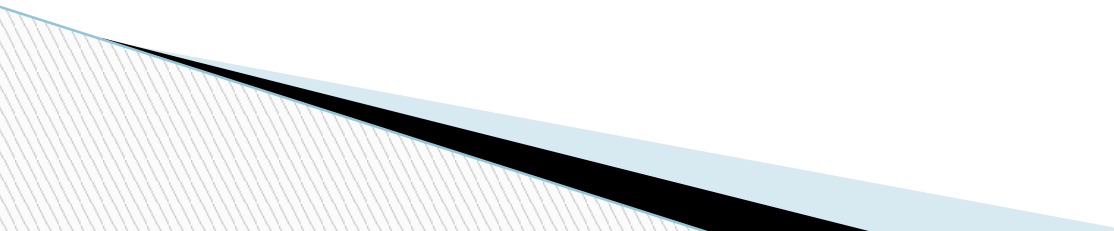


В маркетинге сбыт является важнейшим звеном деятельности по всей технологической цепочке, от изготовления до продажи и сервисного обслуживания.

- Сбытовая политика охватывает выбор наиболее эффективного варианта распределения товара и продвижения его до потребителей. При этом необходимо учитывать особенности товара и контактной аудитории, возможности самой фирмы по удовлетворению потребности покупателей.

- Управление каналами сбыта имеет огромное, если не первостепенное значение во всей системе производства и доведения товара до потребителя. Без стабильного наличия оптовых и розничных покупателей деятельность организации вообще теряет смысл, поскольку цель производителя – получить прибыль, а это возможно лишь при наличии эффективного сбыта.

Основными функциями системы сбыта(распределения) являются:

- формирование стратегии сбыта товаров;
 - сбор и обработка данных, отражающих запросы и заказы потребителей;
 - выбор каналов распределения и товародвижения;
 - организация внешней упаковки товара;
 - формирование величины партии, соответствующей заказам отдельных потребителей;
 - доработка на складах;
 - складирование товара;
 - транспортировка товара;
 - сбор и обработка информации, поступающей от потребителей, уже эксплуатирующих (потребляющих) данный товар, отражающей рекламации, пожелания и требования;
 - проведение контроля сбыта товаров;
 - составление отчетности о фактических продажах.
- 

В отношении выбора каналов сбыта (по признаку количества участников канала) фирма может ориентироваться на:

- двухзвенный канал сбыта (производитель – конечный потребитель);
- -многозвенные каналы сбыта (производитель – промежуточные звенья – конечный потребитель):
- -многозвенные каналы сбыта, промежуточные уровни которых несут собственные расходы (платят поставщику и торгуют по собственному усмотрению, например, оптовые и розничные торговые фирмы);
- -многозвенные каналы сбыта, промежуточные уровни которых, как правило, действуют за счет производителя, поставщика или потребителя (например, агенты могут изучать рынки и заявки, подготавливать и подписывать договоры от имени поставщика);
- -многозвенные каналы сбыта, промежуточные уровни которых (например, помощники по сбыту: транспортные и страховые фирмы, банки, маркетинговые компании, самостоятельные складские хозяйства) помогают при перемещении товара от производителя к поставщику за счет поставщика

Сбыт, его сущность.

Каналы сбыта и их виды

- Система сбыта представляет собой комплекс структур по реализации товаров, включающий канал распределения и товародвижения, оптовую и розничную торговлю.

В прямом канале распределения производитель непосредственно через свою торговую сеть реализует товар потребителю. **При косвенном** — через посредников, которых может быть несколько на последовательной цепочке движения товара от производителя до потребителей.

- При **одноуровневом канале** распределения цепочка имеет вид: производитель — розничный торговец — потребитель.
- **Двухуровневый канал** распределения характеризуется наличием двух посредников: производитель — оптовый торговец — розничный торговец — потребитель.
- При **трехуровневом канале** цепочка имеет вид: производитель — крупный оптовик — мелкий оптовик — розничный торговец — потребитель.

- В отдельных фирмах могут быть использованы для различных видов продукции *смешанные каналы распределения*, т. е. реализация товара непосредственно (прямой канал) и через посредников (косвенный).

В системе сбыта выделяют традиционные системы распределения, вертикальные маркетинговые системы, горизонтальные и многоканальные системы.

- ▣ *Традиционная система* распределения товаров характеризуется самостоятельностью ее участников, каждый из которых ставит свою цель, независимо от цели предприятия-производителя. Поэтому действия этих участников специально никто не координирует, каждый старается получить свою максимальную прибыль, даже в ущерб всей системе распределения товаров.

- При *вертикальной маркетинговой системе* работа координируется одним из участников, играющим ведущую роль. Основными участниками канала являются производитель и посредники по реализации товаров, объединенных единой целью.
- *Многоканальная система сбыта* предполагает использование как прямых, так и косвенных методов сбыта, т. е. торговля организуется через собственную сеть и через независимых посредников. Она строится в форме комбинированной системы.



- Современным предприятиям приходится сталкиваться с множеством проблем. Грамотная сбытовая деятельность требует знания законов рынка, выявления причинно-следственных связей в коммерческих процессах.

Эффективное решение этих проблем в значительной степени определяется профессионализмом и квалификацией специалистов по сбыту предприятия..