

ФУНКЦИИ КАНАЛОВ  
ТОВАРОДВИЖЕНИЯ.  
КРИТЕРИИ ВИДА  
ВЫБРАННОГО КАНАЛА.

ЛУГАНСКАЯ ЭЛИСИЯ  
ГУСЕЛЬНИКОВА МАРИНА



# КАНАЛ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

- это путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям. Благодаря ему устраняются длительные разрывы во времени, месте и праве собственности.



# КАНАЛЫ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

## Прямые каналы

-связаны с перемещением продукции от производителя к потребителю без использования независимых посредников.

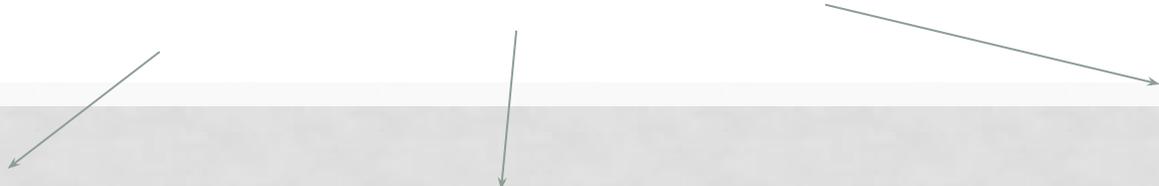
## Косвенные каналы

-связаны с перемещением товаров от производителя к независимому участнику товародвижения, а затем к потребителю.

# ФУНКЦИИ КАНАЛА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

1. **Исследовательская работа**-сбор информации, необходимой для планирования и облегчения обмена.
2. **Стимулирование сбыта** - создание и распространение коммуникаций о товаре.
3. **Установление контактов** - налаживание и поддержание связи с потенциальными покупателями.
4. **Приспособление товара** - подгонка товара под требования покупателей.
5. **Проведение переговоров** - попытки согласования цен и прочих условий для последующего осуществления акта передачи собственности или владения.
6. **Организация товародвижения** - транспортировка и складирование товара.
7. **Финансирование**-изыскание и использование средств для покрытия издержек по функционированию канала.
8. **Принятие риска**-принятие на себя ответственности за функционирование канала.

# Выбор канала зависит от:



**характеристик товара** (на каком рынке продается, какое поведение типично для его покупателей, какие услуги требуются при его продаже и т.п.);

**характеристик самих каналов сбыта** (величина торговых расходов, степень охвата торговой сети, предполагаемый объем и зона сбыта, технический уровень торгового посредника).

**масштабов производства продукции**, от ее конкурентоспособности, устойчивости ее положения в отрасли;

## Критерии

Существуют определенные критерии выбора канала товародвижения. При выборе каналов производитель должен учитывать не только **быстроту**, **доступность и удобство** доведения продукции до потребителя, но и руководствоваться такими критериями как:

- **потребители** (характеристики - количество, размер средней покупки; потребности и предпочтения – размещение и часы работы магазина, ассортимент, помощь торгового персонала, условия кредита);
- **возможности компании** (ее цели – контроль, сбыт, прибыль, время; размер партий и ресурсов, гибкость в действиях, политика ценообразования; эффективность; )
- **товар или услуга** (стоимость - цена за единицу; сложность – техническая сторона; сохранность – период хранения, частота отгрузок, издержки, вопросы транспортировки, уровень товарных запасов, сроки поставки товаров;);
- **конкуренция** (характеристики – число, концентрация, ассортимент, потребители; оценка возможностей потенциального посредника);
- **каналы товародвижения** (прямой, косвенный; территориальные ограничения, удаленность от потребителя, существующие законы).