

image not found or type unknown



**Товародвижением** в маркетинге называется система, которая обеспечивает доставку товара к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей. Цель товародвижения – удовлетворение нужд потребителей и получение прибыли.

В систему товародвижения входят элементы, относящиеся как к внутренней, так и к внешней среде маркетинга.

*элементам внутренней среды относятся:*

- обработка заказов покупателей;
- контроль изделий, полученных от внешних поставщиков;
- подбор партии товаров по заказам покупателей и формирование оптимальных с транспортной точки зрения партий;
- упаковка в соответствии с требованием транспортных служб;
- оформление таможенных документов и страховка;
- отгрузка и контроль за движением груза.

*К элементам внешней среды относятся:*

- организации, обеспечивающие перевозку;
- посредники и их склады;
- сбытовая сеть (магазины).

**Составляющие товародвижения:**

1. Каналы сбыта – это пути и направления продвижения товаров.
2. Транспорт - средства перемещения (водный, железнодорожный, автомобильный, воздушный, трубопроводный).

3. Посредники - физические или юридические лица, содействующие обращению товаров (дистрибьюторы, комиссионеры, агенты, брокеры, оптовые базы и т.д.).

4. Сбытовая деятельность - деятельность по реализации товаров.

***Целями сбыта являются:***

- получение прибыли и удовлетворение потребностей покупателя;
- сокращение затрат на продвижение товара;
- поиск оптимальных способов реализации товаров и связи с потребителем.

***Каналами сбыта являются:***

- Прямые (без посредников).
- Косвенные (с посредниками): одноуровневые, двухуровневые, трехуровневые, четырехуровневые.
- Горизонтальные (на базе конкуренции и индивидуального достижения прибыли).
- Вертикальные (на базе корпоративного сотрудничества и корпоративной прибыли).

***Виды сбытовой деятельности:***

1. *Оптовая торговля* – реализация больших партий товаров для последующего профессионального использования или перепродажи.

2. *Розничная торговля* – реализация товара штучно или небольшими, нестандартными, разрозненными партиями.

***Методы сбыта:***

1. *Интенсивный (форсированный)*. Основан на привлечении возможно большего числа участников каналов сбыта с целью увеличения объемов и сокращения сроков реализации).

2. *Селективный (избирательный, эксклюзивный)*. Основан на привлечении ограниченного числа участников каналов сбыта, с предоставлением им льгот с целью глубокого проникновения на рынок).

3. Смешанный.

## **Оптовая торговля**

**Оптовая торговля - составная часть товародвижения. Виды оптовой торговли.**

1. Прямые договорные связи – вид оптовой торговли, объединяющий непосредственно производителя и потребителя.
2. Через посредника – вид оптовой торговли, объединяющий производителя и потребителя через крупных или мелких посредников.
3. Биржа – организационно оформленный, периодически функционирующий вид купли-продажи. Виды бирж: товарная, фондовая, валютная, труда и интеллектуального товара.
4. Аукцион – публичный вид оптовой торговли, основанный на конкуренции покупателей (английский, голландский).
5. Ярмарки/выставки – нерегулярно организованные виды оптовой торговли, демонстрирующие товары-новинки.
6. Лизинг – вид оптовой торговли на основе послепродажной оплаты.

### **Функции оптовой торговли:**

- сбыт и стимулирование сбыта;
- закупки и формирование товарного ассортимента;
- разбивку крупных партий товаров на мелкие;
- складирование;
- транспортировку;
- финансирование;
- принятие риска;
- услуги по управлению и консультационные услуги.