

НАЦИОНАЛЕН ВОЕНЕН УНИВЕРСИТЕТ

"ВАСИЛ ЛЕВСКИ"

ВЕЛИКО ТЪРНОВО

РЕФЕРАТ

Дисциплина: Дистрибуционна политика

Преподавател: Доц. д-р Ваня Банабакова

Тема: Същност на дистрибуционният канал.
Цели и задачи. Дейности.



Разработил:

Факултетен №

Специалност: "Стопанска логистика",

Магистратура - задочна форма на обучение

Семестър II, Учебна година 2011/2012

Съдържание:

1. Резюме
2. Въведение
3. Същност на дистрибуционният канал. Цели и задачи.
4. Дейности, изпълнявани от организациите, участващи в дистрибуционните канали.
5. Подбор на канали за дистрибуция
6. Заключение
7. Използвани източници

I. Резюме

В съвременната високо конкурентна среда дистрибуционните канали се превръщат в базови източници на въздействия върху всяка една промяна в дистрибуционната активност на икономическите субекти. Резултатността от функционирането на тези канали предопределя ефективната пазарна реализация на произвежданата продукция, а също и степента на удовлетворяване на целевите пазарни сегменти.

Съобразно параметрите на своята дейност, икономическите субекти, разглеждани в качеството им на производители, използват на договорна или друга основа собствени или чужди /посреднически/ канали за дистрибуция. В каналите се изпълняват функции по сключването на сделки (събиране на информация, промоция и стимулиране на реализацията, установяване на контакти, приспособяване на стоката, провеждане на преговори) и по изпълнение на сключените сделки (транспортване, съхраняване, обработка, поемане на риск, заплащане и др.)

В настоящата курсова работа ще разгледаме същността, целта, задачите и дейността на дистрибуционния канал.

II. Въведение

Изборът на система на дистрибуция и формирането на дистрибуционна политика са основа, върху която се изграждат дългосрочни контакти с цел постигане на единство на интересите на независими организации, довеждащи стоките и услугите до целевия пазар, до потребителите.

Според И. Ойден "Дистрибуцията създава благоприятни възможности подходящите продукти да бъдат на определено място, в определено време, на конкурентни цени".

Дистрибуцията представлява съвкупност от дейности, упражнявани от независими организации, събрани с цел да осъществяват съвместно придвижване на продукта от производителя до потребителя. Посредниците действат като единна система, мотивирани от очакваната ефективност. Те извършват

дейностите по-добре, отколкото самия производител. Широкият кръг от посредници, ангажирани в обслужването на дистрибуционния процес, предлагат повече предимства от гледна точка на високо професионално изпълнение, повишена ефективност и компенсиране на допълнителните разходи.

Маркетинговите канали са система от взаимообвързани независими стопански организации, включени в процеса на придвижване на продукта(услугата) от производителя до потребителя.

Решението за изграждане на дистрибуционна мрежа е едно от най сложните в управлението на стокодвижението и стокоразпределението. От изграждането на ефективна мрежа до голяма степен зависи постигането на глобалните цели на фирмата и на стопанските ѝ резултати. Дистрибуционната мрежа се изгражда като цяло с цел да обслужва движението и разпределението на стоките.

III. Същност на дистрибуционният канал.

Цели и задачи.

В условията на динамично изменяща се пазарна среда, характеризираща се с непрекъснато повишаващи се изисквания на потребителите, се наблюдава все по-трайна тенденция на обединяване усилията на заетите с физическото придвижване и дистрибуцията на продукти. Така съвсем съзнателно се конструират дистрибуционни канали като съвкупност от взаимозависими организации, ангажирани със задачата да направят желаните продукти и услуги налични за употреба от крайните потребители в точно определено място и точно определен момент.

Всяка фирма участва в един, няколко или във всички канали, по които се осъществява дистрибуцията на нейните продукти и услуги. В зависимост от това какви функции поема или делегира на други в този процес, на нея ѝ се отреджат различна роля и място в дистрибуционната система. В някои случаи могат да ѝ се възлагат координиращи и интегриращи функции, в други случаи тя може да изпълнява основни или съвсем нищожни по значимост функции. Ето защо тук ще разгледаме последователно системите за организация на дистрибуционните канали и взаимоотношенията между участниците в тях.

Дистрибуционният канал е група от физически и юридически лица и организации (търговски фирми), които насочват и пълно обслужват поток от продукти от производителите към клиентите потребители.

Каналите на дистрибуция имат главната цел да доставят продукти в точното време, на точното място и в точното количество. Те (организациите дистрибутори) предоставят на производителите пакет от услуги, гарантиращи реализацията на продукта. Определянето на същността на дистрибуционните канали са желанията и поведението на потребителите, като основно изискване и цел на канала - задоволяването на техните потребности.

В покупко-продажбата на продуктите участват различни посредници: агенти, брокери, комисионери, дистрибутори - независими и изключителни, и основните звена: търговците на едро, на дребно, както и цялата група от помощни посреднически организации с тясна специализация в извършването на отделните маркетингови дейности.

В организирането на движението на материалния поток реално участват