**СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА**

**Сбыт** – это система мероприятий (транспортировка, складирование, хранение, доработка, продвижение), которая производится после «выхода» товара за ворота организации и завершающаяся его продажей.

**Виды сбыта**:

1. Прямой (непосредственный) сбыт – позволяет устанавливать прямые контакты с покупателями, не прибегая к услугам независимых посредников. Он чаще используется организациями, которые хотят контролировать свою маркетинговую программу и стремятся к тесному контакту с потребителями и располагают ограниченными целевыми рынками.
2. Косвенный сбыт – движение товаров и услуг от производителя к потребителю осуществляется через различного рода независимых посредников.

**Каналы сбыта**:

1. Канал нулевого уровня: производитель → потребитель
2. Одноуровневый канал: производитель → розничный торговец → потребитель
3. Двухуровневый канал: производитель → оптовый торговец → розничный торговец → потребитель
4. Трехуровневый канал: производитель → оптовый торговец → мелко-оптовый торговец → розничный торговец → потребитель.

**Торговые посредники**:

1. Дистрибьюторы – оптовые и розничные посредники, ведущие операции на определенной территории и в течение установленного срока от чужого имени и за свой счет. Он не является собственником продукции.
2. Дилер – это оптовые, реже розничные посредники, действующие от своего имени и за свой счет.

* Эксклюзивный дилер – единственный представитель производителя в данном регионе.
* Автоматизированный дилер – сотрудничает с производителем на условиях франшизы – долгосрочного договора, по которому одна организация предоставляет другой право на ведение определенного бизнеса на ограниченной территории при соблюдении определенных правил и под определенной маркой.

1. Комиссионеры – это оптовые и розничные посредники, не являющиеся собственниками продукции, обязанные обеспечить сохранность товара и отвечают за ущерб, причиненный продукции по их вине. Действуют от своего имени и за чужой счет.
2. Агенты – это посредники, выступающие в качестве представителя или помощника от чужого имени и за чужой счет.
3. Брокеры – это посредники при заключении сделок, не состоят в договорных отношениях ни с одной из сторон и действуют на основе отдельных поручений.

**Стратегии сбыта:**

1. Интенсивное распределение – производитель стремиться обеспечить наличие своих товаров в максимально большом количестве в любых торговых точках.
2. Эксклюзивное распределение – производитель выбирает ограниченное число посредников, которые непосредственно работают с товарами производителей с целью установления контроля над деятельностью продавцов и уровнем сервиса, который они оказывают.
3. Селективное (выборочное распределение – нечто среднее между интенсивным и эксклюзивным распределением, т.е. также используется ограниченное число посредников, но большее чем в эксклюзивном.

**Логистика** – это наука и практика управления экономическими потоками, возникающими в процессе хозяйственной деятельности, с целью снижения затрат на продвижение товаров и услуг из сферы производства в сферу потребления.

Термин «логистика» изначально использовался в военном лексиконе и был связан с деятельностью по управлению перевозками, вооружению армии, снабжению войск материальными ресурсами.

**Роль логистики** – доставить требуемый продукт в нужное время в нужное место при минимальных расходах.

**Виды логистики:**

* Распределительная логистика – выполняет совокупность логистических операций по продвижению товаров и услуг из сферы обращения в сферу потребления.
* Транспортно-складская логистика – включает совокупность логистических операций, обеспечивающих пространственно-временное перемещение товароматериальных ценностей в сфере обращения.
* Логистика сервиса – включает совокупность логистических операций по обслуживанию клиента логистическим посредником.

Литература:

1. С.Н. Белоусова, А.Г. Белоусова «Маркетинг», учебное пособие. Ростов-на-Дону, Феникс, 2012 г. стр. 161 – 180
2. С.В. Карпова, И.А. Фирсова «Основы маркетинга», учебное пособие. Ростов-на-Дону, Феникс, 2011 г. стр. 195 – 205