

Роздрібна торгівля у каналах збуту



Поняття та економічний зміст закупівлі

Роздрібною вважається торгівля, в якій покупцем є кінцевий споживач, а не комерційне підприємство чи організація.



Моделі стратегічного розвитку роздрібного підприємства

Традиційна модель характерна для підприємств, які мають високий рівень прибутку, невисокі показники оборотності і великий обсяг послуг, які надаються споживачам.

Сучасна модель характерна для підприємств, що мають невисокий рівень прибутку, високу оборотність і невеликий обсяг надаваних споживачам послуг.

Функції роздрібно́ї торгівлі

- забезпечення певного асортименту товарів і послуг;
- дроблення партій товару, що надходять у роздрібну торговельну мережу;
- зберігання запасів;
- забезпечення сервісу;
- збільшення цінності товарів і послуг.

Маркетингові рішення роздрібних торговців

Напрямки маркетингової діяльності роздрібних торговців	Задачі, що входять до складу напрямку
1. Вибір стратегії розвитку підприємства	• вибір місця розташування торговельного підприємства; • диверсифікованість його діяльності; • визначення рівня спеціалізації
2. Вибір цільового ринку	• визначення сегмента споживачів, яких буде обслуговувати підприємство; • визначення платоспроможності споживачів, їх звичок щодо купівель, смаків тощо
3. Розроблення комплексу маркетингу	• визначення асортименту товарів (його ширини, глибини, насиченості); • вибір прийнятного набору послуг; • визначення форм обслуговування; • визначення прийнятних цін на товари; • вибір методів стимулювання; • формування сервісної політики; • розроблення комунікативної політики; • організація роботи з посередниками
4. Проведення маркетингових досліджень	• дослідження конкурентів; • дослідження постачальників; • дослідження цільової аудиторії (покупців і споживачів товару); • дослідження посередників
5. Організація мерчандайзингу	• планування торговельного залу; • планування напрямку потоку покупців; • викладка товару; • оформлення приміщення

Методи роздрібної торгівлі

- за допомогою продавців;
- шляхом самообслуговування;
- через автомати;
- за каталогом;
- по телефону;
- з використанням телевізійного маркетингу;
- через Інтернет-магазини.

Форми роздрібної торгівлі

Класифікаційні групи форм роздрібної торгівлі

залежно від ступеня «прив'язки» до стаціонарного приміщення

- торгівля через роздрібні магазини;
- позамагазинна торгівля (посилкова торгівля, торгівля за каталогами, через Інтернет тощо)

залежно від широти і глибини асортименту, що пропонується

- вузькоспеціалізовані;
- універсальні

залежно від розміру роздрібного магазину

- великі;
- середні;
- дрібні

залежно від цінової політики

- магазини з високим рівнем цін;
- магазини з середнім рівнем цін;
- магазини з низьким рівнем цін;
- магазини знижених цін

залежно від ступеня концентрації магазинів

- розміщені у центральному діловому районі;
- торгові центри мікрорайонів і т.д

Основні параметри, які визначають належність до певного формату торгівлі

Параметри магазину



- Площа торговельного залу
- Кількість асортиментних найменувань
- Кількість розрахунково-касових вузлів
- Наявність продукції власного виробництва
- Форма обслуговування (самообслуговування, через прилавок)
- Середньоспискова чисельність персоналу
- Середня кількість покупок за день
- Вид ціни (роздрібна, дрібнооптова, оптова)
- Сервіс, що надається
- Години роботи
- Оборот за певний період (день, місяць, рік)
- Оборот з одиниці площі
- Площа складських, допоміжних, адміністративних приміщень

Параметри найбільш поширених торгових форматів

Параметри	Cash & Carry	Гіпер-маркет	Супер-маркет	М'який дискаунтер	Жорсткий дискаунтер
Площа торговельного залу, кв.м	1000 – 3000	Від 7000	500 – 200	400 – 800	300 – 600
Кількість кас	до 15	25 – 40	8 – 16	5 – 10	2 – 6
Асортимент, тис. найменув.	до 10	від 25	7 – 15	1 – 2,5	до 1,2
Рівень цін	низький	спеціальні ціни	вище середнього	нижче середнього	низький
Кількість покупок на день, тис.	немає даних	до 10	до 5	до 2,5	до 2,7
Чисельність персоналу, люд.	50 – 20	до 90	50 – 90	до 35	до 28
Власні виробничі цехи	–	+	–	–	–
Види ціни	оптові, дрібно-оптові	роздрібні	роздрібні	роздрібні	роздрібні

Класифікація роздрібних торговельних підприємств

