Учреждение образования

«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»

Кафедра экономики

Практическое занятие №5

АУДИТ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, РАБОТАЮЩЕЙ НА В2В-РЫНКЕ

Выполнили:

студенты гр. 953504

Шпилевский Н.А.

Слиж М.Д.

Кондрашов И.Д.

Проверила:

Фролова Д.А.

Минск 2022

1. Какую стратегию сбыта (эксклюзивный, селективный, интенсивный) использует компания:  
   Так как в распространении продукта компании не участвуют посредники, стратегию сбыта компании можно назвать эксклюзивной. Продукт компании можно приобрести только непосредственно у самой компании используя её онлайн систему продажи и лицензирования.
2. Какие каналы распределения использует компания   
   По уровню:  
   Продукция компании RocketData распространяется при помощи канала нулевого уровня (производитель -> потребитель), т.е. без участия каких-либо посредников. Компания достигла этого организовав безопасную онлайн систему продаж.

По виду: RocketData использует коммерческий канал распределения (канал для получения прибыли). Прямой сбыт (производитель -> потребитель) достоинства:   
o Предприятие может получать большую прибыль.  
o Производитель хорошо знает потребителя.   
o Прямой контроль цены и качества товара.   
o Легче поддерживать имидж.   
o Потребители более охотно покупают у производителя.   
o Гибкая политика цен

1. Какие типы торговых и неторговых посредников участвуют в работе этих каналов: Работа каналов распределения компании RocketData осуществляется без посредников (канал 0-го уровня).
2. Каково среднее количество уровней в каналах распределения компании: У компании существует единственный канал распределения (онлайн система), который является каналом 0-го уровня.
3. Каковы (размер в %!), по вашей оценке, торговые и иные надбавки к первоначальной цене продукции есть в каналах распределения: Так как компания не использует посредников в распределении своих продуктов, то и надбавки к стоимости нет (0%).
4. Какова система мотивации посредников со стороны компании: У компании RocketData нет посредников в распространении продукции, поэтому и систем мотивации для них тоже не существует.
5. Какие проблемы/недостатки можно выделить в существующих каналах распределения:   
   o Увеличиваются расходы на содержание сбытовой структуры.   
   o Усложняется учет товарно-денежных потоков.   
   o Необходимость больших инвестиций.   
   o Ограниченность зоны обслуживания.   
   o Небольшие объемы. .
6. Какой канал распределения целесообразно использовать для нового товара из задания №3: Для распределения товара из задания №3 (Сервис для защиты брендов) целесообразнее всего использовать уже существующий канал распределения компании (коммерческий канал 0-го уровня), т.к. продукт поставляется непосредственно с уже существующим продуктом. Но с увеличением клиентской базы, целесообразнее выделить его как отдельный сервис, тем самым привлечётся малый бизнес.