

Практична робота 13. Маркетингова політика розподілу

Завдання 1. Фірма «Index-N», потужний виробник дитячих іграшок із Бельгії, планує вихід на ринок України. Для цього обрано такі міста, як Київ, Одеса, Львів, Харків та Дніпропетровськ. Необхідно сформулювати пропозиції з формування системи збуту для України:

1. Обґрунтувати вибір між прямим і непрямим каналом розподілу.
2. Для прямого каналу: для ринку Одеси запропонувати мінімальну кількість магазинів та місця для їх відкриття.

Розробити концепцію магазину, загальні вимоги до викладки товару.

3. Для непрямого каналу: в кожному місті обрати збутові мережі, через які буде здійснюватись реалізація товару.

запропонувати інструменти входження в ці мережі і методи мотивації.

Завдання 2. Розгляньте особливості основних типів торговельних угод та виконайте їх порівняльну характеристику:

- договір купівлі-продажу
- договір комісії
- договір консигнації
- агентська угода
- ліцензійна угода.

Завдання 3. Фірма «Імпекс» знаходиться в м. Вінниця і займається вирощуванням та реалізацією зернової продукції – пшениці та кукурудзи. Середньомісячний обсяг реалізації складає 14 млн. грн., з них 60 % приходить на пшеницю. Фірма планує розширити свою діяльність і відкрити збутовий філіал на півдні України. Запропонуйте місце для відкриття філіалу, оберіть конкретне місто та адресу, розрахуйте точку безбитковості (мінімальний обсяг продажів) та строк окупності філіалу. При цьому, необхідно обґрунтувати вибір способу транспортування продукції і розрахувати відповідну суму витрат.