



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΑΝΟΙΚΤΑ ακαδημαϊκά
μαθήματα ΠΠ

Μάρκετινγκ Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησης

Ενότητα 2: Διανομή

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών
Προϊόντων & Τροφίμων (Δ.Ε.Α.Π.Τ.)

Σκοποί 2^{ης} Ενότητας

- Απόκτηση γνώσεων σχετικά με τη λειτουργία της διανομής και το ρόλο του λιανικού αγοραστή.
- Περιγραφή και κατανόηση της άμεσης και έμμεσης διανομής.
- Περιγραφή και κατανόηση της πώλησης μίας ροής και της περισσότερων ροών πώλησης.
- Κατανόηση των δυνάμεων που ασκούνται στο δίκτυο διανομής.
- Παρουσίαση των καναλιών διανομής.



Περιεχόμενα 2^{ης} Ενότητας (1/2)

- Ορισμός Δικτύου Διανομής
- Λειτουργία της Διανομής
- Ρόλος του Λιανικού Αγοραστή
- Άμεση Διανομή
- Έμμεση Διανομή
- Πώληση Μίας Ροής



Περιεχόμενα 2^{ης} Ενότητας (2/2)

- Περισσότερων Ροών Πώληση
- Τάσεις – Εξελίξεις Διανομής
- Κανάλι Διανομής
- Δύναμη στο Δίκτυο Διανομής



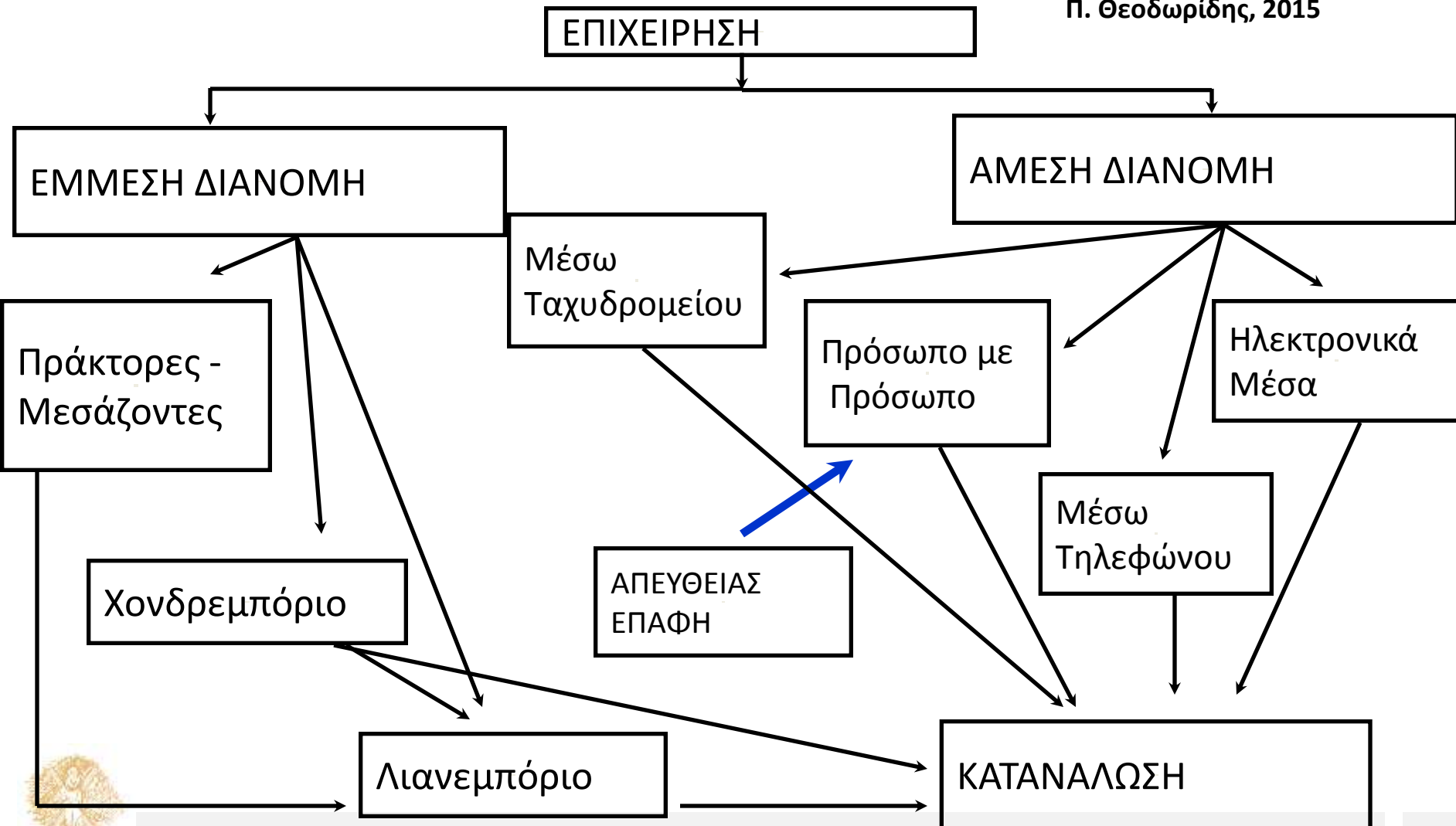
Ορισμός Δικτύου Διανομής ή Διάθεσης

- Ένα Δίκτυο Διανομής είναι ένα σύστημα ανεξάρτητων επιχειρήσεων σχεδιασμένων έτσι ώστε να κατευθύνουν τη ροή των αγαθών από την πηγή τους στον τελικό καταναλωτή.
- Επιχειρήσεις με αντικείμενο την διανομή είναι: εισαγωγείς, αντιπρόσωποι, μεσίτες, χονδρέμποροι, λιανέμποροι, κτλ.

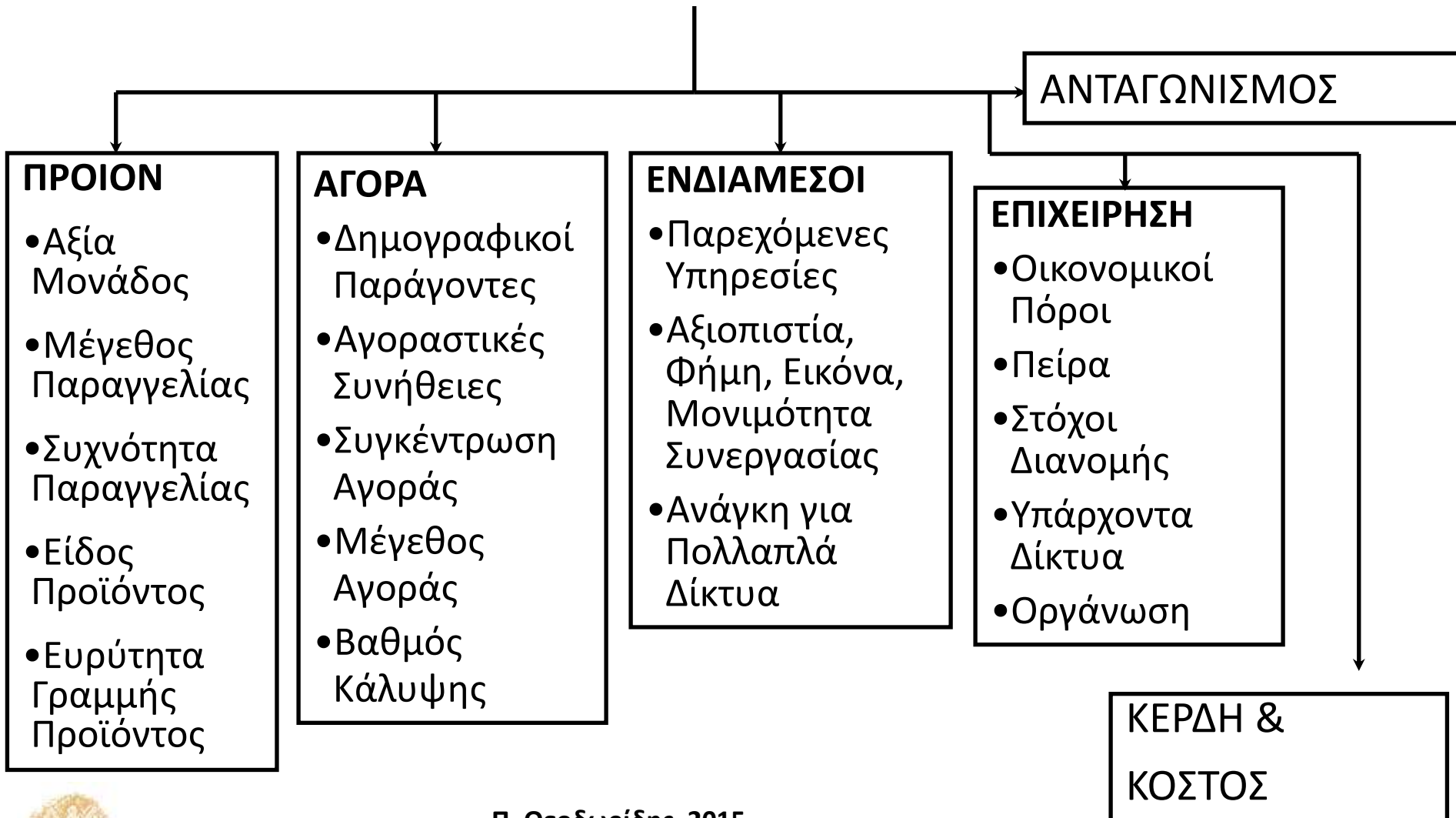


Δίκτυο Διανομής

Π. Θεοδωρίδης, 2015



Επιλογή Δικτύου Διανομής



Π. Θεοδωρίδης, 2015



Λειτουργία Διανομής

Λειτουργία της Διανομής

Π. Θεοδωρίδης, 2015

Επαφή

Υλοποίηση

Δραστηριότητες
του Σχεδιασμού
του Δικτύου

- Ανάπτυξη Νέων Δικτύων
- Τροποποίηση
- Υφιστάμενων

Δραστηριότητες
της Εξωτερικής
Οργάνωσης
των Πωλήσεων

- Διοίκηση
- Προγραμματισμός
- Οργάνωση
- Έλεγχος

Δραστηριότητες
της Εσωτερικής
Οργάνωσης
των Πωλήσεων

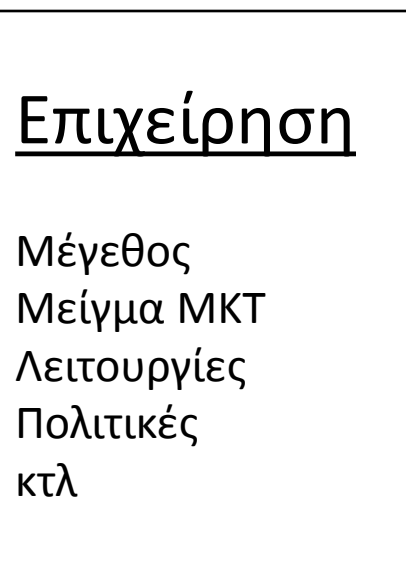
Προγραμματισμός
και Υλοποίηση της
Συλλογής,
Επεξεργασίας και
Διαβίβασης των

Δραστηριότητες
της
Φυσικής Διανομής

- Συσκευασία
- Μοναδοποίηση
- Αποθήκευση
- Μεταφορές
- Διαχείριση Πληρ.

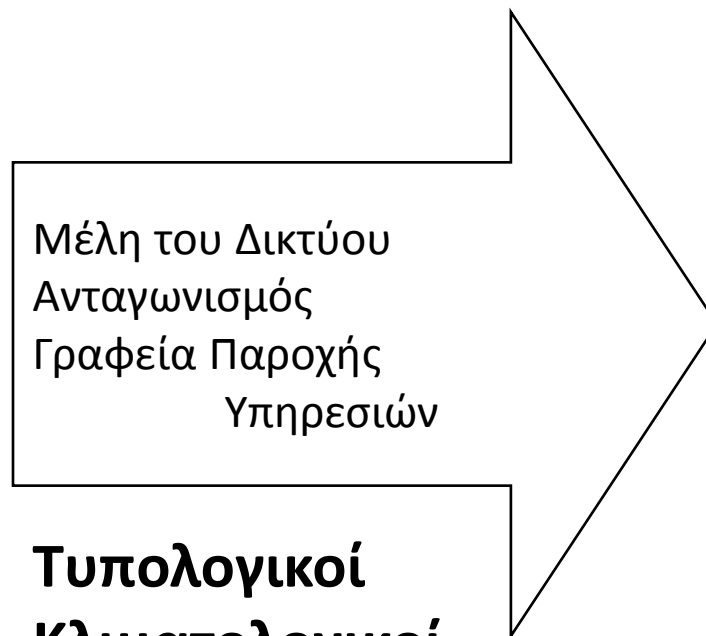
Ο Ρόλος του Λιανικού Αγοραστή

Τεχνολογία



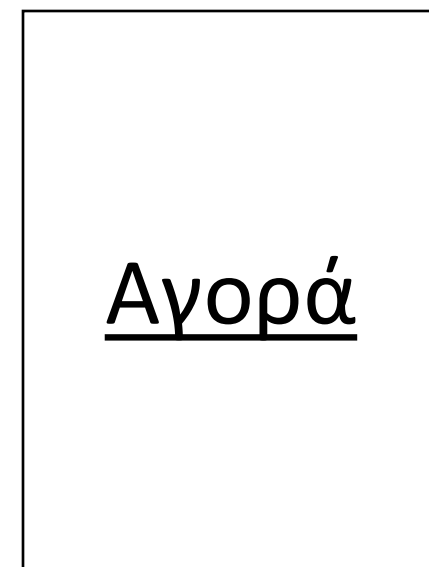
Οικονομικοί
Παράγοντες

Δημογραφική
Κοινωνικοί
Μορφωτικοί



Τυπολογικοί
Κλιματολογικοί
Υποδομής

Οργάνωση και
Διοίκηση
Μάρκετινγκ



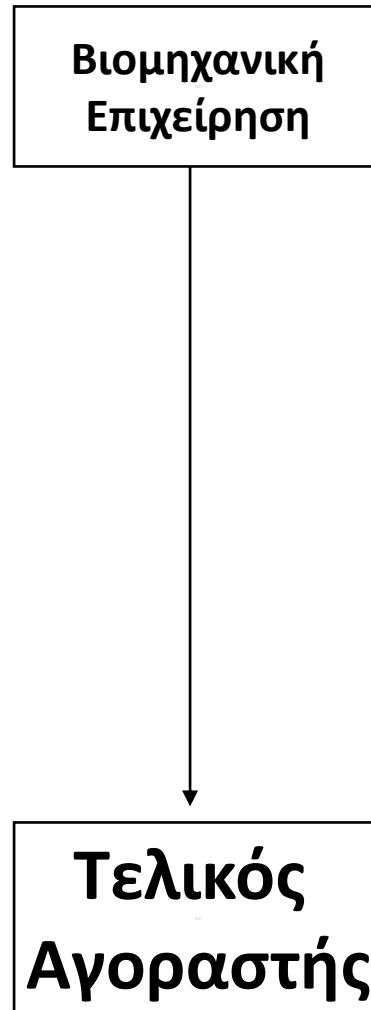
Νομικό Πλαίσιο

Διανομή

Π. Θεοδωρίδης, 2015



Άμεση Διανομή

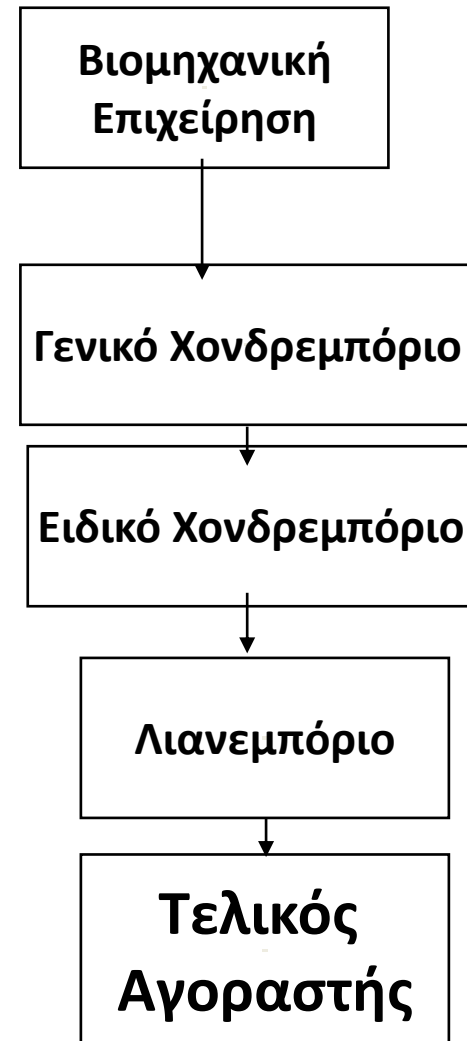
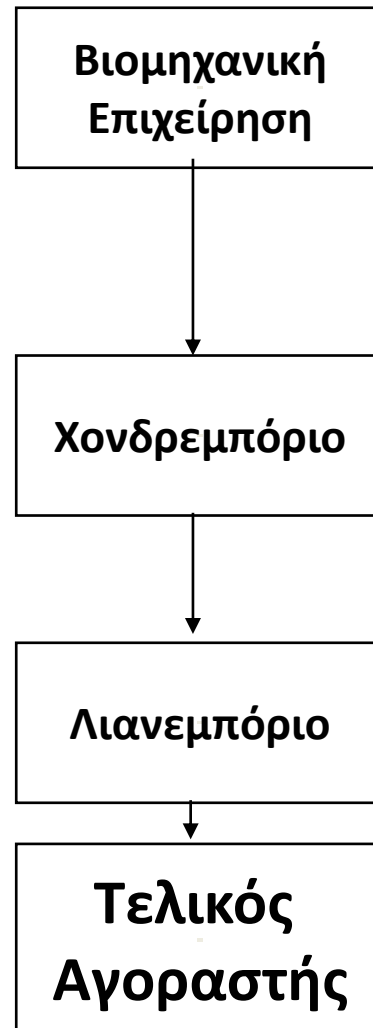
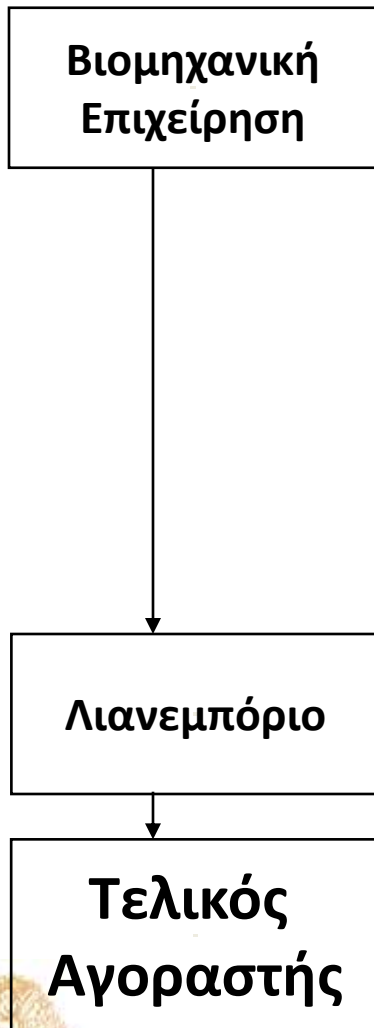


Π. Θεοδωρίδης, 2015

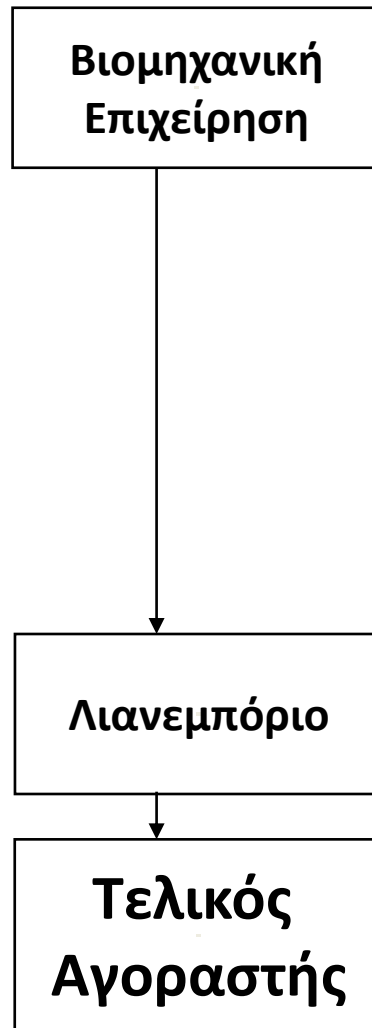


Έμμεση Διανομή

Π. Θεοδωρίδης, 2015



Πώληση Μίας Ροής

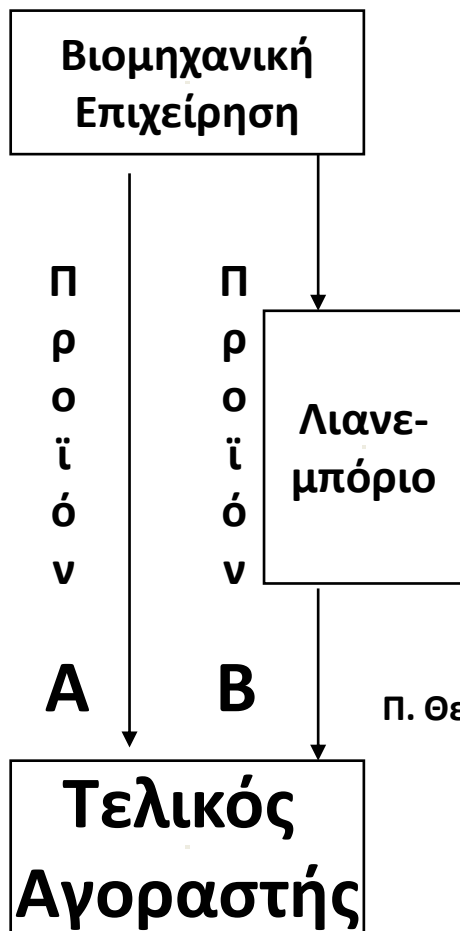


Π. Θεοδωρίδης, 2015



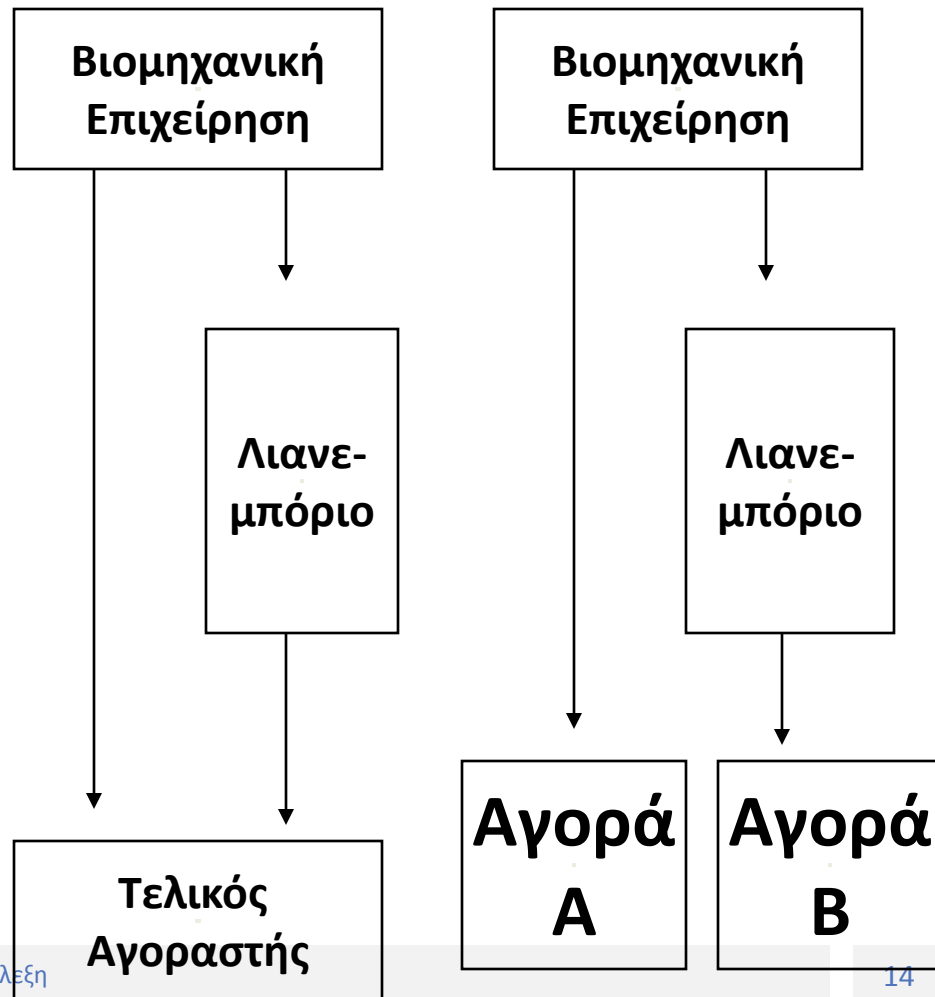
Περισσότερων Ροών Πώληση

Αδιαφοροποίητη



Π. Θεοδωρίδης, 2015

Διαφοροποιημένη

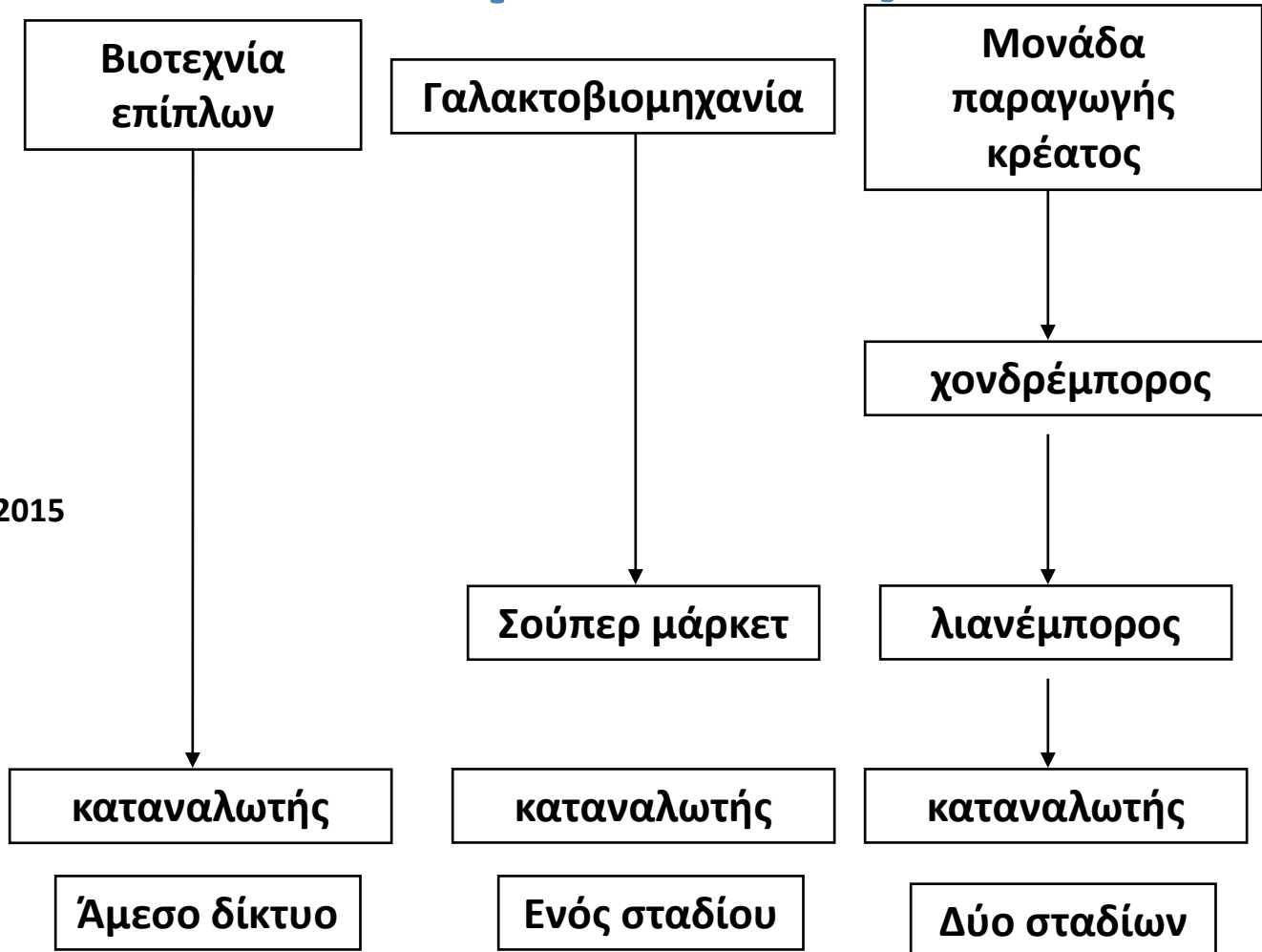


Τάσεις - Εξελίξεις

- Βελτίωση συνθηκών εφοδιασμού
- Οικονομίες κλίμακας
- Αυξανόμενες απαιτήσεις λιανεμπορίου
- Αύξηση προϊόντων Own (private) Label
- Relationship Marketing
- Εκτός πόλης υπερκαταστήματα
- Εντός πόλης μικροκαταστήματα
- Συγχωνεύσεις μικρών λιανικών επιχειρήσεων
- Αύξηση των διεθνών λιανικών επιχειρήσεων



Ενδεικτικά Δίκτυα Διανομής Προϊόντος

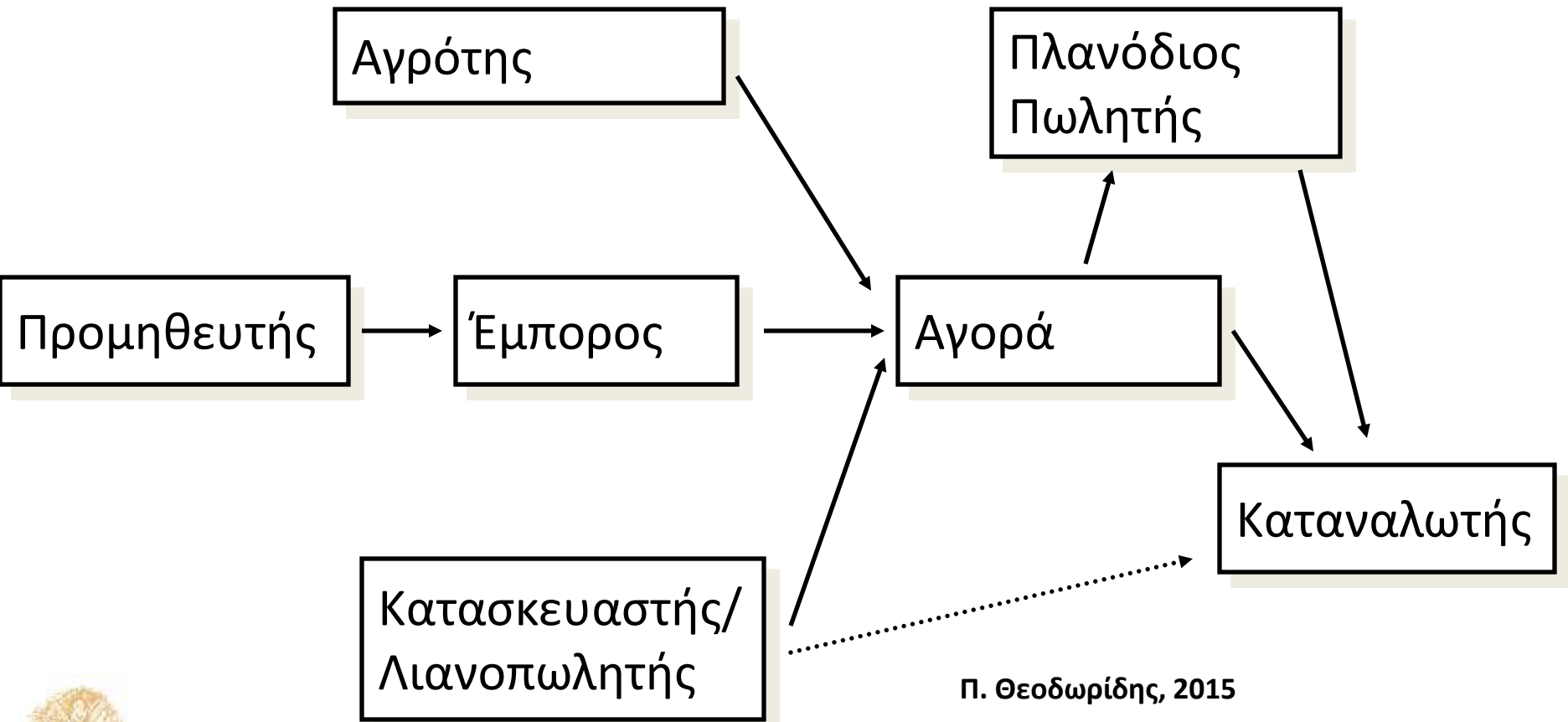


Π. Θεοδωρίδης, 2015



Κανάλι Διαανομής (1/2)

Πριν την Βιομηχανική Επανάσταση



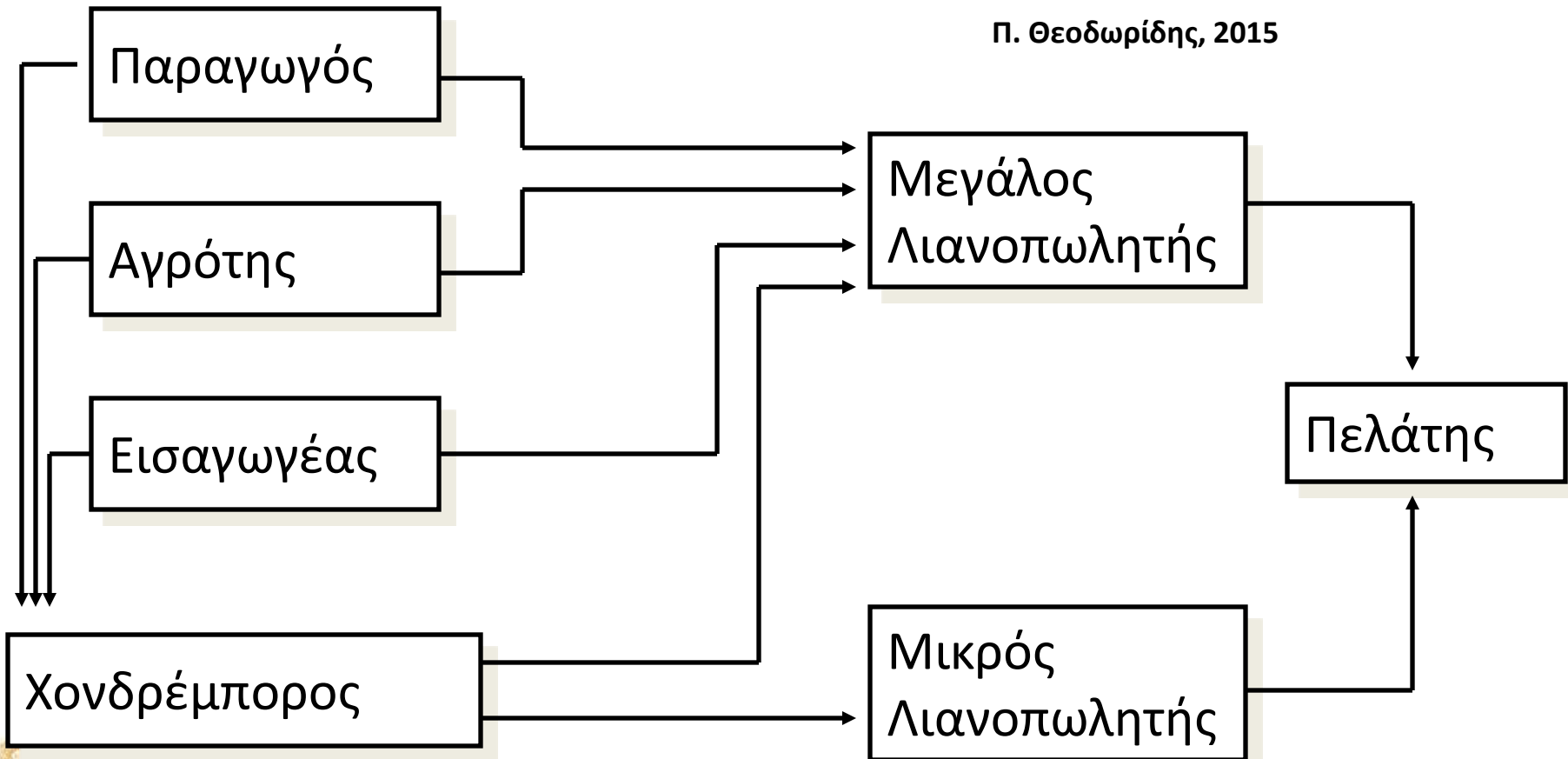
Π. Θεοδωρίδης, 2015



Κανάλι Διανομής (2/2)

Μία Σύγχρονη Μορφή

Π. Θεοδωρίδης, 2015



Η Δύναμη στο Δίκτυο Διανομής (1/2)

Η Δύναμη ενός μέλους του δικτύου διανομής είναι η ικανότητά του να ελέγχει κάποιους από τους παράγοντες που καθορίζουν τις αποφάσεις σχετικά με τις στρατηγικές Μάρκετινγκ ενός άλλου μέλους στο δεδομένο δίκτυο διανομής αλλά σε διαφορετικό στάδιο και ο βαθμός εξάρτησης που έχει το ένα μέλος με το άλλο ...



Η Δύναμη στο Δίκτυο Διανομής – Δύναμη Παραγωγού (1/2)

- Differentiation:
 - Το Επώνυμο Προϊόν διαφοροποιείται σε σχέση με τα ομοειδή ανταγωνιστικά προϊόντα στην αγορά στο μυαλό του πελάτη και του καταναλωτή;
- Premium Price:
 - Αιτιολογεί το Επώνυμο Προϊόν μία υψηλότερη τιμή σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα λόγω της εικόνας που έχει σχηματίσει ο καταναλωτής - πελάτης για την ποιότητα και την αξιοπιστία του;



Η Δύναμη στο Δίκτυο Διανομής – Δύναμη Παραγωγού (2/2)

- Separate Existence:
 - Μπορεί το Επώνυμο Προϊόν να αξιολογηθεί, χρησιμοποιηθεί, πουληθεί ή παραχωρηθεί;
- Psychic Value:
 - Προσφέρει το Επώνυμο Προϊόν οφέλη στον πελάτη και στον καταναλωτή σε συμβολικό ή αισθητικό επίπεδο;



Η Διαμάχη στο Δίκτυο Διανομής

- Η **Διαμάχη** στο δίκτυο διανομής είναι μία κατάσταση στην οποία ένα μέλος του δικτύου θεωρεί ότι ένα άλλο μέλος του δικτύου υιοθετεί μία **συμπεριφορά** η οποία το εμποδίζει ή παρακωλύει την πραγματοποίηση των **στόχων** του.
- Το μέγεθος της **Διαμάχης** είναι συνάρτηση κατά ένα μεγάλο βαθμό της μη-συμβατότητας των στόχων και των διαφορετικών αντιλήψεων για την πραγματικότητα.



Τέλος Ενότητας 2

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Σημειώματα

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπης Θεοδωρίδης «Μάρκετινγκ Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησης. Διανομή». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015.

Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:

<https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT118>.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

