

DISTRIBUČNÍ SYSTÉMY

PRODEJNÍ CESTY nejsou jen náhodným spojením jednotlivých článků.
Každý článek plní svou určitou FUNKCI, ale je na ostatních závislý.

DISTRIBUČNÍ SYSTÉMY:

- 1/ VERTIKÁLNÍ marketingový systém
- 2/ HORIZONTÁLNÍ marketingový systém

VERTIKÁLNÍ marketingový systém

- Skládá se z výrobců, velkoobchodu a maloobchodu.
- Tyto články fungují jako jednotný systém a jsou centrálně řízeny.
- Jejich činnost je koordinována jedním z členů, který má dominantní postavení.

3 HLAVNÍ TYPY:

a/ KORPORATIVNÍ

nákupní
družstva

b/ SMLUVNÍ

francíza

zbožová službová

c/ ADMINISTRATIVNÍ

dobrovolné
řetězce

a/ KORPORATIVNÍ

- + všechny články jsou součástí jedné společnosti
- + koordinace a řízení je velmi ÚČINNÉ
- + vysoce FINANČNĚ náročné /velké investice/
- + tento systém uplatňují vysoce koncentrované /mezinárodní/ obchodní společnosti
- + mají společný MANAGEMENT, marketingový plán, ceny vlastní značky
/ TESCO, Billa, Kaufland – mají i vlastní výroby (potravin)/

b/ SMLUVNÍ

- + je tvořen NEZÁVISLÝMI subjekty
- + spolupracují na základě hospodářské SMLOUVY
- + jsou přesně vymezena práva, odpovědnost a povinnosti jednotlivých členů

3 HLAVNÍ TYPY:

1. NÁKUPNÍ DRUŽSTVA

= historicky nejstarší, podpora malých obchodníků
/např. REWE, Edeka/

2. FRANCHISING

- = nejmladší forma, hlavně v USA a v západní Evropě
znamená „udělení přednostního práva“
- = jednotná SÍŤ poskytující kvalitní služby, firemní know-how
soubor práv
- = nájemce provozuje vlastní činnost na základě ověřeného konceptu frančizora,
pod jeho jménem, využívá jeho know-how
- = frančizová dohoda stanovuje frančizový POPLATEK
/např. Mc Donald's, KFC, Potrefená husa, Orea Hotels, Holiday Inn/
NEVÝHODA: částečná ztráta podnikatelské NEZÁVISLOSTI
- 2 FORMY: + ZBOŽOVÁ = prodej aut prostřednictvím dealerů automobilových firem
= výroba a prodej COCA- COLY
+ SLUŽBOVÁ = gastronomická zařízení /Mc Donald's/
= hotely /Holiday Inn/

3. DOBROVOLNÉ ŘETĚZCE

- = smluvní systémy mezi velkoobchodem a maloobchodem
iniciátorem je velkoobchod
základem je KOOPERAČNÍ SMLOUVA
- + maloobchod se zavazuje odebírat zboží od velkoobchodu = pravidelné dodávky
- + velkoobchod zajišťuje reklamu, řízení zásob, dispoziční řešení prodejen

c/ ADMINISTRATIVNÍ

- + jednotlivé články jsou NEZÁVISLÝMI subjekty
- + nespolupracují na základě smlouvy, ale
- + na základě respektování a uznávání nejsilnějšího článku, např. VÝROBCE
- + jde o vztah partnerské SPOLUPRÁCE

HORIZONTÁLNÍ marketingový systém

Spojení 2 nebo více subjektů na stejné logistické úrovni /velkoobchod, maloobchod/.
CÍL: snížení nákladů, zvýšení atraktivnosti prodejního místa

ve 2 rovinách: + NÁKUPNÍ CENTRA /SHOPPING CENTRE/

na okraji velkých měst, snadná dostupnost /dálnice/, velký parking
široký sortiment pod jednou střechou

+ DISTRIBUČNÍ CENTRA /DISTRIBUTION CENTRE/

velké skladové areály, příležitost pro velké nákupy ze strany maloobchodu
větší obrat velkoobchodu, snížení provozních nákladů

