**ΤΡΑΠΕΖΑ ΘΕΜΑΤΩΝ 8ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**

**17008**

**ΘΕΜΑ 2ο**

**α)** Η διανομή είναι ένα σημαντικό στοιχείο του μίγματος Μάρκετινγκ. Οι υπεύθυνοι του Μάρκετινγκ εκτελούν μια σειρά από δραστηριότητες οι οποίες αναπτύσσονται ολοένα και περισσότερο γιατί υπάρχουν πλέον πολλές παραγωγικές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Έτσι, αποκτά μεγάλη σημασία όχι τόσο ο τόπος παραγωγής, αλλά ο τόπος προσφοράς των προϊόντων και υπηρεσιών.

Τι εννοούμεμε τονόρο «δίκτυα διανομής»;

**β)** Τι γνωρίζετε για τους εμπόρους, τους αντιπροσώπους και τους χονδρεμπόρους;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

α) Με τον όρο «δίκτυα διανομής» εννοούμε το σύνολο των οικονομικών μονάδων (χονδρέμποροι, οι λιανοπωλητές, εταιρείες διανομής), οι οποίες συμμετέχουν στη διαδικασία της διανομής των προϊόντων από τον παραγωγό μέχρι τον τελικό καταναλωτή. Συμπεριλαμβάνεται, ακόμη, η δημιουργία σημείων πώλησης των προϊόντων της επιχείρησης.

β) Έμποροι είναι εκείνοι που αγοράζουν τα προϊόντα απευθείας από τους παραγωγούς και τα μεταπωλούν.

Αντιπρόσωποι είναι αυτοί που μεσολαβούν για να πραγματοποιηθούν οι εμπορικές συναλλαγές, με αποτέλεσμα την πώληση των αγαθών από τον παραγωγό στον καταναλωτή, χωρίς οι ίδιοι να γίνονται κύριοι των αγαθών αυτών. Δηλαδή, ο αντιπρόσωπος ενεργεί για λογαριασμό άλλων.

Χονδρέμποροι είναι οι μεσάζοντες που αγοράζουν και μεταπωλούν τα εμπορεύματα σε άλλους (λιανέμπορους, βιομήχανους, το δημόσιο κ.λπ.).

**ΘΕΜΑ 4ο**

Η διανομή είναι ένα σημαντικό στοιχείο του μίγματος Μάρκετινγκ.

Ποιους στόχους έχουν οι δραστηριότητες σας ως υπεύθυνου Μάρκετινγκ;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Οι υπεύθυνοι του Μάρκετινγκ εκτελούν μια σειρά από δραστηριότητες ή λειτουργίες με στόχο:

α) τη μεταβίβαση της κυριότητας των προϊόντων (αγοραπωλησία)

β) τη φυσική διανομή, δηλαδή τη μεταφορά, την αποθήκευση και τον έλεγχο των αποθεμάτων.

**16927**

Οι εταιρείες διανομής είναι ένας ανερχόμενος κλάδος που υποστηρίζει το λιανεμπόριο και τη διακίνηση των προϊόντων. Τί συντελεί σε αυτό;

Οι εταιρείες διανομής είναι ένας ανερχόμενος κλάδος που υποστηρίζει το λιανεμπόριο και τη διακίνηση των προϊόντων. Σε αυτό συντελεί και το ότι οι εταιρείες διανομής:

 • αποκτούν ειδίκευση στη γρήγορη, ασφαλή και ποιοτική διάθεση των προϊόντων, ενώ ελέγχουν πολλά σημεία των πωλήσεων.

 • βοηθούν τις επιχειρήσεις που δεν έχουν δικό τους δίκτυο διανομής και μειώνουν το κόστος και τα λειτουργικά τους έξοδα

**16950**

 Όπως γνωρίζουμε, δίκτυο ή κανάλι διανομής είναι η διαδρομή του προϊόντος από τον παραγωγό στον καταναλωτή.

Ποιες μπορεί να είναι αυτές οι διαδρομές;

**i.** Για τα αγροτικά προϊόντα

**ii.** Για τα βιομηχανικά προϊόντα

1. Στα αγροτικά προϊόντα, για παράδειγμα, οι παραγωγοί πωλούν στους χονδρέμπορους και εκείνοι στους λιανοπωλητές από τους οποίους αγοράζουν οι τελικοί καταναλωτές. Επίσης, οι ίδιοι οι παραγωγοί, στις λαϊκές αγορές, πωλούν κατευθείαν στους καταναλωτές.
2. Όταν πρόκειται για βιομηχανικά προϊόντα, οι βιομηχανίες προμηθεύονται τις πρώτες ύλες είτε απευθείας από τον παραγωγό ή από τους χονδρέμπορους. Επεξεργάζονται αυτές τις πρώτες ύλες και προμηθεύουν άλλους χονδρέμπορους, οι οποίοι διανέμουν το προϊόν στους λιανοπωλητές, από τους οποίους αγοράζουν οι τελικοί καταναλωτές. Ένας άλλος τρόπος διάθεσης των προϊόντων είναι η βιομηχανία να εφοδιάζει κατευθείαν με προϊόντα τους λιανοπωλητές ή οι καταναλωτές να αγοράζουν άμεσα από τη βιομηχανία ή τους κατασκευαστές (από τα λεγόμενα πρατήρια βιομηχανιών, βιοτεχνιών κ.λπ.).

**19793**

**ΘΕΜΑ 4ο**

Η διανομή είναι ένα σημαντικό στοιχείο του μίγματος Μάρκετινγκ.

**α)**Το δίκτυο διάθεσης καθορίζεται με βάση κάποιους περιορισμούς. Από πού προέρχονται αυτοί οι περιορισμοί;

**β**) Ο υπεύθυνος μεταφορών προτιμά την αποστολή προϊόντων της επιχείρησης με το σιδηρόδρομο αντί για αεροπορική μεταφορά. Στην αγορά υπάρχουν ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Ποιο μέσο μεταφοράς θα επιλέξετε για να αποφύγετε δυσάρεστες συνέπειες;

Α) Το δίκτυο διάθεσης καθορίζεται με βάση τους περιορισμούς οι οποίοι προέρχονται από τα **προϊόντα**, τους **ενδιάμεσους φορείς**, τους **ανταγωνιστές** και το **γενικό περιβάλλον της επιχείρησης**.

β) Ας υποθέσουμε ότι ο υπεύθυνος μεταφορών προτιμά την αποστολή προϊόντων με το σιδηρόδρομο αντί για αεροπορική μεταφορά, εφόσον αυτό είναι δυνατόν. Αυτό μειώνει τις δαπάνες μεταφοράς της επιχείρησης. Όμως ο σιδηρόδρομος είναι πιο αργό μέσο και η μεταφορά με αυτόν δεσμεύει κεφάλαια για περισσότερο διάστημα, αφού καθυστερεί η πληρωμή από τον πελάτη και, είναι πιθανόν, κάποιοι από αυτούς να αγοράσουν από τους ανταγωνιστές, οι οποίοι προσφέρουν ταχύτερη εξυπηρέτηση. Έτσι, για να αποφύγει αυτές τις συνέπειες, είναι πιθανή η επιλογή της αεροπορικής μεταφοράς.

**18036**

**ΘΕΜΑ 4Ο**

Ένας από τους κύριους στόχους του Μάρκετινγκ είναι να διερευνηθούν τα δίκτυα διανομής άμεσα. Οι υπεύθυνοι πρέπει να συνδυάσουν το ιδανικό, το εφικτό και το διαθέσιμο. Τί προϋποθέτει ο σχεδιασμός ενός συστήματος διανομής;

 Ο σχεδιασμός ενός συστήματος διανομής προϋποθέτει:

• Ανάλυση των παροχών, όπως τις θέλουν οι πελάτες.

• Καθορισμό των στόχων δικτύων διανομής.

• Ποια τμήματα της αγοράς εξυπηρετούνται και ποια είναι τα καλύτερα δίκτυα διανομής τα οποία πρέπει να χρησιμοποιηθούν για κάθε περίπτωση.

• Ανάλυση των μεθόδων διανομής των ανταγωνιστικών προϊόντων και προσδιορισμός των εναλλακτικών λύσεων και των σχετικών περιθωρίων ευελιξίας που προσφέροντα