

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**В.В. МАКАРОВА**

# **МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ**

## **Навчальний посібник**

*Рекомендовано Вченою радою  
Сумського національного аграрного університету*



**СУМИ  
2019**

УДК 339.138

*Рекомендовано до друку Вченою радою Сумського національного аграрного університету. Протокол № 10 від 22 травня 2019 р.*

**Рецензенти: Теліженко Олександр Михайлович** – д.е.н., професор,  
завідувач кафедри управління  
Сумського державного університету

**Михайлов Андрій Миколайович** – д.е.н., доцент кафедри  
менеджменту ЗЕД та євроінтеграції  
Сумського національного аграрного університету

**Макарова В.В., Макаренко Н.О.** Маркетингова політика розподілу.  
Навчальний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»  
освітнього ступеня «Магістр» денної та заочної форми навчання. Суми,  
2019.160с.

У навчальному посібнику «Маркетингова політика розподілу» розглядаються теоретичні, методологічні та практичні аспекти складових маркетингової політики розподілу продукції підприємств. Розглядаються основні поняття видів та форм розподілу, теоретичні та практичні питання формування, конструювання та функціонування каналів розподілення, використання найбільш ефективних систем збуту продукції, порядок прогнозування, управління та організації системи розподілу підприємств. Виклад теоретичного матеріалу доповнено питаннями для закріплення та самоконтролю, тестами і практичними завданнями для глибокого і повного засвоєння курсу.

Посібник призначено для студентів вищих навчальних закладів, фахівців з маркетингу і політики розподілу, а також для широкого кола читачів, яких цікавлять проблеми маркетингової політики розподілу.

УДК 339.138

© Макарова В.В., Макаренко Н.О. 2019

© Університетська книга, 2019

---

## ЗМІСТ

---

### **РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ І ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ**

1. Сутність, значення і задачі політики розподілу як складової системи маркетингу.
2. Характеристика основних елементів маркетингової політики розподілу.
3. Етапи планування політики розподілу.
4. Принципи управління та показники ефективності маркетингової політики розподілу.

### **РОЗДІЛ 2. ТОВАРНИЙ РУХ І МЕХАНІЗМИ ВИКОРИСТАННЯ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ**

1. Товарний рух і його характеристика.
2. Механізми використання каналів розподілу.
3. Методи прогнозування збуту в каналах розподілу

### **РОЗДІЛ 3. ВИБІР СТРАТЕГІЇ РОЗПОДІЛУ. УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ**

1. Стратегії маркетингових каналів як основа формування маркетингової політики розподілу.
2. Розробка стратегії комунікацій в каналі розподілу.
3. Управління каналами розподілу.

### **РОЗДІЛ 4. ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У КАНАЛАХ РОЗПОДІЛУ**

1. Види посередників та їх роль
2. Особливості функціонування торгових каналів
3. Конфлікти в каналах розподілу, їх види та шляхи подолання

### **РОЗДІЛ 5. ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ В МАРКЕТИНГУ ЗАКУПІВЕЛЬ ТА В МАРКЕТИНГУ ПРОДАЖІВ**

1. Особливості маркетингової політики розподілу в системі закупівель
2. Маркетингові стратегії розподілу в процесі закупівлі
3. Навчання та мотивація працівників в системі торгівлі

### **РОЗДІЛ 6. РОЗПОДІЛ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

1. Канали розподілу товарів промислового призначення: структура та рівні.
2. Стратегії розподілу на промисловому підприємстві.
3. Лізінг і факторинг як форми фінансування трансакційних операцій.

## **РОЗДІЛ 7. ОПТОВА І РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ В КАНАЛАХ РОЗПОДІЛУ**

1. Основні форми та місце оптової торгівлі в каналах розподілу.
2. Поняття і основні елементи конкуренції в роздрібній торгівлі.
3. Типи конкуренції в каналах розподілу та їх характеристика.

## **РОЗДІЛ 8. ВИБІР МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ І КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ**

1. Процес організації системи розподілу
2. Фактори, що впливають на формування розподільної мережі.
3. Порівняльна характеристика каналів збуту.

## **РОЗДІЛ 9. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КАНАЛАМИ**

1. Методи вибору оптимального каналу розподілу.
2. Сутність і завдання вертикальних маркетингових систем.
3. Особливості організації багатоканальних маркетингових систем.

## **РОЗДІЛ 10. РОЗПОДІЛ І МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА**

1. Поняття та основні етапи процесу маркетинг-логістики.
2. Функції та критерії рівня (якості) логістичної діяльності.
3. Визначення стратегії складування і організація транспортування продукції.

## **РОЗДІЛ 11. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ**

## **РОЗДІЛ 12. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ**

## **РОЗДІЛ 13. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

## **НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ**

МАКАРОВА ВІКТОРІЯ ВІКТОРІВНА  
МАКАРЕНКО НАТАЛІЯ ОЛЕКСІЇВНА

# **МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ**

## **Навчальний посібник**

Формат 60x84/16. Подано до друку «12»червня 2019 р.  
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.  
Ум. друк. арк.5,3  
Наклад 50 прим.