Садриев Д. С., Андрианова Н. В.

Методические основы формирования маркетинговых каналов распределения готовой продукции : Монография. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 180 с. – (Научная мысль). – www.dx.doi.org/10.12737/5321 .

ISBN 978-5-16-009856-2 (print)

ISBN 978-5-16-101406-6 (online)

В монографии изложены методические основы формирования маркетинговых каналов распределения готовой продукции. Показаны факторы, определяющие структуру каналов распределения продукции на примере молочной промышленности. На этой основе предложен аналитический метод пересмотра и разработки стратегии канала распределения для различных ситуаций продаж: продажа новой продукции; продажа прежней продукции на новых рынках сбыта; продажа прежней продукции по новым каналам распределения на прежних рынках сбыта; продажа прежней продукции по прежним каналам распределения. Предложена модель оптимизации выбора эффективных канатов распределения готовой продукции в условиях неопределенности и модификация критерия Гурвица с учетом нейтральной позиции и с привязкой к утопической точке.

Книга актуальна для специалистов маркетинговых и логистических служб организаций,

аспирантов и преподавателей высших учебных заведений.