

การจัดจำหน่าย

(Place or Distribution)



สาระการเรียนรู้

- 1 ความหมายของการจัดจำหน่าย
(The Meaning of Distribution)
- 2 ช่องทางการจัดจำหน่าย
(Channel of Distribution)
- 3 สถาบันการตลาด
(Marketing Institution)
- 4 การค้าปลีก
(Retailing)
- 5 การค้าส่ง
(Wholesaler)
- 6 การกระจายสินค้า
(Physical of Distribution)

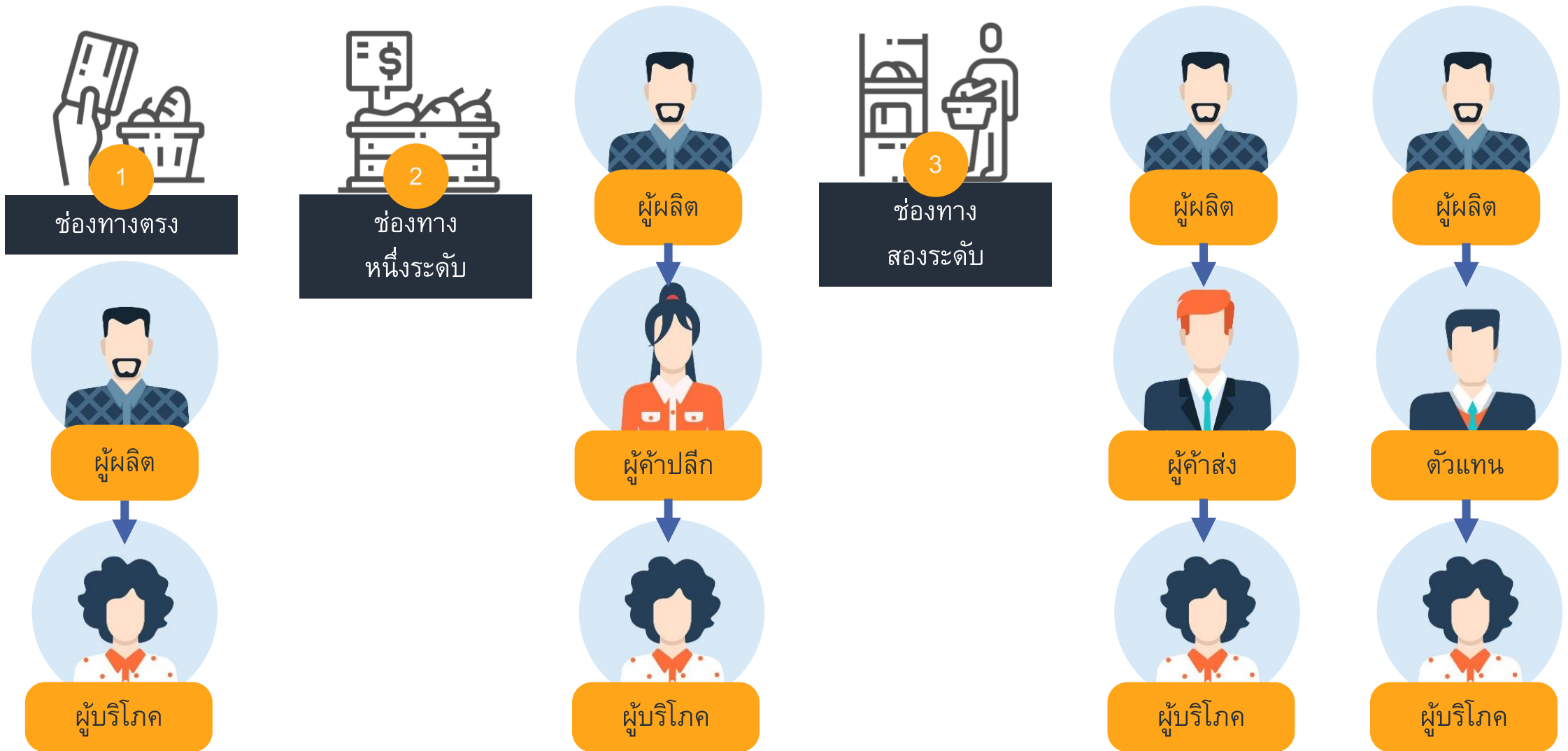
การจัดจำหน่าย

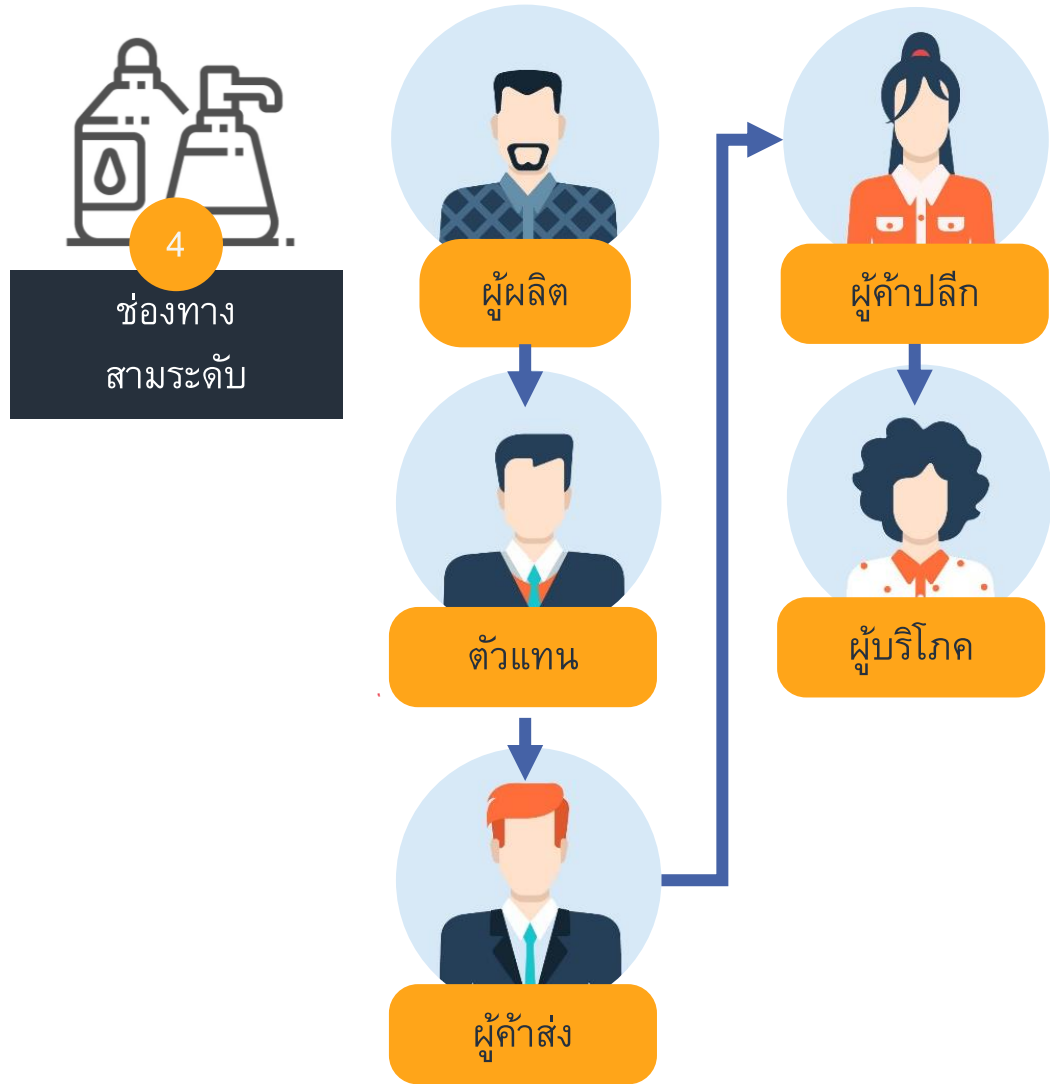
(Distribution)

หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการนำสินค้าและบริการของผู้ผลิตออกสู่ตลาดเพื่อเสนอต่อผู้บริโภค โดยการจัดหาสถานที่ขายหรืออาศัยผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดที่เป็นคนกลาง ช่วยในการนำสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภคในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม



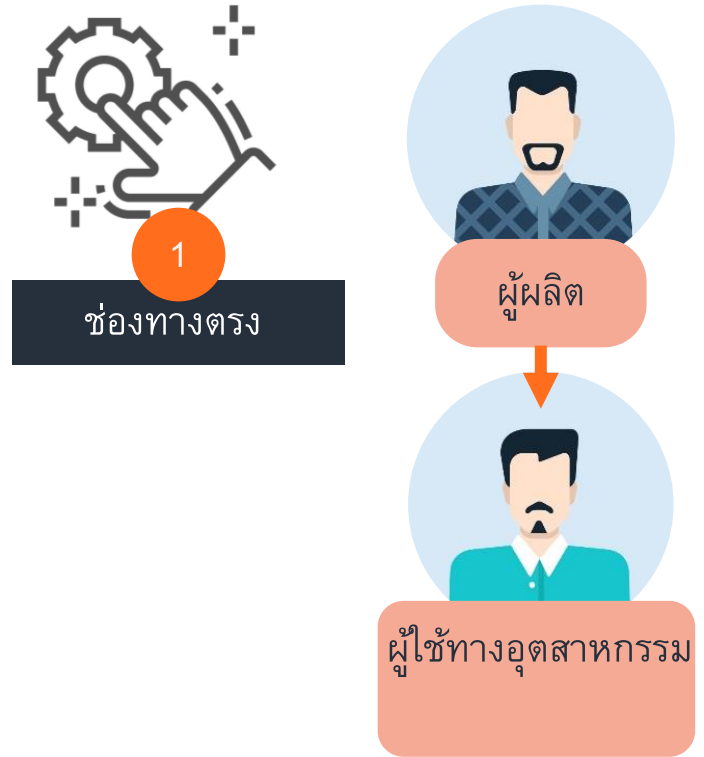
1 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค



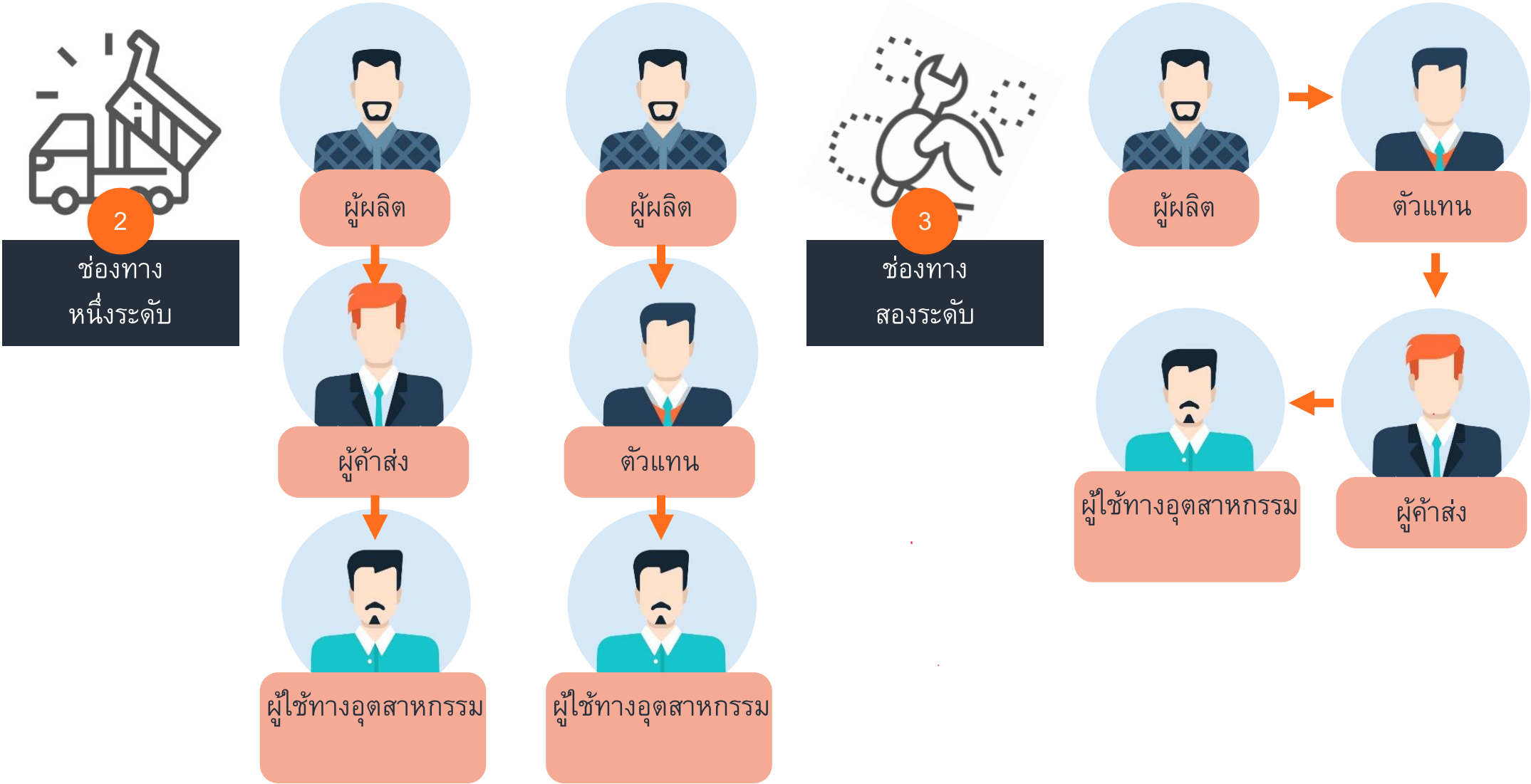


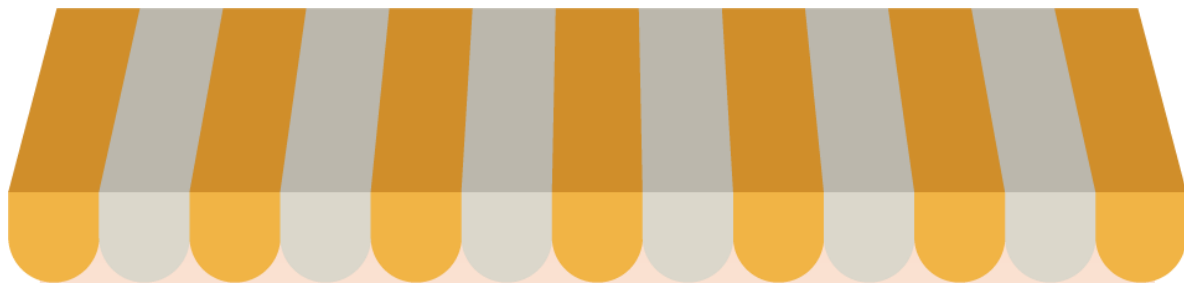
2

ช่องทางการจัดจำหน่าย
สินค้าอุตสาหกรรม



2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม





สถาบันการตลาด

หมายถึง สถาบันคนกลางต่าง ๆ ที่ช่วยในการจัดจำหน่ายและเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมรวมถึงการอำนวยความสะดวกและให้บริการทางการตลาด สถาบันการตลาดสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1

สถาบันพ่อค้าคนกลาง

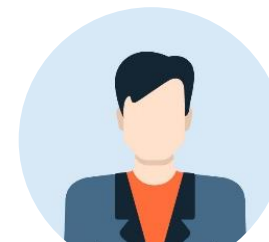
(Middleman)

1.1

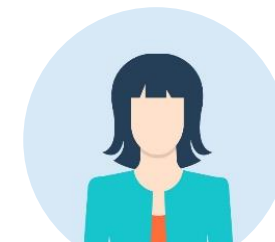
ตัวแทนคนกลาง



ตัวแทนขาย



ตัวแทนผู้ผลิต



นายหน้า

1.2

พ่อค้าคนกลาง



พ่อค้าปลีก



พ่อค้าส่ง

2

สถาบันที่ทำหน้าที่
กระจายสินค้า

(Physical Distribution)

เป็นคณกลางที่ช่วยกิจกรรมด้านการจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสินค้า

เช่น

■ ผู้ประกอบการขนส่ง

3

สถาบันที่ทำหน้าที่
อำนวยความสะดวก

(Physical Distribution)

เป็นคณกลางที่ให้ความสะดวกทางการตลาด ซึ่งจะมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการส่งเสริมและสนับสนุนในการจัดจำหน่าย

เช่น

■ สถาบันการเงิน
■ บริษัทประกันภัย



การค้าปลีก

หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์ โดยผู้ค้าปลีก ขายให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อนำไปใช้ส่วนตัว ไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ ประเภทของการค้าปลีก สามารถแบ่งได้ตามลักษณะ ดังนี้

1

การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า (Non-store Retailing)

- การขายสินค้าตามบ้าน
- การขายสินค้าทางไปรษณีย์
- การขายสินค้าโดยการจัดส่งสรรค
- การขายสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



การค้าปลีกแบบมีร้านค้า (Store Retailing)



- ร้านค้าเบ็ดเตล็ด

- ร้านสะดวกซื้อ

- ร้านขายสินค้าเปรียบเทียบซื้อ

- ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง

- ร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าในสายผลิตภัณฑ์เดียว

- ร้านค้าแบบลูกโซ่



- ร้านขายสินค้าราคาถูก

- ร้านค้าปลีกแบบคลังสินค้า

- ร้านค้าปลีกที่ได้รับสิทธิบัตร

- ร้านสรรพอาหาร

- ร้านสหกรณ์

- ห้างสรรพสินค้า

1

ผู้ค้าส่งที่เป็นพ่อค้าคนกลาง

(Merchant Wholesaler)

1.2

ผู้ค้าส่งที่ให้บริการจำกัด

ได้แก่

- ผู้ค้าส่งที่ขายสินค้าเป็นเงินสด และให้ลูกค้าขนสินค้าไปเอง
- ผู้ค้าส่งที่รับคำสั่งซื้อ
- ผู้ค้าส่งเร่
- ผู้ค้าส่งที่ขายสินค้าทางไปรษณีย์
- ผู้ค้าส่งฝากขายสินค้า
- สหกรณ์ผู้ค้าส่ง

2

นายหน้าและตัวแทน

(Broker and Agent)

เป็นคนกลางที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้า

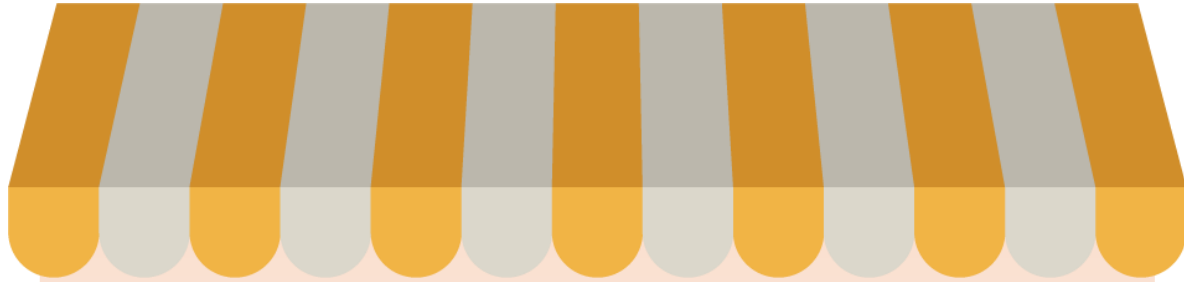
3

สาขาและสำนักงาน
ขายของผู้ผลิต

(Manufacturer's Sales Branches and Office)

เป็นหน่วยงานที่ผู้ผลิตจัดตั้งขึ้นเอง ด้วยเหตุผล
ที่ต้องการผลิตสินค้าแล้วจัดจำหน่ายเอง





การค้าส่ง

หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อ
หรือ อ อ ง ค์ ก ร ต่ า ง ๆ
ที่ซื้อไปเพื่อขายต่อ หรือเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ กลุ่มลูกค้า
เป้าหมายของสถาบันการค้าส่ง ได้แก่ ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง ผู้ใช้ทาง
อุตสาหกรรม และสถาบันต่าง ๆ

1

ผู้ค้าส่งที่เป็นพ่อค้าคนกลาง

(Merchant Wholesaler)

1.1

ผู้ค้าส่งที่ให้บริการเต็มที่

ทำหน้าที่ เช่น หน้าที่การขนส่ง การให้สินเชื่อ การจัด
ร้านค้า ผู้ค้าส่งที่ให้บริการเต็มที่

ได้แก่

- ผู้ค้าส่งสินค้าทั่วไป
- ผู้ค้าส่งสินค้า
ในสายผลิตภัณฑ์เดียว
- ผู้ค้าส่งสินค้าเฉพาะอย่าง



การกระจายสินค้า

หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการวางแผนการปฏิบัติงานและส่งเสริมสนับสนุนในการนำสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้หรือการบริโภคสินค้า เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดกำไรแก่ผู้ผลิต กิจกรรมที่เกี่ยวกับการกระจายสินค้า ได้แก่



1

การคลังสินค้า

Warehousing

ทำหน้าที่ในการดูแลเก็บรักษาสินค้าระหว่างรอการจำหน่ายหรือระหว่างรอการขนส่งโดยเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบจากพืชผลทางการเกษตรที่มีเพียงบางฤดูกาลเท่านั้น จึงต้องอาศัยคลังสินค้าในการเก็บรักษา



พิจารณาจาก



สถานที่ตั้ง
คลังสินค้า



ชนิดของคลังสินค้า



บรรจุกัญท์
เพื่อการขนส่ง

2

การขนส่ง

Transportation

คือ การอาศัยอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการลำเลียงหรือเคลื่อนย้ายสิ่งของ ซึ่งการขนส่งสินค้าเป็นหน้าที่ทางการตลาดในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ได้ตามสถานที่ต่าง ๆ ในเวลาที่ลูกค้าต้องการ



วิธีการขนส่งสินค้า มี 5 วิธี คือ

- การขนส่งทางน้ำ
- การขนส่งทางรถไฟ
- การขนส่งทางรถยนต์
- การขนส่งทางอากาศ
- การขนส่งทางท่อ

ปัจจัยในการเลือกวิธีการขนส่ง

- เส้นทางในการขนส่ง
- ระยะเวลาในการขนส่ง
- พาหนะที่ใช้ในการขนส่งสินค้า
- ความถี่ในการใช้

