

“БОЗОРДА ДИСТРИБЬЮТОРЛИК ФАОЛИЯТИ”

фанидан кейс-стадийлар

КЕЙС

“Дистрибьюторлик фаолиятида бозор тақсимооти каналлари”

Вазият

«FABERLIC» корпорацияси бу – очиқ турдаги акциядорлик жамияти бўлиб, 1997 йилда ташкил топган. Қисқа муддат ичида компания йирик илмий марказ, катта мустақил ишлаб чиқариш, кучли сервис ва ўқув марказларига эга уникал кўп поғонали корхонага айланди. Фаннинг энг сўнгги ютуқлари билан жиҳозланган лабораториялар ва ҳаракатчан маркетинг хизмати ўз фаолияти, билим ва сабб-ҳаракатларини маҳсулот сифатини такомиллаштириш, янги сотув бозорларини ўзлаштиришга йўналтирган.

Компания бошида учта акционер: президент, вице-президент ва «Русская Линия» лойиҳаси раҳбари туради. 2000 йил «FABERLIC» корпорацияси «Тўғридан-тўғри сотувлар секторида энг динамик ривожланаётган компания» сифатида олтин медаль билан тақдирланди.

«FABERLIC» компаниясининг асосий муаммоси сотув бозорини кенгайтириш ҳисобланади. Шу муносабат билан компания Ўзбекистон парфюмерия-косметика товарлари бозорига чиқди. Бироқ компаниянинг биринчи мустақил тажрибаси муваффақиятсиз бўлиб чиқди, чунки улар халқаро савдога таъсир кўрсатадиган бир қатор муҳим омилларни ҳисобга

олмадилар. Хусусан, улар билан ишлаган дистрибьюторлар ва бошқа савдо воситачилари мижозлар билан керакли алоқалар ўрната олмади ва компания у ишлашни истаган республика бозори шароитларига мослаша олмади.

«FABERLIC» компанисининг Ўзбекистон бозорига чиқиши муваффақиятли бўлиши ва уларга фойда келтириши учун парфюмерия-косметика маҳсулотлари тақсимот каналлари структураси ва турини қайта кўриб чиқиш зарур.

Топшириқ

Самарали тақсимот каналини аниқлаш ва унинг структурасини Ўзбекистон бозорига мослаштириш зарур

«FABERLIC» компанияси ҳақида маълумот

1. «FABERLIC» компанияси тарихи

1997 йилда бир гуруҳ ёш тадбиркорлар Россия аёлларига сифатли, рангоранг ва фойдали косметика совға қилишни мақсад қилиб олдилар ва мамлакат тарихида илк «тўғридан-тўғри сотув»ни йўлга қўйдилар. «Тўғридан-тўғри сотув» ҳар бир мижозга алоҳида, индивидуал ёндашув топилишини англатган. Аёллар энди дўкон пештахтаси олдида вақт йўқотиб ўтирмайди: «FABERLIC» маслаҳатчиси мижоз учун қулай бўлган исталган пайт унинг олдига келиши, ўзига қараш бўйича профессионал маслаҳатлар бериши, исталган мураккабликдаги буюртмаларини расмийлаштириш бўйича хизмат кўрсатиши ва буюртмани тўғридан-тўғри компаниядан унинг уйига келтиришга тайёр бўлади. Бу жуда қулай. Компаниянинг 10 йиллик иш тажрибаси унинг асосчилари ҳақ бўлганлигини кўрсатди.

2001 йил Россия илк бор «FABERLIC» номини эшитди (бунгача компания «Русская линия» номида бўлган). Беш йилдан кам вақт ичида бутун Россия ва хориж бўйлаб 5 млн.дан ортиқ аёл фирма маҳсулотларининг муҳлисаларига айланди. Уларнинг барчаси «FABERLIC» маҳсулотлари сифатига ва компания маслаҳатчиларининг профессионал маслаҳатларига ишонади.

Бу йиллар давомида компания кўп нарсага эришди: 2008 йил у халқаро компанияга айланиб, 600000 дан ортиқ маслаҳатчиларни ҳамфикрлар каторига қўшди, адади 1000000 нусхадан ортиқ бўлган «FABERLIC» ойлик каталогларини чиқара бошлади.

Ҳозирги пайтда компанияда ўз ишининг усталари ишламоқда, айнан уларнинг хизматлари туфайли «FABERLIC» дунёдаги энг динамик ривожланаётган косметик компаниялардан биригай айланди.

2. «FABERLIC» корпорацияси тавсифномаси

«FABERLIC» корпорацияси бу – россиялик тижорат ташкилоти бўлиб, унинг асосий фаолият йўналиши гўзаллик ва саломатлик учун товарлар ишлаб чиқиш ва сотиш ҳисобланади.

Компаниянинг қуйидаги маҳсулотлари энг кўп тарқалган ва омавийлашган:

- декоратив косметика,

- сапропель (Молтаево кўлининг даволаш-косметик сапропель балчиқлари), биококтейли,

- кислород косметикаси, унинг таркибига уникал трансдермал кислород воситаси - АКВАФТЭМ (савдо маркаси) киради. Ушбу кислородли косметика бир неча марта «ИНТЕРШАРМ» Халқаро кўргазмасида дипломлар билан тақдирланган.

2000 йил корпорация маҳсулотлари Россия парфюмерия-косметика ассоциацияси экспертлари томонидан юқори баҳоланди, фирма тўққиз номинациянинг тўрттасида мукофот олди.

Асосий фаолият йўналишлари:

- фан-техника базаси асосида янги товарлар ишлаб чиқиш;
- товарлар ишлаб чиқариш;
- Россиялик олимларнинг замонавий ихтиролари асос қилиб олинган ва энг янги ишлаб чиқариш технологиялари фойдаланилган гўзаллик ва саломатлик учун товарларни сотиш;
- дистрибьюторлик фаолиятини амалга ошириш.

Товарни бозорда ҳаракатлантиришнинг энг муҳим омили муваффақиятли топилган маркетинг режаси ҳисобланади. Маркетинг режасининг таркибий қисмлари қуйидагилардан иборат:

- биринчидан, бу хомашё. Корпорация асосий эътиборни маҳаллий хомашё - АКВАФТЭМ эмульсияси ва эксклюзив фаол қўшимчаларга қаратади. Бундан ташқари, косметик маҳсулотлар таркибига кирадиган 160 дан ортиқ ингредиентлар дунёдаги етакчи ишлаб чиқарувчилар, хусусан, Англиянинг «CRODA» фирмаси, Германиянинг «BASF», «HENKEL» компаниялари ва бошқалардан (жами 21 мамлакат ва 156 ишлаб чиқарувчи) сотиб олади. Шубҳасизки, корпорация хомашё етказиб бериш бўйича узок муддатли шартномалар тузиши, шунингдек, олинган хомашё сифатини қаттиқ назорат қилиши ҳам муҳим аҳамият касб этади;
- иккинчидан, асбоб-ускуналар. Маҳсулот тайёрлаш жараёни тўлиқ юқори технологияли ускуналарга ўтказилган (вакуумли гомогенизаторлар);
- учинчидан, илғор технологиялар. Компания бир нечта халқаро фармацевтика лабораториялари билан хомашё технологияларини ишлаб чиқиш бўйича ҳамкорликни йўлга қўйган.

Корпорация Москва вилояти Балашиха райони Соболиха поселкасида ишлаб чиқариш заводида эга. Ишлаб чиқариш қувватлари миқёси бўйича ва барча қувватлардан тўлиқ фойдаланилганда бу завод мамлакатдаги «Свобода» фабрикаси (Москва), «Невская косметика» (Санкт-Петербург), «Калина» концерни (Екатеринбург) каби энг йирик корхоналар билан бир қатордан ўрин олади.

Компаниянинг сервис марказлари Россиянинг 40 дан ортиқ минтақаларида очилган. Россия ва яқин хориж мамлакатларининг (Украина, Белоруссия, Қозоғистон, Ўзбекистон) 280 га яқин шаҳарларида компаниянинг ўзига хос маҳсулотлари сотилмоқда. Узоқ хориж билан ишлаш бўйича дастлабки лойиҳа Польшада очилган.

Юқори сервис даражасини қуйидагилар таъминлайди:

- ҳисоблаш маркази;
- маркетинг ва реклама бўлими;
- сотув бўлими;
- транспорт бўлими;
- хизмат кўрсатиш бўлими;
- компаниянинг web-сайти (www.faberlic.ru) ва интернет-магазини

мавжудлиги.

Компаниянинг жадал ривожланиши унинг барқарорлиги, ишончлилиги ва истиқболга эгалигидан далолат беради.

3. «FABERLIC» компанияси фаолиятининг маркетинг таҳлили

а) Сотув бозори таҳлили

«FABERLIC» компанияси товарларни Россия бозорига ҳам, ташқи бозорга ҳам етказиб беради.

Бугунги кунда «FABERLIC» компанияси мамлакат бозорида етакчи ўринлардан бирини ва халқаро бозорда косметика маҳсулотлари ишлаб

чиқариш бўйича дунёда саккизинчи ўринни эгаллаган. Компания ҳар йили сотув ҳажмини ошириб бориши туфайли шундай хулоса чиқариш мумкинки, чиқарилаётган товарлар барқарор талабга эга ва ўзининг ўсиш босқичида турибди. Фирма маҳсулотлари Россияда косметикаси ишлаб чиқариш ҳажмининг 80%ини ташкил қилади.

Тайёр маҳсулотни сотишда қуйидагиларга интилиш зарур:

- ички бозорда тайёр маҳсулот сотишни ошириш;
- ўз ишлаб чиқаришини ва ўз савдо тармоғида косметик маҳсулотлар сотишни ривожлантириш;
- чет эллик ҳамкорлар билан савдони ривожлантириш;
- потенциал харидорларни жалб этиш ва маҳсулот сифатини ошириш учун илмий-тадқиқотчилик фаолияти натижаларидан фойдаланиш.

Бугунги кунда дунёда парфюмерия ва косметика ишлаб чиқариш «AVON», «Procter & Gamble» каби бир нечта йирик компаниялар қўлида мужассамлашган бўлиб, улар дунё миқёсида косметик маҳсулотлар ишлаб чиқаришнинг тахминан 70%и ва бу маҳсулотлар савдосининг 80%ини назорат қилади. Янги мингйилликда инсониятнинг гўзал ва мафтункор қисми косметика талвасасидан қутилиши амримаҳол, шунинг учун ташқи муҳитнинг ўзгариш башорати оптимистик ва «FABERLIC» компаниясининг ривожланиши учун қулай ҳисобланади.

а) Чиқарилаётган маҳсулот таҳлили.

«FABERLIC» - мамлакатдаги таркибига молекуляр ва ҳужайрали косметология киритилган дастлабки косметик линия.

Ишлаб чиқариш қуйидаги йўналишларда олиб борилади:

- юз териси, тана, соч учун мўлжалланган «FABERLIC» кислородли косметикаси (75 турдан ортиқ маҳсулот);
- оғиз бўшлиғи учун мўлжалланган воситалар;
- «Люкс» классли парфюмерия;

- «Вкус жизни» биологик фаол қўшимчалар;
- декоратив косметика;
- аксессуарлар;
- VIP-салона «FABERLIC» VIP-салони, шунингдек, Москва шаҳри ва Россиянинг бошқа минтақаларидаги кўплаб салонлар учун асос ҳисобланадиган профессионал косметика серияси.

Чиқарилаётган маҳсулотлар рентабеллик даражаси ~ 5%.

Ишлаб чиқаришда керакли билимлар ва юқори профессионал тайёргарликка эга бўлган малакали ходимлар жалб қилинган.

Корпорация товар сиёсатининг асосий элементи сифат ҳисобланади. Барча маҳсулотлар сертификатланган ва фармацевтика стандартларига тенглаштирилган шароитларда ишлаб чиқарилади. Тест синовлари натижаларига кўра компания экологик тоза ва хавфсиз маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналар Давлат реестрига киритилган.

Дунёда компания чиқараётган маҳсулотларга ўхша маҳсулотлар бор, бироқ таркибига кирадиган элементлар сифати бўйича компания маҳсулотлари кўплаб хорижий фирмаларнинг маҳсулотларидан устун туради.

«FABERLIC» компанияси тақдим этаётган товарларни янада деталли кўриб чиқиш учун товарнинг уч даражали таҳлилини келтириб ўтамиз, бунда товарнинг моҳияти, амалдаги товар ва қўшимча товар фарқланади.

Товарнинг моҳияти. «FABERLIC» компанияси харид қилиниб, ҳар куни фойдаланиладиган юқори ликвидли товарлар ишлаб чиқаради. У кишиларга ўзига ишониш, муваффақиятга эришиш, уйғунликка интилиш, нафосатли ва романтик, мафтункор ва жозибали бўлишга ёрдам беради.

Амалдаги товар. Маҳсулотлар ассортименти 11 та линияни қамраб олган:

-қуруқ ва нормал тери учун,

- ёш ва комбинацияланган тери учун «Анти-акне», «Анти-возраст»,
- целлюлитга қарши кураш учун,
- тана учун мўлжалланган,
- кўз атрофидаги тери учун,
- ванна ва душ учун SPA серияси,
- оғиз бўшлиғи учун мўлжалланган,
- болалар учун
- декоратив косметика.

Жами 200 дан ортиқ ном.



Корпорация Россия компаниялари ичида ўзининг фармакопейной статьяй ВМС 42-2576-95 фармакопея мақоласига (маҳсулот хавфсизлигидан гувоҳлик берадиган ҳужжат) эга бўлган ягона компания ҳисобланади.

«FABERLIC» ташқи қўлланадиган АКВАФТЭМ патентига эга. Биринчи марта фаол таркибий қисми сифатида корпорация лабораторияларида олинган модда - пептидогликан (иммунорегулятор) қўлланган, компания ушбу препаратга патент олган.

Ҳар бир товар учун ўзига хос ўров ишлаб чиқилган бўлиб, бу товарларни бир-биридан осон фарқлаш учун мўлжалланган. Ҳар бир товар қўллаш учун йўриқномага эга.

Замонавий дизайнли ўров, юқори технологиклик, сифат ва доимий такомиллашув маҳсулотни харидор кўз олдида рақобатчиларнинг шунга ўхшаш маҳсулотларидан устун қўяди.

Ишлаб чиқарувчи сифатида «FABERLIC» савдо маркаси ўзини энг яхши томондан кўрсатиб улгурди ва шу сабабли у харидор учун курашда қўшимча устунлик бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Қўшимча товар. Асосий товардан ташқари компания кўрсатаётган бир қатор хизматлар ҳам кейинчалик ўзини оқламоқда. Масалан, бу лаб бўёқлари ва турли атирларнинг синов намуналари бўлиб, улардан фойдаланиш индивидуал ёндашувни амалга ошириш имконини беради.

Товарнинг ўзига хос устунликлари. Косметик воситалар билан савдо қилишда муваффақият бевосита ишлаб чиқарувчининг яхши номи ва харидорларнинг ишончига боғлиқ бўлади.

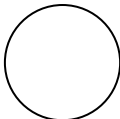
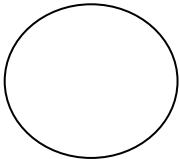
Корпорация тадқиқотчилик лабораторияси олимларининг илмий салоҳияти, Россияда патент олинган эксклюзив лойиҳа ва технологиялар, юқори сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш учун юқори технологияли асбоб-ускуналардан фойдаланиш, дунёдаги етакчи ишлаб чиқарувчиларнинг хомашё базаси — буларнинг барчаси қисқа муддат ичида нарх бўйича максимал даражада қулай, самарадорлик бўйича дунёдаги энг машҳур маркалардан ортда қолмайдиган «FABERLIC» кислородли коллекциясини яратишга имкон берди.

Бу коллекциядаги косметик воситалар рецептураси янги янги фаол табиий моддалардан фойдаланган ҳолда рус косметика мактаби анъаналари асосида яратилган. Хусусан, АКВАФТЭМ молекуляр кислород трансдермал воситасидан ташқари улар таркибига фитоҳужайралар, сув ўтлари экстрактлари, мувозанатланган С витамини, экзотик мевалар (манго, папайя,

авокадо, гуарана), бодяга, гамамелис, жожоба, хитозан, буғдой, сутли, ипак протеинлар, кўк чой, эфир мойлари ва бошқа кўплаб моддалар киради.

«FABERLIC» компанияси биринчи бўлиб фаол таркибий қисмлар сифатида ўз лабораториясида олинган моддалар - пептидогликан (иммунорегулятор), паст молекуляр РНК (рибонуклеин кислотаси), карнозиндан фойдаланди. Уларнинг АКВАФТЭМ билан бирлашуви препаратлар самарадорлигини кўп марта оширишга имкон берди.

Ҳаётийлик даври эгри чизиғи. «FABERLIC» компаниясининг товарлари ҳозирги пайтда ўз ҳаётийлик даврининг иккинчи, яъни ўсиш босқичида турибди. «FABERLIC» компаниясининг товарлар портфели ҳолати БКГ матрицасига кўра қуйидаги кўринишга эга: маҳсулотни такомиллаштириш мақсадида илмий-тадқиқотчилик ишлари -«муаммоли товар», кислородли косметика – «юлдузлар» бошланғич босқичи, «люкс» калассли декоратив косметика - «соғин сигир».

«Юлдузлар» 	Муаммоли товар 
«Соғин сигирлар» 	«Итлар» 

«FABERLIC» компаниясининг кислородли косметикаси савдоси ҳозирданок фойда келтираётгани ва мусбат ўсиш динамикасига эгалиги сабабли айтиш мумкинки, ҳозирги пайтда «FABERLIC» компаниясининг бозорда ўз улушини эгаллаш ва кенгайтириш жараёни бормокда.

«Маҳсулот/бозор» матрицасига мувофиқ бозорни кенгайтириш жараёнига «бозорни кенгайтириш» стратегияси мос келади. Кислородли косметикани янги бозорларда сотиш эҳтимоли ўтача риск даражаси билан баҳоланади ва шу сабабли ўрта муддатли истиқболда ишлаб чиқарувчи учун энг катта қизиқиш уйғотади.

б) Маҳсулотни ҳаракатлантириш каналлари

«FABERLIC» компанияси ўз маҳсулотларини тўғридан-тўғри сотув усулидан фойдаланган ҳолда дистрибьюторлар орқали сотади. Бу маслаҳатчиларнинг ўз миждозлари билан шахсий мулоқот ўрнатиши ҳамда юқори сифатли маҳсулотлар билан батафсил таништириш учун улар учун қулай вақт ва жойда учрашувлар ташкил қилишга имкон беради.

Компанияда 70 мингдан ортиқ маслаҳатчи ишламоқда ва маҳсулотлардан фойдаланмоқда.

в) Истеъмолчилар таҳлили

Товарнинг истеъмол хусусиятларидан келиб чиқиб - парфюмерия-косметика маҳсулотлари бирламчи зарурий маҳсулотлар ҳисобланмайди.

Косметика ва унга йўлдош товарларнинг асосий истеъмолчилари барча ёшдаги аёллар, шунингдек, Россия ва хорижий мамлакатлардаги хусусий косметика салонлари бўлиб, бозорни сегментлаш учун иккала ўзгарувчан кўрсаткич – географик ва ҳуқ-атвор кўрсаткичидан иборат бўлган аралаш усулдан фойдаланиш энг қулай. Бозорни сегментлаш стратегияси сифатида бирданига бир нечта бозор сегментларида ишлашга имкон берадиган дифференцияланган маркетинг стратегиясини танлаб оламиз.

Ички ва ташқи бозорда истеъмолчи-ташкилотлар билан муносабатлар узоқ муддатли шартномалар асосида курилади, бунда тузилган олди-сотди шартномалари бўйича чегирма-қўшимчалар тизимдан кенг фойдаланилади.

г) «FABERLIC» компанияси фаолияти таҳлили

Ўтказилган маркетинг тадқиқотлари натижасида «FABERLIC» компанияси ривожланишининг кучли ва заиф жиҳатлари аниқланди.

«FABERLIC» компанияси SWOT-таҳлили

	«FABERLIC» компанияси	Ташқи муҳит ва рақобатли муҳит	
кучли жиҳатлар	-янги асбоб-ускуна ва технологиялар; -ушбу соҳада иш тажрибасига эга юқори малакали ходимлар мавжудлиги; -ташкилот ишлаётган бозорни билиш; -маҳсулот истеъмолчилари ва хомашё таъминотчилари билан яхши ишбилармонлик алоқалари; -чиқарилаётган товар сифатининг юқорилиги; -маҳсулот истеъмолчиларда шаклланган фирма имиджи; -фаол маркетинг сиёсати; -тўғридан-тўғри сотув усулидан фойдаланиш; -комплексли фундаментал тадқиқотлар ўтказиш имконияти.	-технологиялар ривожланиши ривожланиш ва рақобатбардошликни оширишга мажбур қилади; -кучли рақобатчилар сонининг камлиги; -ишлаб чиқариш қуввати шундайки, керак бўлганда ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш имкони мавжуд; -янги иш жойлари яратиш; -косметикага барқарор талаб.	имкониятлар

кучсиз жихатлар	-харидорларга боғлиқлик; -таъминотчиларга боғлиқлик.	-мамлакатдаги сиёсий ва иқтисодий вазиятнинг беқарорлиги; -хорижий фирмаларнинг Россия бозорига кириб бориш хавфи; -хўжалик, солиқ, банк ва бошқа қонунчиликларнинг беқарорлиги.	хавф
-----------------	---	--	------

1-жадвал

«FABERLIC» компаниясининг 2008-2009 йиллардаги фаолияти

техник-иқтисодий кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар	2008й.	2009й.
1.	Бажарилган иш ҳажми, минг руб.	57167	57404
2.	Асосий воситалар ва номоддий активлар	52533	46162
3.	Ишлаб чиқариш харажатлари, минг руб.	29609	29711
4.	Баланс фойдаси	27795	29815
5.	Соф фойда, минг руб.	20066	36447
6.	Ишлаб чиқариш рентабеллиги	0,94	2,78
7.	Маҳсулотни сотишдан олинган фойда	19544	27795
8.	Асосий операцион фаолиятдан фойда	19477	26673

2) «FABERLIC» компанияси рақобатчилари таҳлили

Компаниянинг асосий рақобатчилари қуйидагилар ҳисобланади:

- 1.Маҳаллик корхоналар: «Свобода» фабрикаси, «Калина» концерни;
- 2.Хорижий корхоналар: «AVON», «Procter & Gamble», «Oriflame», «Palmolive». Рақобатчилар ҳақидаги маълумотлар 2-жадвалда акс эттирилган.

2-жадвал

Асосий рақобатчиларнинг бозордаги улуши

«Procter & Gamble»	31%
«Oriflame»	21,2%
«Калина»	14,1%
«Avon»	16,3%
«Palmolive»	12%

III. Талабалар учун услубий кўрсатмалар

Муаммо

Ўзбекистон бозорида самарали тақсимот каналини танлаш ҳисобига сотув бозорини муваффақиятли кенгайтиришни таъминлаш

Вазифалар

1. «FABERLIC» компаниясидаги мавжуд вазиятни таҳлил қилиш
2. «FABERLIC» компанияси тақсимот каналлари ҳудудий қамровини аниқлаш.

3. «FABERLIC» компанияси тақсимот канали структураси ва турини аниқлаш.

4. Канал бўйича мос тушадиган ҳамкорларни танлаш.

5. Тақсимот каналини бошқариш йўллари аниқлаш.