

(b) Domestic marketing

In its domestic market, the marketing and distribution of Elwro products is carried out by Elwro's salesforce, by nationwide retail outlets and through intermediaries.

Each product division has its own marketing and distribution function using the distribution channels most suited to the individual product groups. For example, the proportion of sales through retail outlets is higher for products such as calculators than for microcomputers given the present limited purchasing power of individuals in Poland.

The following table illustrates the domestic sales per product group and the proportion of direct and indirect sales for each group in the year ended 31st December, 1989.

Product group	Total domestic sales (Zl.m)	Percentage sales per	Direct sales ⁽¹⁾ (%)	Indirect sales ⁽²⁾ (%)
		product group (%)		
Microcomputers	19,413.5	37.8	79.9	20.1
Teleprocessing systems	2,780.0	5.4	100.0	-
Computer systems	4,588.6	8.9	100.0	-
Desk calculators	6,586.8	12.8	5.3	94.7
Measurement and control apparatus	1,621.6	3.2	72.1	27.9
Automation control systems and equipment for industrial plants	2,849.4	5.5	83.2	16.8
Other products, sub-assemblies, spare parts	4,254.2	8.3	94.3	5.7
Services	<u>9,323.6</u>	<u>18.1</u>	100.0	-
Total	<u>51,417.7</u>	<u>100.0</u>		

(1) Direct sales include those sales made by Elwro Serwis

(2) Indirect sales includes both sales through retail outlets and sales via intermediaries.

Direct sales and indirect sales represent 78 per cent. and 22 per cent. of total domestic sales respectively.

Elwro continues to monitor regional demand for its products so as to extend its network wherever justified.

Marketing krajowy

Na rynku krajowym marketing i dystrybucja wyrobów Elwro prowadzona jest zarówno bezpośrednio przez własną sieć sprzedaży i przez ogólnokrajową sieć detaliczną oraz przez pośredników.

Każdy z zakładów Elwro prowadzi samodzielnie działalność marketingową i dystrybucyjną używając kanałów dystrybucyjnych lepiej przystosowanych do poszczególnych grup produktów. Na przykład udział sprzedaży poprzez sieć detaliczną jest wyższy dla produktów takich jak kalkulatory niż dla mikrokomputerów mających obecnie ograniczone możliwości sprzedaży osobom prywatnym w Polsce.

Poniższa tabela ilustruje krajową sprzedaż grup produktów i udział sprzedaży bezpośredniej i pośredniej każdej z grup w roku kończącym się 31 grudnia 1989 r.

Grupa wyrobów	Sprzedaż krajowa ogółem mln zł	Procentowy udział sprzedaży grup wyrobów	Sprzedaż bezpośrednia (1)	Sprzedaż pośrednia (2)
mikrokomputery	19413,5	37,8 %	79,9 %	20,1 %
systemy urządzenia elektroniczne	2780,0	5,4 %	100,0 %	-
systemy urządzenia komputerowe	4588,6	8,9 %	100,0 %	-
kalkulatory stolowe	6586,8	12,8 %	5,3 %	94,7 %
termatura kontrolno-miarowa	1621,6	3,2 %	72,1 %	27,9 %
systemy, sprzęt stomatologii przemysłowej sterowania	2849,4	5,5 %	83,2 %	16,8 %
inne wyroby, zespoły łączki zamienne	4254,2	8,3 %	94,3 %	5,7 %
slugi	9323,6	18,1 %	100,0 %	-
RAZEM	51417,7	100,0 %		

1) Sprzedaż bezpośrednia włączając sprzedaż przez Elwro Serwis

2) Sprzedaż pośrednia obejmuje zarówno sprzedaż poprzez sieć detaliczną jak i sprzedaż poprzez pośredników.

Udział sprzedaży bezpośredniej i pośredniej wynosi odpowiednio 78 % i 22 % całości sprzedaży krajowej.

Elwro prowadzi stałą obserwację popytu regionalnego na swoje produkty tak aby rozszerzyć sieć wtedy kiedy to będzie uzasadnione.