

Dystrybucja jako element marketingu

podrozdział pracy magisterskiej

Dystrybucja to „zorientowana na osiągnięcie zysku działalność obejmująca planowanie, realizację i kontrolę fizycznego przepływu materiałów i finalnych produktów z miejsca pochodzenia (produkcji) do miejsca ich zbycia”.[\[1\]](#)

Dystrybucja to „zorientowana na osiągnięcie zysku działalność obejmująca planowanie, realizację i kontrolę fizycznego przepływu materiałów i finalnych produktów z miejsca pochodzenia (produkcji) do miejsca ich zbycia”.[\[2\]](#)

Prościej rzecz ujmując dystrybucja to proces przemieszczania produktu na drodze od producenta do konsumenta za pomocą kanałów dystrybucji. Zadaniem jest, więc dostarczenie odbiorcom pożądanym przez nich produktów w odpowiadającym im miejscu, czasie i po odpowiadającej im cenie poprzez kanały dystrybucji.

Dystrybucja – (distribution) – (łac. distributio – rozdzielanie) – uzgodniony bądź regulowany przydział i dostarczanie towarów, zwłaszcza do handlu detalicznego, całokształt działań podejmowanych dla udostępnienia towarów i usług klientowi; wszelkie czynności związane z pokonywaniem przestrzennych, czasowych, ilościowych i asortymentowych różnic występujących między sferą produkcji a sferą konsumpcji.[\[3\]](#)

Duże firmy cały obowiązek i wszystkie czynności związane z transportem, magazynowaniem, zawieraniem transakcji, znajdowaniem nowych nabywców, utrzymywaniem z nimi kontaktów itp. zrzucają na wyspecjalizowane firmy świadczące usługi w

tym zakresie tzw. „centra dystrybucji”. Bardzo często firmy te są też jednostkami zależnymi firmy macierzystej.

Centrum dystrybucji – Wyspecjalizowana firma świadcząca usługi w zakresie dystrybucji wyrobów posiadająca rozbudowaną sieć magazynów i odpowiedni system logistyki i informacji. Centrum wykonuje wszystkie operacje związane z dystrybucją dóbr, takie jak: transport, magazynowanie, obsługa zamówień, opakowanie, kompletowanie przesyłek, etykietowanie itp., a więc stanowi ono punkt, w którym ładunek może być łączony, sortowany lub rozdzielany zgodnie z zamówieniami i lokowany w magazynach dla różnych grup asortymentowych. Może ono świadczyć usługi wielu firmom, które nie muszą utrzymywać hurtowni, bądź własnych magazynów. Powierzenie dystrybucji wyrobów takiemu centrum jest korzystne ze względu na ekonomię skali i lepszą obsługę rynku zwłaszcza, gdy klienci są rozproszeni. Centrum takie może rozszerzyć swoje usług o charakterze logistycznym, jak np. odbiór wyrobów z miejsc wytwarzania, dostarczanie materiałów na miejsce produkcji, zarządzanie zapasami, etykietowanie itp. Staje się ono wówczas centrum logistycznym (logistic center), które dzięki sieciowemu systemowi komputerowemu zapewnia ścisłe kontakty detalistów z dystrybutorami, stałą kontrolę zapasów, automatyczne przesyłanie zamówień do dostawców, natychmiastową realizację zamówień od klientów, natychmiastowy dostęp do niezbędnych danych. Wszystko to umożliwia zmniejszenie zapasów, szybsze ich odnawianie i obniżkę kosztów dystrybucji przy zachowaniu pożądanego poziomu obsługi klienta.[\[4\]](#)

Na działalność dystrybucyjną składa się wiele czynności takich jak: transport, magazynowanie, zawieranie i negocjowanie transakcji, znajdowanie nowych nabywców i komunikowanie się z nimi, promowanie oferowanych produktów, wymiana informacji między nabywcami a producentem, finansowanie.

Zadaniem dystrybucji jest dostarczanie konsumentom pożądaných przez nich produktów w odpowiednim miejscu, czasie i po odpowiedniej cenie. Aby sprostać temu zadaniu dystrybucja musi

dobrze spełniać dwie funkcje[5]:

- **koordynacyjną**, która polega na zbieraniu i przekazywaniu producentom informacji o popycie, nawiązaniu przez nich kontaktów z rynkiem, uwzględnianiu decyzji o wielkości produkcji i jej rozmieszczeniu na rynku, zawieraniu transakcji kupna-sprzedaży i promocji produktów.
- **organizacyjną**, która polega na wykonywaniu takich czynności jak: transport, magazynowanie, przerób handlowy (np. sortowanie), sprzedaż produktów pośrednikom.

Dystrybucja to proces przemieszczania produktu na drodze od producenta do konsumenta za pomocą kanałów dystrybucji. Zadaniem jest więc dostarczenie odbiorcom pożądaných przez nich produktów w odpowiadającym im miejscu, czasie i po odpowiadającej im cenie poprzez kanały dystrybucji.

Kanał dystrybucji to „zbiór wewnętrznych komórek organizacyjnych producenta oraz zewnętrznych pośredników uczestniczących w procesie dostarczania wytworzonych produktów finalnym nabywcom” [6].

Kanały dystrybucji – (distribution channels) – są zbiorem wzajemnie zależnych od siebie organizacji współuczestniczących w procesie dostarczania wyrobu lub usługi do użytkownika lub konsumenta; zespół kolejnych ogniw (instytucji i osób), za pośrednictwem, których przepływa strumień produktów i informacji do finalnych ich odbiorców. Strumienie rzeczowe obejmują fizyczny ruch produktów i przepływ pieniądza (zapłata za nabywane produkty), zaś strumienie informacyjne związane są z komunikowaniem się poszczególnych podmiotów (ogniw) kanału dystrybucji. Typowy kanał dystrybucji to: producent – hurtownik – detalista.

Według Ph. Kotlera podmioty kanału dystrybucji pełnią szereg ważnych funkcji i uczestniczą w realizacji następujących przepływów marketingowych:

- **informacja:** zbieranie i przekazywanie informacji uzyskanych z badań marketingowych dotyczących potencjalnych i bieżących nabywców, konkurentów i innych uczestników oraz sił działających w otoczeniu marketingowym;
- **promocja:** rozwój i przekazywanie przekonywających informacji na temat oferty przedstawionej w celu przyciągnięcia nabywców;
- **negocjacje:** próba zawarcia końcowego porozumienia dotyczącego ceny i innych warunków, w celu przekazania praw własności lub dysponowania;
- **zamówienia:** przekazywanie producentowi informacji o intencjach zakupu;
- **finansowanie:** przyjęcie i alokacja funduszy niezbędnych dla sfinansowania zapasów na różnych szczeblach kanału dystrybucji;
- **podejmowanie ryzyka:** przyjmowanie ryzyka związanego z realizacją funkcji danego kanału;
- **fizyczne władanie:** sukcesywne magazynowanie i przemieszczanie produktów fizycznych we wszystkich stadiach procesu wytwórczego do odbiorców finalnych;
- **płatności:** regulowanie przez kupujących należności poprzez banki i inne instytucje finansowe;
- **prawo własności:** rzeczywisty transfer prawa własności od jednej organizacji lub osoby do drugiej.

Każdy kanał dystrybucji powinien spełniać następujące funkcje[7]:

- umożliwić fizyczne przemieszczanie odpowiedniej ilości produktów,
- udostępnić oferowany przez przedsiębiorstwo produkt jak największej liczbie nabywców,
- zapewnić realizację przez wszystkich uczestników kanałów dystrybucji zadań związanych na przykład z utrzymaniem zapasów, kompletowaniem asortymentu, sortowaniem,

- zapewnić realizację usługi dystrybucyjnej na jak najwyższym poziomie, przy jak najniższych kosztach.

Najważniejsze problemy związane z systemem dystrybucji można ująć w osiem punktów[8]:

1. Dostawa bezpośrednia od producenta do jego klienta to z pewnością najprostszy i najszybszy, ale niekoniecznie najbardziej ekonomiczny kanał dystrybucji.
2. Producenci posiadają magazyn centralny, w którym składowane są towary i z których są transportowane do detalistów. Można powiedzieć, że jest to „klasyczny” kanał dystrybucji.
3. Łańcuch dystrybucji może ulec wydłużeniu wskutek stworzenia magazynów regionalnych w pobliżu klientów. Im większy rynek, im dalej położony, tym dłuższe kanały.
4. Hurtownicy działają jako pośrednicy. Kupują towary od różnych producentów, składują je, segregują na dostawy do swoich klientów.
5. Organizacje detalistów przejmują rolę producentów lub hurtowników i zajmują się dystrybucją towarów do swoich sklepów poprzez magazyn centralny. Także i oni – podobnie jak producenci – mogą mieć sieć dodatkowych magazynów regionalnych.
6. Ostatnio pojawia się tendencja do redukowania funkcji magazynu centralnego względnie magazynów regionalnych, co sprowadza się do tego, że nabywane towary nie są już składowane, lecz przepakowywane i bez straty czasu dostarczane do punktów sprzedaży.
7. Hurtownicy zakładają składy Cash & Carry, w których drobni klienci kupują i odbierają swoje towary.
8. Część towarów omija handel detaliczny. Przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż wysyłkową sprzedają i kolportują bezpośrednio do konsumentów końcowych.

Dystrybucja charakteryzuje się bezustannymi zmianami strukturalnymi

i przesuwaniem się punktu ciężkości z kanału na kanał – wszystko to w celu zaoszczędzenia na kosztach i polepszeniu obsługi klienta.[\[9\]](#)

Obecnie mamy do czynienia z dużą różnorodnością kanałów przepływu produktów z miejsc ich wytworzenia do końcowego konsumenta.

Na sieć dystrybucji między producentem a detalem składają się następujące kanały i ogniwa przepływu:[\[10\]](#)

- **Bezpośrednia dostawa do sklepu detalicznego.** Z zasady kanał ten jest wykorzystywany do przemieszczania dostaw wypełniających cały środek transportu.
- **Magazyn producenta.** Klasyczne, funkcjonujące przez wiele lat, ogniwo przepływu. Należy do niego centralne magazyny wyrobów gotowych, jak i magazyny rejonowe. Do magazynów producenta trafiają duże partie towarów, które są następnie dzielone odpowiednio do zamówień detalu.
- **Magazyn detalu.** Rozwijające się, poczynając od wczesnych lat 70-tych, ogniwo dystrybucji. Jego rozwój jest uwarunkowany m.in. wzrastającą liczbą organizacji detalicznych.
- **Magazyn hurtowni.** Hurt przez wiele lat stanowił ważne pośrednie ogniwo w łańcuchu logistycznym. W ostatnich latach jego udział maleje na rzecz innych ogniw dystrybucji towarów do handlu detalicznego.
- **Pośrednik, który zawiera transakcje w cudzym imieniu i na cudzy rachunek.** Na ogół nie zajmuje się on fizycznym przepływem towarów, a jedynie jego organizacją. Broker dokonuje wielu czynności marketingowych w odniesieniu do przedmiotów jego działania.
- **Cash & Carry.** Pośrednik, którego podstawowym zadaniem jest zaopatrywanie małych punktów sprzedaży detalicznej. Takie, siła rzeczy, niewielkie dostawy nie interesują bowiem dostawców do dużych sklepów detalicznych (np. supermarketów).

- **Pośrednik będący firmą usługową.** W krajach zachodnich obserwuje się w ostatnich latach wzrost znaczenia tego typu pośredników. Obok dostaw świadczą oni różne specjalistyczne usługi, związane z dostarczaniem towarem.
- **„Drobny” pośrednik.** Gwałtowny rozwój tego ogniw zaobserwowano w latach 80. Tego typu firmy oferują szybkie dostawy (z reguły w następnym dniu) w małych partiach,
- **Sprzedaż wysyłkowa** [\[11\]](#) zgodnie z zamówieniem (najczęściej zamawia się na podstawie wielobranżowych katalogów),
- **Bezpośrednia dostawa przez producenta** [\[12\]](#) (raczej rzadka forma dystrybucji, oparta zazwyczaj na reklamowych ogłoszeniach w prasie bądź telewizji).

Firma musi zdecydować, ile punktów magazynowania towarów potrzebuje. Im jest ich więcej, tym szybciej towar może być dostarczony klientowi, ale równocześnie koszty magazynowania podnoszą się. Liczba miejsc składowania towarów determinuje poziom usług firmy, a także koszty dystrybucji. [\[13\]](#)

Niektóre firmy przechowują swe towary na terenie zakładu lub w jego pobliżu, inne lokują towar w magazynach rozsianych na terenie całego kraju. Firmy mogą posiadać swoje *własne magazyny* lub *wynajmować* powierzchnie magazynowe. Firma posiada większą kontrolę nad magazynami własnymi, lecz musi w ich zakup zainwestować większy kapitał. Pewne utrudnienia mogą pojawić się także w przypadku potrzeby nagłej zmiany lokalizacji magazynu. Natomiast wynajmowanie magazynów pociąga za sobą powstawanie opłat za czynsz i dodatkowych opłat za pakowanie, wysyłkę i fakturowanie towaru. Wynajmując magazyn, przedsiębiorstwa mają duży wybór lokalizacji i typu magazynu, może to być np. magazyn-chłodnia, itd. [\[14\]](#)

Im dłużej towary leżą na półkach u producentów, pośredników czy detalistów – tym są mniej opłacalne. [\[15\]](#)

Jeśli dokona się zakupu zbyt wielkiej ilości towarów, na które nie ma chwilowo zbytu i które trzeba w konsekwencji składować, to nie ma większego problemu w przypadku towarów podstawowych, będących przedmiotem ciągłych zamówień: niewłaściwe oszacowanie zamówienia zostaje skorygowane przy następnym zakupie – po prostu zamawia się mniejszą ilość. Gorzej jest w sytuacji odwrotnej – gdy sprzedaje się więcej, niż zostało zamówione, wskutek czego klienci nie mogą nabyć artykułów, których szukają. [\[16\]](#)

O stanie magazynu decyduje napływ i odpływ towarów, a więc sprzedaż oraz zakup i dostawy, za które odpowiedzialność ponosi zaopatrzeniowiec.

Wybór środków transportu ma znaczny wpływ na cenę produktów, terminową dostawę do odbiorcy oraz na stan towarów” po przetransportowaniu. Wszystko to zaś decyduję o zadowoleniu klientów.

Dostawy towarów odbywają się za pomocą jednego z pięciu środków transportu: kolei, samolotów”, ciężarówek, statków i rurociągów. Przy ich wyborze ekspedytor bierze pod uwagę takie kryteria jak *szybkość, częstotliwość, niezawodność, wydolność, dostęp* oraz *koszt*. [\[17\]](#)

Istnieje pięć sposobów transportowania towarów. Każdy z nich ma swoje zalety jak również wady: [\[18\]](#)

Kolej – ma rozległą i dość elastyczną sieć przewozową. W porównaniu z innymi metodami, koszt i szybkość transportu są umiarkowane. Kolej nadaje się do przewożenia zwłaszcza ładunków o dużej objętości.

Droga lądowa – Samochody ciężarowe to niezawodny, szybki środek transportu. Transport drogowy powoduje mniejsze niż kolej straty z powodu przypadkowego zniszczenia towaru, ale na dłuższych trasach jest droższy od kolei. Ciężarówki najlepiej nadają się do przewożenia droższych towarów, na krótkich trasach oraz na obszarach, do których trudno byłoby dotrzeć

innymi środkami transportu.

Droga wodna – Transport wodny jest w stanie obsłużyć ograniczone obszary geograficzne i jest powolny, za to kosztuje najmniej ze wszystkich dostępnych metod transportu. Nadaje się do przewożenia niezbyt cennych i nie psujących się ładunków o dużej objętości, takich jak rudy żelaza, stal, zboże, ropa naftowa, żużel, węgiel czy piasek.

Rurociągi – stosuje się do transportu takich materiałów, jak ropa naftowa czy gaz. Koszt takiego transportu jest niski. Rurociągi pozwalają na regularne dostawy do ściśle określonych obszarów geograficznych.

Droga powietrzna – to najszybsza metoda transportu, pozwalająca przewozić łatwo psujące się towary, których wcześniej nie można było przemieszczać na duże odległości. Wysoki koszt transportu powietrznego można zrównoważyć innymi czynnikami, takimi jak niższe koszty opakowania towaru i przechowywania zapasów oraz szybka obsługa klienta.

Spedytorzy często łączą dwa lub więcej sposobów transportu dzięki konteneryzacji.

Konteneryzacja to umieszczanie towarów w pudłach lub transporterach, które łatwo jest przenosić z jednego środka transportu do drugiego. Najczęściej łączy się ze sobą transport kolejowy i samochodowy, „samochodowy” i morski, morski i kolejowy oraz powietrzny i samochodowy. Każdy z wymienionych rodzajów łączonego transportu oferuje klientom określone korzyści. Na przykład, transport kolejowo-samochodowy jest tańszy niż sam transport ciężarówkami, a jest niemniej dogodny od niego [\[19\]](#).

Przy wyborze środka transportu, spedytor może wybrać między:

- transportem własnym,
- obcym.

-
- [1] Kotler P., *op. cit.*, s.111
- [2] Tamże, s.111
- [3] Internet – Wyszukiwarka Onet: Józef Penc, *Leksykon biznesu* (AWP Placet)
- [4] Tamże
- [5] Tamże
- [6] *Podstawy marketingu*, Praca zbiorowa pod red. Mruka H., AE Poznań 1996,
- [7] Tamże s. 13
- [8] Hans G. Tonndorf: *Logistyka w handlu i przemyśle*. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998, s.34-36
- [9] Hans G. Tonndorf: *op. cit.*, s.34
- [10] Rushton A., Oxley J.: *Handbook of Logistics and Distribution Management*, Kogan Page, London 1991, s. 237.
- [11] Z Sariusz – Wolski, C. Skowronek: *Logistyka. Poradnik Praktyczny*. Centrum Informacji Menadżera, Warszawa 1995, s.73
- [12] Tamże, s. 74
- [13] Kotler P. *op.cit.*,s.540.
- [14] Tamże, s. 541
- [15] Hans G. Tonndorf, *op.cit.*,s18
- [16] Tamże, s.19-20
- [17] Kotler P. *op.cit.*,s.542.

[\[18\]](#) Douglas A. Gray, Donald Cyr: Na czym polega i jak robić Marketing Produktu. Lublin 1995,s.102.

[\[19\]](#) Kotler P. op.cit., s.542

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.