

# Analiza systemu dystrybucji

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

Praca licencjacka  
Zarządzanie Biznesem

Jest to praca napisana zgodnie ze ściśle obowiązującymi wymogami metodologicznymi, których to brak bądź też nieumiejętność stosowania przyczynia się często do zaniżenia oceny oraz niepotrzebnego stresu w czasie obrony. Praca ta jest napisana w oparciu o najbardziej aktualne przepisy i książki uznanych autorów, których nie sposób podważyć.

Streszczenie 3

Sumary 4

1. Wstęp 5

2. uzasadnienie podjęcia tematu, cel i zakres pracy 6

3. DYSTRYBUCJA JAKO ELEMENT MARKETINGU – MIX 7

3.1. ISTOTA DYSTRYBUCJI 7

3.2. TYPOLOGIA KANAŁÓW DYSTRYBUCJI 14

3.3. WYBÓR KANAŁÓW DYSTRYBUCJI 21

4. DYSTRYBUCJA TOWARÓW W badanym przedsiębiorstwie 26

4.1. Charakterystyka przedsiębiorstwa 26

4.2. KANAŁY DYSTRYBUCJI W wybranej firmie 37

4.3. ROZWIĄZANIA LOGISTYCZNE W BADANEJ FIRMIE 46

5. KIERUNKI ROZWOJU SYSTEMU DYSTRYBUCJI 51

5.1. POWIĄZANIA DYSTRYBUCJI Z INNYMI INSTRUMENTAMI MARKETINGU – MIX 51

5.2. Projekt zmian w systemie dystrybucji w badanej firmie 59

5.3. własna koncepcja rozwoju prezentowanego przedsiębiorstwa 64

5.4. Analiza Uwarunkowań prawidłowego przebiegu procesu dystrybucji 73

6. Wnioski końcowe 79

Bibliografia 83

spis tabel 86

spis rysunków 87

## Streszczenie

W pracy dokonano analizy systemów dystrybucji jednej z firm branży budowlanej. Prezentowane przedsiębiorstwo prowadzi swoją działalność w zakresie sprzedaży systemów budowlanych od 1994 roku. Innowacyjny charakter systemów KNAUF wiąże się z tym, że trafiły one na nowy rynek polski i zaspakajają istniejące już potrzeby nabywców poprzez nowe rozwiązania techniczne i konstrukcyjne.

Przeprowadzone na przykładzie prezentowanej firmy badania wskazują, że zorganizowana na rynku polskim dystrybucja systemów budowlanych KNAUF w ostatnich latach była prawidłowa. Świadczy o tym niemal dwukrotny wzrost wielkości sprzedaży płyt KNAUF w 2003 roku w porównaniu z rokiem 2002 oraz zwiększenie zysków z działalności, przy nieznacznym wzroście kosztów fizycznej dystrybucji.

Zakres czasowy niniejszej pracy lata 2001-2003 są okresem poszukiwania i kształtowania przez firmę odpowiednich rozwiązań dystrybucyjnych. Wydaje się, że przedsiębiorstwo w sposób trafny wykreowało kanały dystrybucji. Zapewniają one sprawny i nieprzerwany przepływ towarów i informacji, przyczyniając się tym samym do osiągnięcia pozytywnych efektów ekonomicznych.

W niniejszej pracy obok systemu dystrybucji przedstawiono politykę asortymentową i politykę cenową. Badane przedsiębiorstwo, jako przedstawicielstwo handlowe, nie mając dużych możliwości w zakresie kształtowania cen, poszukuje sposobów zachęcania klientów do korzystania z jego oferty – w polityce rabatowej. Stanowi ona razem z reklamą prasową i sprzedażą osobistą element służący wspomaganie sprzedaży.

Przedstawione poniżej rezultaty badań, wskazują, że sformułowana przez przedsiębiorstwo strategia dystrybucji systemów KNAUF skutecznie realizuje postawione jej zadania, a

zaangażowanie firmy w dostosowanie się do zmieniających warunków otoczenia, jest wyrazem jej elastyczności i świadomości jej funkcjonowania.

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis