

Analiza systemu dystrybucji

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

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