

Wykład

- **Logistyka procesów dystrybucji.**
- **Podstawowe zadania, funkcje dystrybucji.**
- **Dystrybucja jako instrument marketingu.**
- **Integracja powiązań logistycznych między dostawcami, a klientami.**
- **Klasyfikacja kanałów dystrybucji.**
- **Metody konfigurowania sieci logistycznej.**
- **Handel hurtowy i detaliczny.**
- **Wyzwania współczesnego logistyka.**

Logistyka procesów dystrybucji to dziedzina zarządzania, która zajmuje się planowaniem, organizacją i realizacją działań związanych z przemieszczaniem produktów i towarów od producenta do ostatecznego odbiorcy.

Proces dystrybucji zaczyna się od przygotowania produktów do wysyłki, a kończy na dostarczeniu ich do klienta.

W tym procesie ważne są wszystkie czynniki wpływające na jakość i skuteczność dostawy towaru, w tym:

1. **Planowanie zapasów i magazynowanie** - umożliwia utrzymanie odpowiedniej ilości towarów w magazynie, co pozwala na szybsze realizowanie zamówień i minimalizowanie kosztów.
2. **Zarządzanie transportem** - wybór odpowiedniego środka transportu, monitorowanie przesyłek, organizacja tras, koordynacja transportu.
3. **Wybór kanału dystrybucji** - zdefiniowanie, jakie kanały dystrybucji (np. sklepy internetowe, hurtownie, sklepy stacjonarne) będą wykorzystywane, a także jakie będą koszty i korzyści związane z wyborem każdego z kanałów.
4. **Zarządzanie zamówieniami** - proces przyjmowania i przetwarzania zamówień, koordynowanie dostaw, weryfikacja i przekazywanie informacji o zamówieniach.
5. **Zarządzanie zwrotami i reklamacjami** - proces przyjmowania i rozpatrywania reklamacji, koordynowanie zwrotów, napraw i wymian produktów.

Celem logistyki procesów dystrybucji jest zapewnienie, aby produkty były dostarczane w czasie, w oczekiwanym stanie i zminimalizowaniem kosztów.

Skuteczne zarządzanie procesem dystrybucji jest kluczowe dla sukcesu przedsiębiorstwa, ponieważ zapewnia zadowolenie klientów i zwiększenie sprzedaży.

Podstawowe zadania dystrybucji:

- Utrzymanie odpowiedniego poziomu zapasów towarów
- Wybór i zarządzanie kanałami dystrybucji
- Zarządzanie transportem i magazynowaniem
- Koordynowanie zamówień i realizacja dostaw
- Zarządzanie zwrotami i reklamacjami

Funkcje dystrybucji:

- Przemieszczanie towarów od producenta do klienta
- Utrzymywanie odpowiedniego poziomu zapasów towarów
- Realizacja zamówień i dostaw
- Zarządzanie magazynowaniem i transportem
- Zarządzanie informacjami dotyczącymi zamówień i dostaw

Dystrybucja jako instrument marketingu:

Dystrybucja jest kluczowym elementem marketingu, ponieważ decyduje o dostępności produktu na rynku.

Właściwie zaplanowane i zorganizowane **kanały dystrybucji** pozwalają na dotarcie z produktem do szerokiego grona klientów, co zwiększa sprzedaż i poprawia postrzeganie marki.

Integracja powiązań logistycznych między dostawcami, a klientami:

Integracja powiązań logistycznych między dostawcami a klientami polega na łączeniu działań wszystkich partnerów logistycznych w celu zapewnienia efektywności i efektywności w całym łańcuchu dostaw.

Współpraca między dostawcami, producentami, dystrybutorami i klientami pozwala na zminimalizowanie kosztów, zwiększenie szybkości dostaw i poprawę jakości obsługi klienta.

Klasyfikacja kanałów dystrybucji:

- **Kanały bezpośrednie** (bezpośrednia sprzedaż od producenta do klienta)
- **Kanały pośrednie** (dystrybutorzy, hurtownie, pośrednicy)
- **Kanały internetowe** (sklepy internetowe, platformy e-commerce)

Metody konfigurowania sieci logistycznej:

- **Strategia scentralizowana** (jeden magazyn centralny)
- **Strategia rozproszona** (wiele magazynów regionalnych)
- **Strategia hybrydowa** (połączenie strategii scentralizowanej i rozproszonej)

Handel hurtowy i detaliczny:

- **Handel hurtowy** - sprzedaż hurtowa towarów do firm
- **Handel detaliczny** - sprzedaż detaliczna towarów do klientów indywidualnych

Wyzwania współczesnego logistyka:

Globalizacja łańcucha dostaw - rosnące znaczenie międzynarodowych przepływów towarów wymaga od logistyki coraz bardziej złożonych rozwiązań. Wymaga to stosowania zaawansowanych technologii, doskonalenia procesów oraz wdrożenia odpowiednich strategii.

Zwiększenie znaczenia kanałów dystrybucji internetowych - rosnąca popularność e-commerce sprawia, że dystrybucja internetowa staje się coraz bardziej istotna. Wymaga to od logistyki ciągłego doskonalenia systemów transportowych oraz zarządzania magazynami.

Wzrost kosztów logistycznych - rosnące koszty paliw, energii i surowców powodują, że logistyka staje się coraz droższa. Wymaga to od logistyki poszukiwania oszczędności, np. poprzez wykorzystanie bardziej ekologicznych rozwiązań czy usprawnienie procesów.

Wzrost wymagań klientów w zakresie jakości i szybkości dostaw - rosnące oczekiwania klientów w zakresie jakości i szybkości dostaw wymagają od logistyki ciągłego doskonalenia procesów oraz wprowadzenia nowych technologii, które pozwolą na szybsze i bardziej efektywne dostarczanie towarów.

Ochrona środowiska naturalnego i zrównoważony rozwój - logistyka musi działać zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, co oznacza wykorzystanie bardziej ekologicznych rozwiązań, minimalizowanie emisji szkodliwych substancji oraz ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne.