

Садржај:

Увод	3
1. Циљеви логистике	4
2. Задаци логистике дистрибуције	4
3. Физичка дистрибуција	6
3.1. Системски приступ	7
3.2. Кориснички сервис	8
3.3. Превоз	8
3.4. Складиштење	11
3.5. Контрола залиха	12
3.6. Заштита и паковање	12
4. Судионици продаје и дистрибуције	13
5. Избор канала продаје и дистрибуције	13
6. Креирање канала продаје и дистрибуције	13
7. Канали дистрибуције	14
7.1. Вишеструки канали дистрибуције	15
7.2. Предност посредника	15
Закључак	17
Литература	18

Увод

Логистика дистрибуције је део микрологистике која се бави свим радњама у процесу кретања и чувања робе од произвођача до потрошача. Дистрибуциом се обухватају све радње да се роба достави купцу у одговарајућој квалитети, на право мјесто, у договорен рок испоруке и што економичније.

"Логистика је процес којим се људски напори и одговарајући извори усмјеравају ка циљу стратегије". Логистика прекрива низ пословних активности усмјерених на одвијање процеса физичких токова сировина и репроматријала од изворишта до мјеста прераде готових производа, као и токове готових производа до крајњих потрошача.

У питању су пре свега активности транспорт, складиштења, држања залиха, манипулације са робом, паковања итд. Ове активности су неизбјежан предуслов одвајања дистрибутивних и производних процеса репродукције производа у робној привреди. У савременим условима, које карактеришу процеси глобализације свјетске привреде, брзог развоја и примјене нових технологија и информатике, обим логистичких активности, које подржавају дистрибуцију огромног асортимана и количине производа на све веће удаљености континуелно и динамично се повећава.

Физичка дистрибуција је ужи термин од маркетинг логистике. Она се односи на дио логистичког система који је повезан са кретањем и складиштењем финалних производа од произвођача (продавца) до потрошача (купца).

Маркетинг логистика захтјева системе интегрисане логистике и обухвата управљање матријалима, системе тока матријала и физичку дистрибуцију подстакнуту информационом технологијом.

Маркетинг логистика обухвата неколико активности:

Прва је предвођање продаје на основу кога организација припрема дистрибуцију, производњу и ниво залиха. Сировине се претварају у готове производе, а они силазе са покретних трака и пролазе кроз процес паковања, складиштења у фабрикама, унутрашњи и спољашњи транспорт, складиштење на терену, испоруку и услуживање потрошача.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com