

LOGISTIKA DISTRIBUCIJE I TRGOVINE

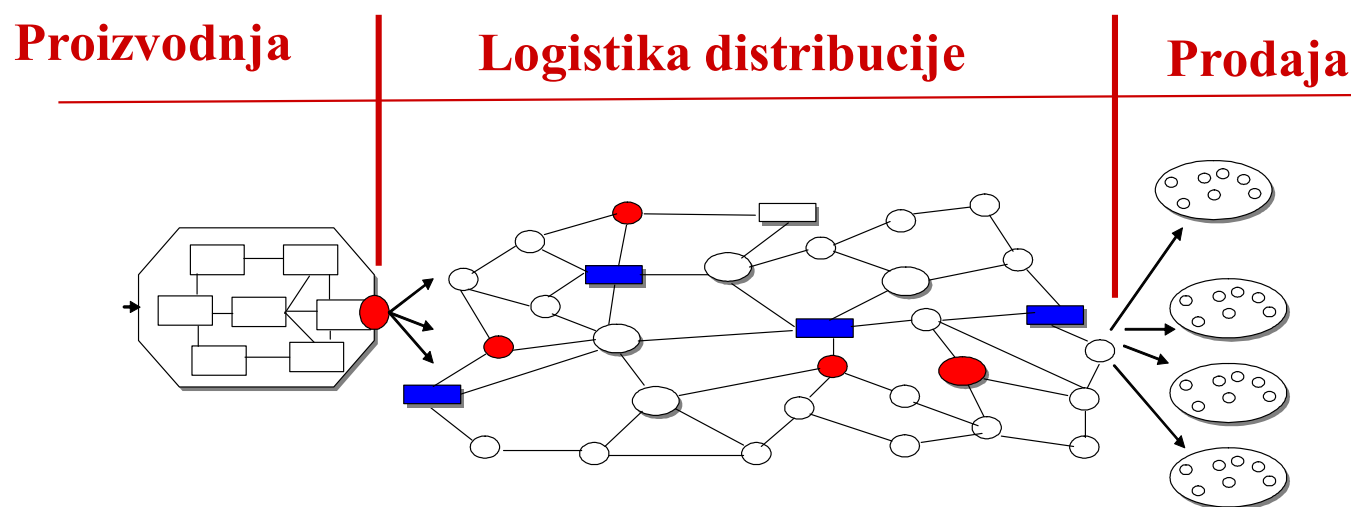
Pitanja:

- 1. Mesto i uloga logistike distribucije i trgovine u logističkom lancu**
- 2. Osnovni zadaci logistike distribucije**
- 3. Struktura sistema distribucije robe**
- 4. Kanali i lanci distribucije robe**
- 5. Osnova razlika između robnih tokova na području trgovine na veliko i trgovine na malo**
- 6. Elektronska trgovina – osnovni principi razvoja**

**1. Mesto i uloga logistike distribucije (trgovine)
u logističkom lancu ?**

Mesto i uloga logistike distribucije u logističkom lancu

Logistika trgovine nalazi se između proizvodnje i potrošnje proizvoda.



Osnovna uloga logistike distribucije i prodaje proizvoda je povezivanje proizvodnje sa potrošnjom finalnih proizvoda.

2. Osnovni zadaci logistike distribucije ?

Logistika distribucije i plasmana proizvoda ima zadatak da **maksimalno uskladi ponudu i potražnju proizvoda i usluga** na tržištu (između proizvodnje, trgovine i krajnjeg potrošača).

Logistika distribucije zasnovana je na dva osnovna cilja: **maksimalan kvalitet logističke usluge i minimalni troškovi** distribucije. U jednom tržišno orijentisanom sistemu ovo mogu biti dva **konfliktna cilja**. Povećanjem kvaliteta isporuke povećavaju se troškovi i obrnuto, smanjenjem troškova može dovesti do smanjenja kvalitet.

Distribucija je kompleksan sistem koji mora da uskladi postavljene ciljeve i izjednači niz neravnomernosti **prostornog, vremenskog, količinskog i strukturnog** karaktera.

U zavisnosti od međusobnog odnosa proizvođača i distributera, odnosno klijenta (prodavca) mogu se izdvojiti tri karakteristična tipa distribucije:

- **Otvorena distribucija**
- **Ekskluzivna distribucija**
- **Selektivna distribucija**

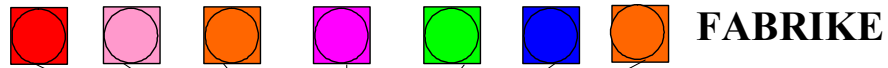
■ **Otvorena distribucija** podrazumeva da proizvođač prodaje svoje proizvode svim trgovinama koje ispunjavaju uslove prodaje. Isto tako trgovci nabavljaju različite marke jednog te istog proizvoda.

■ **Ekskluzivna distribucija** podrazumeva poseban ugovor zaključen između proizvodnje i trgovine, kojim proizvođač obezbeđuje prodavcu isključivo pravo distribucije proizvoda na jednoj određenoj geografskoj teritoriji. Isto tako, prodavac se obavezuje da će vršiti distribuciju samo ove marke proizvoda.

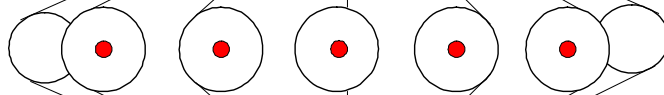
■ **Selektivna distribucija** podrazumeva da je broj distributera ograničen sa poštovanjem teritorijalne ekskluzivnosti, a u zavisnosti od zahteva i potreba tržišta, imidža i zahtevanog kvaliteta usluge isporuke.

3. Struktura sistema distribucije robe

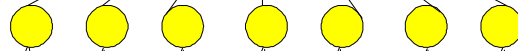
PROIZVODNJA



DISTRIBUTIVNI CENTRI



SKLADIŠTA ZA ISPORUKU



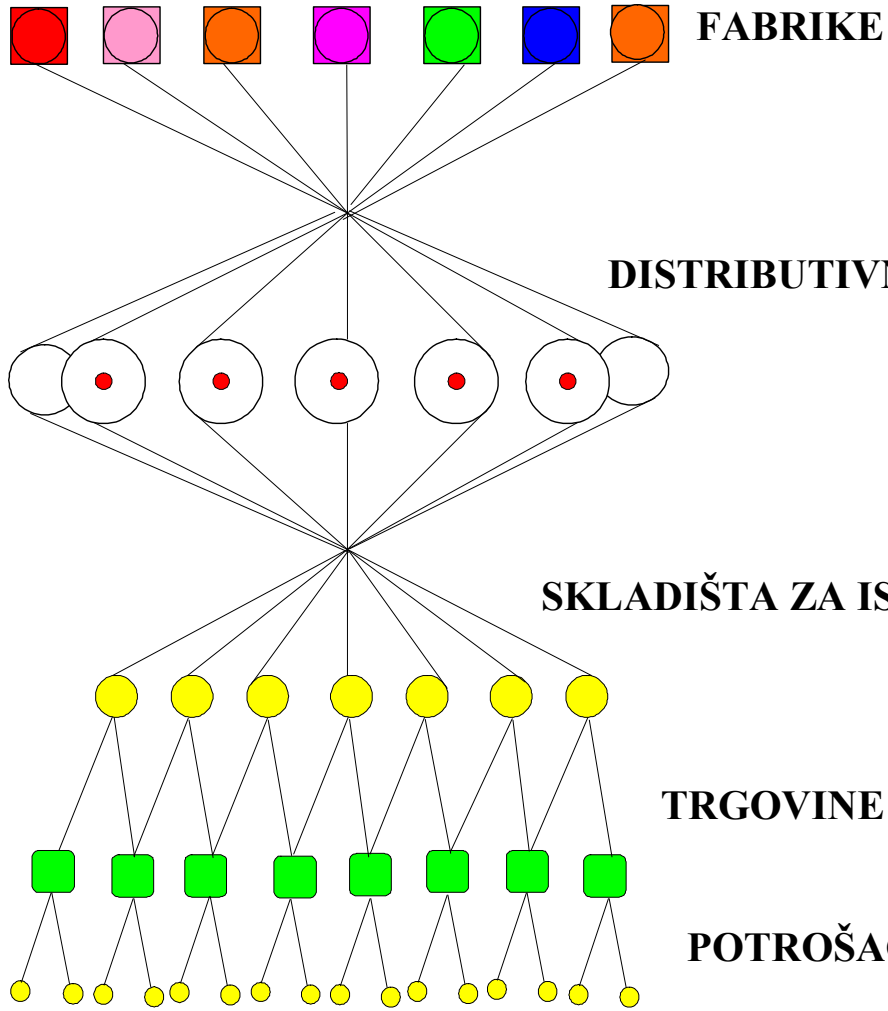
TRGOVINE



POTROŠAČI

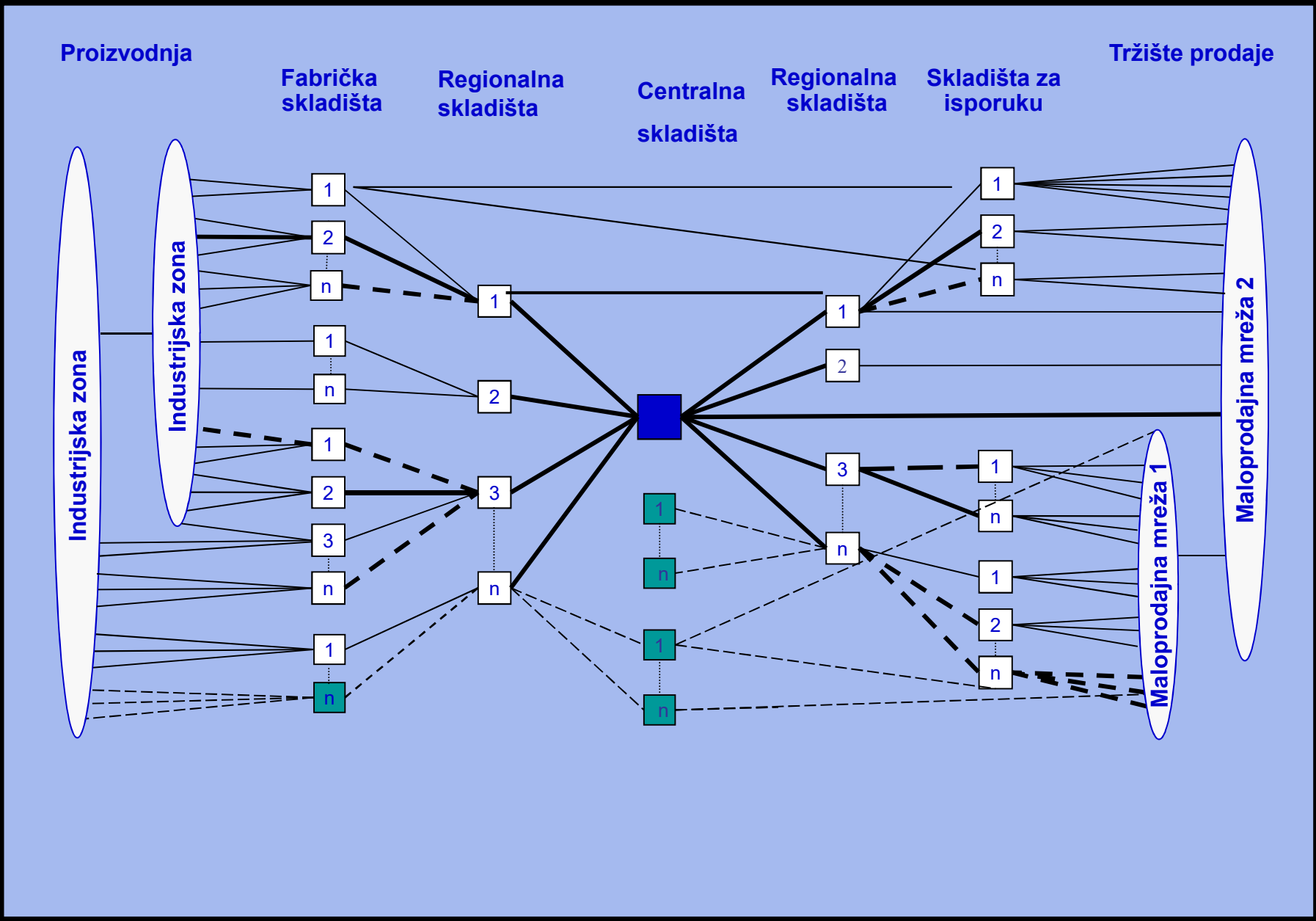


POTROŠNJA



Hijerarhijsku strukturu jednog sistema za distribuciju određuje **broj, lokacijski položaj, stepen centralizacije i tehnološko prostorna povezanost strukturnih elemenata** (distributivnih sredstava i skladišnih sistema) **preko koji se odvijaju tokovi fizičke distribucije robe.**

Strukturu distributivnog sistema moguće je raščlaniti u **vertikalnom i horizontalnom pravcu.**



Vertikalnim raščlanjivanjem dobija se broj hijerarhijskih nivoa distribucije (broj distributivnih centara, skladišta) i njihova tehnološka, organizaciona i informatička povezanost, dok raščlanjivanjem u **horizontalnom pravcu** utvrđuje se broj učesnika i njihova povezanost na jednom nivou distribucije (opsluživanje klijenata iz skladišta za isporuku, skladištenje proizvoda u fabričkim skladištima).

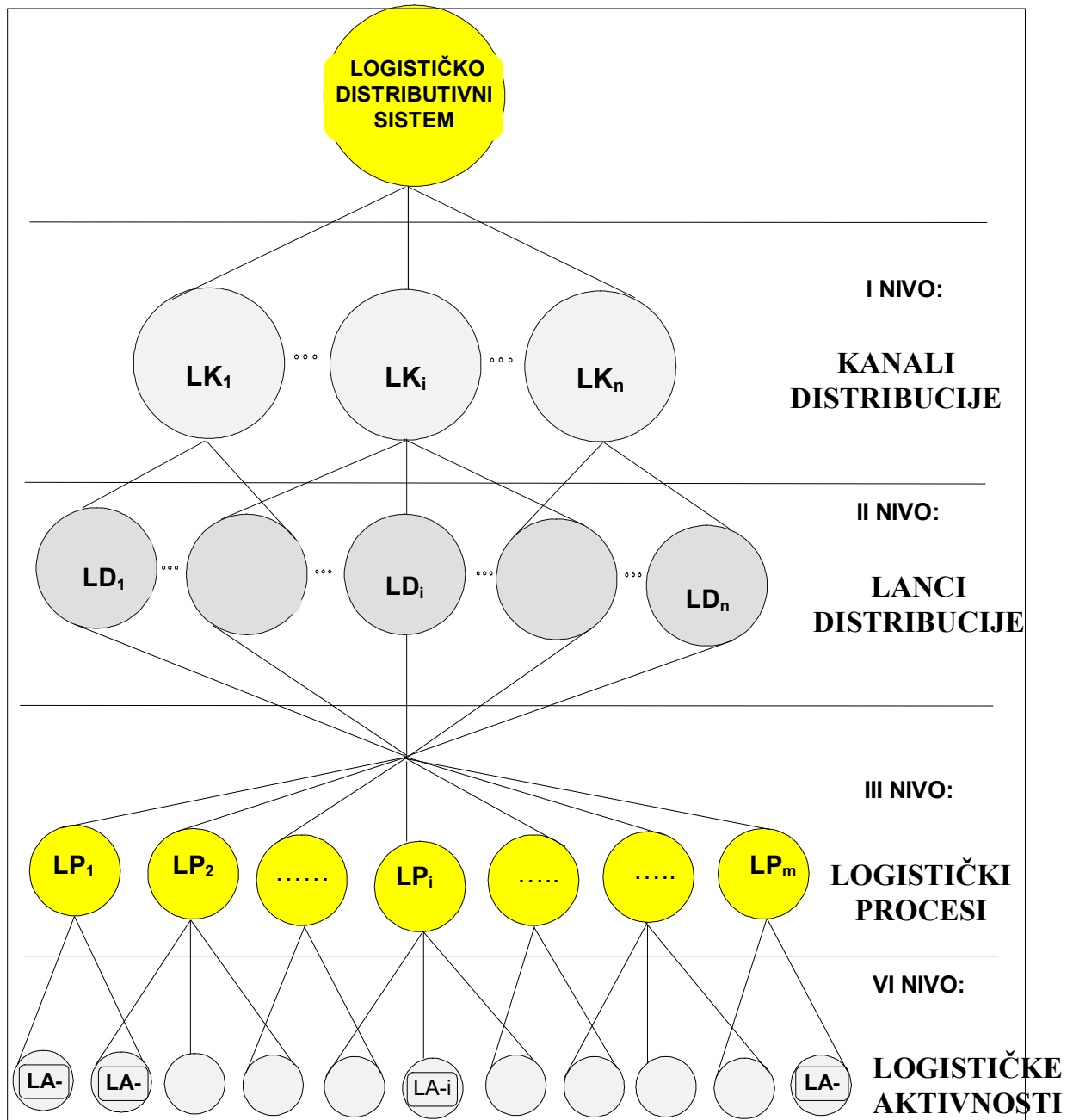
Horizontalna struktura sistema distribucije podrazumeva broj, povezanost i uređenost strukturnih elemenata na pojedinim nivoima distribucije. **Broj DC na najvišem hijerarhijskom nivou (fabrički DC)** često je identičan sa brojem mesta za proizvodnju, po principu da se svakoj fabrici pridružuje jedno skladište finalnih proizvoda.

Broj skladišta na najnižem hijerarhijskom nivou (skladišta za isporuku) zavisi od zahteva tržišta, konkurencije i uslova isporuke.

Izgradnjom **regionalnih i centralnih DC** u kojima se realizuju usklađivanje vremena, asortimana i količina moguće je smanjiti broj skladišta za isporuku.

Vertikalnu strukturu sistema distribucije karakteriše broj, prostorni razmeštaj, struktura i funkcije distributivnih centara (DC) preko kojih se odvijaju kanali distribucije.

Zavisno od hijerarhijskog položaja, prostornog razmeštaja, raspoloživog asortimana i veličine zaliha distributivni centri se mogu svrstati u: **fabričke, centralne, regionalne i prodajne centre.**



Prodaja, plasman i distribucija proizvoda realizuje se određenim kanalima i lancima distribucije.

Kanal distribucije je uređen skup entiteta čiji atributi mogu biti: prostornog, vremenskog, količinskog, kapacitativnog, troškovnog, kvalitativnog, tehnološkog, organizacionog i informatičkog karaktera.

Strukturni elementi distributivnog kanala su: proizvodna, trgovačka ili uslužna preduzeća, transportna, špediterska, skladišna, pretovarna preduzeća, distributivni centri, robni terminali, robno transportni centri, kao i transportno-saobraćajna infrastruktura, objekti i oprema.

Navedni elementi u različitim kombinacijama, hijerarhijskim odnosima, tehnološkim, organizacionim, ekonomskim, informatičkim i kooperativnim vezama čine distributivnu mrežu, preko koje se odvijaju konkretni **lanci distribucije**.

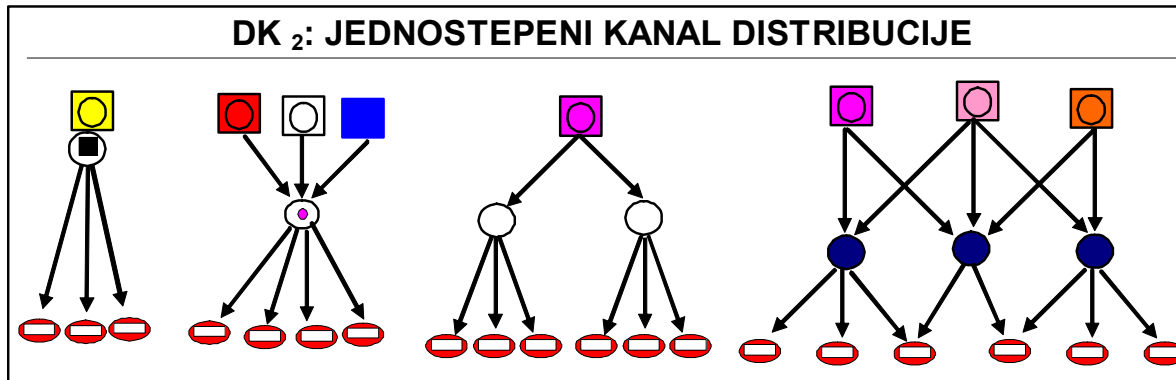
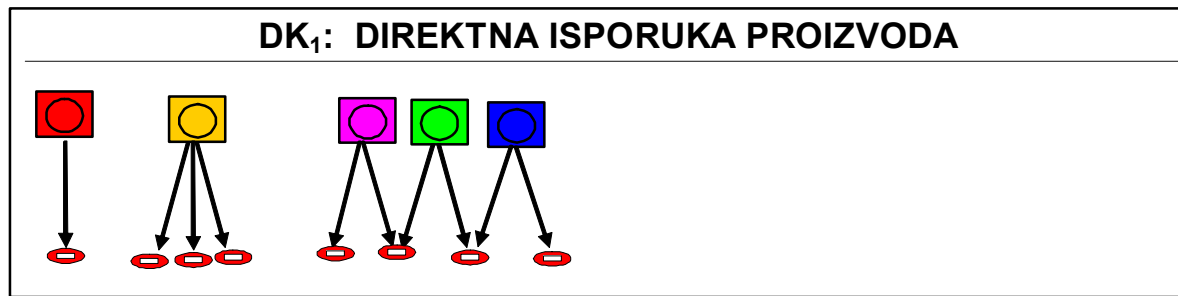
Distributivni lanac obuhvata niz logističkih procesa i aktivnosti:

poručivanja, pakovanja, formiranja tovarnih jedinica, utovara, prevoza, istovara, skladištenja, komisioniranja, kontrole i izrade prateće dokumentacije

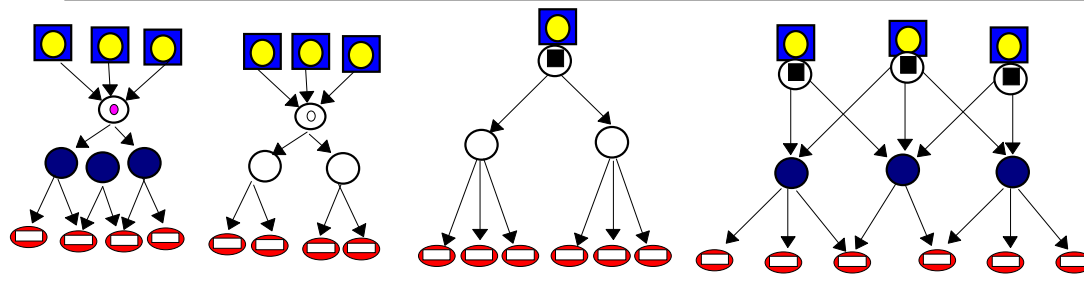
Broj i redosled logističkih aktivnosti u distributivnom lancu zavise od:

- vrsta, veličina i struktura logističkih aktivnosti,
- mesto početka i završetka aktivnosti,
- nosilac realizacije logističkih aktivnosti,
- nivo tehnologije,
- vremenska struktura,
- troškovna struktura,
- primena informatičkih tehnologija i dr.

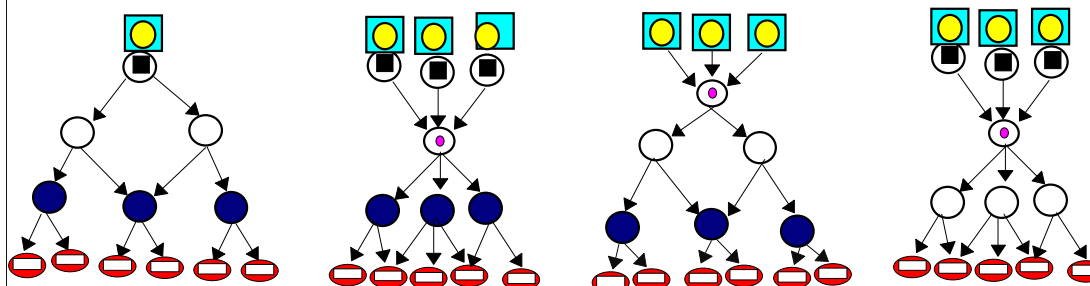
U praksi su prisutni različiti kanali i lanci distribucije. Sa aspekta hijerarhijske strukture i stepena distribucije distributivni kanali se mogu svrstati u pet kategorija:



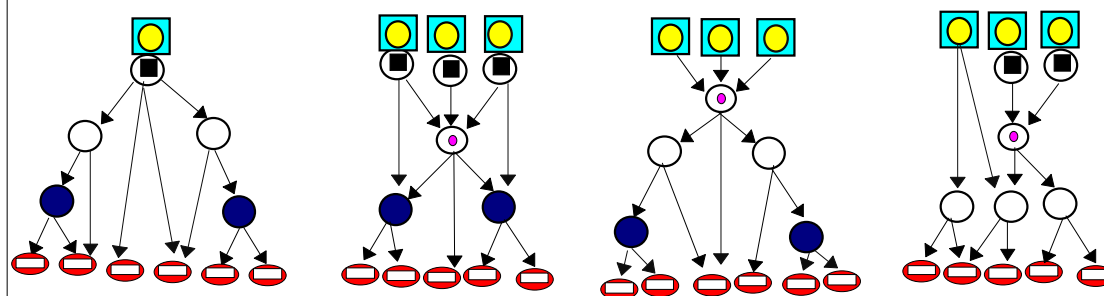
DK₃: DVOSTEPENI KANALI DISTRIBUCIJE



DK₄: TROSTEPENI KANAL DISTRIBUCIJE



DK₅: KOMBINOVANI KANALI DISTRIBUCIJE



- proizvoda~
- fabri~ki DC
- centralni DC
- prodajni DC
- regionalni DC
- klijent (korisnik)

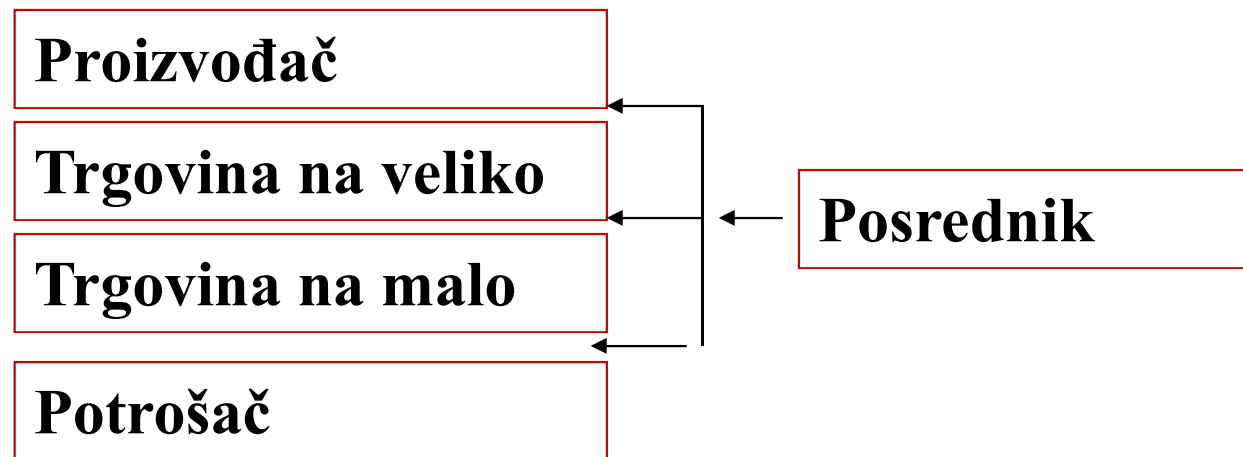
Zajednička karakteristika svih kanala distribucije, osim direktne isporuke, je da se distributivni lanci odvijaju preko više hijerarhijskih nivoa.

Kroz **direktne isporuke** izbegavaju se pojedini nivoi skladištenja proizvoda, što prouzrokuje značajne efekte i uštede u troškovima.

Kao kriterijum za direktno snabdevanje najčešće se uzima veličina jedne porudžbine (isporuke) proizvoda, čija vrednost zavisi od vrste proizvoda, zahteva tržišta, vremena i troškova.. U cilju smanjenja ukupnih troškova distribucije neki sistemi distribucije pribegavaju meri uvođenja minimalne veličine jedne porudžbine odnosno isporuke proizvoda, što se može vrlo negativno odraziti na konkurentski položaj preduzeća na tržištu.

S aspekta različitih stepena trgovine, kanali distribucije mogu imati sledeće oblike:

- proizvođač-potrošač,
- proizvođač-veleprodaja-potrošač,
- proizvođač-veleprodaja-maloprodaja-potrošač,
- proizvođač-posrednik-veleprodaja-maloprodaja-potrošač.



U odnosu na obuhvatnost strukture mogu se izdvojiti kanali sa **kompletnim asortimanom i kanali sa delimičnim asortimanom proizvoda.**

5. Razlika između robnih tokova u trgovini na veliko i trgovini na malo

Karakteristika isporuke	Trgovina na veliko	Trgovina na malo
Količina	Veća	Manja
Asortiman	Manji	Veći
Učestalost	Manja	Veća
Rastojanje	Veće	Manje
Log. jedinica	Veća	Manja

6. Elektronska trgovina

Osnovni principi razvoja elektronske trgovine :

- **funkcionalnost**
- **jednostavnost**
- **privlačan dizajn**
- **sistematizovan sadržaj**
- **korišćenje reklama**
- **multimedijani sadržaj**
- **katalog proizvoda**
- **baza podataka**
- **kolica ili korpa za kupovinu**
- **sistem naručivanja**
- **sistem plaćanja**