

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Distribucija u trgovinskim preduzećima". Rad ima 12 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

OTVORENI UNIVERZITET „APERION“ TRAVNIK
FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE U TRAVNIKU
DISTRIBUCIJA U TRGOVINSKIM PODUZEĆIMA
SEMINARSKI RAD
PREDMET: „MARKETING TRGOVINSKIH PODUZEĆA“
SEMESTAR: V
SMJER STUDIJA: PODUZETNIČKI MENADŽMENT
VITEZ, Decembar 2009.god.

SADRŽAJ

Strana

1. UVOD.....	3.
2.KANALI DISTRIBUCIJE.....	3.
2.1. Kanali distribucije veletrgovine.....	5.
2.2. Kanali distribucije maloprodaje.....	6.
3. RAZVOJ KANALA DISTRIBUCIJE.....	8.
4. FUNKCIJA I ORGANIZACIJA KANALA DISTRIBUCIJE.....	9.
4.1. Funkcije kanala distribucije.....	9.
4.2. Organizacija kanala distribucije.....	9.
4.3. Internet.....	10.
5. ZAKLJUČAK.....	11.
6. LITERATURA.....	12.
1. UVOD	

Pojam distribucije povezujemo sa funkcijom izbora kanala prodaje i dostave proizvoda od proizvođača do potrošača. Sa aspekta robnom prometa kao ukupne funkcije, distribucija predstavlja cjeloviti put i način prodaje kao i čuvanje i dostava robe od proizvođača do potrošača. Sa aspekta trgovinskog poduzeća put prodaje i distribucije se skraćuje i distribucija za trgovinska poduzeća predstavlja izbor kanala prodaje i dostave robe od trgovinskog poduzeća do kupca, tj. potrošača.

Dvije su osnovne funkcije distribucije:

-izbor anala prodaje i

-fizička distribucija.

Izbor kanala prodaj predstavlja odluku trgovinskog poduzeća koji i kakav način distribucije (kanal prodaje) će koristiti trgovinsko poduzeće pri prodaji robe kupcu. Sama osnovna djelatnost trgovinskog poduzeća (trgovina na veliko ili trgovina na malo) donekle opredjeljuju izbor kanala prodaje.

Fizička distribucija podrazumjeva na koji i kakav fizički način će se izvršiti dostava robe od trgovinskog poduzeća do kupca. fizička distribucija obuhvaća sve aktivnosti vezane za skladištenje robe, čuvanje, manipulaciju, pakiranje, sortiranje, prijevoz robe i kontrolu zaliha robe.

2.KANALI DISTRIBUCIJE

Potrošači su krajnji korisnici proizvoda, međutim ne moraju oni neposredno biti i kupci kojim proizvođači prodaju. Naime proizvođači se pri određivanju kanala distribucije mogu odlučiti na dvije opcije:

-izravni (neposredni) promet roba obavlja se pretežno na proizvodno-uslužnom tržištu gdje proizvođač svoje proizvode izravno prodaje drugom proizvođaču koji je ujedno kupac i potrošač. Taj promet se najviše obavlja u sferi prodaje sirovina, reprodukcijskih materijala, poluproizvoda, investicijske opreme i sl. U izravnom prometu nema posrednika između prodavca i kupca. Prednosti ovakvih kanala distribucije su neposredan kontakt s kupcima, kontrola nad proizvodima i veća prodajna cijena. S druge strane izravna prodaja zahtijeva veća ulaganja novca i rada, manje slobodnog vremena te poznavanja pravnih propisa.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com