Distribucija kao element marketing miksa predstavlja skup mera, aktivnosti i funkcija koje se moraju obaviti da bi proizvod (usluga) došao od početne sirovine (proizvodnje) do konzumne zrelosti (potrošnje). Distribucija kao upravljačka varijabla obuhvata odluke i aktivnosti koje određuju dostupnost proizvoda ciljnom tržištu. Kompanija mora da odluči da li će proizvod prodavati direktno krajnjim korisnicima (direktni kanal distribucije) ili preko posrednika (indirektni kanal distribucije). Ako se odluči da ne prodaje svoje proizvode direktno krajnjim korisnicima, kompanija mora da izabere posrednike – vrstu i broj posrednika (posrednici u distribuciji, marketinški posrednici).

Za kompaniju – proizvođača drugi važan aspekt distribucije jeste fizička distribucija ili marketing logistika koja obuhvata aktivnosti koje se odnose na fizičko kretanje proizvoda (prevoz proizvoda), rukovanje proizvodima, obradu narudžbina, skladištenje proizvoda i upravljanje zalihama – aktivnosti koje takođe utiču na korisnost proizvoda (vremenska korisnost i korisnost posredovanja)

KANALI DISTRIBUCIJE

Marketing posredstvom kombinacije elemenata igra ključnu ulogu u pokretanju novog posla, lansiranju novih proizvoda i modifikaciji već postojećih proizvoda, kao i pri ulasku na nova tržišta i uključivanju u nove kanale. Marketing aktivnosti su usmerene ka kreiranju, promovisanju i adekvatnoj isporuci robe i usluga potrošačima i/ili organizacijama. Moderan marketing koncept može se definisati kao ostvarivanje korporativnih ciljeva kroz zadovoljenje potreba i zahteva potrošača na bolji način od konkurencije5 . Kanal distribucije, marketinški kanal ili put prodaje proizvoda čini skup organizacija i pojedinaca koji usmeravaju tok proizvoda od proizvođača do krajnjeg potrošača6 . Kanali distribucije čine proizvode raspoloživim u pravo vreme, na pravo mesto i u pravim količinama. „Kanal distribucije podrazumeva skup institucija koje obavljaju sve one aktivnosti (funkcije) koje se koriste u kretanju proizvoda i njegovog vlasništva od proizvodnje do potrošnje

Pitanja za učenike:

1. Pojam distribucije robe?
2. Šta je fizička distribucija?
3. Šta su I koje vrste kanala distribucije postoje?