

Organizacja procesów dystrybucji w działalności przedsiębiorstw

Wprowadzenie

Dystrybucja jest jednym z najważniejszych ogniw w łańcuchu logistycznym, które ma za zadanie udostępnienie produktu w miejscu i czasie odpowiadającym potrzebom oraz oczekiwaniom nabywców. Istotny jest także jej wpływ na wielkość sprzedaży, poziom obsługi klienta oraz wyniki finansowe. Dystrybucja może być rozpatrywana w ujęciu całościowym obejmującym fizyczny przepływ produktów od źródeł ich pochodzenia aż do finalnych użytkowników i konsumentów oraz w ujęciu wąskim odnoszącym się do zbytu wyrobów gotowych u producenta wraz z fizycznym przepływem produktów do końcowych odbiorców. Podstawowym celem dystrybucji jest dostarczenie nabywcom produktów, posiadających właściwą jakość, w odpowiednim czasie i miejscu, przy dogodnych formach dokonywania zakupów i optymalnych kosztach.

W dystrybucji można wyróżnić dwa podstawowe obszary i jednocześnie problemy decyzyjne. Pierwszy dotyczy określenia i wyboru sposobu sprzedaży, czyli kanałów dystrybucji (jest to ujęcie marketingowe dystrybucji). Procesy dystrybucji w zarządzaniu przedsiębiorstwem mogą tworzyć własną sieć dystrybucyjną poprzez bezpośrednie kanały dystrybucji, w których nie przewiduje się aktywności pośredników lub pośrednie kanały dystrybucji z udziałem podmiotów gospodarczych zajmujących się działalnością handlową[1]. Drugi natomiast nazywany dystrybucją fizyczną dóbr (ujęcie logistyczne) wiąże się z wyborem sposobu przemieszczania produktów z miejsc ich wytworzenia do miejsc przeznaczenia[6]. Decyzje w sferze dystrybucji fizycznej dotyczą m.in.: wyboru środka transportu, rodzaju, liczby i lokalizacji magazynów, minimalnej wielkości dostawy oraz rodzaju opakowania[3]. Ujęcia te jednak wzajemnie się zająwiają i uzupełniają.

Logistyka w sferze dystrybucji oznacza zintegrowany proces planowania, organizowania i kontroli strumieni towarów i związanych z nimi informacji. Celem logistyki w sferze dystrybucji jest zapewnienie dostępności produktu dla klienta, zgodnie z jego oczekiwaniami przy uwzględnieniu jak najniższych kosztów.

Celem pracy jest przedstawienie wyników badań ankietowych dotyczących wybranych aspektów dystrybucji w działalności przedsiębiorstw.

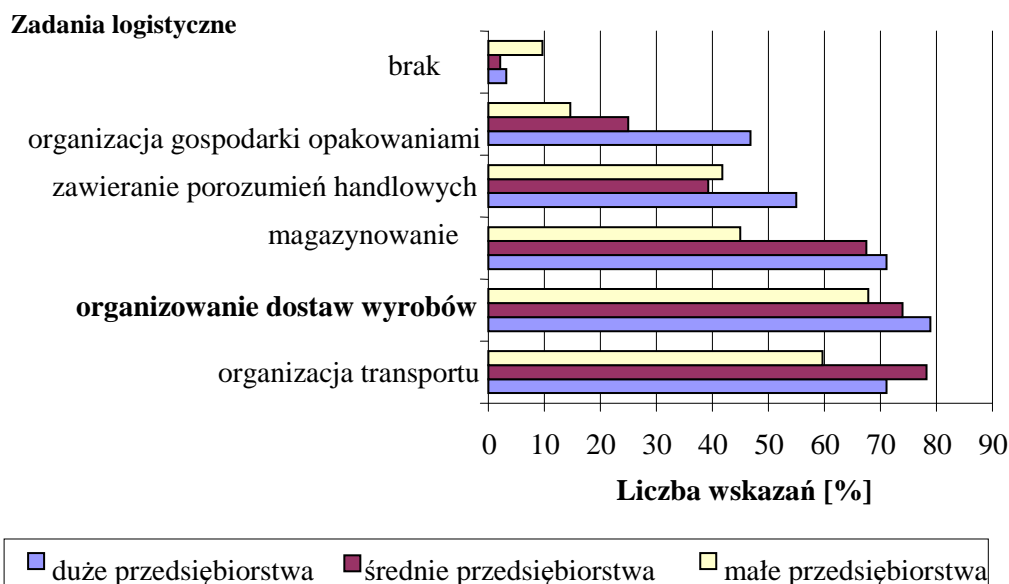
Badaniem objęto przedsiębiorstwa północnej części województwa śląskiego. Badania przeprowadzono w końcowych latach minionej dekady. Zastosowano losowy dobór firm. Przedsiębiorstwa podzielono na małe, średnie i duże (nie uwzględniono mikroprzedsiębiorstw), a kryterium podziału była liczba zatrudnionych. Liczba wypełnionych ankiet wynosiła 216 (duże przedsiębiorstwa – 62, średnie – 92, małe – 62). Ankieta zawierała pytania zamknięte z możliwością rozszerzenia lub uzupełnienia niektórych odpowiedzi. Wśród badanych przedsiębiorstw istotną rolę odgrywały przedsiębiorstwa branży metalowej, spożywczej, budowlanej i motoryzacyjnej. Szczegółową charakterystykę badanych przedsiębiorstw przedstawiono w pracach [4,5]. Źródłem odniesienia niektórych uzyskanych informacji były wybrane wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w ramach pracy [2]. Stwarza to możliwość porównania wyników badań dużych przedsiębiorstw otrzymanych ponad dziesięć lat wcześniej i określenia podejścia do zagadnień logistycznych w firmach obecnie.

Prezentacja wyników badań

Na podstawie przeprowadzonej ankiety można dostrzec, iż organizacja procesu dystrybucji obok procesów transportu i magazynowania stanowi podstawowe zadanie logistyczne. Rolę dystrybucji wśród zadań logistycznych realizowanych w badanych przedsiębiorstwach przedstawia rysunek 1.

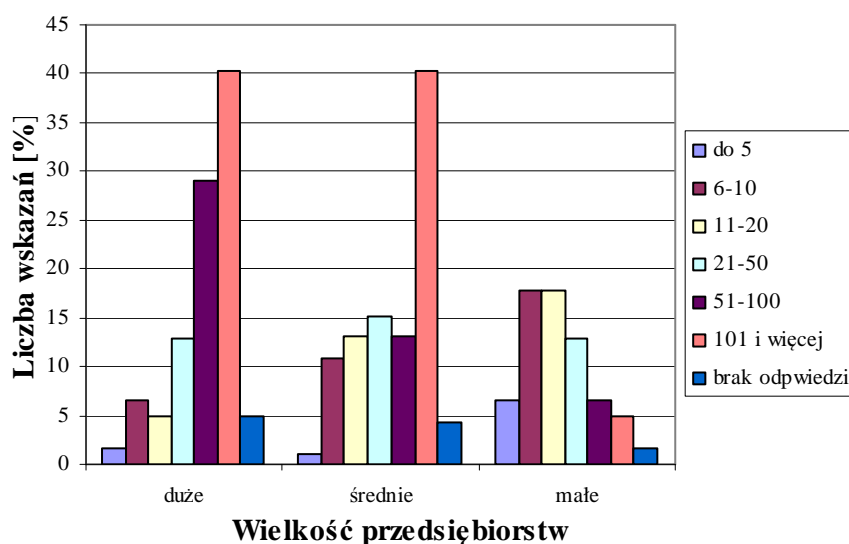
Organizacja fizycznego przepływu dóbr wskazywana jest najczęściej przez przedsiębiorstwa niezależnie od ich wielkości. Biorąc pod uwagę znaczenie procesów dystrybucji i obsługi klienta, w warunkach gospodarki rynkowej na kształtowanie wielkości sprzedaży, taka relacja jest całkowicie uzasadniona.

Prawie 80% dużych przedsiębiorstw, 76% średnich i około 70% małych firm wskazuje, że organizacja dostaw wyrobów do klientów to podstawowe zadanie w ramach realizowanych procesów logistycznych.



Rysunek 1. Miejsce i rola dystrybucji wśród zadań logistycznych realizowanych w przedsiębiorstwach
Źródło: Opracowanie własne.

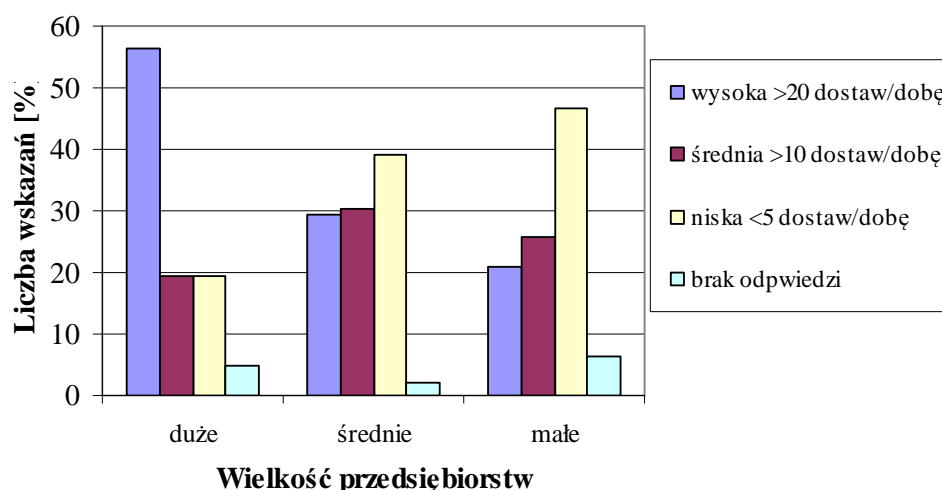
Szczególnie wysoki poziom wskazań świadczący o istotnej roli logistyki dystrybucji w dużych i średnich przedsiębiorstwach wynikający z konieczności obsługi często znacznej liczby odbiorców i dużej częstotliwości dostaw. W znacznej mierze potwierdzeniem tej tezy są wyniki ankiety dotyczące ilość odbiorców z jakimi współpracują przedsiębiorstwa (rysunek 2).



Rysunek 2. Liczba odbiorców z jakimi współpracują przedsiębiorstwa
Źródło: Opracowanie własne.

Wśród przedsiębiorstw dużych i średnich około 40% wśród ankietowanych firm obsługuje powyżej 100 klientów. Uwzględniając dodatkowo fakt, iż znaczna liczba przedsiębiorstw z badanej grupy to przedsiębiorstwa produkcyjne, realizacja procesów dystrybucji wymaga poszerzenia obszarów kluczowych kompetencji celem sprawnej i efektywnej obsługi klientów.

Istotnym zagadnieniem wpływającym z całą pewnością na złożoność i intensyfikację zadań w procesie dystrybucji jest częstotliwość dostaw dokonywanych przez przedsiębiorstwa. Wyniki wskazań dotyczące częstotliwości dostaw przedstawia rysunek 3.

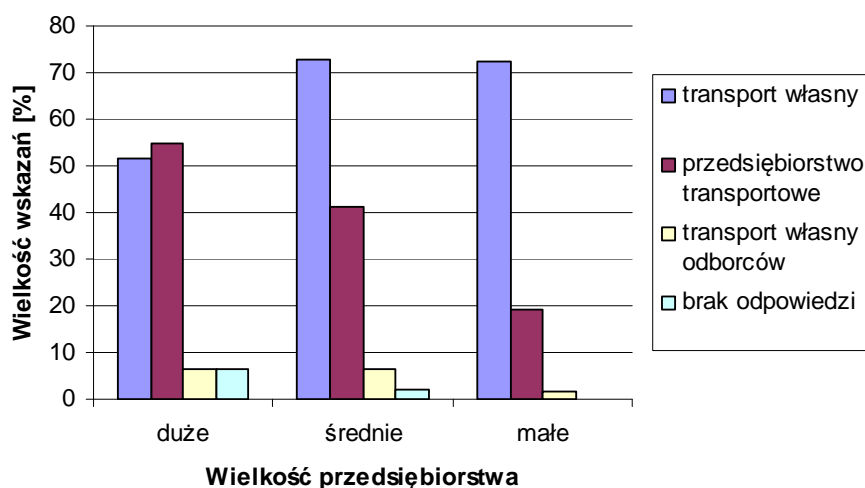


Rysunek 3. Liczba dostaw dokonywanych przez przedsiębiorstwa

Źródło: Opracowanie własne.

Wysoka liczba dostaw dokonywanych przez badane przedsiębiorstwa dotyczy głównie przedsiębiorstw dużych i w znacznej mierze wynika ze skali działalności oraz konieczności obsługi dużej zwykle liczby odbiorców.

Dostawy do klientów wymagają zaangażowania środków transportu i podjęcia decyzji typu „make or buy” dotyczące wyboru między transportem własnym i obcym wymagają często określenia potencjału przewozowego środków transportu i oceny efektywności ich wykorzystania. Wyniki wskazań dotyczące transportu dostaw do klientów przedstawia rysunek 4.

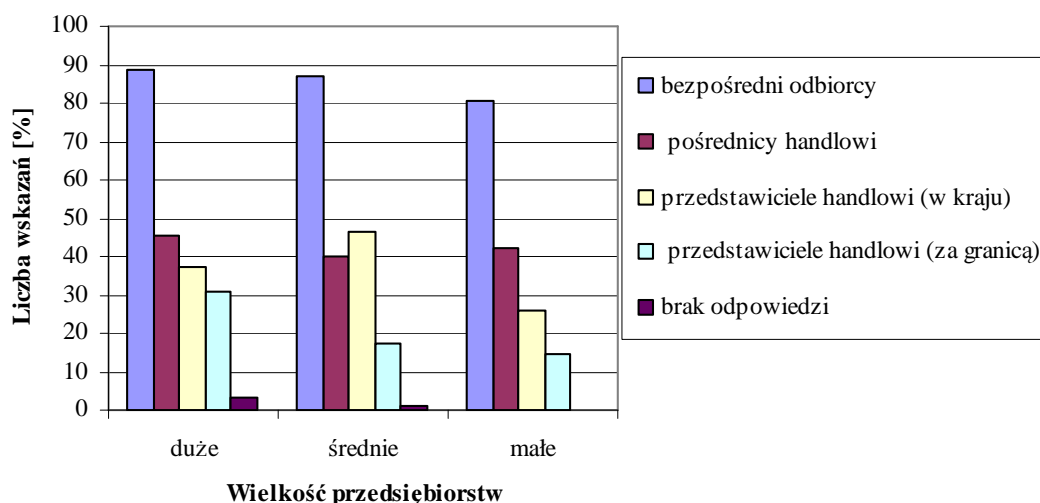


Rysunek 4. Transport do odbiorców

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie otrzymanych wskazań można zaobserwować znaczny udział transportu własnego w obsłudze klientów, szczególnie w przypadku średnich i małych firm. Pozytywnym aspektem takiej relacji jest możliwość wykorzystania integracyjnej funkcji transportu pozwalającej na bezpośredni kontakt z klientem.

Analogiczną rolę w tym zakresie odgrywać mogą rodzaje kanałów dystrybucji. Wykorzystywane przez przedsiębiorstwa kanały dystrybucji przedstawia rysunek 5.

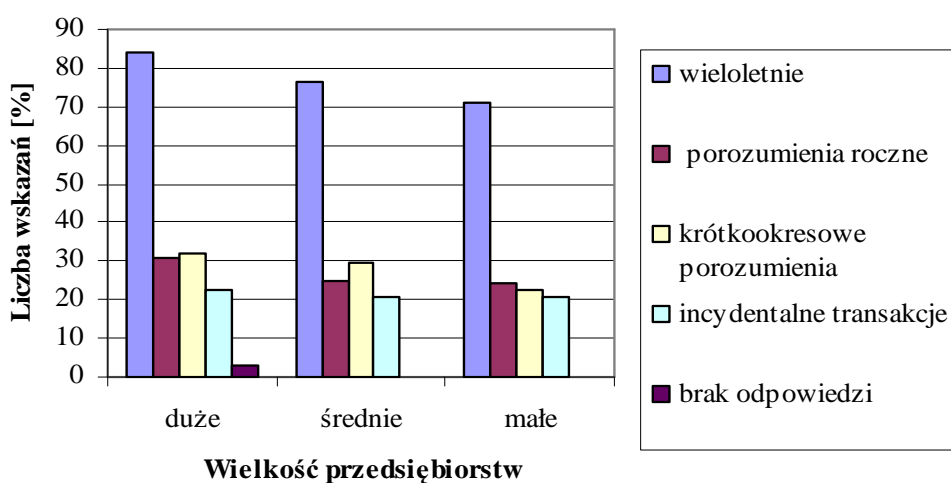


Rysunek 5. Wykorzystywane sposoby (kanały) dystrybucji

Źródło: Opracowanie własne.

Istotną rolę niezależnie od wielkości przedsiębiorstw odgrywają bezpośrednie kanały dystrybucji. Jest to pozytywne zjawisko głównie z uwagi na bezpośredni kontakt z klientem. Przedsiębiorstwa korzystają z pośrednich kanałów dystrybucji jednak w mniejszym zakresie.

Bezpośrednie kanały dystrybucji pozwalają na kształtowanie odpowiednich relacji z klientami w dłuższych horyzontach czasowych. Wyniki dotyczące relacji z odbiorcami przedstawia rysunek 6.



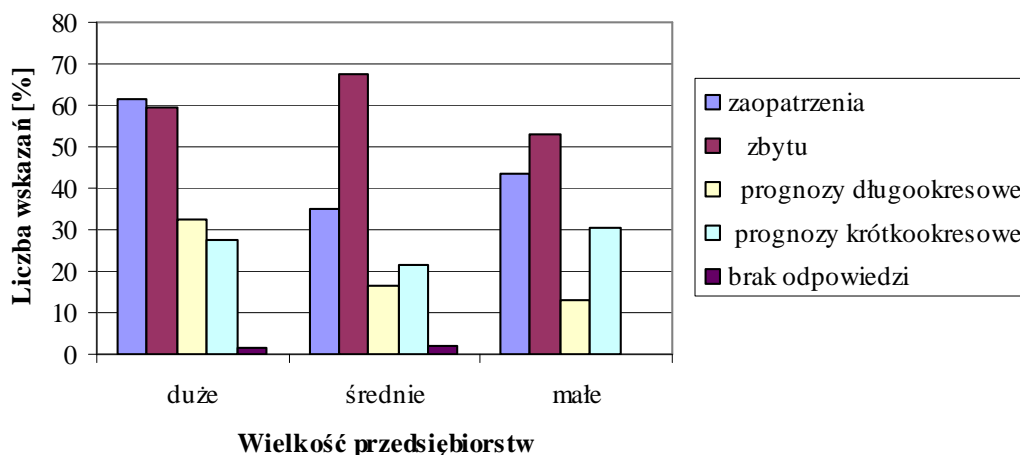
Rysunek 6. Relacje z odbiorcami

Źródło: Opracowanie własne.

Zdecydowana większość przedsiębiorstw wskazuje na wieloletnią współpracę z klientami, która stanowi istotny filar działalności i konkurencyjności przedsiębiorstw na rynku. Pozostałe rodzaje relacji kształtują się w przedsiębiorstwach podobnie niezależnie od ich wielkości.

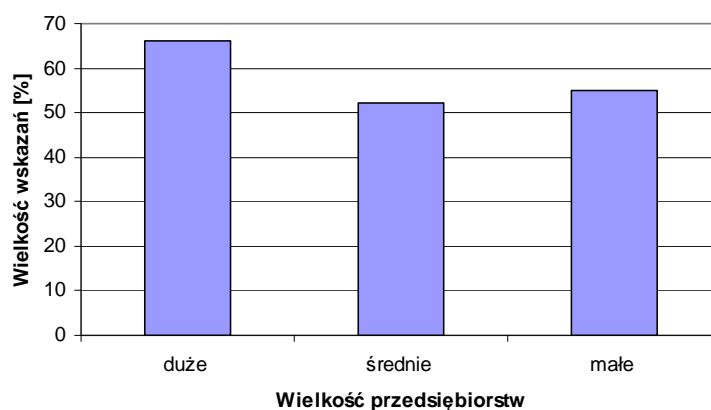
Niezależnie od utrzymywania stałych, wieloletnich relacji z odbiorcami przedsiębiorstwa deklarują prowadzenie badań rynku zbytu (rysunek 7).

Badanie rynku zbytu niezależnie od wielkości badanych przedsiębiorstw wymieniane są jako istotne w działalności dystrybucyjnej. Podobna relacja ma miejsce w przypadku planowania kosztów dostaw i dystrybucji, które wskazywane są najczęściej wśród działań logistycznych podejmowanych w przedsiębiorstwach niezależnie od ich wielkości. Wyniki wskazań dotyczących planowania kosztów dostaw i dystrybucji przedstawia rysunek 8.



Rysunek 7. Badania rynku

Źródło: Opracowanie własne.

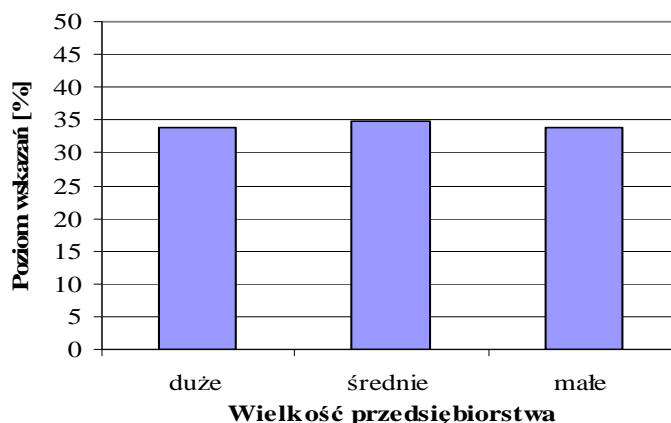


Rysunek 8. Planowanie kosztów dostaw i dystrybucji

Źródło: Opracowanie własne.

Ponad połowa przedsiębiorstw małych i średnich wskazuje na dostrzeganie roli planowania kosztów w obszarze logistyki dystrybucji. W przypadku dużych przedsiębiorstw wskazania te są jeszcze wyższe.

W obszarze logistyki wśród badanych przedsiębiorstw wymieniano trudności w obszarze logistyki. Jednym z najczęściej wskazywanych był problem dotyczący elastyczności dostaw (rysunek 9).

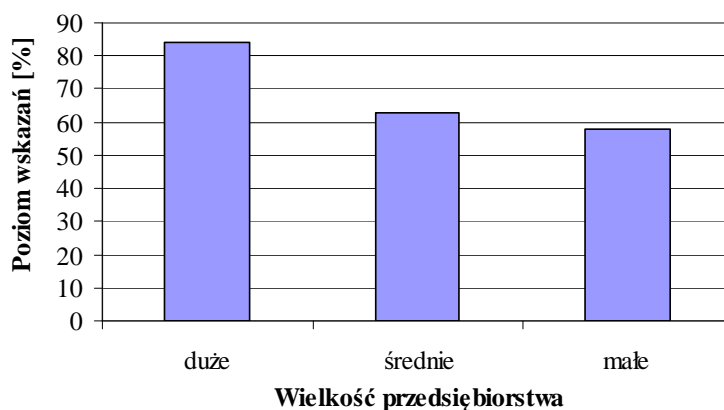


Rysunek 9. Trudności w zapewnieniu elastyczności dostaw

Źródło: Opracowanie własne.

Trudności dotyczące możliwości zapewnienia elastyczności dostaw należały do jednych z najczęściej występujących niezależnie od wielkości przedsiębiorstw. Jednocześnie jednak należy podkreślić, iż znaczna część przedsiębiorstw dostrzega perspektywy zwiększenia elastyczności dostaw dzięki wdrażaniu rozwiązań logistycznych w przedsiębiorstwach (rysunek 9).

Przedsiębiorstwa dostrzegają potrzebę, ale także perspektywy poprawy poziomu obsługi klienta poprzez zwiększenie elastyczności dostaw.



Rysunek 9. Perspektywy zwiększenia elastyczności dostaw

Źródło: Opracowanie własne.

Podsumowanie

Funkcjonowanie w gospodarce światowej i konkurencja rynkowa zmusza przedsiębiorstwa do ciągłego dostosowywania się do wymagań nabywców. Istotne znaczenie w tym zakresie może mieć logistyka dystrybucji. Mimo, iż dystrybucja i obsługa klienta jest przedmiotem zainteresowania wielu obszarów funkcjonalnych firmy, to jednak wśród działań przedsiębiorstw warunkujących zapewnienie odpowiedniego poziomu obsługi klienta szczególną rolę odgrywają działania logistyczne.

Na podstawie otrzymanych wyników badań ankietowych można wskazać na istotne znaczenie dystrybucji wśród zadań logistycznych, ponieważ prawie 80% dużych przedsiębiorstw, 76% średnich i około 70% małych firm wskazuje, że organizacja dostaw wyrobów do klientów to podstawowe zadanie w ramach realizowanych procesów logistycznych. W pewnej mierze wynika to z konieczności obsługi znacznej liczby klientów. Wśród przedsiębiorstw dużych i średnich około 40% wśród ankietowanych firm obsługuje powyżej 100 klientów.

Na podstawie otrzymanych wskazań można zaobserwować znaczny udział transportu własnego w obsłudze klientów, szczególnie w przypadku średnich i małych firm (ponad 70%). Istotną rolę niezależnie od wielkości przedsiębiorstw odgrywają także bezpośrednie kanały dystrybucji (80-90%).

Zdecydowana większość przedsiębiorstw wskazuje na wieloletnią współpracę z klientami (70-85%). Jednocześnie badanie rynku zbytu w przypadku ponad połowy przedsiębiorstw wymieniane jest jako istotny element w działalności dystrybucyjnej.

Na istotną rolę planowania kosztów w obszarze logistyki dystrybucji wskazuje ponad połowa przedsiębiorstw małych i średnich, a w przypadku dużych przedsiębiorstw wskazania te są jeszcze wyższe.

Na problemy w zakresie możliwości zapewnienia elastyczności dostaw wskazywało około 35% przedsiębiorstw niezależnie od wielkości. Jednocześnie ponad 80% dużych przedsiębiorstw i około 60% pozostałych dostrzega możliwości zwiększenia elastyczności dostaw dzięki wdrażaniu rozwiązań logistycznych.

Istotnym wydaje się w tym przypadku podkreślenie faktu, iż ciągłe doskonalenie w zakresie logistyki dystrybucji przyczynia się do poprawy wizerunku firmy oraz wzrostu lojalności klientów zadowolonych z oferowanego poziomu obsługi klienta.

Streszczenie

W pracy na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych przedstawiono wybrane zagadnienia dotyczące organizacji dystrybucji w przedsiębiorstwach. Wyniki badań dotyczą: miejsca dystrybucji wśród zadań logistycznych, liczby odbiorców z jaką współpracują firmy, transportu wykorzystywanego w realizacji dostaw, wykorzystywanych kanałów dystrybucji, relacji z odbiorcami, prowadzonych badań rynku zbytu, planowania kosztów dostaw i dystrybucji, występowania trudności w zapewnieniu elastyczności dostaw oraz perspektyw zwiększenia elastyczności dostaw.

Organization of distribution processes in business operations**Abstract**

The paper presents selected issues concerning the organization of the distribution companies, on the basis of the questionnaire. The results concern: the place of distribution among logistics tasks, the number of customers the companies cooperate with, the transport used in the delivery of supplies, the distribution channels, customer relationships, a market research, planning of the delivery and distribution costs, the occurrence of difficulties in ensuring the flexibility of supply and prospects to increase the flexibility of supply.

Literatura

- [1]. Altkorn J. (red.), *Podstawy marketingu*. Wydawnictwo oo. Franciszkanów, Kraków 2000.
- [2]. Figura J., Kos B., *Metodologia modelowania łańcuchów logistycznych w aspekcie funkcjonalnych i organizacyjnych uwarunkowań systemów mikrologistycznych*, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1997.
- [3]. *Kompendium wiedzy o logistyce*, pod red. E. Gołembskiej, PWN, Warszawa 2007.
- [4]. Staniewska E., *Organizacja logistyki w przedsiębiorstwach*, Logistyka 4/2010, Logistyka-nauka.
- [5]. Staniewska E., *Logistyki w działalności przedsiębiorstw*, Logistyka 2/2011, Logistyka-nauka.
- [6]. Szymonik A., *Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw cz.1*, Difin, Warszawa 2010.

