



Distributie

In de lesbrief marketing is de 'P' van plaats in de marketingmix besproken. Het ging hier met name om de **distributiekanaalen**. Een distributiekanaal is de wijze waarop leveranciers hun goederen en diensten kunnen leveren.

Distributie maakt onderdeel uit van de logistiek. Deze lesbrief gaat over distributie en alle begrippen die hiermee samenhangen.

Bedrijfskolom en bedrijfstak

De consument koopt een product niet bij de producent, maar vaak gewoon in de supermarkt. De weg die het product aflegt van grondstoffen naar eindproduct staat beschreven in een **bedrijfskolom**. Zo'n kolom bevat de stappen die een product doorloopt, van oerproducent (in dit voorbeeld de graanboer) tot en met de winkel waar jij je producten koopt. In dit logistieke proces heeft ieder bedrijf zijn eigen taak. Grofweg is er verschil aan te brengen tussen bedrijven die het product bewerken, dit zijn de **producenten**



en de handelsondernemingen. Producenten bewerken de grondstof (in dit voorbeeld graan) tot halffabrikaat (meel) en van halffabrikaat tot eindproduct (brood). Handelsondernemingen veranderen niets aan het product, maar zorgen er wel voor dat het logistieke proces efficiënter verloopt. Binnen de handelsondernemingen kun je onderscheid maken tussen twee categorieën: de **groothandel**, of grossier, verzamelt producten van verschillende producenten of leveranciers, en verkoopt deze producten weer door aan de **kleinhandel**. Deze laatste categorie wordt ook wel de detailhandel (alleen goederen) of retail (goederen en diensten) genoemd. De kleinhandel levert alleen aan eindconsumenten. Bedrijven die dezelfde taak hebben binnen een bedrijfskolom noem je een **bedrijfstak**. Zo vormen alle bakkersbedrijven één bedrijfstak.

De consument maakt geen deel uit van de bedrijfskolom. De consument voegt namelijk geen waarde meer toe aan het product. Wanneer het product naar een volgend bedrijf in de bedrijfskolom gaat, wordt er waarde toegevoegd. Het product wordt weer duurder, doordat er iets aan bewerkt is of omdat een handelsonderneming een hogere prijs vraagt dan waarvoor het product is ingekocht. De **toegevoegde waarde** die een bedrijf in de bedrijfskolom aan het product toevoegt, bestaat uit de kosten die ze hebben gemaakt en een stukje winst.





Goederen en informatiestromen.

We hebben de bedrijfskolom tot nu toe bekeken als een **goederenstroom** die van de producent naar de consument gaat. Onderweg wisselen de goederen steeds van eigenaar, met tussenkomst van een markt. Afhankelijk van de vraag en het aanbod van de goederen komt er een prijs op die markt tot stand. De verkoper levert de goederen en de koper betaalt hier de prijs voor. Op deze manier ontstaat er een **geldstroom** die in tegengestelde richting van de goederenstroom loopt. Naast de goederen- en geldstroom is er nog een derde stroom binnen de bedrijfskolom, namelijk de **informatiestroom**. De stroom van goederen en geld is eenrichtingsverkeer, maar de informatiestroom gaat beide kanten op.

Zo gaat er bijvoorbeeld een informatiestroom van de producent naar de consument met betrekking tot de productinformatie. Vanuit de consument zijn er de signalen over hun koopgedrag. Daarnaast er is ook een stroom van de consument naar de producent over wensen en behoeften. **De consument wil namelijk op een willekeurig moment beschikken over producten van een bepaalde kwaliteit.** Bedrijven zullen deze signalen moeten opvangen en analyseren. Ook tussen elkaar opvolgende bedrijven bestaat een informatiestroom. Over deze informatiestroom zul je meer lezen in de lesbrief **Logistiek Management**.

Reverse Logistics

De aanname dat de goederenstroom (en dus ook geldstroom) eenrichtingsverkeer is, klopt niet helemaal. In sommige gevallen gaat de goederenstroom van de consument naar de detaillist. We spreken dan van **reverse logistics**. Dit is het geval bij emballage. **Emballage** is een verzamelnaam voor alle verpakkingsproducten die in het logistieke proces worden gebruikt en niet direct worden weggegooid.

Veel van deze verpakkingsmaterialen, zoals flessen (statiegeld) en pallets, worden hergebruikt en moeten dus op de een of andere manier weer terugkomen bij de verkoper. Dit kan via de detaillist zijn, in geval van flessen met statiegeld, maar ook via de groothandel die de pallets weer kan hergebruiken. Bij reverse logistics maken we onderscheid in uitval en afval. **Uitval** zijn goederen die niet aan de eisen van de afnemer voldoen en dus afgekeurd worden. **Afval** zijn grond- en hulpstoffen die tijdens het productieproces verloren gaan. Om de kosten zo laag mogelijk te houden, is het belangrijk dat uitval en afval zo laag mogelijk blijven. Reverse logistics kan hierbij erg belangrijk zijn, vooral met de huidige milieueisen.

Veranderingen in de bedrijfskolom

Het verspreiden van producten en diensten via distributiekanaalen noemen we **distributie**. Wanneer de producten rechtstreeks van de fabrikant naar de consument gaan, noemen we dit **directe distributie**. Wanneer er extra schakels (groothandel/tussenhandel) worden toegevoegd aan het distributiekanaal, noemen we dit **indirecte distributie**. Er doen zich regelmatig verandering voor in de manier waarop een product gedistribueerd wordt of welke producten door welke ondernemers worden verkocht. Deze veranderingen kunnen we grofweg in 4 begrippen indelen.

1. Integratie

Een bedrijf gaat meer taken op zich nemen binnen de bedrijfskolom.

2. Differentiatie

Een bedrijf gaat een aantal taken afstoten aan andere partijen binnen de bedrijfskolom. Dit is het tegenovergestelde van integratie.

3. Parallellisatie

Een bedrijf gaat producten uit een andere bedrijfskolom aanbieden. Hierbij treedt branchevervaging op.





4. Specialisatie

Een bedrijf gaat zich concentreren op één bepaald product of een productgroep. Dit is het tegenovergestelde van parallelisatie.

De keuze om veranderingen aan te brengen binnen de bedrijfskolom heeft vaak te maken met het verhogen van de winstgevendheid. Zo zijn integratie en differentiatie vaak bedoeld om kosten terug te dringen. Daarbij speelt de volgende overweging een rol: "is het goedkoper om bepaalde activiteiten zelf te doen of kunnen we het beter uitbesteden?" Je zal in de lesbrieven **Logistiek Management** en **Voorraadbeheer** zien dat logistiek vooral draait om het zo efficiënt, en dus zo goedkoop mogelijk handelen binnen de bedrijfskolom.



Deze lesbrief is samengesteld door MSc. E. Pegels en E. Akerboom.