

RECENZIA

FERDINAND DAŇO, PAVOL KITA: *Distribučný manažment*. 3. dopln. vydanie. Hronský Beňadik : Daniel NETRI, 2009. 232 s. ISBN 978-80-89416-00-4

Distribúcia je jeden zo základných prvkov marketingového mixu. Má zabezpečiť, aby produkty boli spotrebiteľom k dispozícii v správnom čase, v správnom množstve, na správnom mieste a to všetko pri optimalizovaných nákladoch. Splnenie týchto požiadaviek je základným poslaním distribučného manažmentu.

Medzi knižné diela, ktoré sa venujú problematike distribúcie pribudla monografia z vydavateľstva Daniel Netri v Bratislave s názvom *Distribučný manažment*. Ide o tretie doplnené vydanie. Je výsledkom práce autorov Ferdinanda Daňa a Pavla Kitu.

Uvedená publikácia je určená predovšetkým študentom univerzít a vysokých škôl ekonomického zamerania, ale aj iným záujemcom z radov verejnosti, podnikateľom a pracovníkom v oblasti distribúcie, ktorí si chcú doplniť alebo prehliť svoje odborné vedomosti.

Kniha je zostavená do jedenástich kapitol v rozsahu 232 strán. Prvá kapitola publikácie sa venuje úlohám distribučného manažmentu. Na základe odborných prameňov poskytuje definície distribúcie z celospoločenského aj z podnikového hľadiska a vysvetľuje ciele distribučnej politiky. Takisto z rôznych hľadísk uvádza charakteristiku distribučných systémov a jeho prvky. Poskytuje prehľad teoretických prístupov k skúmaniu distribučných kanálov a v závere kapitoly opisuje organizačné koncepcie manažmentu distribučných kanálov.

Druhá kapitola vychádza zo skutočnosti, že distribučné rozhodnutia nemožno posudzovať izolovane, ale musia byť zosúladené s ostatnými rozhodnutiami marketingovej politiky firmy. Obsahuje opis vzťahov medzi distribúciou a jednotlivými nástrojmi marketingového mixu. Tretia kapitola sa venuje oblastiam rozhodovania o distribučnej politike. Poskytuje prehľad prvkov rozhodovania o distribučnej politike, medzi ktoré patria: subjekty rozhodovania, kritériá rozhodovania, alternatívne stratégie, faktory rozhodovania a reakcie trhu.

Na tieto kapitoly nadväzujú časti, ktoré sa venujú distribučnej politike v oblasti akvizičného a v oblasti logistického distribučného systému. Čitatelia v nich nájdu opis východísk a faktorov ovplyvňujúcich výber miesta umiestnenia distribučných sprostredkovateľov, vplyvy pri rozhodovaní o predajnej a sortimentnej politike, metódy uplatňované v distribučnej logistike, vysvetlenie úloh eurologistiky a podstatu a formy outsourcingu logistických činností.

Aby rozhodnutia v oblasti distribučnej politiky prispeli k dosiahnutiu stanovených cieľov, je potrebné ešte na začiatku distribučných rozhodovacích procesov vykonať situačnú analýzu. Jej úlohám a oblastiam, medzi ktoré patria objekty distribúcie, cieľové trhy, distribučný kanál, distribučné orgány, konkurencia, distribučné prostredie sa venuje šiesta kapitola.

Nasleduje časť o strategických cieľoch v distribúcii a distribučných stratégiách. Čo tvorí podstatu dizajnu distribučných kanálov a aký je postup pri jeho tvorbe sa čitatelia dozvedia v ôsmej kapitole.

V rámci problematiky sociálnych vzťahov v distribúcii sa autori venujú príčinám vzniku konfliktov v distribučných kanáloch a spôsobom ich riešení, ako aj zdrojom a nástrojom moci v distribučných kanáloch. Desiatu kapitolu s názvom Partnerské vzťahy v distribučnom systéme je zameraná na vysvetlenie významu vertikálneho marketingu

v partnerských vzťahoch, konceptu ECR a jeho cieľom a obchodnému marketingu výrobcu v partnerských vzťahoch.

Obsah knihy uzatvárajú ciele, funkcie a úlohy distribučného kontroľingu, jeho proces a metódy hodnotenia distribučných kanálov. Autori objasňujú viacero metód na meranie a hodnotenie účinnosti distribučných kanálov, medzi nimi napríklad metódu bodového hodnotenia, portfóliovú analýzu, analýzu distribučných nákladov či metódu priamej rentability produktov.

Na záver sa autori venujú významu informačného systému v distribúcii, keďže hlavný problém manažmentu distribučných kanálov je v pohotovosti a spracovaní relevantných informácií.

Monografia Distribučný manažment poskytuje na svojich stránkach prehľad tým, ktorí chcú nájsť aktuálne odborné poznatky problematiky distribučného manažmentu. Celý text je napísaný prehľadne, má logickú štruktúru zloženú z okruhov, ktoré na seba tematicky nadväzujú. Kvalite knihy výrazne napomáhajú vhodne zakomponované a prehľadne zostavené schémy a tabuľky.

Autori v publikácii skĺbili svoje pedagogické skúsenosti aj praktické poznatky z danej oblasti. Pri spracovaní monografie využili našu aj zahraničnú odbornú literatúru. Hĺbka rozpracovania problematiky robí túto knihu vhodnú pre každého, kto sa zaoberá problémami distribúcie.

*Ing. Miroslava Loydlová
Katedra marketingu
Obchodná fakulta EU v Bratislave*