

विपणनाची तत्त्वे-पेपर - २

स्थान मिश्रण - वितरणाचे मार्ग (Place Mix - Distribution Channel)



प्रा. उमेश दबडे

सहा. प्राध्यापक
वाणिज्य विभाग,
विवेकानंद कॉलेज, कोल्हापूर (स्वायत्त)

स्थान मिश्रण – वितरणाचे मार्ग

यामध्ये ग्राहकांना योग्य वेळी, योग्य जागी वस्तू उपलब्ध करून देण्यासाठी योग्य त्या वितरण माध्यमाची निवड करणे, तसेच त्या संबंधीचे धोरण व नियोजन आखणे या बाबींचा समावेश होतो.

व्याख्या-

१. “वस्तू उपयोगासाठी किंवा उपभोगासाठी उपलब्धता करून देण्यासाठी मध्यस्थांचा असलेले स्वतंत्र संच म्हणजे वितरण मार्ग होय.”
– **फिलीप कोटलर**
२. “उत्पादन संस्थेचे अंतर्गत घटक व प्रतिनिधी, व्यापारी, घाऊक व्यापारी, व किरकोळ व्यापारी या संस्थाबाह्य घटकांची वस्तूच्या विपणनासाठी निर्माण केलेली रचना म्हणजे वितरण मार्ग होय”

– **अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशन**

वितरण मार्गांचे महत्त्व व भूमिका

१. स्थळ उपयोगिता
२. समय उपयोगिता
३. स्वामित्व (मालकी) उपयोगिता
४. विनिमय प्रक्रियेची कार्यक्षमता
५. साठवणूक कार्य
६. जवळीकता
७. नियमितता
८. जोडमार्ग
९. परस्पर लाभासाठी शोधकार्य
१०. समाजकल्याण

वितरण मार्गांचे प्रकार

१. उत्पादक - ग्राहक
२. उत्पादक - किरकोळ व्यापारी - ग्राहक
३. उत्पादक- घाऊक व्यापारी-किरकोळ व्यापारी- ग्राहक
४. उत्पादक - प्रतिनिधी - घाऊक व्यापारी - किरकोळ व्यापारी - ग्राहक
५. उत्पादक - घाऊक व्यापारी - ग्राहक
६. उत्पादक - प्रतिनिधी - ग्राहक
७. उत्पादक - प्रतिनिधी - किरकोळ व्यापारी - ग्राहक

वितरण मार्गाच्या निवडीवर परिणाम करणारे घटक

१. वस्तुविषयक घटक

वस्तूचे भौतिक स्वरूप

वस्तू रचना

वस्तू जीवन चक्र

वस्तू प्रतिमा

नवी/ जुनी वस्तू

वस्तू प्रकार

२. बाजारपेठ विषयक घटक

स्पर्धेचे स्वरूप

खरेदीचे स्वरूप

स्पर्धकाचे वितरण मार्ग

बाजारपेठीय रचना

वितरण मार्गाच्या निवडीवर परिणाम करणारे घटक

३. संघटनात्मक घटक

विपणन धोरणे

विक्रयवृद्धी क्षमता

नियंत्रणाची इच्छा

संस्थेचा नावलौकिक

विक्रीयोत्तर सेवा

संस्थेची आर्थिक स्थिती

४. पर्यावरणात्मक घटक

आर्थिक पर्यावरण

भौगोलिक घटक

कायदेविषयक घटक

कर विषयक धोरण