****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Depertamenti: **Shitje Marketing** | Prof: **Blerim Morina**  | Moduli: **Tregti**  |
| Nr: 05 | Detyra: **Zgjedhja e kanalit te distribuimit** |
| Klasa: **XI** | Kohëzgjatja: **20 minuta** | Metoda: **Grupore 3-4 persona** |

Ndermarrja për prodhimin e qumshtit “KOS-Milk” në seli në Malishevë merret me përpunimin e qumshtit, kokretisht me produktin e djathit. Kompania është në fazën fillestare dhe është duke analizuar format e distribuimit të produktit të tyre në treg.

Kapacitete e shitjës për një muaj janë 100.000 kg djathë. Ndërmarrja posedon gjithsesjt 5 mjete transporti për bartjen e produktit. Me psohte po japim disa të dhëna që janë gjetur pas procesit të hulumtimit që është bërë tregut në Kosovë sa i përketë shpërndarjes së produktit: shpenzimet për prodhimin e 1kg djathe janv 2.2 euro. Ndersa nese ky produkt shitet përms formes direkte të shperndarjes do të ketë qmimin shites për 3 euro.

Pas hulumtitmit në teren kemi konstatuar qe nese behet shperndarja perms ndermjetsuesve atëher qmimi qe ata do te paguajn për kilogram të djathit është 2.8 euro. Dhe kërkesa e ndermjetsuesit është që produktet qe u skadon afati duhet te kthehen.

Ndersa nese në vendosim të bejm distribuimin e produktit vet atëher krijohen këto shpenzime: shpenzimet e karburantit 350 euro në ditë, shoferet e transportit 3000 euro në muaj, amortizimi dhe shpenzime tjera të mjeteve motorike 7500 euro në muaj për 5 mjetet.

**Këresa: Sipas të dhënave të mesiperme të beni një analiz së cilia form e mesiperme është me e ekonomike për të perdorur si form e distribuimit?**