

УДК 339.138

УПРАВЛЕНИЕ КАНАЛАМИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В. А. ПОКЛАД, Т. Д. ПУШКОВА
Научный руководитель Е. Н. ШЕРОБУРКО
Белорусско-Российский университет

В хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования основными вопросами являются снабжение, производство и сбыт готовой продукции.

Многие современные предприятия в процессе распределения товаров используют услуги посредников. Это могут быть региональные дистрибьюторы, крупные оптовые дилеры или мелкие посредники, которые находятся на пути передвижения товара от поставщика к потребителю и составляют взаимосвязанные цепочки. Эти цепочки называют каналами распределения.

Каналы распределения выполняют следующие функции:

- стимулирование сбыта;
- установление контактов;
- приспособление товара;
- организацию товародвижения;
- финансирование;
- принятие риска.

Эти функции могут выполняться либо производителем, либо посредником.

С точки зрения выполнения функций розничной торговли процесс управления включает:

- планирование – определение стратегических целей и задач;
- организацию – координация задач и взаимоотношения персонала, а также процесс создания структуры;
- мотивацию – создание у подразделения внутреннего побуждения к действиям для достижения поставленных целей;
- контроль – определение показателей оценки эффективности деятельности подразделения.

Розничная торговля является важнейшим звеном каналов распределения продукции предприятия.

ОАО «Универмаг «Центральный» выполняет большую часть функций канала распределения, однако функция продвижения развита недостаточно. В связи с этим рекомендуется заключать договоры в большем объеме с белорусскими предприятиями-производителями, увеличивать количество фирменных секций, а также формировать ассортимент с учетом требований потребителей.