

УДК 339.13

Шеремета Ольга

Sheremeta Olga

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ОСОБЛИВОСТІ ДИСТРИБУЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
PECULIARITIES OF THE DISTRIBUTION POLICY OF THE
INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Значну роль у роботі промислового підприємства відіграє комплексна логістична діяльність, основною частиною якої є маркетингова дистрибуційна політика.

З англійської *distribution* перекладається як поширення, розповсюдження, тобто процес переміщення товарів від виробників до кінцевих споживачів.

Є кілька поглядів на дистрибуцію – як процес з боку постачальника та самого дистриб'ютора. Для компанії дистриб'ютора – це організація руху товарів від виробника до покупця та розподілу товарів на певній території. Дистрибуція для постачальника продукції – це створення системи управління продажами, яка ґрунтується на управлінні та плануванні продажів у різних каналах продажу (збуту) [1].

У даному випадку, ми беремо до уваги тільки непрямі канали збуту, які пов'язані з рухом продукції чи послуг від виробника спочатку до незалежного учасника руху товарів, а потім вже до кінцевого споживача.

Дистрибуція або дистриб'юція – це вид діяльності з оптової закупівлі та подальшої реалізації товарів на територіальному ринку. [2]. Логістичні функції, тобто доставка споживачам товарів та послуг, які вони потребують у певний момент та маркетингові функції, тобто контакт з

споживачем та відповідно контакт з виробником складають основні функції дистрибуції.

Збут товарів та послуг будь-якого підприємства здійснюється через систему розподілу.

Основним рішенням виробника є вибір рівня каналу розподілу, що використовує такі методи збуту:

- прямий збут, тобто канал товароруку нульового рівня – здійснюється безпосередньо споживачам завдяки прямим контактам. Наприклад, через власну торговельну мережу, по оголошеннях або через інтернет;

- непрямий збут – коли до послуг посередників вдаються підприємства, що згодні відмовитися від багатьох збутових функцій і додаткових витрат заради збільшення своїх ринків і обсягів збуту, поступаючись при цьому (як правило) якості обслуговування.

Підсумовуючи вищесказане приходимо до твердження, що дистрибуційна політика промислового підприємства – це сукупність всіх взаємопов'язаних елементів збутової діяльності, що насамперед повинні задовольнити потреби споживачів, шляхом грамотного забезпечення ефективності продажу.

Перелік посилань:

1. Фалович В.А. Використання засобів логістичної інфраструктури в ланцюгу поставок. Економіка і суспільство. 2017. № 10. С. 389-395.

2. Фалович В.А. Структурування ланцюга поставок у контексті ідентифікації джерел формування емерджентних властивостей. 2017. – 101.