

УДК 339.13

**Аліна Немчицька**

**Alina Nemchytska**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Якимішин Л.Я.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЗБУТУ**

### **ПІДПРИЄМСТВА**

### **EVALUATION OF DISTRIBUTION MANAGEMENT IN THE SYSTEM**

### **ENTERPRISE**

В умовах розвитку ринкових відносин, коли необхідним є використання маркетингового підходу до управління всіма сферами діяльності підприємства, у тому числі збутом, доцільно систематично проводити комплексну оцінку ефективності управління системою збуту підприємства, що дозволить своєчасно виявити проблеми, розробити заходи щодо їх нівелювання та забезпечити ефективність її реалізації.

Забезпечення ефективності управління маркетинговою збутовою політикою є однією з особливо важливих цілей у системі маркетинг-менеджменту. З огляду на те, що збут – невід’ємний і один з найголовніших елементів комплексу маркетингу, можна вважати, що ефективність діяльності підприємства в умовах ринкової економіки в цілому залежить насамперед від ефективності управління збутовою політикою. Забезпечення ефективного управління системою збуту також є обов’язковим елементом стратегічного планування та управління підприємством.

На рис 1. відображено схему оцінки ефективності управління системою збуту підприємства, яка відображає основні напрями аналізування (аналіз зовнішньої та внутрішньої ефективності збутової діяльності, оцінювання ефективності у розрізі складових оцінки).

Оцінка зовнішньої ефективності збутової діяльності підприємства означає формулювання його стратегічних позицій. Вона повинна включати стратегічний аналіз ринкової позиції підприємства, оцінку ефективності клієнтурної політики підприємства і аналіз прихильності покупців.

Оцінка внутрішньої ефективності збутової діяльності підприємства означає оцінку досягнення цілей збуту, ефективності реалізації збутових стратегій підприємства та оцінку економічної ефективності збутової діяльності підприємства.

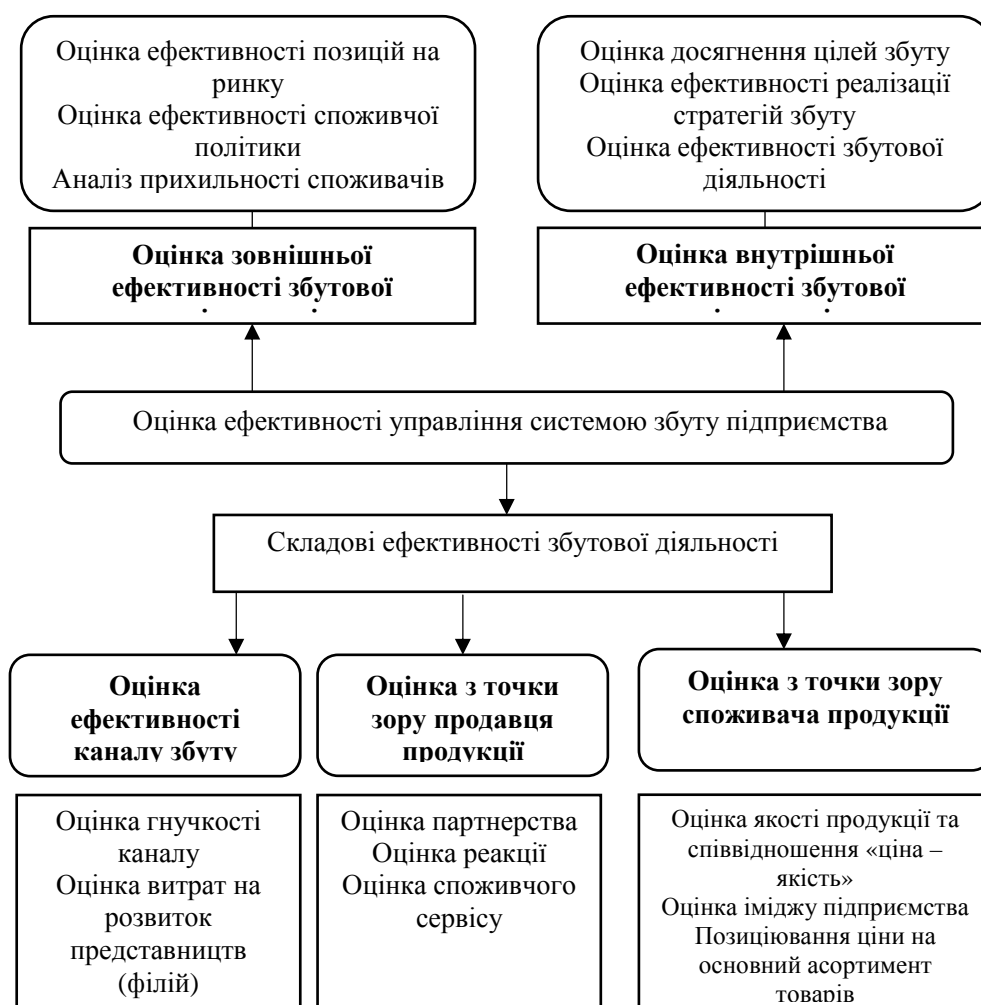


Рис.1. Напрями оцінки ефективності управління системою збуту підприємства [1, с.65]

Оцінка ефективності каналу збуту здійснюється через оцінку гнучкості каналу й оцінку витрат на представництв (філій).

Оцінка ефективності з точки зору продавця продукції визначається

оцінкою партнерства, оцінкою реакції та оцінкою споживчого сервісу.

Оцінка ефективності з точки зору споживача продукції здійснюється через оцінку якості продукції, іміджу торговельного підприємства, ціни продукції, співвідношення «ціна-якість» [1, с.66].

Показники (індикатори) оцінювання ефективності збутової політики підприємства поділено на три групи (рис.2).



Рис.2. Показники аналізу ефективності управління системою збуту підприємства

Представлені на рис.2. показники аналізу дозволяють комплексно оцінити ефективність управління системою збуту підприємства.

Список використаних джерел:

1. Музичка Є.О. Оцінка ефективності збутової діяльності торговельних підприємств / Є.О. Музичка // Економічний часопис XXI. – 2013. – №11-12 (2). – С.64 – 67.