

Перспективи подальших досліджень

Перспективою подальших досліджень є аналізування чинних стилів керівництва на вітчизняних підприємствах та класифікація факторів, які формують стилі керівництва.

1. *Керівництво організацією: Навч. посібник / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, І.С. Процик.* – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2008. – 50 с. 2. *Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика: Підручник.* – 2-ге вид., перероб і доп. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003.- 490с. 3. *Пугачев В.П. Руководство персоналом организации.* – М.: Аспект-Пресс, 1999. – 256 с. 4. *Федулова Л.І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні.* – К.: Фенікс, 2005. – 240 с. 5. *Економічна енциклопедія. Т. 3 / Під ред. А.Гаврилишина та ін.* – К.: Академія, 2002. – 472 с. 6. *Ройтман А.Б., Толок В.А. Наука управления. Специальные главы современного менеджмента.* – Киев – Запорожье, 2001. 6. *Дідковська Л.Г., Гордієнко П.Г. Менеджмент: Навч. Посібник.* – К.: Алерта, КНТ, 2007. – 516 с. 8. *Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник.* – К.: Академвидав, 2003. – 568 с. 9. *Великий тлумачний словник сучасної української мови онлайн. Баз. на 2-ому виданні ВТС СУМ / Голов. ред. В.Т. Бусел, редактори-лексикографи: В.Т. Бусел, М.Д.Василега-Дерибас, О.В. Дмитрієв, Г.В. Латник, Г.В. Степенко.* – К.: Ірпінь: ВТФ "Перун", 2005. – 1728 с. <http://www.slovnkyk.net/> 10. *Мізюк М.Б. Системні основи теорії та інструментарій менеджменту підприємства: Монографія.* – М., 2000. – 160 с.

УДК 658.012.32.009.12

О.В. Солодка

Національний університет „Львівська політехніка”,
кафедра маркетингу і логістики

ЛОГІСТИЧНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

© Солодка О.В., 2009

Розкрито теоретичний зміст та значення логістики на промисловому підприємстві, розуміння сутності конкурентоспроможності, виявлено основні задачі, які вирішує логістика для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто фактори та складові конкурентоспроможності. Запропоновано виділити логістику як окрему складову конкурентоспроможності та визначено внесок логістики у конкурентоспроможність промислового підприємства.

Ключові слова: логістика, конкурентоспроможність, чинники конкурентоспроможності, фактори конкурентоспроможності, логістична складова конкурентоспроможності.

In this article are exposed the theoretical meaning and significance of logistics at the industrial enterprise and the understanding of the competitiveness essence, are disclosed the main tasks which can be solved by logistics for the enterprise competitiveness providing. The factors and components of the competitiveness are considered. Also was suggested to distinguish logistics as a separate branch of competitiveness and was determined the logistics contribution into the industrial enterprise competitiveness.

Keywords: logistics, competitiveness, factors of the competitiveness, reasons of the competitiveness, logistic component of the competitiveness

Постановка проблеми

Розвиток та загострення конкуренції в Україні примушують підприємства все більше уваги приділяти побудові ефективної системи логістики, що дає змогу досягти промисловим

підприємствам відповідного рівня конкурентоспроможності. Використання українськими підприємствами старих традиційних методів управління функціями постачання, виробництва та розподілу не можуть забезпечити значних конкурентних переваг. Саме тому вітчизняним підприємствам необхідно впроваджувати до власної системи управління логістику, рівень організації і впровадження якої на підприємстві – це один із визначальних чинників його конкурентоспроможності, оскільки логістика дає змогу задовольнити потреби ринку з мінімальними загальними витратами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Категорії конкурентоспроможність приділяють увагу такі автори, як І.В. Багрова, О.Г. Нефедотова, З.С. Каір, А.А. Лук'янченко, А.І. Омелянчук, В.В. Смиричинський, А.В. Смиричинський, Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин, К.М. Таньков, З.М. Андрушкевич, В.А. Павлов.

Багрова І.В., Нефедотова О.Г. [1, с.14] досліджуючи конкурентоспроможність підприємств, вважають, що не слід надавати перевагу окремим чинникам, оскільки складові конкурентоспроможності формують зазначений стан загалом та неврахування окремих складових може знизити можливості підприємства. Вони стверджують, що складові та фактори, які вони виділяють сприятимуть глибшому розумінню природи конкурентоспроможності, дозволять виокремити коло характеристик, на які зможе впливати конкурентне підприємство, в результаті чого захистить підприємство від різнонапрямлених хаотичних дій при досягненні висококонкурентного стану. Ця позиція заслуговує на увагу, проте, на нашу думку, не менше уваги заслуговує вплив логістики на конкурентоспроможність і відповідно визначення її як складової конкурентоспроможності підприємства.

В.В. Смиричинський, А.В. Смиричинський [2, с. 33, 34] розглядають логістику як фактор підвищення конкурентоспроможності фірм. Вчені стверджують, що вплив логістики на витрати, пов'язані з продажем товарів, очевидний. У межах логістичного підходу до витрат відносять витрати на виконання замовлень, зокрема затрати на їх обробку, перевезення, складування, управління запасами, пакування, післяпродажний сервіс. Значно впливає на оборотній капітал логістика внаслідок скорочення запасів сировини, напівфабрикатів і готових виробів. Отже, логістика впливає майже на кожний аспект рахунку прибутків і збитків фірм.

З.С. Каір, А.А. Лук'янченко, А.І. Омелянчук [3, с. 36] також стверджують, що логістика для конкурентної позиції підприємства на ринку є інструментом оптимізації і зниження витрат підприємств. Для впровадження політики оптимізації та зниження логістичних витрат необхідне розуміння їх комплексного характеру. У цьому допомагає три концепції: концепція загальних логістичних витрат, концепція взаємної залежності витрат і концепція уникнення субоптимізації.

У праці З.М. Андрушкевич [4, с. 109–111] запропоновано використання конкурентоспроможного маркетинглогістичного потенціалу як основи конкурентоспроможності промислового підприємства. Автор досліджує зведення концепцій маркетингу та логістики в одне ціле і тим самим не зосереджує уваги на логістиці як окремій складовій конкурентоспроможності підприємства.

Сьогодні існує багато поглядів щодо розуміння конкурентоспроможності, її факторів та складових. Проте подальшого дослідження потребує внесок логістики у конкурентоспроможність та визначення її складової.

Формування цілей статті

Метою статті є поглиблення вивчення факторів і складових конкурентоспроможності, виявлення логістичного внеску та формулювання логістичної складової конкурентоспроможності промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу

1. Конкурентоспроможність, її складові та фактори

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкурентоспроможність підприємства. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Відомий

англійський економіст Ф. Хайек слушно стверджував: „суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своєї мети” [5].

Розуміння конкурентоспроможності підприємства трактується фахівцями по-різному. Термін „конкуренція” походить від латинського слова „concurrere”, що означає „зіштовхуюсь”. Конкурентоспроможність – це реальна і потенційна можливість підприємств в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та реалізовувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є привабливішими для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів. [5].

Визначений авторитет в галузі конкуренції М. Портер, висновки якого обґрунтовуються результатами багатьох досліджень досягнення і збереження конкурентної переваги, вважає, що підприємства попереджають своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу. В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим перспективним розвитком продуктивних сил, які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку [6.].

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалася в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг.

Конкуренція має негативні та позитивні риси. Тривалий час в нашій країні робився наголос в основному на негативних наслідках конкуренції: витіснення дрібних виробників великим капіталом, розорення одних і збагачення інших, посилення соціальної несправедливості, значне зростання майнової диференціації населення, загострення безробіття, інфляція тощо. В умовах адміністративно-командної системи у практиці господарювання конкуренція була майже відсутня.

Позитивна роль конкуренції в ринковій економіці проявляється в ряді функцій, які вона виконує [7]:

- по-перше, як переконує світовий досвід, конкуренція охоплює всі зв'язки виробництва і споживання, є єдиною можливим засобом досягнення збалансованості між попитом і пропозицією і в кінцевому підсумку – суспільними потребами та виробництвом;

- по-друге, конкуренція виконує функцію спілкування (кооперації) та погодження інтересів виробників. У результаті поділу праці інтерес кожного з них пов'язаний і взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Через ринковий механізм конкуренція підпорядковує індивідуальні прагнення суб'єктів господарювання суспільним інтересам;

- по-третє, конкуренція примушує товаровиробників знижувати індивідуальні виробничі витрати, що вимагає від підприємців постійного вдосконалення технічної бази виробництва, знаходження шляхів економії сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, робочого часу;

- по-четверте, конкуренція стимулює підвищення якості продукції та послуг. Ця функція набуває особливого значення в нинішніх умовах розвитку науки й технології, коли кожному виробнику надається можливість удосконалювати споживчі якості виробів, відповідаючи на зростаючі потреби й зміну смаків споживача. Конкуренція спонукає виробників упроваджувати нові види продукції, а також модифікувати продукт;

- по-п'яте, історично важливою функцією конкуренції є формування ринкової ціни. З її допомогою конкуренція забезпечує збалансоване співвідношення між суспільними потребами та суспільним виробництвом.

Виконуючи ці функції, конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень, забезпечуючи поліпшення якості та розширення номенклатури продукції.

В економічній літературі багато уваги приділяється вивченню конкурентоспроможності підприємств, а саме її складових та факторів. Під складовими розуміють компоненти, що встановлюють досягнутий рівень конкурентоспроможності, а під фактором – причини, які впливають на окремі складові конкурентоспроможності, здатні погіршити чи покращити загальні її результати.

Складові та фактори конкурентоспроможності підприємства

Складові	Фактори
<p>1. Виробництво:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вартість виробництва, витрати, ступінь залежності від ресурсів, їх взаємозамінність; – технологія – ступінь освоєності, можливість осучаснення; – номенклатура продукції, асортимент, якість, стабільність випуску (залежність від кон'юнктури) 	<p>1. Державна політика:</p> <p>1.1. Зовнішня:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ступінь участі країни у світових інтеграційних процесах; <p>1.2. Внутрішня:</p> <ul style="list-style-type: none"> – напрямки зовнішньої політики; – пріоритет розвитку країни; – стабільність обраного курсу.
<p>2. Ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> – матеріальні – достатність, якість, рівень витрат на постачання і зберігання, залежність від постачальників, відходи виробництва; – трудові – достатність, рівень професіоналізму (освіта, досвід, рівень класифікації); – інформаційні – наявність баз даних, можливість постійного оновлення, ступінь освоєння сучасних інформаційних технологій. 	<p>2. Соціальні умови:</p> <ul style="list-style-type: none"> – структура робочої сили; – рівень підготовки фахівців; – співвідношення між категоріями працівників; – ціна робочої сили; – рівень зайнятості; – культурний рівень розвитку суспільства.
<p>3. Виробничий потенціал:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основні виробничі фонди – сучасність, ефективність виконання, наявність вільних потужностей, можливість швидкого їх залучення, здатність до переорієнтації відповідно до потреб ринку. 	<p>3. Економічні умови:</p> <ul style="list-style-type: none"> – середній рівень зарплатні в галузі, економіці загалом; – податки і пільги; – інвестиційний потенціал країни; – рівень розвитку окремих галузей; – яастка наукоємної продукції в експорті країни.
<p>4. Управління:</p> <ul style="list-style-type: none"> – організаційна структура – можливість швидкої передачі управлінського рішення до виконання, контрольованість; – керівний склад – професіоналізм, авторитетність, довіра; – стабільність обраного курсу. 	<p>4. Природно-ресурсний потенціал:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рівень забезпечення економіки власними природними ресурсами; – рівень від'ємного екологічного навантаження; – стан водних ресурсів.
<p>5. Фінансування:</p> <ul style="list-style-type: none"> – співвідношення власних, залучених і позичкових коштів; – можливість швидкої мобілізації значних сум; – доступність і стабільність фінансування; – можливість щодо інвестування інноваційних проєктів. 	<p>5. Правове середовище:</p> <ul style="list-style-type: none"> – гармонійність законодавчої бази, спрямування на розвиток; – дієвість нормативних актів.
<p>6. НДДКР:</p> <ul style="list-style-type: none"> – наявність власної лабораторії для контролю за якістю сировини, продукції, відходів; – розроблення нової продукції; – раціоналізація виробництва. 	<p>6. Монополізація економіки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – загальний рівень концентрації продавців; – антитрестове регулювання; – вертикальна інтеграція.
<p>7. Маркетинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дослідження ринку і конкурентів; – розповсюдження виробленої продукції (користування наявними мережами, створення власної мережі і т.д.); – підготовка інформації про потреби ринку щодо випуску продукції; – ефективність рекламних заходів (своєчасність, витратність, результативність). 	<p>7. Товарні ринки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – структура галузевих ринків; – ємність товарних ринків; – вибагливість покупців; – стандартизація товарів; – стійкість позицій лідера.

Джерело: [1, с. 14]

Сьогодні існує багато поглядів щодо факторів конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, В.А. Павлов [8, с.81, 82] поділяє фактори конкурентоспроможності підприємства на зовнішні (економічний стан, науково-технічний розвиток, політичний стан, демографічні фактори, рівень розвитку інформаційних технологій, культурні традиції тощо) та внутрішні (фінансові, виробничі, маркетингові, організаційні та менеджменту), а І.В. Багрова та О.Г. Нефедова у своїй роботі поєднали усі чинники конкурентоспроможності підприємства та пропонують розмежувати їх на складові та фактори, що дає можливість глибше зрозуміти природу конкурентоспроможності. Розглянемо складові та фактори конкурентоспроможності підприємств [1, с.14] І.В. Багрової та О.Г. Нефедової, наведені в таблиці.

Розмежування складових та факторів конкурентоспроможності дає можливість глибше зрозуміти сутність та значення конкурентоспроможності підприємства. Аналізуючи вищеподані складові, спостерігаємо присутність характерних рис логістики, а саме: вартість виробництва, витрати, ступінь залежності від ресурсів, їх взаємозамінність, наявність вільних виробничих потужностей, можливість швидкого їх залучення, здатність до переорієнтації відповідно до потреб ринку, ступінь освоєності технологій виробництва, можливість осучаснення, номенклатура продукції, асортимент, якість, стабільність випуску (залежність від кон'юнктури), достатність матеріальних ресурсів, якість, рівень витрат на постачання і зберігання, залежність від постачальників, відходи виробництва. Саме тому доцільно, на нашу думку, виділити логістику як окрему складову конкурентоспроможності підприємства.

2. Значення та внесок логістики у конкурентоспроможність промислового підприємства.

В умовах зростання конкуренції особливого значення набуває освоєння сучасних підходів до планування і керування фізичним розподілом товарів, що дає змогу гнучкіше реагувати на потреби споживачів. Без ефективного і цілеспрямованого керування товарними потоками забезпечити успішне просування товарів на ринок неможливо. Інтеграцію ж усіх систем, пов'язаних із товаропотоком від виробника до споживача, можна здійснювати лише за допомогою логістики.

Нагадаємо, логістика — це наука про планування, управління та контроль за рухом матеріальних, інформаційних і фінансових потоків на виробництві. Сучасне уявлення про логістику як про ефективний науково-практичний напрям сформувалося зовсім недавно й усе ще не має закінченого вигляду. Проте в нього велике майбутнє, тому що зміст логістики — не лише у визначенні умов, за яких досягається мета, а й у пошуку найвигіднішого шляху до неї.

Об'єктом вивчення логістики є матеріальні і пов'язані з ними інформаційні потоки. Актуальність цієї нової дисципліни і постійне зростання інтересу до неї зумовлені потенційними можливостями підвищення ефективності функціонування матеріалопровідних систем, які відкриваються із використанням логістичних знань. Логістика є прикладом системного підходу до вирішення проблем бізнесу. Це комплекс дій, який охоплює і поєднує всі сфери бізнесу для доставки товарів так, щоби задовольнити споживача і досягти мети діяльності підприємства. Логістика навчає збалансовувати кожен функціональну сферу і стежити, щоб жодна з них не перешкоджала іншим.

Завдання логістики полягає в узгодженні фізичної дистрибуції і управлінні матеріалами для заощадження грошей і вдосконалення обслуговування. Логістика розробляє ретельно зважені та обґрунтовані пропозиції, які сприяють досягненню найефективнішої роботи підприємства, підвищенню його ринкової ставки і отриманню переваг перед конкурентами [9, с. 13].

Логістика передбачає системний підхід до інтегрованого та динамічного управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками на підприємстві. Практичним інструментом для управління ефективністю, конкурентоспроможністю та організованістю підприємства як виробничо-збутової системи є створення логістичних інформаційних систем. Логістика є управлінням інформаційним потоком на підприємстві і в його оточенні з метою використання інформації для регулювання економічних процесів. Логістика використовує такі інформаційні технології: управління даними (data managment — DM), електронний обмін даними (electronic data interchange — EDI), штрихове кодування (bar coding — BC), дистанційний доступ і комунікації (remote access and communication — RA&C).

Результати досліджень свідчать про те, що найефективніший напрям для підвищення продуктивності за мінімальних витрат — це впровадження логістичних концепцій. Наприклад, логістична концепція управління виробництвом орієнтується на виконання замовлень без затримок, „точно в термін”, скорочення запасів та оптимізацію транспортних маршрутів при використанні логістики, що дає змогу шляхом узгоджених дій всіх учасників логістичних процесів зменшити собівартість продукції, підвищити оборотність капіталу та використати вивільнені кошти на інші цілі підприємства. Час, із погляду логістики, сам по собі також є одним із різновидів витрат виробництва. Саме затримки в часі, за оцінками експертів, максимально „сприяють” скороченню прибутку. Що, природно, спричиняє погіршення обслуговування споживача. Крім того, затримки в часі — це додаткові витрати, яких зазнає споживач, змушений або чекати виконання замовлення, або шукати альтернативу. Важливо, щоб період очікування як наслідок затримки в часі не став фатальним „гальмом” конкурентної переваги — як для кожного підприємства, так і для країни загалом. Впровадження концепцій логістики на підприємстві дає реальні результати:

- невеликий розмір виробничих партій;
- низький рівень запасів;
- висококваліфікований персонал;
- гнучкі виробничі технології;
- малий час переналагодження устаткування;
- низькі виробничі витрати;
- високі стандарти якості продукції;
- швидке реагування на зміну споживчого попиту;
- висока якість обслуговування споживача тощо.

Недооцінка і, як наслідок, недовикористання логістичних можливостей призводять до гальмування розвитку підприємства. Оцінюючи весь спектр можливостей, слід якнайшвидше позбутися застарілих уявлень про логістику як про транспортування.

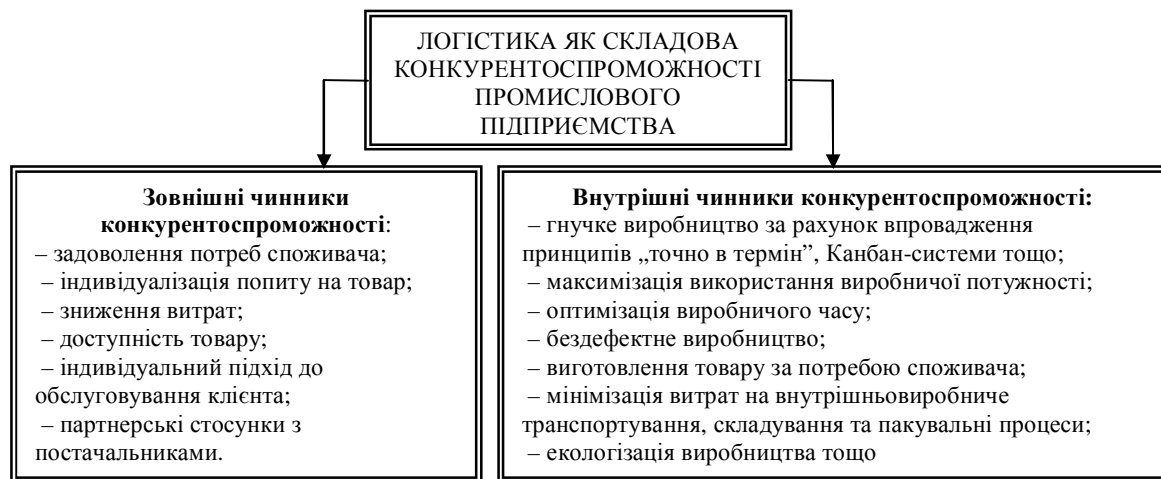
Ізолювання промислових підприємств від сфери послуг — великий мінус їхньої конкурентоспроможності, оскільки обслуговування споживачів може виявитися саме тим головним чинником, який формує попит на продукцію промислових підприємств. Маркетинговими дослідженнями встановлено, що споживачам потрібні не стільки нові вироби, скільки рішення, які пропонують нові вигоди. Логістика пропонує передпродажне, під час продажу та післяпродажне обслуговування споживачів. Якість логістичного обслуговування характеризується такими показниками: надійність доставки, можливість вибору способу доставки, еластичність величини доставки, час виконання замовлення, комунікації, мінімізація витрат тощо.

Значні переваги логістики в конкурентній боротьбі ґрунтуються на дослідженнях британських вчених, які стверджують, що в структурі собівартості продукції близько 70 % становлять витрати, пов'язані із зберіганням, транспортуванням, упаковкою та іншими операціями з переміщення товарно-матеріальних цінностей. Отже, саме в сфері логістики, особливо у сфері виробничої логістики містяться найбільші резерви щодо покращання конкурентних позицій підприємства [10, с.11-12].

Виходячи із вищесказаного, можна стверджувати, що логістика є невід'ємною складовою конкурентоспроможності підприємств. Характеристику логістичної складової зображено на рис. 1.

Для оцінювання реальних можливостей у конкурентній боротьбі й розробленні заходів і коштів, за рахунок яких підприємства могли б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх, підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін. Вагомий внесок до сильних сторін вносить саме логістика, оскільки вона активізується в підвищенні гнучкості підприємства та спрямована на швидке реагування на вимоги ринку.

Отже, підводячи підсумки, на рис. 2. охарактеризуємо внесок логістики у конкурентоспроможність промислового підприємства.



*Рис. 1. Характеристика логістичної складової конкурентоспроможності підприємства.
Джерело: власна розробка*



*Рис. 2. Внесок логістики у конкурентоспроможність промислового підприємства
Джерело: власна розробка*

Висновки

1. Важливим завданням для сучасного промислового підприємства є досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності. Результати аналізу вказують на те, що не існує уніфікованого розподілу складових та факторів конкурентоспроможності підприємства.

2. Одним із визначальних чинників конкурентоспроможності є рівень організації та впровадження логістики на підприємстві. Логістика розширює межі конкурентоспроможності умовами виробництва, умовами постачання, рівнем обслуговування споживачів тощо.

3. Виділення та внесок логістики як окремої складової конкурентоспроможності дає можливість промислового підприємству досягти успіху в умовах ринку, тим самим забезпечуючи конкурентну досконалість.

Перспективи подальших досліджень

Проведене дослідження не вичерпує постановленої проблеми та потребує подальших досліджень у теоретичних та практичних аспектах щодо впровадження оптимальних рішень в управлінні підприємством для забезпечення його конкурентоспроможності, що і буде предметом подальших досліджень автора.

1. Багрова І.В. *Складові та фактори конкурентоспроможності* / І.В.Багрова, О.Г. Нефедова // Науковий журнал „Вісник економічної науки України”. – 2007. – № 1(11). – С. 11–16. 2 Смирчинський В.В. *Основи логістичного менеджменту: Навч. посібник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.* В.В.Смирчинський, А.В. Смирчинський. – Тернопіль: Економ-думка, – 2003. – 239с. 3. Каур З.С. *Основы логистики : Учеб. пособие* / Каур З.С., Лукьянченко А.А., Омелянчук А.И. – Донецк: Юго-Восток, 2003. – 522 с. 4. Андрушкевич З.М. *Теоретичні аспекти визначення сутності поняття „конкурентоспроможний потенціал підприємства”*/ З.М. Андрушкевич // Науковий журнал „Вісник Хмельницького національного університету”, – 2007. – Т.3. – №6 – С. 109–111. 5. <http://library.if.ua/book.html>. 6 Портер, М. *Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів.* / М. Портер; Пер. з англ. А. Олійник та Р. Сільський. – К.: Основи, 1997. – 390 с. 7 Уданович М. *Технології логістики та ефективне виробництво* / Дзеркало тижня. 2005. – №33 (561). 8. Павлов В.А. *Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення.*: Монографія. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с. 9. Таньков К.М. *Виробнича логістика: Навч. посібник* / К.М Таньков. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 305 с.- (Нац. екон. ун. – 2-ге вид.) 10. Дудар Т.Г. *Основи логістики: Навч. посібник* / Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин. – Тернопіль: Економ-думка, 2006. – 163 с.

УДК 658.8

О.Б. Стернюк

Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра менеджменту організацій

ОСОБЛИВОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

© Стернюк О.Б. , 2009

Проаналізовано тенденції розвитку вітчизняного автомобілебудування в «докризовий період». Визначені орієнтовні напрями формування асортиментної політики автомобілебудівного підприємства в період фінансово-економічної кризи.

Ключові слова: асортиментна політика, структура асортименту, автомобілебудівне підприємство, клас моделей автомобілів.

Tendencies of development of domestic motor industry in “pre-crisis the period” are analysed. Reference directions of forming assortment policy of the automakers in financial and economic crisis period are defined. Keywords: assortment policy, assortment structure, carmaker, a cars model class.

Keywords: assortment policy, structure of assortment, motor industry enterprise, cars model class.

Постановка проблеми

Світова фінансово-економічна криза суттєво змінила обставини економічної діяльності підприємств автомобілебудування у всьому світі та зокрема в Україні. Наслідком цього стало різке падіння попиту та зміна його структури, зумовлені зміною споживчої поведінки потенційних користувачів автомобілів.