

ЛОГІСТИКА МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАСОВОЇ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ ПОПИТУ

Красуляк М.М.

Національний університет “Львівська політехніка”

З посилення економічної кризи в Україні виробники повинні зацікавити потенційного споживача та утримати, оскільки характерною ознакою ринкової економіки є високий рівень конкуренції, скорочення життєвого циклу товару, зниження платоспроможності населення та збільшення обізнаність споживачів у придбаних товарах чи послугах. У цих умовах формується нова стратегія виробництва – масова індивідуалізація попиту, яка стала можливою і економічно виправданою в умовах розвитку електронних комунікацій, глобалізації ринків, створення гнучких виробництв та електронних систем проектування технологій і товарів, розвитку логістичних послуг з швидкою доставкою вантажів до пунктів призначення, обробці замовлень, аутсорсингу [1].

Масова індивідуалізація – задоволення індивідуальних потреб споживачів за масовою ціною виробництва.

Для ефективного використання даної концепції на машинобудівних підприємств України необхідно підлаштовувати та удосконалювати логістику підприємства.

Всі сфери логістики пов'язані між собою і взаємозалежать одна від одної (ланцюг поставок). Це ланцюг, через який проходять товарний та інформаційний потоки від первинного джерела (виробника) до кінцевого споживача [2].

Процес обслуговування замовника продукції масової індивідуалізації складається із 4 етапів, які повинен пройти споживач для задоволення власних потреб, а саме:

Етап 1. Виявлення потреб споживачів.

Етап 2. Складання замовлення і узгодження умов договору.

Етап 3. Виробництво продукції масової індивідуалізації.

Етап 4. Доставка продукції до замовника та сервісне обслуговування.

Отже, весь процес від визначення потреб споживачів, організація виробництва, управління поставкою сировини та збут готової продукції в поставлені терміни базується на логістиці прилаштованій до змін при будь якій ситуації на ринку України.

На машинобудівних підприємствах України для виробництва продукції в умовах масової індивідуалізації логістичний процес повинен відповідати таким вимогам [3]:

- здатність до швидкої перебудови на випуск нової продукції за рахунок гнучкості й мобільності;
- наявність високого технічного рівня устаткування, здатного реалізувати прогресивні технологічні процеси на основі високого ступеня інтеграції виробництва;
- випуск конкурентоспроможної продукції;
- можливість поєднування різних модулів без істотних змін виробництва, тобто наскільки швидко компанія перетворює процес від прийняття старої лінійки продуктів для створення нового продукту;
- можливість змінювати графік виробництва;
- здатність ефективно виробляти дуже індивідуальні і унікальні продукти;
- можливість використовувати різні швидкості доставки;
- здатність компанії пропонувати широкий асортимент продукції для своїх клієнтів;
- здатність швидко збільшити або зменшити обсяги виробництва або перейти від одного продукту чи послуги до іншого.

Отже, при впровадженні концепції масової індивідуалізації попиту, компанії повинні враховувати потреби своїх клієнтів, стан конкуренції, економічне становище держави та технологій виробництва і логістичні ланцюги, які вони використовують. Оскільки, дана концепція, не є стандартною практикою і потребує індивідуалізації для виробництва щоб задовольнити потреби споживачів. В результаті чого підприємство отримає: низьку вартість, високу якість, індивідуальні товари і послуги.

1. Лычковская И.П. Логистика массового производства на заказ / И.П. Лычковская, С.Б. Карнаухов // Российское предпринимательство. — 2005. — № 12 (72). — с. 82-88. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/7291/> 2. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=864> 3. Красуляк М.М. Особливості діяльності промислових підприємств умовах виконання індивідуальних замовлень/ М.М. Красуляк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: «Проблеми економіки та управління». — Львів: Вид-во НУ ЛП. — 2012. - № 725. — С.290– 297.