

13. Самочкин, В. В. Гибкое развитие предприятия: Анализ и планирование [Текст] / В. В. Самочкин. — М.: Дело, 2000. — 376 с.
14. Сапожников, Е. О. Инновационные проблемы технического перевооружения производства [Текст]: монография / Е. О. Сапожников. — Харьков: ХНУ ім. Каразіна, 2005. — 260 с.
15. Dhaoui, M. L. Methodological guide: restructuring, upgrading and industrial competitiveness [Text] / M. L. Dhaoui. — Vienna: UNIDO, 2003. — 87 p.
16. Narayanan, V. Managing Technology and Innovation for Competitive Advantage [Text] / V. Narayanan. — UK: Prentice Hall, 2001. — 168 p.
17. Drucker, P. Innovation and Entrepreneurship [Text] / P. Drucker. — UK: HarperBusiness, 2007. — 288 p. doi:10.4324/9780080549415
18. Перерва, П. Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена [Текст] / П. Г. Перерва. — Ростов н/Д: Феникс, 2003. — 592 с.
19. Безугла, Д. В. Організаційно-економічні аспекти інноваційної діяльності підприємств Харківської області [Текст] / Д. В. Безугла // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. — 2013. — № 20(993). — С. 112–120.
20. Перерва, П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг [Текст] / П. Г. Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 4(1). — С. 55–66.

МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМНОГО ПРОЦЕССА ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕОСНАЩЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА

В статье предложена математическая модель технического перевооружения производства как системного процесса, эффек-

тивность которого определяется показателями эффективности функционирования технико-технологической, организационно-экономической и инновационно-внедренческой подсистем в составе объекта технического перевооружения. Доказана возможность выявления резервов производства после его технического перевооружения.

Ключевые слова: предприятие, модель эффективности, функциональные компоненты, техническое перевооружение, системная функция.

Безугла Дар'я Валеріївна, аспірант, кафедра організації виробництва і управління персоналом, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна, e-mail: daryab1991@rambler.ru.

Безуглая Дарья Валериевна, аспирант, кафедра организации производства и управления персоналом, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», Украина.

Bezugla Darya, National Technical University of Ukraine «Kharkiv Polytechnic Institute», Ukraine, e-mail: daryab1991@rambler.ru

УДК 336.671

DOI: 10.15587/2312-8372.2015.52189

Назарова Т. Ю.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ МСБ ПІДПРИЄМСТВ

В роботі розглянуто удосконалення методичного підходу до вибору економічних заходів з формування та використання прибутку. Виявлено групи фінансових стратегій для МСБ підприємств. Встановлено організаційно-економічні заходи формування фінансових стратегій. Розроблено механізм, який передбачає позиціонування підприємств в матриці, координатами якої є інтегральні показники результативності фінансової, виробничої та збутової діяльності.

Ключові слова: організаційно-економічні заходи, суб'єкти малого та середнього бізнесу, фінансові стратегії, промислові підприємства.

1. Вступ

Ефективність діяльності підприємства залежить від якості інструментів, що використовуються при розробці та реалізації відповідних стратегій, програм, процедур. У якості подібних інструментів виступають відповідні організаційно-економічні механізми як сукупність станів і дій, які складають процес розробки і реалізації програми забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Створення дієвого організаційно-економічного механізму (ОЕМ) формування і використання прибутку суб'єкта МСБ необхідно здійснювати шляхом визначення сукупності методів впливу на визначені фактори

внутрішнього і зовнішнього середовища в залежності від природи фактора, його сприйнятливості до методів впливу. Сучасні теорії управління прибутком передбачають створення дієвої системи управління, яка являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує певну функцію, спільна дія яких за певних умов забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини. На відміну від існуючих розробок, особливістю якого є застосування матриці вибору організаційно-економічних заходів з формування та використання прибутку, які враховують результативність реалізації виробничої, збутової, фінансової функції, які застосовуються у визначенні відповідних інтегральних

показників, враховують не лише фінансові, витратні параметри, а й ті що свідчать про рівень ефективної організації кожної функції на підприємстві.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

В економічній літературі питання прибутку, рентабельності і формування елементів економічного механізму підвищення ефективності функціонування підприємства широко розглянуті як в теоретичному, так і в практичному аспектах [1-15]. Цим питанням присвячені роботи А. Баба, І. Бланка, С. Вигодського, В. Гриньової, В. Іващенко, С. Кошечкіна, М. Крейнина, Ф. Махлупа, Л. Мельника, М. Мокія, В. Нижника, М. Ніколайчука, В. Пономаренка, Р. Сайфуліна, Л. Соколової, Д. Соломона, А. Тищенко, А. Ткаченко, А. Томпсона, Дж. Формбі, М. Фрідмана, А. Шеремета та інших.

Сучасні економісти по-новому визначають проблеми прибутку. У своїх роботах вони підіймають, перш за все, практичні аспекти прибутку в обліку, аналізі та управлінні діяльністю економічних суб'єктів. Вивчення наукових літературних джерел та викладення у них численних авторських визначень прибутку дозволило систематизувати та узагальнити існуючі сучасні думки і позиції, які по-різному пояснюють її сутність.

Численна група авторів, серед яких: І. А. Бланк [1], Р. С. Сайфулі та В. Ф. Юров, вважають, що прибуток як «економічна категорія характеризує фінансовий результат діяльності підприємства. Грунтовний аналіз наукової літератури дозволяє дійти висновку, що найпоширенішою в трактуванні сутності прибутку є бухгалтерська концепція, наряду з цим зростає кількість науковців, які присвячують свої праці обґрунтуванню та подальшому розвитку концепції «економічного прибутку».

Специфічні проблеми управління підприємствами малого бізнесу знайшли відображення в працях І. В. Бойчука, Ю. Б. Валуєва, С. Г. Дриги, Ю. Б. Іванова, С. М. Ісікова, В. М. Литвиненко, В. Н. Парсяк, О. А. Піріг, С. К. Рєвчук та Т. І. Яворської.

З початком економічних реформ в Україні підприємництву відведено майже головне місце в працях вітчизняних учених: З. С. Варналія, Л. І. Воротиної, В. А. Кредісова, М. Й. Маліка, П. М. Макаренка, В. Сизоненка, О. Г. Шпикуляка та ін. Незважаючи на численні доробки проблематики малого підприємництва, цілісна теорія його феномену залишається на етапі свого формування.

Підприємство є динамічною сукупністю взаємозалежних функціонуючих елементів, які при цьому є відносно автономними. Непогодженість між окремими елементами і підсистемами механізму знижує його ефективність. Підприємство, як складна система, формується з окремих підсистем. Д. М. Крук [2] доводить, що система виробництва може бути поділена на комплекси однорідних елементів і зв'язків: технічну, економічну, соціальну й організаційні підсистеми. З. П. Румянцева виділяє такі функціональні підсистеми підприємства [3], як маркетинг, виробництво, інновації, персонал, фінанси, менеджмент, кожна з яких реалізує свою мету.

Доцільно погодитись з науковцями [4, 5], які стверджують, що підприємству притаманні такі важливі властивості, як ієрархічна структура, рівень організації, здатність системи сприймати вплив зовнішнього сере-

довища і, в свою чергу, впливати на нього. Структура характеризує субординацію, співвідношення та взаємодію елементів системи, які забезпечують існування, функціонування і розвиток системи. Система має зберігати свою структуру, упорядкувати внутрішні зв'язки, врахувати зовнішні фактори впливу і на цій основі здійснювати своє подальше удосконалення і цілеспрямований розвиток. Лише за умови оптимізації всіх елементів системи можна максимізувати ефект діяльності.

Разом з тим, беручи до уваги численні наукові розробки іноземних видань, позитивний досвід роботи, накопичений у сфері малого бізнесу, окремі проблеми прикладного характеру не дістали належного вирішення і, залишаючись недостатньо дослідженими, потребують подальшого розвитку як у науково-теоретичному, так і практичному аспектах, зокрема розробка механізму формування та розподілу прибутку, що дозволить малим і середнім підприємствам галузі машинобудування ефективно функціонувати в умовах конкурентного середовища.

Недостатньо глибокого досліджено підходи до становлення фінансового регулювання цих процесів в кризових умовах. Крім того, при всьому різноманітті теоретичних трактувань складної категорії «прибуток», дискусій, присвячених прибутку, в економічній літературі недостатньо розроблені загальні методологічні принципи системи формування і розподілу прибутку в умовах трансформаційних перетворень ринкового характеру.

3. Об'єкт, мета та задачі дослідження

Об'єктом дослідження є процес управління фінансовим результатом суб'єктів малого та середнього бізнесу в рамках реалізації організаційно-економічного механізму формування та використання прибутку в умовах циклічного розвитку національної та світової економіки.

Метою наукової роботи є здійснення комплексного аналізу результатів реалізації певних функцій підприємства, а саме виробничої, збутової й фінансової, для виявлення можливих перспектив розвитку, зумовлених отриманими перевагами і характерними недоліками фінансово-господарської діяльності суб'єктів МСБ господарювання.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі задачі:

1. Здійснити оцінку факторів і джерел формування прибутку.
2. Здійснити комплексне оцінювання результатів фінансової, виробничої та збутової діяльності МСБ підприємства промисловості та довести необхідність урахування його результатів в процесі формування та використання прибутку.
3. Розробити методичні рекомендації щодо формування робочої групи з питань формування та розподілу прибутку на МСБ підприємстві.

4. Удосконалення методичного підходу до вибору організаційно-економічних заходів з формування та використання прибутку МСБ підприємств

Удосконалено методичний підхід до вибору організаційно-економічних заходів з формування та використання прибутку, який передбачає позиціонування підприємств в запропонованій матриці, координатами якої

є інтегральні показники результативності фінансової, виробничої та збутової функції (діяльності). Застосування удосконаленого методичного підходу до вибору організаційно-економічних заходів щодо формування та використання прибутку в практичну діяльність вітчизняних підприємств суб'єктів МСБ дозволяє наглядно визначити зміни в умовах та результатах господарювання, що створює необхідну інформаційну базу для прийняття ефективного управлінського рішення щодо управління прибутком.

Використання даних критеріїв позиціонування обумовлено отриманими результатами факторного аналізу діяльності промислових підприємств Харківської області за період з 2010 по 2013 рр., які свідчать про великий вплив саме цих напрямків господарювання на їх фінансові результати. Квадранти розмежовані за кількісними значеннями інтегральних показників результативності основних функцій підприємства, які впливають на обсяг прибутку, що до 0,5 (включно) відповідають їх низькому рівню, а більше 0,5 – високому. Для кожного квадранту матриці (рис. 1) визначено основні характеристики підприємств, позиції яких їм відповідають, що дозволило сформулювати та запропонувати певний набір організаційно-економічних заходів, які є оптимальними з урахуванням фактичних умов господарювання підприємств в рамках досягнення цілей загальної економічної стратегії. Застосування удосконаленого методичного підходу до вибору організаційно-економічних заходів щодо формування та використання прибутку в практичну діяльність вітчизняних підприємств дозволяє наглядно визначити зміни в умовах та результатах господарювання, що створює необхідну інформаційну базу для прийняття ефективного управлінського рішення щодо управління прибутком.

Проведений автором роботи аналіз структур управління діяльністю підприємств дозволив виявити наступні недоліки з позицій забезпечення ефективності процесу формування та використання прибутку: відсутність інтегрованості завдань з формування та використання при-

бутку із загальною системою управління підприємством; слабка участь функціональних підрозділів у розробці управлінських рішень за даним напрямком; недосконалений на обмін необхідною інформацією; недостатня розвиненість системи управлінського обліку для прийняття оперативних рішень.

Обґрунтування необхідності взаємодії між структурними підрозділами через інформаційні потоки щодо питань управління прибутком обумовили розробку методичних рекомендацій щодо організації робочої групи з питань формування та використання прибутку, діяльність якою є періодичною, а склад передбачає наявність керівника – координатора (директора підприємства) та членів – керівників виробничого підрозділу, технологічної служби, відділу з фінансово-економічних питань, служби маркетингу, підрозділу постачань, управління кадрами та соціальних питань групи.

Одним з основних завдань діяльності робочої групи є спостереження за станом тих чи інших економічних показників і організації впливу на них в інтересах підтримання заданого стану та (або) переведення у новий, більш бажаний, стан.

Сигналом для робочої групи щодо коригування управлінських рішень, спрямованих на підтримку визначеного рівня ефективної діяльності служить підвищення витрат і зниження результатів виробництва. За цими сигналами вивчаються причини погіршення ходу виробничого процесу і виявляються фактори, на які необхідно впливати.

Рекомендований алгоритм формування максимального прибутку діяльності підприємства, який базується на регулюванні обсягу виробництва та реалізації продукції і витрат підприємства наведений на рис. 2.

На рис. 2 автором запропонована схема формування максимального прибутку діяльності підприємства, яка базується на регулюванні обсягу виробництва та реалізації продукції і витрат підприємства, коли критерієм ефективної діяльності виступають маржинальний доход та рентабельність виробництва підприємства.

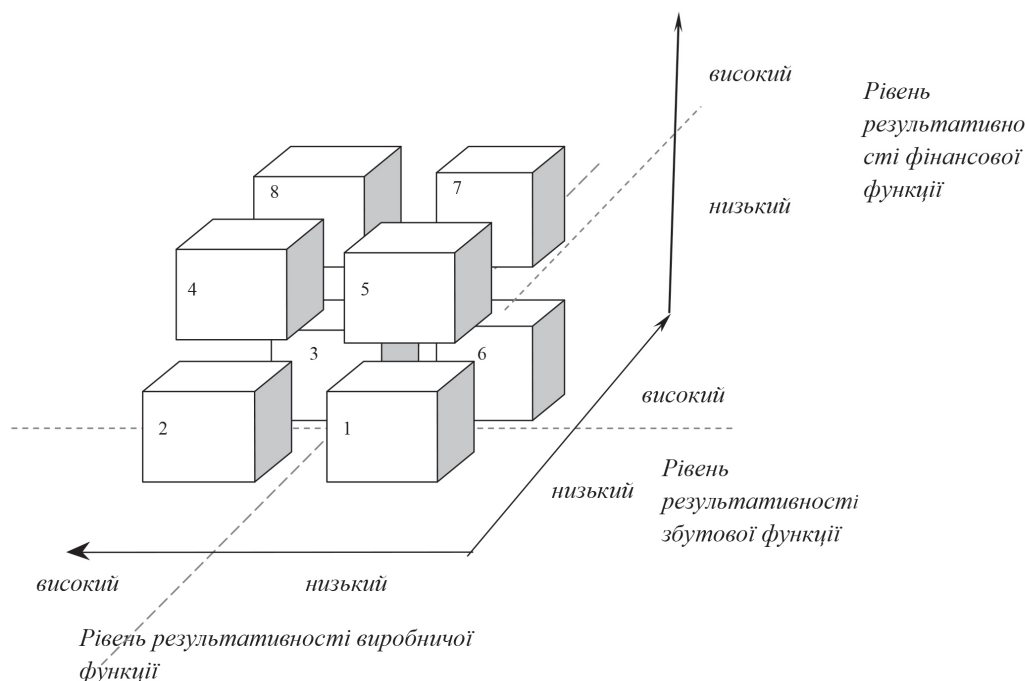


Рис. 1. Трьохвимірна матриця з вибору організаційно-економічних заходів з формування та використання прибутку

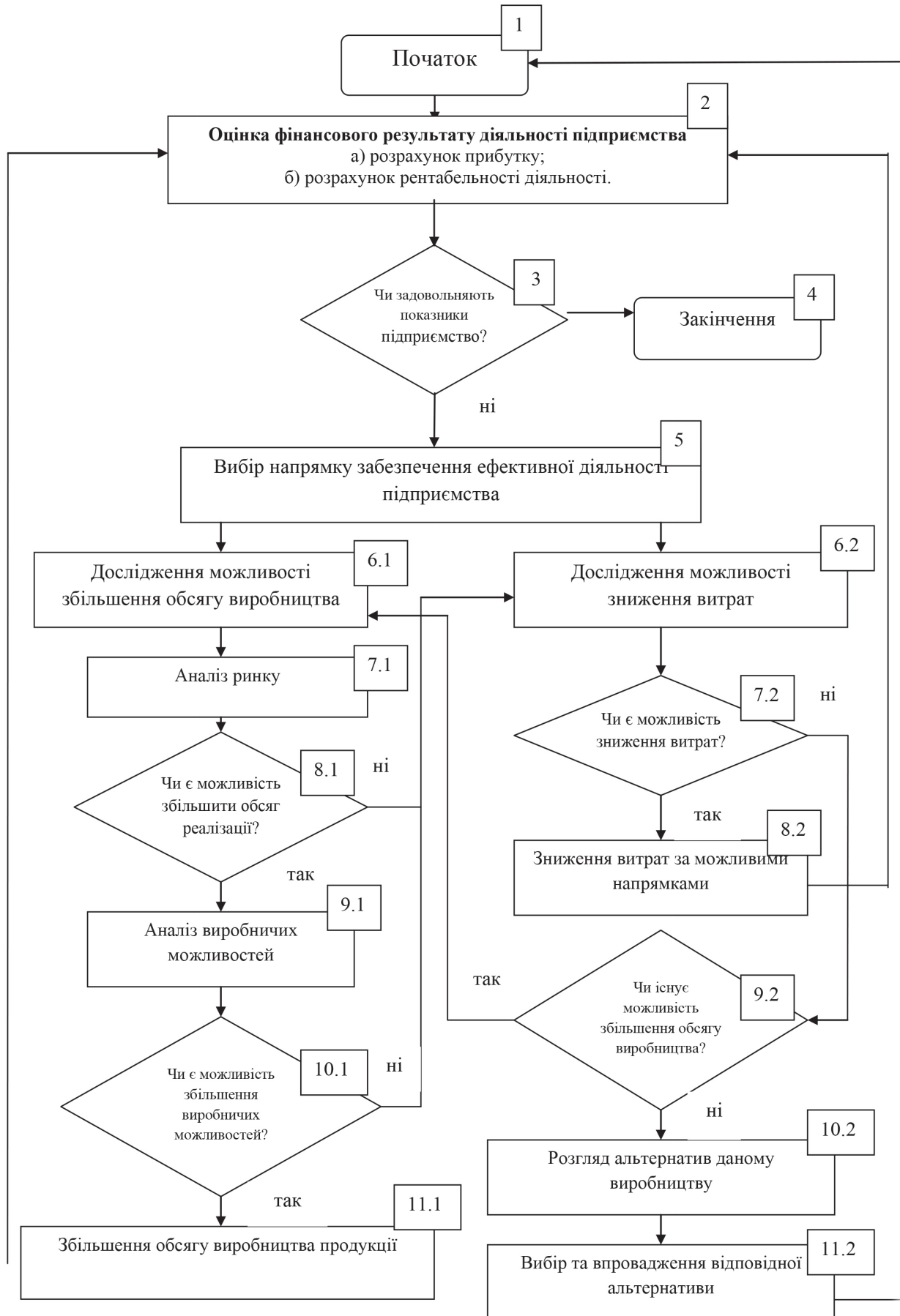


Рис. 2. Алгоритм вибору напрямків забезпечення формування максимального прибутку діяльності МСБ підприємства

Як видно з рис. 2, початковим етапом в забезпеченні максимального прибутку доцільно визначити оптимальну величину обсягу виробництва продукції та витрат на виробництво за сигналами, які забезпечують показники маржинального доходу та рентабельності діяльності, при цьому враховуються виробничі можливості підприємства та вимоги ринку щодо продукції підприємства.

У кожній конкретній момент часу для підприємства найбільш доцільним і можливим може бути або один з цих напрямків, або їх поєднання, що визначається на основі аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства.

5. Обговорення результатів удосконалення методичного підходу до вибору організаційно-економічних заходів з формування та використання прибутку МСБ підприємств

Ефективне формування прибутку передбачає не лише успішне наукове обґрунтоване планування його обсягу, але й забезпечення результативності всіх видів діяльності (процесів) підприємства, які безпосередньо чи опосередковано впливають на кінцеві фінансові результати, на протязі всього планового періоду. Отже, постійний контроль за змінами, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства та адекватне та своєчасне реагування на них шляхом розробки певних адаптивних заходів, що підвищують ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства у кожний момент часу, передбачає формування певних завдань та обов'язків в рамках основних структурних підрозділах фінансової та не фінансової спрямованості щодо досягнення фінансових цілей підприємства.

Застосування запропонованого алгоритму має здійснюватися при обґрунтуванні управлінських рішень з максимізації прибутку, рівень якого визначається за фінансовою звітністю. Використання сформованої автором системи показників фінансово-господарської діяльності, дозволить комплексно здійснювати контроль за змінами, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства та адекватне та своєчасне реагування на них шляхом розробки певних адаптивних заходів, що підвищують ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства у кожний момент часу.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що їх упровадження дозволить створити такий організаційно-економічний механізм, за допомогою якого суб'єкти малого та середнього бізнесу зможуть управляти фінансово-господарською діяльністю, за результатами якої максимізується прибуток.

6. Висновки

В результаті проведених досліджень:

1. Досліджено проблеми теорії і практики створення дієвого організаційно-економічного механізму. Організаційно-економічний механізм ефективної операційної діяльності підприємства — система, яка знаходиться під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів і складається з сукупності послідовних дій та інструментів, що дозволяють моделювати варіанти прийняття рішень, розробляти засоби їх аналізу для досягнення встанов-

лених цілей з найменшими витратами і узгодження суспільних, групових та особистих інтересів.

2. Удосконалено методичний підхід до вибору організаційно-економічних заходів з формування та використання прибутку, який передбачає позиціонування підприємств в запропонованій матриці, координатами якої є інтегральні показники результативності фінансової, виробничої та збутової функції (діяльності).

3. Розроблено методичні рекомендації щодо організації робочої групи з питань формування та використання прибутком, метою якої є своєчасне удосконалення процесу господарювання підприємства на стратегічному та оперативному рівні з метою підвищення рівня прибутковості його діяльності. Використання даних рекомендації дозволить директору та функціональним керівникам своєчасно приймати управлінські рішення щодо формування та використання прибутку з урахування особливостей всіх процесів, що протікають на підприємстві. Це дозволить мінімізувати витрати на підвищення ефективності розроблених управлінських рішень за рахунок використання внутрішніх резервів підприємства.

Література

1. Бланк, И. А. Управление прибылью [Текст] / И. А. Бланк. — К.: Ника-Центр, Эльга, 1998. — 543 с.
2. Крук, Д. М. Организация, планирование и управление промышленным предприятием [Текст]: учеб. пос. для экон. вузов / под ред. Д. М. Крука. — М.: Экономика, 1982. — 376 с.
3. Румянцева, З. П. Менеджмент организации [Текст]: учеб. пос. / под ред. З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. — Москва: ИНФРА-М, 1995. — 432 с.
4. Пономаренко, В. С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект [Текст] / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луцковский и др. — Х.: ХГЭУ, 2002. — 252 с.
5. Гриньова, В. М. Механізм стратегічного управління підприємством на засадах логістики [Текст]: монографія / за заг. ред. В. М. Гриньової. — Х.: ХНЕУ, 2011. — 230 с.
6. Darnay, A. J. Encyclopedia of Small Business [Text]: in 2 vol. / editors: A. J. Darnay, M. D. Magee. — Detroit: Thomson Gale, 2007. — 1216 p.
7. Vargas-Hernández, J. G. Risk or Innovation, Which One Is Far more Preferable in Innovation Projects? [Text] / J. G. Vargas-Hernández, M. Reza Noruzi, N. Sariolghalam // International Journal of Marketing Studies. — 2010. — Vol. 2, № 1. — P. 233–244. doi:10.5539/ijms.v2n1p233
8. Білик, М. Д. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування [Текст] / М. Д. Білик, Т. О. Білик. — К.: ТОВ «ПанТот», 2012. — 280 с.
9. Волохова, М. П. Фінансово-економічні важелі та стимули в забезпеченні ділової активності малих підприємств [Текст] / М. П. Волохова. — Одеса: ОНЕУ, 2012. — 206 с.
10. Донець, Л. І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання [Текст] / Л. І. Донець, С. М. Баранцева. — Д.: ДонНУЕТ, 2008. — 255 с.
11. Егоров, П. В. Формирование механизма управлению прибылью предприятия в условиях рыночных отношений [Текст] / П. В. Егоров, А. А. Кобец, Ю. В. Сердюк-Копчекки. — Д.: Юго-Восток, 2010. — 2140 с.
12. Зінченко, О. А. Основи управління якістю прибутку підприємства [Текст] / О. А. Зінченко. — Кривий Ріг: Видавничий дім, 2011. — 292 с.
13. Макаревич, Л. М. Управление эффективностью компании: (надёжная гарантия прибыльности бизнеса) [Текст] / Л. М. Макаревич. — М.: ООО «Вершина», 2004. — 192 с.
14. Найт, Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль [Текст] / Ф. Х. Найт. — М.: Дело, 2003. — 360 с.
15. Орлов, О. О. Планирование прибутку підприємств в умовах ринкової економіки [Текст] / О. О. Орлов, Є. Г. Рясних, Н. Г. Гавловська. — Хмельницька: ХНУ, 2009. — 155 с.

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ПО ФОРМИРОВАНИЮ И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ПРИБЫЛИ МСБ ПРЕДПРИЯТИЙ

В работе предложен усовершенствованный методический подход по выбору экономических мероприятий для формирования и распределения прибыли. Выявлено группы финансовых стратегий для предприятий малого и среднего бизнеса. Установлено организационно-экономические меры формирования финансовых стратегий. Разработан механизм предусматривающий позиционирования предприятий в матрице, координатами которой являются интегральные показатели результативности финансовой, производственной и сбытовой деятельности.

Ключевые слова: организационно-экономические мероприятия, субъекты малого и среднего бизнеса, финансовые стратегии, промышленные предприятия.

Назарова Тетяна Юрьевна, аспирант, кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности та фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна, e-mail: taniya2009@list.ru.

Назарова Татьяна Юрьевна, аспирант, кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности и финансов, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», Украина.

Nazarova Tetyana, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Ukraine, e-mail: taniya2009@list.ru

УДК [339.332:656.96]:629.33/36 (043.3)

DOI: 10.15587/2312-8372.2015.52044

Савич О. П.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПРОДАЖУ АВТОМОБІЛІВ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ

В статті розглянуті та проаналізовані класичні схеми продаж автомобілів, які використовуються з 30-х років минулого сторіччя, нові канали збуту автомобілів. Встановлено, що в новітні часи класична система дистрибуції зазнає змін. Досліджені та визначені нові канали збуту. Запропоновано удосконалити систему продаж автомобілів та розвивати нові канали розподілу. Це дозволить більш активно здійснювати продаж по цільовим сегментам та дає змогу спеціалізованим дилерам фокусуватись на клієнтах.

Ключові слова: продажі, канали розподілу, автомобільний ринок, дистрибуція, дилер, маркетинг.

1. Вступ

Сучасний глобальний ринок легкових автомобілів є основою економіки світу. Продаж легкових автомобілів впливає на економічне зростання та кризові явища глобальної економіки. Ринок автомобілів є одним з найконкурентніших ринків, і саме тут впроваджуються всі інновації та технології, як в менеджменті, в маркетингу, так і у виробництві. Автомобільний ринок дуже циклічний по своїй природі. Так, автомобільний ринок попадав в кризу продаж на протязі останніх 15 років вже декілька раз. І такі виробники, як Chrysler та SAAB не змогли пережити коливання попиту. Негативні тенденції продаж спостерігаються і зараз. Тому, автовиробники мають змінювати та удосконалювати свою систему продаж з метою підвищення своєї конкурентоздатності.

Актуальність теми визначається тим, що автовиробникам необхідно змінювати систему розподілу та стратегію продаж в силу настання кризових явищ в глобальній економіці та сповільнення темпів продаж автомобілів.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

Автомобільний ринок являється основною частиною глобальної економіки. Так, в світі виробляється майже 82 мільйона одиниць легкових автомобілів (разом

з легкими комерційними автомобілями) на суму майже 2 трильйонів доларів США, а з суміжними галузями це майже 5 % ВВП світу.

Ще з появою перших автомобільних виробників була сформована концепція дистрибуції автомобілів, яку започаткував Генрі Форд і яка фактично залишилась незмінною в світі з 30-х років минулого століття. Так, виробник виробляє автомобілі і продає їх або через власну дистрибуторську мережу або через незалежного дистрибутора, який в свою чергу продає автомобіль кінцевому споживачу через систему власних або незалежних автосалонів-дилерів.

Негативні тенденції продаж спостерігаються на автомобільному ринку зараз. Тому, автовиробники мають змінювати та удосконалювати свою систему продаж з метою підвищення своєї конкурентоздатності.

Результати досліджень маркетингової діяльності підприємств викладено в працях багатьох вітчизняних та іноземних науковців. Серед них особливе значення мають роботи А. Ф. Павленка, А. В. Войчака, Ф. Котлера, В. П. Пилипчука, В. Ким Чан, Р. Моборн, Андриас А. Золтнерс та інших. Так, В. П. Пилипчук описав та визначив ефективність каналів розподілу та управління продажем [1], В. Ким Чан та Р. Моборн — визначив, що необхідно створювати власний ринок та обслуговувати його [2]. В той же час Андриас А. Золтнерс вказав, що необхідно також ефективно управляти торговим пер-