

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

А. І. ЯКОВЛЄВ

Л. С. ЛАВРЕНТЬЄВА

**УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ
І ПАРАМЕТРАМИ ПРОДУКЦІЇ
У РИНКОВИХ УМОВАХ**

Харків 2010

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«Харківський політехнічний інститут»

А. І. Яковлєв, Л. С. Лаврентьєва

**УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ
І ПАРАМЕТРАМИ ПРОДУКЦІЇ
У РИНКОВИХ УМОВАХ**

Харків НТУ «ХПІ» 2010

ББК 65.304.15-80
Я47
УДК 658.628:621

Рецензенти:

С. М. Ілляшенко, д-р екон. наук, проф., зав. каф. маркетингу
Сумського державного університету;

В. Я. Заруба, д-р екон. наук, проф., декан факультету
економічної інформатики і менеджменту НТУ «ХП»

Друкується за рішенням Вченої ради НТУ «ХП»,
протокол № 12 від 04.12.2009 р.

Яковлев, А. І.

Я47 Управління асортиментом і параметрами продукції у ринкових умовах: [Текст] : монографія / А. І. Яковлев, Л. С. Лаврентьєва. - Харків : НТУ «ХП», 2010. - 164 с.

ISBN 978-966-593-829-3

У монографії досліджено сутність понять «асортимент» та «асортиментна політика» з урахуванням особливостей концепції стратегічного управління.

Призначено для спеціалістів економіки та управління. Може бути корисним для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів.

Іл. 23. Табл. 31. Бібліогр.: 225 назв.

ББК 65.304.15-80

ISBN 978-966-593-829-3 © А. І. Яковлев, Л. С. Лаврентьєва, 2010

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ ЗА РИНКОВИХ УМОВ.....	5
1.1. Дослідження потреб споживачів та засад формування асортименту продукції як основа управління асортиментом і параметрами продукції.....	5
1.2. Понятійно-категоріальний аспект проблеми управління асортиментом і параметрами продукції.....	18
1.3. Концепція стратегічного управління як передумова ефективного управління асортиментом і параметрами продукції	30
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ І ПАРАМЕТРАМИ ПРОДУКЦІЇ.....	39
2.1. Оцінка впливу факторів середовища підприємства на управління асортиментом і параметрами продукції	39
2.2. Визначення ступеня задоволеності споживачів параметрами продукції підприємства.....	55
2.3. Методичні засади управління асортиментом і параметрами продукції.....	81
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ І ПАРАМЕТРАМИ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ.....	95
3.1. Оцінка параметрів продукції підприємств машинобудування при стратегічному управлінні асортиментом продукції.....	95
3.2. Аналіз збалансованості асортименту продукції підприємства	111
3.3. Напрямки удосконалення управління асортиментом і параметрами продукції за ринкових умов	127
ВИСНОВКИ.....	142
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	144