

**Логистическая стратегия производителей оригинальных
автомобильных запасных частей как фактор повышения
удовлетворенности потребителей**

Хаврук В. А.

Национальный транспортный университет (г. Киев, Украина)

Рынок запасных частей к автомобильной технике характеризуется широким ассортиментом, который усиливается присутствием большого количества производителей и зачастую неизвестных потребителю – владельцу автомобиля. Одна категория потребителей, ориентируются на фирменный технический сервис, другая же категория потребителей – на собственный опыт в приобретении запасных частей. Но в обоих случаях потребители не «застрахованы» полностью от некачественных запасных частей, которые при низкой цене будут иметь неизвестное происхождение. Для устранения таких неблагоприятных явлений для потребителей как существование неоригинальных запасных частей ведущие производители определяют ту или иную логистическую стратегию в обеспечении потребностей владельцев автомобилей в запасных частях.

Рассматривая логистические стратегии ведущих производителей автомобильных запасных частей, необходимо отметить, что наиболее распространенными являются три схемы снабжения: «авторитарная», комбинированная и «гибкая».

Определяющим для эффективности применения схем снабжения запасных частей является зависимость «скорость-стоимость». Анализ же данных стратегий показывает, что им присущи недостатки, которые в основном кроются в принципах взаимодействия дистрибьюторов и дилеров, и поэтому ни одна из них не обеспечивает оперативность и полное удовлетворение потребителей в необходимых запасных частях. Одним из направлений решения данной проблемы является постоянный мониторинг рынка запасных частей, статистика и дифференциация потребностей потребителей.