

## ЛІТЕРАТУРА

1. Вачевський М. В. Маркетинг для менеджера / Вачевський М. В., Долішній М. І., Скотний С. Г. – К. : Просвіта, 2010. – 139 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг / Гаркавенко С. С. – К. : Лібра, 1996. – 364 с.
3. Гейк П. Вчись аналізувати ринок : [пер. з англ.] / Гейк П., Джексон П. – Львів : Сейбр-Світло, 1995. – 270 с.
4. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика / Герасимчук В. Г. – К. : Вища школа, 2009. – 327 с.
5. Маркетинг: стан, основні напрямки розвитку : зб. наук. пр. / відпов. ред. Корольчук О. А. – К., 2007.
6. Подкуйко Н. Д. Маркетинг: стратегія і практика / Н. Д. Подкуйко. – К. : [б. в.], 2010. – 228 с.

УДК 658.821

## УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**М. С. Одарченко, кандидат технічних наук;  
Л. Ф. Павлоцька, кандидат медичних наук;  
А. О. Мовчан; Є. Л. Гасай; О. О. Шкода**

Якість продукції є одним з найважливіших показників діяльності підприємства. У сучасних умовах між підприємствами як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, увійти на які прагне Україна, загострилась конкуренція, яка, як відомо, залежить від рівня цін і якості пропонованих виробів.

Сучасний етап ринкових відносин, на якому знаходиться Україна, змушує по-новому подивитися на проблему якості продукції порівняно з періодом, який характеризувався монополізацією виробництва; прагнення максимізації обсягу випуску продукції не давали змоги різко підвищити вимоги до якості продукції без модернізації техніки, заміни обладнання, впровадження нових технологій і автоматизованих засобів регулювання і контролю якості.

Але сьогодні якість продукції в умовах переходу до ринкових відносин усе більше виступає основою конкурентоспроможності підприємств в Україні. Саме тому правильно обрана стратегія управління якістю продукції дозволить забезпечити ефективний розвиток підприємству і підвищення його конкурентоспроможності.

Сучасні складні економічні та політичні процеси в Україні не дозволяють вітчизняним підприємствам у повній мірі боротися за розширення внутрішнього та зовнішнього ринку і одною з причин такого становища є недостатньо висока якість продукції. Актуальність підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності підприємств набуває також в умовах приєднання України до Світової організації торгівлі й мінімізації тарифного захисту внутрішнього національного ринку, що спричинить збільшення конкурентного тиску на ринку.

Управлінням якістю продукції на підприємствах займалися вітчизняні й зарубіжні вчені, такі як Ю. Адлер, Р. Бичківський, С. Варакута, А. Гребінников, Ф. Йогансон, А. Кузьмін, Д. Крослід, В. Лapidус, В. Момот, Ю. Полозов, С. Парк, В. Рябченко, А. Редзюк, І. І. Сахарцева, Р. Толпежников, А. Фейгенбаум, С. Шепетова й ін. Незважаючи на велику кількість праць, що присвячені вирішенню проблем управління якістю продукції на підприємствах України, не достатньо опрацьованими, на нашу думку, залишаються питання щодо значення запровадження систем управ-

ління якістю на підприємствах з метою підвищення конкурентоспроможності й ефективності господарської діяльності підприємства.

Метою даної роботи є дослідження впливу управління якістю на конкурентоспроможність продукції вітчизняних підприємств з метою підвищення ефективності господарської діяльності.

Проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної і екологічної безпеки. Якість – комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін.

Вивчення літератури, присвяченої проблемі управління якістю продукції, дозволило визначити якість продукції як процес, що включає виявлення характеру й обсягу потреб у продукції, оцінку фактичного рівня її якості, розробку, вибір і реалізацію заходів щодо забезпечення запланованого рівня якості продукції. Як будь-який процес управління, управління якістю здійснюється через реалізацію управлінських функцій. Для побудови концепції управління якістю особливе значення має процесний підхід до управління як один із підходів, які розглядають у теорії менеджменту [1].

Такий підхід дозволяє організувати і представити управління якістю як безперервний ланцюг логічно взаємопов'язаних функцій, що впливають на виробництво з метою забезпечення якості.

Концепція управління якістю може бути сформульована таким чином: управління якістю являє собою безперервний процес впливу на виробництво через послідовну реалізацію логічно взаємопов'язаних функцій з метою забезпечення якості. До складу цих функцій входять: взаємодія із зовнішнім середовищем, політика і планування якості, навчання та мотивація персоналу, організація роботи з якості, контроль якості, інформація про якість, розробка заходів, прийняття рішень і реалізація заходів. Якість визначається дією багатьох випадкових, місцевих і суб'єктивних факторів. Щоб запобігти впливу цих факторів на рівень якості, необхідна система управління якістю. При цьому потрібні не окремі розрізнені й епі-

зодичні зусилля, а сукупність заходів постійного впливу на процес створення продукту з метою підтримки відповідного рівня якості.

Конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкового середовища та динаміки технологічних змін є важливим, його стратегічне завдання залишатись конкурентоспроможним протягом тривалого проміжку часу, стає питанням забезпечення власної постійної конкурентоспроможності. Загальні умови щодо механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства розглянуто в багатьох наукових працях, зазначається, зокрема у праці [4], що в основі забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової економіки є конкурентні переваги.

Усе більша насиченість сучасних ринків, постійно зростаюча конкуренція призвели до необхідності переглянути традиційні уявлення підходів до забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Можна стверджувати, що менеджмент якості стає у наш час основою процесу управління підприємством. Сьогодні жодна фірма не може розраховувати на успіх в бізнесі та яке-небудь суспільне визнання без застосування інструментів менеджменту якості. У ХХІ ст. усе активніше починає розвиватися уявлення про права споживача, зокрема про право на повну й достовірну інформацію про якість товару, що купують. Справедливо буде зазначити, що багато вчених-економістів займалися вивченням поняття якості продукції, параметрів її визначення та способів підвищення, серед яких Ф. Б. Кросбі, У. Е. Демінг, А. В. Фейгенбаум, Д. Харрінгтон. Приділялась цьому увага і українських, і російських учених, зокрема М. В. Губського, Ф. І. Євдокімова, А. І. Момота та ін.

Процес управління якістю на підприємстві, виходячи із основних положень сучасної концепції управління якістю, розглядається як самостійна, складна функція управління бізнес-процесами, цілями реалізації якої є підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства за рахунок підвищення якості продукції та всіх основних, допоміжних та управлінських процесів; зниження всіх видів витрат і укріплення економічної стабільності підприємства; дотримання вимог охоро-

ни навколишнього середовища; забезпечення цілеспрямованого та системного впливу на параметри якості в напрямі їх постійного поліпшення [1].

Сутність сучасної концепції управління якістю розкривається за допомогою принципів, якими повинно керуватись підприємство в процесі своєї діяльності. У науковій літературі існує кілька підходів до розгляду та з'ясування сутності принципів управління якістю. Перший – це принципи, сформульовані Е. Демінгом, що мають не методологічний, а швидше прагматичний характер. Фактично це установки чи постулати з формування поведінки менеджерів для досягнення цілей у сфері якості.

Другий підхід орієнтовано на розгляд змісту сучасних принципів менеджменту якості, покладених в основу стандартів серії ISO.

Серед основних функцій процесу управління якістю на підприємстві обов'язково називають планування, оперативне управління, забезпечення й поліпшення якості, які реалізують у межах системи якості на всіх етапах життєвого циклу продукту. Ураховуючи те, що процес управління в цілому являє собою вплив суб'єкта на об'єкт за рахунок реалізації управлінських функцій установленими методами, можна стверджувати, що процес управління якістю в організації здійснюється через ті функції, послідовна реалізація яких забезпечує досягнення цілей організації в галузі якості. Кожен із названих напрямів діяльності має свої особливості, і разом вони являють собою чотири основні функціональні підсистеми системи якості [2].

Діяльність щодо вдосконалення усіх процесів організації слід здійснювати за етапами робіт, представленими у циклі Е. Демінга, який вважається сучасним циклом управління якістю. У цьому циклі передбачено виконання чотирьох етапів робіт: планування; виконання робіт – дія; контроль результатів; коригувальні дії. Таким чином, реалізація розглянутих 4-х функцій становить зміст процесу управління якістю в рамках підприємства, коли система якості впливає на виробничий процес.

Діяльність підприємства повинна бути спрямована на задоволеність інтересів усіх зацікавлених сторін: споживачів, постачальни-

ків, персоналу підприємства, власників, кредиторів, представників суспільства (як тих, що живуть безпосередньо поруч із підприємством, і в цілому). Підприємство повинно вивчати, гармонізувати і задовольняти потреби усіх цих сторін, розділяючи з ними вигоду від досягнутих результатів. При цьому треба мати на увазі, що часто побажання різних сторін можуть не тільки відрізнятись, але й суперечити одні одним. Розв'язання таких суперечностей і є одним із головних завдань процесу управління підприємством.

Згідно з принципами системи менеджменту якості успішними вважаються не ті підприємства, які просто виробляють продукцію відповідно до стандартів або вимог споживачів, а ті, які забезпечують високий рівень задоволеності споживачів, власного персоналу, успішно взаємодіють із постачальниками, допомагають у розв'язанні проблем суспільства і досягають при цьому високих фінансових результатів [3]. Запровадження на підприємстві системи управління якістю дозволить йому здобути нові конкурентні переваги та досягти стійких конкурентних позицій на ринку.

За сучасних умов розвитку ринкових відносин усе більшого значення набувають питання якості в процесі управління підприємством і забезпечення його конкурентоспроможності. Головним принципом успіху запровадження системи менеджменту якості на підприємстві, успішного функціонування та безперервного розвитку й удосконалення є принцип «односібності», суть якого полягає у зацікавленості в результатах вищого керівництва та наявності особи з належними повноваженнями, яка повністю відповідає за розробку, втілення, функціонування та розвиток системи управління процесами покращення якості. В умовах технологічних змін система менеджменту якості є основою бізнес-стратегій підприємства із забезпечення стійких конкурентних позицій на ринку.

Отже, якість – це комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість продукції.

Управління якістю продукції є, по суті, наскрізним аспектом системи управління підприємством – аналогічним таким, як час, витрати, управління персоналом. Саме це положення лежить в основі базових принципів створення сучасних систем управління якістю.

Сучасне управління якістю продукції повинне прямо орієнтуватися на характер потреб, їхню структуру й динаміку; ємність і кон'юнктуру ринку; стимули, зумовлені економічною і технічною конкуренцією, характерні для ринкових відносин. Сучасне управління якістю на підприємстві, незалежно від форми власності й масштабу виробничої діяльності, повинне оптимально сполучати дії, методи й засоби, які забезпечують, з одного боку, виготовлення продукції, що задовольняє поточні запити і потреби ринку, а з іншого – розробку

нової продукції, здатної задовольняти майбутні запити й потреби ринку.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Горлова Б. Д. Система НАССР – требование времени / Горлова Б. Д., Чипурина Л. Г. // Пищевая промышленность. – 2010. – № 12. – С. 73.
2. Гуленков В. Ю. Новое в подходе к сертификации систем менеджмента качества / Гуленков В. Ю., Куприянова М. С. // Стандарты и качество. – 2009. – № 3. – С. 90–83.
3. Ефимов В. В. Потребительские ценности продукции / Ефимов В. В. // Стандарты и качество. – 2010. – № 5. – С. 68–69.
4. Непрерывное улучшение процессов на этапе, когда это имеет особое значение / Жарнецки Х., Схроев Б., Адаме М., Спэн М. // Стандарты и качество. 2010. – № 3. – С. 79–83.

УДК 336.711.65:339.5

## СУТНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

**М. С. Одарченко, кандидат технічних наук;  
З. П. Карпенко; Л. В. Даниленко;  
А. О. Мовчан; А. А. Рибцева**

У системі зовнішньоекономічних відносин держави головне місце належить торговельній діяльності [1]. Міжнародна торгівля – це система економічних відносин країн, метою яких є ввезення або вивезення товарів і послуг. Це засіб за допомогою якого країни можуть розвивати спеціалізацію, підвищувати продуктивність своїх ресурсів і в такий спосіб збільшувати загальний обсяг виробництва.

Місце міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин визначається тим, що, по-перше, через неї реалізуються результати всіх форм світогосподарських зв'язків – вивозу капіталу, виробничої кооперації, науково-технічного співробітництва. По-друге, розвиток міжнародної торгівлі то-

варами визначає динаміку міжнародного обміну послугами. По-третє, зростання та поглиблення міжрегіональних і міждержавних взаємозв'язків є важливою передумовою міжнародної економічної інтеграції. По-четверте, міжнародна торгівля сприяє подальшому поглибленню міжнародного поділу праці та інтернаціоналізації господарських зв'язків [1].

Після проголошення незалежності Україна стала на новий шлях розвитку – побудови демократичної правової держави. Лібералізація зовнішньоекономічної діяльності, скасування монополії СРСР на зовнішню торгівлю зумовили необхідність формування нової державної політики в цій сфері. Пріоритети сучасної зовнішньоторговельної політики зумовили