

8. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. – 512 с.
9. Корецький М.Х., Дегтяр А.О., Дацій О.І. Стратегічне управління. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 240 с.
10. Минцберг Г., Альстрэнд б., Лэмпел Д. Школы стратегии. Стратегическое сафари: экскурсия по джунглям стратегического менеджмента / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2000. – 452 с.
11. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. – 12-е изд. / Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2008. – 928 с.
12. Фридаг Х., Шмидт В. Сбалансированная система показателей: Руководство по внедрению / Пер. с нем. – М.: «Омега-Л», 2006. – 267 с.

УДК 334.7.009

**В.П.Гринь,**  
Запорізький національний університет,  
м. Запоріжжя

### **УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА**

В статті розвинене концептуальне уявлення про систему управління якістю як конкурентну перевагу підприємства, що заснована на сучасних підходах, методах і засобах.

В статье развито концептуальное представление о системе управления качеством как конкурентным преимуществом предприятия, основанной на современных подходах, методах и средствах.

The article developed a conceptual overview of quality management as competitive advantage based on modern approaches, methods and tools.

*Ключові слова:* економічна криза, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, параметри якості, послуги, фактори, якість.

Проблемі управління якістю послуг упродовж останніх десятиліть була присвячена значна кількість різноаспектних досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, що привело до формування значного потенціалу науково-практичних розробок у цій сфері. Проте у зв'язку з економічними умовами, що постійно змінюються, реаліями світової і національних економік, наростаючим процесом світової глобалізації видається доцільним постійна актуалізація основних положень теорії і практики в цій галузі.

Актуальність проблеми дослідження визначається наростаючою в сучасних умовах конкурентною боротьбою, яка обумовлює постійну модернізацію існуючих і розробку нових напрямів підвищення якості в різних сферах управління.

Дослідження теоретичних і методичних аспектів управління якістю послуг висвітлюються у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема Р.Бичківського, О.Виноградової, О.Вовченко, Ю.Кабакова, Л.Калиновської, П.Калити, І.Мазура, Б.Мізюка, А.Моргуна, І.Мищука, А.Паламарчука, Г.Азгальдова, В.Азарова, Ю.Адлера, В.Белобрагина, В.Версана, Н.Войтоловського, Д.Демиденко, Е.Карлика, М.Круглова, В.Ларіна, В.Лапідуса, Д.Львова, В.Окрепілова, Би.Бергмана, Е.Демінга, Дж.Джурана, До.Ісикави, Т.Конті, Ф.Кросби, Л.Ноулера, Г.Тагута, А.Фейгенбаума, Дж.Харрінгтона та ін.

Незважаючи на високу наукову значущість цих праць, слід зазначити, що потреби світової економіки, що нестримно розвивається, роблять необхідним розробку нових аспектів проблеми управління якістю. У сьогоdnішніх умовах доцільна постійна актуалізація питань системного аналізу резервів підвищення якості, їх природи, структури і можливостей реалізації. Причому якість як соціально-економічна категорія повинна розглядатися в єдиному зв'язку з технологіями й інструментами її розвитку в умовах бізнес-середовища.

У сучасній ринковій економіці приділяється значна увага проблемам якості, що обумовлено наявністю конкурентного середовища. Жодна країна не може знаходитися поза цим процесом посилення взаємозалежності. Серйозна конкурентна боротьба обумовлює постійну модернізацію існуючих і розробку нових програм підвищення якості в різних сферах управління. У зв'язку з цим у наукових дослідженнях і в практиці виникла необхідність вироблення об'єктивних показників для оцінки конкурентоспроможності компаній залежно від різних якісних характеристик, пов'язаних з послугами, що надаються, або системами менеджменту якості [2, с.2].

Міжнародний досвід свідчить, що стан лідера у світовій економіці, у соціальному і культурному розвитку досягають тільки ті країни, які спроможні забезпечити світову якість послуг. Це створює виробникам конкурентні переваги, а споживачам - комфортні умови життя. Саме тому в провідних країнах світу проблеми якості постійно знаходяться у фокусі економічних інтересів держави, громадянського суспільства і пересічних громадян. Опитування, проведені в розвинених країнах заходу, засвідчили, що сьогодні майже всі покупці розглядають якість як головний чинник вибору послуг порівняно з його ціною та іншими критеріями. Десять років тому таких покупців було чотири з десяти [3, с.162].

Перед підприємствами в умовах посилення вимог до тимчасового, ресурсного чинника стоїть проблема організації управління і виробництва в умовах зовнішнього середовища, що динамічно змінюється. Одним з основних елементів, що дозволяє успішно розв'язувати цю проблему, є впровадження і розвиток системи менеджменту якості. Це обумовлено тим, що підвищення ефективності промислового виробництва в сучасних умовах неможливе без єдиного стержневого елемента, який інтегрує більшість чинників розвитку в цій сфері. Таким визначальним елементом, який, у свою чергу, сам повинен постійно удосконалюватися і адаптуватися до динамічних процесів, є система менеджменту якості. У ринковій економіці особлива увага приділяється проблемам якості. Висока конкуренція в сегменті промислового виробництва на національних і світових ринках стала основою для розробки програм підвищення якості послуг і управління, вироблення об'єктивних показників для оцінки системи менеджменту якості підприємств.

Поліпшення якості – найважливіший напрям інтенсивного розвитку економіки, джерело економічного зростання. Системи управління якістю, що

діють на різних підприємствах, індивідуальні. Проте світова наука і практика сформували загальні ознаки цих систем, а також методи і принципи, які можуть застосовуватися в кожній з них.

Категорія якості в системі управління якістю розглядається як одна з головних складових частин стратегії оволодіння ринком, підвищення рівня обслуговування і забезпечення конкурентноздатності. Висока якість - це найнадійніший засіб виходу з кризи утримування лідируючих позицій.

Управління якістю послуги – це цілеспрямований процес дії на об'єкти управління, здійснюваний при створенні і використанні послуги, в цілях встановлення, забезпечення і підтримки необхідного її рівня якості, що задовольняє вимогам споживачів. Якість має бути орієнтована на задоволення потреб споживача, а не виробника [5, с.57].

Якість є для виробника невід'ємним показником, а для покупця - вимогою до послуг. При раціональному співвідношенні ціни і якості при інших рівних умовах послуга матиме попит.

Управління якістю на підприємстві є одним з ланок описуваного циклу управління. Інакше кажучи, це круговий цикл, який увірений групі попереднього контролю і аналізу, і є основою в управлінні якістю [4, с.784].

Наявність у підприємства системи управління якістю є другим основним чинником конкурентоспроможності. Якість нерозривно пов'язана з його економікою.

Критерій конкурентоспроможності – це кількісна та якісна характеристики товару, використовувані для оцінки його конкурентоспроможності.

У широкому сенсі конкурентоспроможність означає здатність випереджати інших у досягненні поставлених цілей в ході боротьби за зміцнення позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Вона проявляється в тому, що господарюючий суб'єкт прагне досягти лідируючих позицій щодо інших суб'єктів або, як мінімум, не погіршувати його в результаті своєї виробничої діяльності.

Узагальнюючи висловлювані різними авторами погляди на конкурентоспроможність фірм і організацій, можна зробити висновок, що конкурентноздатними вважаються ті господарюючі суб'єкти, які функціонують ефективно або ж представляють споживачеві якісні (конкурентноздатні) послуги [3, с.159].

Конкуренція за ринки збуту з метою отримання високих фінансових результатів є основою ринкових стосунків у будь-якій галузі економіки, у тому числі у сфері послуг.

Конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність послуги - різні поняття. Конкурентоспроможність послуги - її властивість виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними послугами. Ця властивість відбиває відповідність послуги технічним параметрам (споживчі властивості), нормативним (відповідність існуючим стандартам і нормам) і економічним

параметрам (ціна і вартість експлуатації). Конкурентоспроможність підприємства – здатність надавати послуги, які за своєю вартістю і поєднанням інших характеристик (якість тощо) будуть привабливіші для клієнтури, ніж послуги, пропонувані конкурентом. Порівняння понять свідчить, що два підприємства, що пропонують на ринку рівноконкурентні за вказаними показниками послуги, можуть самі розрізнятися за рівнем конкурентоспроможності. Для забезпечення своєї конкурентоспроможності підприємство прагне випереджати конкурентів з таких параметрів, як технологія виробництва послуг, практичні навички і кваліфікація персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, спектр послуг, що надаються, контроль управління, якість систем управління тощо.

Чинники, що впливають на рівень конкурентоспроможності будь-якого підприємства, можна розділити на дві групи: зовнішні чинники, що відбивають умови роботи підприємства, які виражаються в співвідношенні попиту і пропозиції на його послуги, моделі ринку, системі оподаткування, державній підтримці сфери діяльності, і чинники, залежні від роботи підприємства, що характеризують ефективність і якість його роботи.

Водночас проблема удосконалення економічного механізму управління якістю вимагає подальшого розвитку. Це обумовлено сучасними світовими тенденціями: підвищення вимог до якості послуг; поява і освоєння нових технологій, які і визначають успіх підприємства; укрупнення і розширення нових глобальних споживчих ринків, на яких послуги підприємства мають бути конкурентноздатними не лише за якістю, але і за ціною [1, с.8].

У ринковій економіці виробник і споживач знаходять один одного на ринку, мотивуючи свій вибір можливістю найбільшого фінансового виграшу і максимізацією споживчого ефекту. При цьому споживач, вибираючи між кращими послугами різних виробників, фактично визначає напрями розвитку підприємств, постачальників послуг, придбаваючи послуги за власним бажанням і, таким чином, зумовлюючи, що слід робити зі споживчими властивостями.

Проте, з часом, для підтримки конкурентного рівня недостатньою умовою став організований процес надання послуг, здатний забезпечувати середній рівень якості на традиційній або рутинній основі. Подальше посилення конкурентної боротьби усе більшою мірою сприяє виробленню нових підходів до теорії, методології управління якістю послуг, використанні цих підходів у господарській практиці. Нині методологія якості охоплює не лише проблеми якості зроблених послуг, але і якість системи управління на усіх рівнях ієрархії, в усіх ланках скалярного ланцюга.

Отже, можна сказати, що рушійним мотивом формування системи менеджменту якості є, з одного боку, бажання керівництва підприємств або компаній, яке визначає її бачення і цінності, а з іншого боку - вимоги споживача. Стратегічне планування перетворить бачення, цінності і запити

споживача в цілі підприємства, які, у свою чергу, зумовлюють його дію на ринку.

Ефективна реалізація управління якістю на підприємстві неможлива без грамотного впровадження процесу планування якості і сучасних основ його менеджменту. Процес планування якості є важливою частиною менеджменту якості і включає виявлення вимог до якості управління на підприємстві і його послуг, а також визначення шляхів їх задоволення. Саме за допомогою сучасних методів менеджменту якості передові зарубіжні компанії досягли лідируючих позицій на різних ринках.

Розробка і впровадження системи якості дає підприємству такі переваги: як розширення ринку збуту; чіткість управління процесами; зниження витрат і скорочення термінів освоєння нових видів послуг; ріст колективізму; підвищення гнучкості інжинірингу процесів при вимогах, що змінюються, і очікуваннях замовника; підвищення відповідальності за якість послуг.

Іншими словами, між якістю і конкурентоспроможністю існує прямий зв'язок: підвищення якості сприяє підвищенню ефективності виробництва, приводячи до зниження витрат і підвищення частки ринку, а отже, конкурентоспроможності.

У зв'язку з наростаючою конкуренцією вітчизняні компанії сьогодні зосередилися на різних аспектах підвищення конкурентоспроможності свого виробництва, приділяючи важливу увагу, в першу чергу, проблемам реконструкції, модернізації і якості.

Отже, одним з основних елементів, що дозволяє успішно розв'язувати цю проблему, є впровадження і розвиток системи менеджменту якості. Це обумовлено тим, що підвищення ефективності промислового виробництва в сучасних нерівноважних умовах неможливе без єдиного стержневого елементу, інтегруючого більшість чинників розвитку в цій сфері. Подальше посилення конкурентної боротьби усе більшою мірою сприяє виробленню нових підходів до теорії, методології управління якістю послуг, використанні цих підходів у господарській практиці. Нині методологія якості охоплює не лише проблеми якості зроблених послуг, але і якість системи управління на усіх рівнях ієрархії, в усіх ланках скалярного ланцюга.

#### **Список використаних джерел:**

1. W. Edwards Deming, *Out of the Crisis*, MIT Center for Advanced Engineering Study, Cambridge, MA, 1986.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.deming.nm.ru>.
3. Круглов М.Г., Сергеев С.К., Такташов В.А. Менеджмент систем качества. - М.: ИПК Издательство стандартов, 2008.
4. Ушаков Г. Г. Синергетичний підхід до управління конкурентоспроможністю / Г.Г. Ушаков // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2008. – Вип. 239. – С. 781-787.
5. Чорний А.Ю. Реалізм – наукова парадигма для вивчення категорії сприйняття споживачем якості обслуговування / А.Ю. Чорний // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – Вип. 5 (12) / Голов. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 53-58.