

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУР НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ (частина II)*

© 2015 ЧЕПУРДА Л. М.

УДК 334.012.23

Чепурда Л. М. Дослідження ефективності функціонування мережових структур невиробничої сфери обслуговування (частина II)

У роботі показано, що ефективне функціонування мережі невиробничої сфери обслуговування визначається формуванням і розвитком внутрішніх технологічних і розподільних зв'язків. Суміщення таких зв'язків з інтегрованою сукупністю компетенцій учасників мережі (поняття мережної мегакомпетенції) дозволяє отримати максимальну ефективність функціонування мережової структури. У ході дослідження умов забезпечення ефективності функціонування мережі були сформульовані поняття «мережева макротехнологія» і «мережеве агентське місце». Така макротехнологія розглядається як основа для рішення підприємством проблем свого входження і функціонування в мережі, оцінки можливостей мережевого розвитку. Мережеве агентське місце визначає положення (позиціонування) окремого підприємства відносно інших учасників мережі за технологічними і розподільними зв'язками у певному часовому інтервалі існування мережної мегакомпетенції. Виходячи з мультиатрибутивної моделі настанов і модифікованої автором формули М. Фішбейна, були досліджені базові елементи моделі функціонування мережової структури сфери невиробничого обслуговування.

Ключові слова: мережеві зв'язки, мережева макротехнологія, мережеве агентське місце, модель функціонування мережової структури.

Рис.: 1. **Формул.:** 4. **Бібл.:** 12.

Чепурда Лариса Михайлівна – доктор економічних наук, доцент, завідувачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Черкаський державний технологічний університет (бул. Шевченка, 460, Черкаси, 18006, Україна)

E-mail: unicorn1963@bk.ru

УДК 334.012.23

UDC 334.012.23

Чепурда Л. М. Исследование эффективности функционирования сетевых структур непроизводственной сферы обслуживания (часть II)

Chepurda L. M. Study on Efficiency of Functioning of the Network Structures of Non-Productive Services Sector (Part II)

В работе показано, что эффективное функционирование сети непроизводственной сферы обслуживания определяется формированием и развитием внутренних технологических и распределительных связей. Они формируют интегрированное свойство отношений предприятий, которым они до объединения в сеть не владели. Совмещение таких связей с интегрированной совокупностью компетенций участников сети (понятие сетевой мегакомпетенции) позволяет получить максимальную эффективность функционирования сетевой структуры. В ходе исследования условий обеспечения эффективности функционирования сети были сформулированы понятия «сетевая макротехнология» и «сетевое агентское место». Такая макротехнология рассматривается как основа для решения предприятием проблем своего вхождения и функционирования в сети, оценки возможностей сетевого развития. Сетевое агентское место определяет положение (позиционирование) отдельного предприятия относительно других участников сети по технологическим и распределительным связям в определенном временном интервале существования сетевой мегакомпетенции. Исходя из мультиатрибутивной модели установок и модифицированной автором формулы М. Фишбейна, были исследованы базовые элементы модели функционирования сетевой структуры сферы непроизводственного обслуживания.

The paper displays that an effective functioning of a network of non-productive services sector is determined by the formation and development of internal technological and distributive relationships. They form the integrated property of enterprises' relations, which was not present before the network integration. Combining such relationships with an integrated multitude of competencies of the network participants (concept of network mega-competency) allows to get the maximum efficiency of functioning the network structure. In the course of researching the conditions to ensure the effective network functioning, concepts of «network macrotechnology» and of «network agent location» have been formulated. The macrotechnology here is considered a basis for solving by an enterprise the issues of its own presence and functioning in a network, as well as evaluation of possibilities for network development. The network agent location determines the position (positioning) of one individual enterprise as to the other network participants, making use of the technological and distributive relationships in a time interval, in which the network mega-competency exists. Based on the multi-attributive model and the Fishbein formula, modified by the author, the basic elements of the model of functioning a network of non-productive services have been explored.

Key words: network, network, network makrotechnology, network agent location, model of a network structure functioning.

Рис.: 1. **Formulae:** 4. **Bibl.:** 12.

Ключевые слова: сетевые связи, сетевая макротехнология, сетевое агентское место, модель функционирования сетевой структуры.

Рис.: 1. **Формул.:** 4. **Библ.:** 12.

Чепурда Лариса Михайловна – доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой туризма и гостинично-ресторанного дела, Черкасский государственный технологический университет (бул. Шевченка, 460, Черкассы, 18006, Украина)

E-mail: unicorn1963@bk.ru

Chepurda Larissa M. – Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Cherkasy State Technological University (bul. Shevchenka, 460, Cherkasy, 18006, Ukraine)

E-mail: unicorn1963@bk.ru

Як було відзначено у першій частині статті, існує нагальна потреба у відпрацюванні єдиних методологічних основ оцінки ефективності взаємовідносин учасників мережі, що має принципове значення при прийнятті рішення щодо організації ефективної

діяльності у сфері невиробничого обслуговування. На думку автора, така оцінка повинна будуватися на підходах, які дозволяють встановити комплексний показник ефективності функціонування мережі, що характеризує ступінь впливу підприємств на встановлення взаємовигідних партнерських взаємовідносин. Це визначило актуальність подальшого дослідження і постановку його

* Закінчення. Початок див.: «Бізнес Інформ» № 1, 2015 р.

основної мети: розвиток науково-методологічних положень, які визначають напрями забезпечення та оцінки ефективності функціонування мережевих структур невиробничої сфери обслуговування.

Для досягнення цієї мети у роботі вирішується таке завдання: сформулювати базові принципи ефективного функціонування мережевих структур невиробничої сфери обслуговування за умови встановлення характеру взаємозв'язків і взаємозалежності відносин учасників мережі.

Сутність сформульованого завдання визначається таким.

«Рушійною силою» ефективного функціонування мережевої структури є взаємовизначені та взаємозалежні зв'язки, які формують інтегративну властивість відносин між учасниками мережі та якою вони до об'єднання в таку структуру не володіли. Завдяки наявності у мережі таких зв'язків сукупність його елементів (підприємств, процесів, видів робіт тощо) розглядається як єдине інтегроване ціле, де кожний елемент виявляється в кінцевому підсумку пов'язаним із всіма іншими елементами і його властивості не можуть бути зрозумілі без урахування цих властивостей.

При цьому функціонування мережі набуває екзогенного і ендогенного характеру [2; 5; 6].

У першому випадку екзогенний характер проявляється через вплив елементів зовнішнього середовища на встановлення й розвиток зв'язків між учасниками мережі. На ринку невиробничого обслуговування значно зросла доступність товарів масового характеру та відповідного набору послуг. Різко зросли вимоги споживачів до їх якості, а здатність підприємства надати відповідне сервісне забезпечення цих товарів на всіх етапах їх споживчого використання стає одним із найбільш важливих (і досить складних) умов укладання угод із споживачем. За багатоваріантності вибору споживачів починає значно зменшуватися життєвий цикл товарів та послуг. Для підприємств усе більшого значення набуває формування мереж інноваційної спрямованості, які передбачають надання наукоємних послуг, до яких відносять комплексне обслуговування споживачів, консультаційні послуги, системно-інтеграційні послуги, спеціальне програмне забезпечення споживачів, підготовку і перепідготовку персоналу тощо.

З іншого боку, ендогенний характер функціонування мережі визначається трансформацією існуючих «традиційних» зв'язків у інтегровані зв'язки. У класифікації Н. Кембела такі зв'язки відповідають взаємозалежним зв'язкам у мережі [12]. Вони характеризуються великими витратами на переключення, високим рівнем специфічних інвестицій, а також особливою природою отримання прибутку. При таких умовах відбувається зміна філософії взаємодії підприємств сфери невиробничого обслуговування, де необхідною умовою їх максимальної ефективності є встановлення постійних зв'язків, які базуються на довірі та взаємній вигоді між постачальниками, субпідрядниками, посередниками й кінцевими споживачами. За рахунок перерозподілу праці, спеціалізації господарюючих суб'єктів, територіального зосередження учасників мережі створюються ринково обумовлені

передумови ефективного функціонування мережевої структури [7; 8].

Таким чином, реальну кількість станів мережевої структури із урахуванням всіх існуючих внутрішніх і зовнішніх факторів практично неможливо повною мірою перевірити і проаналізувати. Вочевидь, на перших етапах дослідження ефективності функціонування мережевої структури може бути зосереджене, по-перше, на окремому підприємстві (його впливі на мережу), а по-друге – на мережевій структурі як такої.

Використовуючи підходи, які викладені у роботах Парінова С. І. [6; 7], автором сформульовані вихідні умови забезпечення ефективності функціонування мережевої структури сфери невиробничого обслуговування. Вони визначаються таким.

Функціонування мережевої структури виходить із певного розподілу праці (мережевої спеціалізації) між її учасниками і передбачає колективне застосування у процесі виробництва деякої взаємопов'язаної сукупності мережевих макротехнологій.

Мережева макротехнологія – це сформована у рамках певної мережевої структури доцільна сукупність взаємовизначених і взаємодоповнюючих видів діяльності та їх взаємодіючих елементів, які цілеспрямовано формують та реалізують сукупні відносини учасників мережі на всіх етапах відтворення і розвитку сукупного життєвого циклу мережі на основі інтеграції та адаптації внутрішніх і зовнішніх функціональних процесів, їх елементів та ресурсів, для забезпечення конкурентних переваг мережі в умовах динамічного зовнішнього середовища.

Кожне підприємство займає своє місце у мережевій макротехнології, яке визначається тим, з ким підприємство знаходиться у відносинах і які при цьому встановленні зв'язки. При реалізації мережевої макротехнології між її учасниками виникають технологічні зв'язки і специфічні взаємовідносини, які визначають місце і роль кожного з них у створенні проміжних і кінцевих продуктів. При цьому формуються розподільні зв'язки, які забезпечують поширення і розподіл між учасниками мережі ресурсів і проміжних продуктів. Тобто в межах мережі формуються дві структури технологічних і розподільних зв'язків, узгодження яких визначається наявністю мережевих агентських місць.

Мережеве агентське місце – це сформований на основі узгодження певної структури технологічних і розподільних зв'язків у часових і просторових параметрах мережевої макротехнології гнучкий технологічний модуль, який самоналаштовується на його зміни. У цьому випадку відбувається виділення мережевих технологічних і розподільних зв'язків по відношенню до окремого учасника мережі, що може бути представлено як своєрідне позиціонування підприємства по відношенню до інших учасників мережі (рис. 1). За відповідних умов підприємства, займаючи відведені їм агентські місця у мережевій макротехнології, приводять її в дію, реалізуючи визначений виробничий процес.

Такий підхід дозволяє більш системно й ефективно використовувати обмежені ресурси, опираючись на багатоваріантні комбінації мережевих агентських місць.

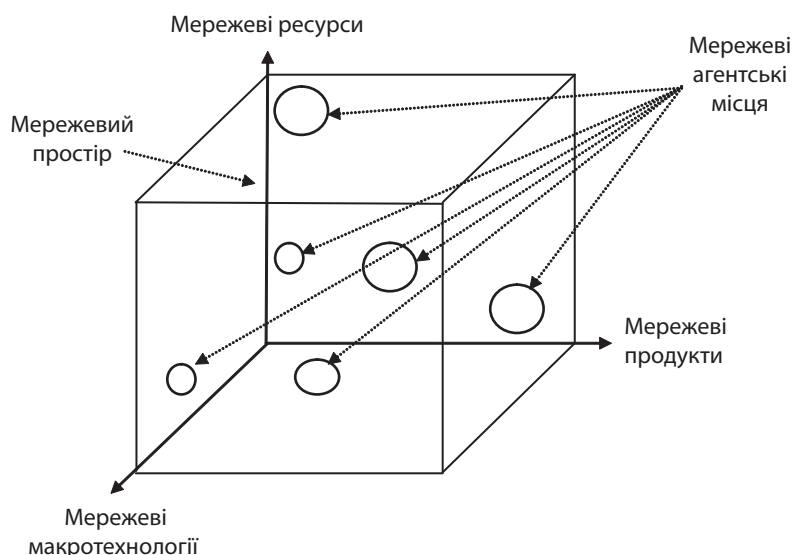


Рис. 1. Загальна структура встановлення агентських місць у мережевому просторі

У короткотерміновому аспекті вирішується завдання встановлення структури і параметрів агентського місця кожного учасника мережі у часових і просторових параметрах середовища відносин (за Паріновим С. І., структура і параметри агентських місць, як правило, більш стабільні, ніж структура станів і можливостей учасників мережі [6]). У довгостроковому аспекті – підприємства спрямовують свої зусилля на удосконалення мережевої макротехнології, вирішуючи завдання адаптації своїх можливостей до змін такої технології.

Технологічні та розподільні зв'язки у мережі об'єднує інтегрована сукупність компетенцій її учасників (поняття мережної мегакомпетенції), що дозволяє кожному з них здійснювати пошук кращого для себе агентського місця, узгоджуючи свої інтереси і можливості. Це досягається таким чином:

- ✦ визначення ринкової можливості, формування бізнес-ідеї як напряму діяльності та сфери функціонування мережі;
- ✦ встановлення мінімуму ключових компетенцій для функціонування мережі за обраним напрямом у сфері діяльності;
- ✦ визначення складу, можливостей і компетенцій учасників мережі;
- ✦ побудова матриць можливостей учасників мережі відповідно не обхідним ключовим компетенціям для забезпечення функціонування мережі;
- ✦ відбір та об'єднання учасників мережі, які мають найбільший збіг можливостей із необхідними ключовими компетенціями [1; 10].

Виходячи із основних положень робіт [4; 10; 11], розгляд узагальненого завдання оцінки впливу підприємств на ефективність функціонування мережі може бути представлено таким чином.

Мережа складається із множини $Q = \{Q_n, n \in N\}$ підприємств. При цьому агентське місце кожного з них визначається здатністю виконання множини робіт $E = \{E_j, j \in J\}$. Взаємозв'язок елементів таких множин визначається через компетенцію (Q_i, E_j) , тобто підприємство n може виконати роботу e_{ij} за компетенцією k_{ij} .

Виходячи із мультитрибутивної моделі настанов, модифікована формула М. Фішбейна [9] набуває такого вигляду:

$$A_{ni}^T = \sum_{i=1}^I (B_{ni} \cdot W_{ni} \cdot C_{ni}), \quad (1)$$

де A_{ni}^T – «мережева настанова» на визначення агентського місця підприємства n за його компетенцією k_{ij} ;

T – плановий період функціонування мережі у рамках виконання ринкового замовлення;

B_{ni} – сила «мережевої думки» щодо агентського місця підприємства n за його компетенцією k_{ij} ;

W_{ni} – «мережева значимість» агентського місця підприємства n за його компетенцією k_{ij} ;

C_{ni} – «мережеве відношення» до агентського місця підприємства n за його компетенцією k_{ij} ;

I – кількість прийнятих для оцінки компетенцій підприємства n .

Кожний із елементів такої формули має власний зміст.

1. Компетенція k підприємства n на певному агентському місці має такі властивості: досяжність ресурсів $R(t)$, максимальний рівень прибутку $D(t)$ від виконання роботи на кожному інтервалі часу t . Тоді сила «мережної думки» щодо агентського місця підприємства n за його компетенцією k_{ij} може бути представлена таким чином:

$$B_{ni} = [R_{nek}(t), D_{nek}(t), C_{nek}(t)], \quad (2)$$

де $R_{nek}(t)$ – ресурси підприємства n , необхідні для виконання роботи e_{ij} за компетенцією k_{ij} ;

$D_{nek}(t)$ – встановлена комбінація ресурсів $R_{ij}(t)$ підприємства n , яка необхідна для виконання роботи e_{ij} за компетенцією k_{ij} ;

$C_{nek}(t)$ – максимальний рівень прибутку, який отримується підприємством n при виконанні роботи e_{ij} за компетенцією k_{ij} .

2. «Мережева значимість» агентського місця підприємства n за його компетенцією k_{ij} буде визначатися можливістю її об'єднання з компетенціями інших учасників мережі K_{in} , де $i = 1 \dots I$ (I – кількість компетенцій,

що складають мегакомпетенцію мережі), $n = 1...N$ (N – кількість підприємств – учасників мережі).

Поряд з цим необхідно врахувати «нежорсткі» фактори (*soft-factors*) значимості, такі, як репутація підприємства n , рівень довіри споживача до нього, надійність у виконання замовлень тощо. Це може бути представлено функцією ділової репутації підприємства η_{nki} :

$$\eta_{nki} = f(W_{nki}, G_{nki}, Z_{nki}), \quad (3)$$

де W_{nki} – дані про підприємство n за k -м видом робіт і компетенцією i -го виду;

G_{nki} – рівень довіри до підприємства n за k -м видом робіт і компетенцією i -го виду;

Z_{nki} – значимість діяльності підприємства n за k -м видом робіт і компетенцією i -го виду.

3. «Мережеві відношення» до агентського місця підприємства n з його компетенцією k_{ij} може бути біполярним, тобто може бути як позитивним, так і негативним. Якщо інші учасники мережі задоволені взаємодією з підприємством, то оцінка ефективності компетенції i -го виду буде позитивною. Якщо хоча б один учасник не задоволений взаємовідносинами, його відношення до підприємства буде негативним, що може викликати активну протидію, аж до виходу такого учасника із мережі. «Мережеві відношення» до того чи іншого агентського місця можна умовно розділити на такі, що визначаються в першу чергу рівнем відносин, які виникають на момент виконання певного замовлення споживача чи виконання підприємством прийнятих на себе певних зобов'язань перед іншими учасниками мережі; і на ті, що є результатом загального враження від міжфункціональної взаємодії (імідж, ділова репутація тощо).

У кінцевому підсумку загальне представлення сутності ефективності функціонування мережі може бути представлено таким чином:

$$A_{\Sigma}^T = (A_{ni}^T, A_{mj}^T, A_{dv}^T, \dots) \rightarrow \max, \quad (4)$$

де A_{Σ}^T – ефективність функціонування мережі;

$A_{ni}^T, A_{mj}^T, A_{dv}^T, \dots$ – «мережеві настанови» на агентські місця підприємств – учасників мережі.

Згідно з представленим підходом забезпечення ефективного функціонування мережі потребує внутрішньої синхронізації зв'язків, що дозволяє уникнути виникнення великої кількості проблем, у тому числі:

- ✦ вимушених повернень до вихідних позицій оцінки агентського місця підприємства (наприклад, у випадку потреби виправлення встановлених помилок чи відхилень на етапі виконання виробничого процесу);
- ✦ стрімкого зростання витрат при реалізації інвестиційного проекту створення мережі;
- ✦ неоднозначного (особливо на перших етапах) розуміння потенційними учасниками мережі сутності й змісту проекту.

Але за будь-яких умов ефективність функціонування мережі визначається тими цілями, досягнення яких забезпечує найбільшу продуктивність всіх доступних учасникам мережі компетенцій, отримуючи при

цьому конкурентні переваги у встановлених часових і просторових параметрах середовища їх відносин.

Досить часто у процесі формування інтегрованої системи компетенцій мережі виникає питання: чи насправді визначена сукупність мережевих зв'язків розглядається споживачами як інновація мережі, що вирішує їх певні проблеми? Можливо, найбільш значною і найбільш очевидною на даний момент проблемою є відсутність інструментів, які дозволяють ефективно управляти процесом формування і розвитку інтегрованої системи технологічних, розподільних зв'язків та її узгодження із системою ключових компетенцій мережі.

Таким чином, дотримання принципу суміщення мегакомпетенції із технологічними і розподільними зв'язками мережі дозволяє отримати максимальну ефективність її функціонування. При цьому необхідно приймати до уваги можливість існування різних етапів встановлення та реалізації мегакомпетенції, що визначається насамперед виділенням власників ключових компетенцій, що забезпечує безперечне виконання ринкових замовлень відповідно до призначення, напряму і сфери їх діяльності. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Гриньова В. М.** Оптимізація виробничо-логістичних ланцюгів при формуванні коопераційних зв'язків : препринт / В. М. Гриньова, К. М. Таньков, О. В. Бахурець. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. – 36 с.
2. **Зибер П.** Управление сетью как ключевая компетенция предприятия / П. Зибер [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.bigspb.ru
3. **Єгорова Н. В.** Ресурсна концепція в теорії стратегічного управління / Н. В. Єгорова, Т. Ю. Каламбет // Ефективна економіка. – 2013. – № 7. – С. 34 – 37.
4. **Іванов Д. А.** Логистика. Стратегическая кооперация / Д. А. Иванов. – М. : Вершина, 2006. – 176 с.
5. **Катаев А. В.** Виртуальные бизнес-организации / А. В. Катаев. – СПб. : Изд-во Политехнического университета, 2009. – 120 с.
6. **Паринов С. И.** К теории сетевой экономики / С. И. Паринов. – Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, 2002. – 168 с.
7. **Паринов С. И.** Третья форма управления для сетевой экономики / С. И. Паринов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ieie.nsc.ru/parinov/net-form.htm>
8. **Чепурда Л. М.** Ключові компетенції як базова категорія системи обслуговування споживача / Л. М. Чепурда, К. М. Таньков // Бізнес Інформ. – 2014. – № 10. – С. 225 – 229.
9. **Наумов В. Н.** Стратегическое взаимодействие бизнес-субъектов в маркетинговых каналах : автореф. дис. ... д-ра экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» / В. Н. Наумов. – СПб., 2008. – 27 с.
10. **Таньков К. М.** Компетенції як ключовий фактор надійності ланцюгів поставок / К. М. Таньков, М. О. Чумакова // Збірник матеріалів IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми конструкції та розвитку форм самоорганізації людських спільнот» (Київ, Лондон, 21 – 28 квітня 2011 р.). – С. 67 – 70.
11. **Тридід О. М.** Система обслуговування споживача: теорія і практика : монографія / О. М. Тридід, К. М. Таньков, Г. Я. Дутка. – К. : УБС НБУ, 2008. – 184 с.
12. **Campbell N.** An international approach to organizational buying behavior / N. Campbell // Ford D. (ed.). Understanding Business Marketing and Purchasing. – 3rd ed. – Thomson Learning : London, 2002. – Pp. 389 – 401.

REFERENCES

Chepurda, L. M., and Tankov, K. M. "Kliuchovi kompetentsii iak bazova katehoriia systemy obsluhovuvannia spozhyvacha" [Key competencies as a basic category system of customer service]. *Biznes Inform*, no. 10 (2014): 225-229.

Campbell, N. "An international approach to organizational buying behavior" In *Understanding Business Marketing and Purchasing*, 389-401. London: Thomson Learning, 2002.

Hrynyova, V. M., Tankov, K. M., and Bakhurets, O. V. *Optymizatsiia vyrobnycho-lohistychnykh lantsiuhiv pry formuvanni kooperatsiinykh zv'iazkiv* [Optimization of production and logistics chains during the formation of cooperative ties]. Kharkiv: KhNEU, 2010.

Ivanov, D. A. *Logistika. Strategicheskaia kooperatsiia* [Logistics. Strategic Cooperation]. Moscow: Vershina, 2006.

Kataev, A. V. *Virtualnye biznes-organizatsii* [Virtual business organization]. St. Petersburg: Izd-vo Politehnicheskogo universiteta, 2009.

Naumov, V. N. "Strategicheskoe vzaimodeystvie biznes-subektov v marketingovykh kanalah" [Strategic interaction of

business subjects in marketing channels]. *Avtoref. dis. ... dokt. ekon. nauk: 08.00.05*, 2008.

Parinov, S. I. "Tretia forma upravleniia dlia setevoy ekonomiki" [The third form of control for the networked economy]. <http://www.ieie.nsc.ru/parinov/net-form.htm>

Parinov, S. I. *K teorii setevoy ekonomiki* [On the theory of network economy]. Novosibirsk: IEOPP SO RAN, 2002.

Tankov, K. M., and Chumakova, M. O. "Kompetentsii iak kliuchovi faktor nadiinosti lantsiuhiv postavok" [Competence as a key factor in the reliability of supply chains]. *Problemy konstruksii ta rozvytku form samoorhanizatsii liudskykh spilnot*. Kyiv; London, 2011. 67-70.

Trydid, O. M., Tankov, K. M., and Dutka, H. Ya. *Systema obsluhovuvannia spozhyvacha: teoriia i praktyka* [The system of customer service: Theory and Practice]. Kyiv: UBS NBU, 2008.

Yehorova, N. V., and Kalambet, T. Yu. "Resursna kontseptsii v teorii stratehichnoho upravlinnia" [The resource concept in the theory of strategic management]. *Efektivna ekonomika*, no. 7 (2013): 34-37.

Ziber, P. "Upravlenie setiu kak kliuchevaia kompetentsiia predpriatiia" [Network management as a core competence of the enterprise]. <http://kmssoft.ru/redirect/?http://bigspb.ru>

УДК 658.56

УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА

© 2015 НАУМЕНКО М. О., МОРОЗОВА Л. В.

УДК 658.56

Науменко М. О., Морозова Л. В. Управління підвищенням якості послуг підприємства

У статті обґрунтовані необхідність та актуальність управлінської діяльності підприємств в Україні щодо забезпечення якості та ефективності надання послуг, що спрямовані на підвищення рівня задоволення потреб споживачів. Ринкова орієнтація економіки України вимагає від підприємств адаптування не тільки до умов ринкового середовища, що змінюється, але й до швидкості цих змін, що найефективніше досягається на підставі реалізації вимог міжнародного стандарту до системи управління якістю. Впровадження системи управління якістю приводить не тільки до покращення продукції, а і сприяє оптимізації бізнес-процесів підприємства в цілому, веде до збільшення продуктивності праці, зменшення ресурсозалежності, та, як наслідок, – до зниження собівартості продукції, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Ключові слова: управління якістю, якість послуг, конкурентоспроможність, підприємство.

Рис.: 2. **Формул:** 11. **Бібл.:** 8.

Науменко Марія Олександрівна – кандидат економічних наук, професор, кафедра менеджменту та військового господарства, Національна академія Національної гвардії України (пл. Повстання, 3, Харків, 61001, Україна)

Морозова Лариса Вячеславівна – старший викладач кафедри економічних дисциплін, Національна академія Національної гвардії України (пл. Повстання, 3, Харків, 61001, Україна)

УДК 658.56

UDC 658.56

Науменко М. А., Морозова Л. В. Управление повышением качества услуг предприятия

Naumenko M. O., Morozova L. V. Managing the Quality of Services of Enterprise

В статье обоснованы необходимость и актуальность управленческой деятельности предприятий в Украине по обеспечению качества и эффективности предоставления услуг, направленных на повышение уровня удовлетворения потребностей потребителей. Рыночная ориентация экономики Украины требует от предприятий адаптации не только к изменяющимся условиям рыночной среды, но и к скорости этих изменений, что эффективно достигается на основе реализации требований международного стандарта к системе менеджмента качества. Внедрение системы управления качеством приводит не только к улучшению продукции, но и способствует оптимизации бизнес-процессов предприятия в целом, ведет к увеличению производительности труда, уменьшению ресурсозависимости, и, как следствие, – к снижению себестоимости продукции, непосредственно влияющей на конкурентоспособность предприятия на рынке.

The article substantiates the need and relevance of management activity at the enterprises in Ukraine to ensure the quality and effectiveness of the provision of services, aimed at increasing the level of meeting the needs of consumers. Market orientation of the economy of Ukraine requires enterprises to adapt not only to the changing market environment, but also to the rate of these changes that can be effectively achieved through implementing the requirements of the international standard for the quality management system. Implementation of the quality management system not only leads to better products, but also contributes to the optimization of business processes of the enterprise as a whole, leading to increased productivity, reduction of dependence on resources, and, consequently, to reducing the cost of production, has a direct influence on the competitiveness of enterprise in the market.

Ключевые слова: управление качеством, качество услуг, конкурентоспособность, предприятие.

Key words: quality management, quality of services, competitiveness, enterprise.

Рис.: 2. **Формул:** 11. **Библ.:** 8.

Рис.: 2. **Formulae:** 11. **Bibl.:** 8.

Науменко Мария Александровна – кандидат экономических наук, профессор, кафедра менеджмента и военного хозяйства, Национальная академия Национальной гвардии Украины (пл. Восстания, 3, Харьков, 61001, Украина)

Naumenko Mariia O. – Candidate of Sciences (Economics), Professor, Department of Management and the War Economy, The National Academy of the National Guard of Ukraine (pl. Povstannya, 3, Kharkiv, 61001, Ukraine)

Морозова Лариса Вячеславовна – старший преподаватель кафедры экономических дисциплин, Национальная академия Национальной гвардии Украины (пл. Восстания, 3, Харьков, 61001, Украина)

Morozova Larysa V. – Senior Lecturer of the Department of Economic Disciplines, The National Academy of the National Guard of Ukraine (pl. Povstannya, 3, Kharkiv, 61001, Ukraine)