

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 Politekhnikeskogo 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)

Сьогодні в Україні існує державна система ате-стації якості продукції й передусім її сертифікація. У галузях промисловості використовують різноманітні варіанти оцінки якості продукції: за сортністю, за категоріями якості, бальна оцінка і т. ін. Підвищення якості продукції є одним з найбільш складних напрямів роботи підприємства. Аналіз якості продукції має за мету оцінку її конкурентоспроможності та проводиться із залученням технічних служб, технологічних і конструкторських підрозділів.

Для економічних служб труднощі визначення ефекту від підвищення якості обумовлені обмеженою інформаційною базою. Усю необхідну інформацію для розрахунків можна отримати тільки в технічних службах, а в бухгалтерському обліку знаходять відображення лише деякі дані, що показують враховані втрати від браку, витрати на повторне пред'явлення продукції органам контролю якості тощо.

Технічний аналіз якості та визначення на його основі економічного ефекту проводиться на основі складних економічних розрахунків та із залученням великого списку оцінних показників. Простішим є аналіз тільки за даними бухгалтерського обліку і статистичної звітності. Це й обумовлює актуальність даного дослідження.

Серед розробників теорії вдосконалення управління якістю можна виділити таких зарубіжні вчених: У. Демінг, Дж. Джуран, К. Ісікава, Ф. Кросбі, Г. Тагуті та А. Фейгенбаум. Питання вдосконалення управління якістю стало об'єктом аналізу у працях багатьох українських вчених, зокрема І. Алексеева, А. Басовського, С. Вовканича, О. Князькова, В. Момота, Н. Розової, М. Шаповала та ін.

Незважаючи на велику кількість досліджень у зазначених напрямках, треба визнати, що проблеми діяльності підприємств щодо забезпечення ефективності управлінської роботи до цього часу не були предметом комплексного наукового аналізу.

Метою даної статті є обґрунтування необхідності управлінської діяльності підприємств в Україні щодо забезпечення якості та ефективності надання послуг, спрямованих на підвищення рівня задоволення потреб споживачів у цих послугах.

Відповідно до визначення Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Існує також визначення якості продукції, наведене в Держстандарті 15467-79 [5], згідно з яким «якість продукції – сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення» [1, с. 112].

У сучасній економічній ситуації якість – передумова для існування підприємств та необхідна умова довгострокового їх виживання, яке відбувається під впливом певних факторів. Якість – це частина задоволення потреб споживача, що приводить до задоволення покупців, отже, і до отримання прибутку. По-друге, покупці забезпечують стійку споживачську базу підприємства, а їхня реклама сприяє залученню нових споживачів і збільшує частку ринку для підприємства. Якість стала вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності та надійності підприємств [7].

Якість – загальнофілософська категорія, що відноситься рівною мірою до суспільства в цілому, до процесів, що в ньому відбуваються, до окремих підприємств, їх продукції та послуг, до людей, які виробляють та споживають продукцію і послуги.

Отже, рівень ефективності системи управління якістю прямо пропорційний рівню конкурентоспроможності продукції та підприємства. Система управління якістю підприємства може стати інструментом перемоги в конкурентній боротьбі, враховуючи, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, що знаходить свій вираз у таких показниках, як якість продукції, обсяги виробництва, прибуток тощо [2].

Що стосується якості продукції, то її потрібно аналізувати на всіх стадіях життєвого циклу: стадії визначення потреб потенційних споживачів щодо якості, стадії проектування, розробки, виготовлення, реалізації та стадії післяпродажного обслуговування [3, с. 229].

Останнім часом широке розповсюдження отримали стандарти ІСО серії 9000 [6; 8], в яких відображено міжнародний досвід управління якістю продукції на підприємстві. Відповідно до цього документа і виділяється політика в галузі якості – безпосередньо система якості, яка включає забезпечення, поліпшення та управління якістю продукції (рис. 1).

Якісна продукція повинна мати певні експлуатаційні властивості: надійність, довговічність, естетичність, масу, габарити, транспортабельність і так далі.

Рівень надійності характеризує коефіцієнт надійності (експлуатаційний), який розраховується за формулою:

$$K_n = (T_p - T_{np}) : T_p,$$

де K_n – коефіцієнт експлуатаційної надійності;
 T_p – час роботи машин, з урахуванням простоїв з організаційно-технічних причин;
 T_{np} – час простоїв машин, які пов'язані з усуненням поломок, несправностей.

Проведення функціонально-вартісного аналізу дозволяє ще на стадії конструкторської та технологічної розробки забезпечити відповідну якість продукції, понизити витрати на її виробництво.

Для характеристики якості продукції, що випускається, визначення сумарного ефекту від зростання якості, розраховується індекс якості (J_k), який визначається як середньозважена величина між зростанням споживчих властивостей виробів і отриманої ефективності від кожного відсотка зростання споживчих властивостей виробів:

$$J_k = (K_1 \cdot E_1 + K_2 \cdot E_2 + \dots + K_n \cdot E_n) / (E_1 + E_2 + E_n),$$

де K_1, K_2, K_n – коефіцієнт зростання якості за окремими параметрами виробу;

E_1, E_2, E_n – ефект, отриманий від зростання якості на 1 відсоток;

n – кількість параметрів ефективності, що враховуються при оцінці якості.

Схему аналізу якості продукції і виконаних робіт наведено на рис. 2.

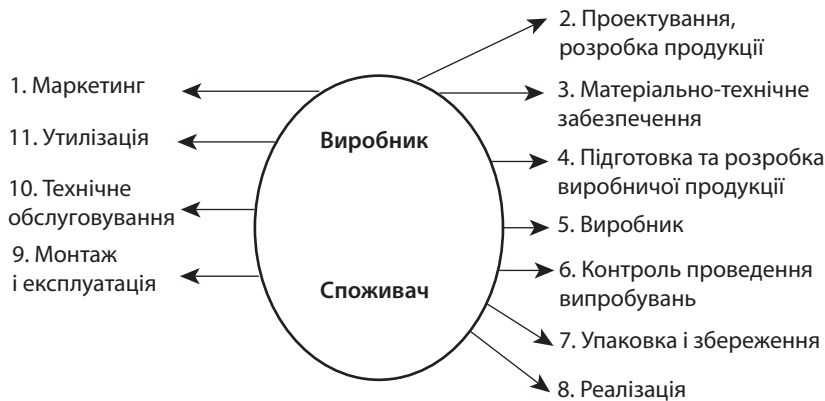
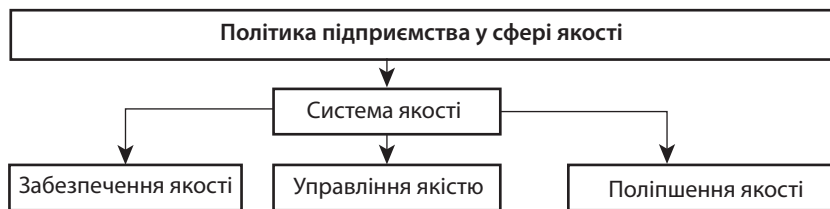


Рис. 1. Управління якістю продукції [4]



Рис. 2. Аналіз якості продукції і виконаних робіт

Поліпшенню якості продукції сприяє атестація якості продукції, що випускається, яку проводять на підприємствах. У процесі аналізу необхідно звернути увагу на виконання плану випуску продукції високої якості, темпи зростання її обсягу. Питома вага продукції високої якості в загальному випуску продукції є одним з важливих показників, за яким можна судити про якість продукції, що випускається цим підприємством. Збільшення питомої ваги високоякісної продукції свідчить про позитивну роботу підприємства, спрямовану на підвищення якості продукції.

Аналіз сортності можна здійснювати за допомогою двох методів:

1) *коефіцієнтний метод*, при якому вироби другого сорту прирівнюються до першого сорту за допомогою коефіцієнта приведення. Коефіцієнт приведення 1-го сорту дорівнює одиниці, а 2-го сорту залежить від співвідношення оптових цін другого і першого сорту.

Щоб встановити виконання плану по сортності, необхідно планову і фактичну кількість виробів кожного сорту перерахувати шляхом множення на відповідний коефіцієнт.

Плановий коефіцієнт сортності встановлюється шляхом відношення кількості виробів, переведених в перший сорт за планом, до планової загальної кількості виробів. Фактичний коефіцієнт сортності розраховується аналогічно.

Рівень виконання плану по сортності ($P_{сорт}$) встановлюється відношенням фактичного коефіцієнта сортності до планового коефіцієнта:

$$P_{сорт} = (K_{сорт ф} / K_{сорт пл}) \cdot 100,$$

де $K_{сорт ф}$ – фактичний коефіцієнт сортності;
 $K_{сорт пл}$ – плановий коефіцієнт сортності.

Щоб встановити зміну у випуску продукції за рахунок зміни сортності, необхідно перерахувати обсяг випущеної продукції за такою формулою:

$$TB_{пер} = (TB_{ф} \cdot K_{сорт пл}) / K_{сорт ф},$$

де $TB_{ф}$, $TB_{пер}$ – товарний випуск продукції, фактичний і перерахований;

Тоді: $\Delta TP = TP_{ф} - TP_{пер}$.

2) *метод середньої ціни*. Цей метод полягає в розрахунку середньої ціни ($C_{сер}$) як середньозваженої за планом і фактично за формулою:

$$C_{сер} = [(q_1 \cdot C_1) + (q_2 \cdot C_2)] / (q_1 + q_2),$$

де q_1, q_2 – кількість виробів 1-го і 2-го сорту;
 C_1, C_2 – ціна виробів 1-го і 2-го сорту.

Рівень виконання плану по сортності на основі середньої ціни ($P_{сорт}$) розраховується за формулою:

$$P_{сорт} = (C_{сер ф} / C_{сер пл}) \cdot 100,$$

де $C_{сер ф}, C_{сер пл}$ – відповідно середня ціна виробів за планом і фактично.

Втрати у випуску продукції за рахунок зміни середньої ціни визначаються за формулою:

$$\Delta TB_{ц} = (C_{сер ф} - C_{сер пл}) \cdot q_{ф},$$

де $\Delta TB_{ц}$ – зміна у випуску проєкції за рахунок зміни середньої ціни;

$q_{ф}$ – фактична кількість виробів 1-го і 2-го сорту.

Аналіз якості продукції зазвичай пов'язують з виробничим браком. Випуск неякісної продукції і брак – взаємозв'язані явища. Слід мати на увазі, що виробничий брак характеризує головним чином не якість продукції, а якість праці працівників підприємства.

Одним з показників рівня браку є сума втрат від нього, що вказує на недолік в організації виробництва і праці на підприємстві.

Важливим у процесі оцінки рівня браку є визначення частки втрат від нього у виробничій собівартості товарної продукції. Зниження цього показника навіть при деякому зростанні абсолютного рівня втрат від браку свідчить про позитивні тенденції, про підвищення якості праці робітників.

Якість продукції, що випускається, і якість праці працівників характеризує динаміка браку. Аналіз динаміки браку слід проводити для однотипних виробів.

Втрата у випуску за рахунок допущеного браку проводиться у два етапи:

- 1) визначається відсоток браку;
- 2) визначаються втрати у випуску за рахунок виявленого браку.

Відсоток браку визначається відношенням суми вартості остаточно забракованих виробів і витрат з виправлення браку до різниці собівартості випущеної продукції і загальнозаводських витрат.

Рівень втрат від браку за витратами (відсоток браку) ($P_{ноб}$) визначається у відсотках за формулою:

$$P_{ноб} = [(C_3 + P_{вб} - N_{ност} - N_{в} - C_{бв}) / (C_{нр} - P_{оз})] \cdot 100,$$

де C_3 – собівартість остаточно забракованих виробів;
 $P_{вб}$ – витрата по виправленню браку;
 $N_{ност}$ – суми, утримані з постачальників за недоброякісну продукцію;

$N_{в}$ – суми, утримані з осіб, з вини яких був допущений брак;

$C_{бв}$ – собівартість браку за ціною можливого використання;

$C_{нр}$ – собівартість випущеної продукції;

$P_{оз}$ – загальнозаводські витрати.

Втрати у випуску продукції за рахунок браку ($\Delta TP_{б}$) визначаються за формулою:

$$\Delta TP_{б} = (P_{б} \cdot P_{ф.пл.ц}) / 100,$$

де $P_{б}$ – відсоток браку;

$P_{ф.пл.ц}$ – фактичний об'єм товарної продукції у планових цінах.

Зміни в якості продукції, що випускається, можна встановити за кількістю рекламаций і вартістю гарантійного ремонту. Рекламация – офіційно пред'явлена претензія споживача постачальникові у зв'язку з постачанням продукції, що не відповідає заданим вимогам. Зменшення або відсутність рекламаций свідчить про поліпшення роботи, підвищення якості продукції; їх збільшення означає погіршення на підприємстві справ із забезпеченням випуску якісної продукції. Коефіцієнт якості ($K_{я}$) в цьому випадку розраховується за формулою:

$$K_{я} = 1 - (C_3 + C_{зр} + P_{р}) / C_{нр},$$

де C_3 – собівартість остаточно забракованих виробів;

$C_{зр}$ – вартість гарантійного ремонту;

$P_{р}$ – вартість продукції, по якій прийняті рекламации;

$C_{нр}$ – виробнича собівартість.

У процесі аналізу необхідно зафіксувати не лише зростання або скорочення рекламаций, але і досліджувати причини, що викликали їх, розробити дієві заходи щодо забезпечення якості продукції.

Виходячи з наявної інформації та на основі її аналізу підприємство може ефективніше проводити відповідні заходи щодо зниження невиробничих витрат.

ВИСНОВКИ

У даному дослідженні обґрунтовані необхідність та актуальність управлінської діяльності підприємств в Україні щодо забезпечення якості та ефективності надання послуг, що спрямовані на підвищення рівня задоволення потреб споживачів у цих послугах.

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 на системи управління якістю.

Впровадження системи управління якістю призводить 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. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Зорин І. В. Туризм как вид деятельности / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальный [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/zorin07.htm

2. Лузан І. В. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. В. Лузан, І. С. Луценко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : problecopoluto.kpi.ua/pdf/2012-7.pdf

3. Момот А. И. Менеджмент качества и элементы системы качества / А. И. Момот. – 2-е изд., доп. и расш. – Донецк : Норд-Пресс, 2005. – 320 с.

4. Іванілов О. С. Економіка підприємства / О. С. Іванілов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://yakist_produktsiyi_poslug

5. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vsegost.com/Catalog/31/31626.shtml>

6. Загальні відомості про стандарти ISO серії 9000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://knowledge.allbest.ru/.../2c0a65635b3ad78b5d5>

7. Науменко М. О. Підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин / М. О. Науменко, Т. В. Гура, В. С. Ковширко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 42. – С. 319 – 322.

8. Калита П. Я. Системы качества и международные стандарты ИСО серии 9000 / П. Я. Калита. – К. : Украинская ассоциация качества, 2006. – 181 с.

REFERENCES

Ivanilov, O. S. "Ekonomika pidpriemstva" [Business enterprises]. http://yakist_produktsiyi_poslug.

Kalita, P. Ya. *Sistemy kachestva i mezhdunarodnye standarty ISO serii 9000* [Quality system and international standards ISO 9000]. Kyiv: Ukrainskaia assotsiatsiia kachestva, 2006.

Luzan, I. V., and Lutsenko, I. S. "Systema upravlinnia yakistiu iak faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Quality Management System as a factor in increasing competitiveness]. probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-7.pdf

Momot, A. I. *Menedzhment kachestva i elementy sistemy kachestva* [Quality management and quality system elements]. Donetsk: Nord-Press, 2005.

Naumenko, M. O., Hura, T. V., and Kovshyrko, V. S. "Pidvyshchennia yakosti posluh pidpriemstva restorannoho hospodarstva v systemi rynkovykh vidnosyn" [Improving the quality of enterprise restaurant management system of market relations]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 42 (2013): 319-322.

"Upravlenie kachestvom produktsii. Osnovnye poniatia. Terminy i opredeleniia" [Product quality control. Basic concepts. Terms and definitions]. <http://vsegost.com/Catalog/31/31626.shtml>

"Zahalni vidomosti pro standarty ISO serii 9000" [General information about the ISO 9000 standards]. <http://knowledge.allbest.ru/.../2c0a65635b3ad78b5d5>

Zorin, I. V., Kaverina, T. P., and Kwartalnov, V. A. "Turizm kak vid deiatelnosti" [Tourism as an activity]. http://tourlib.net/books_tourism/zorin07.htm