

впровадженні тієї чи іншої стратегії необхідно строго контролювати результати її реалізації та при необхідності швидко змінювати стратегію або її окремі елементи.

Література:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. 2-е европейское издание. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс – СПб. : Вильямс, 1998. – 1056 с.
2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический и операционный маркетинг. / Ж.-Ж. Ламбен – СПб. : Питер, 2007. – 589 с.
3. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: [уч. пособ.] / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева – М. : Финансы и статистика, 2004. – 528 с.

УДК 339.16

Пугачевська К.Й., к.е.н., доцент

Мукачівський державний університет, м.Мукачево

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Якість продукції є одним із ключових показників діяльності підприємств. Спрощення механізму доступу іноземних товарів на внутрішній ринок у результаті членства України в СОТ та підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС висуває вимоги по підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, зокрема її якісної складової. З огляду на це, правильно обрана стратегія управління якістю продукції виступає необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності українського товаровиробника, що у кінцевому підсумку, дозволить не лише відстояти власні конкурентні позиції на внутрішньому ринку, але і бути конкурентоспроможним на зовнішніх ринках.

Науковці по різному підходять до трактування поняття «якість». Зокрема, Міжнародна організація зі стандартизації визначає якість як сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуг, які надають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби. Процес досягнення підприємством визначених цілей у сфері якості передбачає розробку своєрідного механізму управління, який торкається усіх стадій виробничого процесу задля досягнення узгодженості у функціонуванні всіх його елементів та мінімізації усіх видів витрат.

Згідно з основними положеннями сучасної концепції управління, процес управління якістю на підприємстві розглядають як самостійну функцію управління бізнес-процесами з метою: підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства за рахунок підвищення якісних характеристик продукції, а також основних і допоміжних управлінських процесів; зменшення витрат підприємства і досягнення стабільності економічного розвитку; дотримання екологічних вимог; забезпечення цілеспрямованого й системного впливу на параметри якості з метою їх бесперервного удосконалення.

Класиками у сфері управління якістю на підприємстві є американські вчені Е. Демінг, К. Ісікава, Т. Тагута та ін., роботи яких присвячені розробці методів планування і статистичного аналізу якості. До основних концепцій, що розглядаються у їх роботах, а також можуть бути використані у процесі управління міжнародною конкурентоспроможністю, є: методи статистичного управління якістю, метод постійного циклічного покращення якості, метод тотального контролю якості, метод постійного покращення якості Дж. Джурана [1, с. 68].

Управління якістю є однією із основних концепцій менеджменту конкурентоспроможності, оскільки переважна більшість підприємств конкурують на міжнародному ринку саме через виготовлені товари. Впровадження систем управління якістю нині є надзвичайно поширеним явищем, оскільки дозволяє досягти одночасно підвищення якості продукції та оптимізації витрат, а отже, фактично, створити конкурентні переваги для майбутнього розвитку підприємства.

У процесі дослідження якісних параметрів конкурентоспроможності важливо брати до уваги такий фактор як рівень відповідності характеристик товару вимогам стандартів, технічних регламентів та інших документів, що регламентують якість продукції.

Сучасний процес управління якістю продукції повинен бути орієнтований на характер потреб, їх динаміку та структуру, масштаби і кон'юнктуру ринку та ін., а також оптимально сполучати дії, методи й засоби, що забезпечують, з одного боку, виготовлення продукції для задоволення існуючих

потреб ринку, а з іншого – розробку продукції, що здатна задовольняти майбутні запити й потреби ринку [2, с.134].

Нині якісний товар є ключовою конкурентною перевагою підприємства, його фактором конкурентоспроможності. Такі детермінанти, як наявність новітніх технологій виробництва, якісної сировини для виробництва, ефективність управлінських рішень такою зрештою впливають на якість та ціну продукції, яка пропонується для продажу на ринку. Іншими словами, товар виступає мірилом ефективності використання підприємством тих конкурентних переваг, які воно має в своєму розпорядженні.

Таким чином, сучасні умови ринкового середовища обумовлюють зростання дослідницького інтересу до проблеми управління якістю продукції підприємств, яка може бути вирішена за допомогою обґрунтування нових методологічних підходів щодо розроблення ефективної системи якості продукції. Розвиток процесів глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки зумовило необхідність створення інтегрованих систем управління якістю продукції на вітчизняних підприємствах, які використовують взаємопов'язану систему стандартів і мають конкурентні переваги для забезпечення якості продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Ключовою компонентою у процесі управління конкурентоспроможністю є програма управління якістю продукції, що спрямована на розроблення й впровадження комплексного підходу до забезпечення та підвищення якості продукції та основних виробничих процесів підприємства.

Список використаних джерел

1. Андросюк Л.А. Управління якістю на основі збалансованої системи показників / Л.А. Андросюк // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 6. – С.67-70.
2. Момот О.І. Можливості використання міжнародних стандартів для побудови інтегрованих систем менеджменту / О.І. Момот // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну : зб. наук. праць / О.І. Момот. – К., 2007. – № 5 (37). – С. 133-138.

УДК 35.081.7

Скребкова К.С., Сакун Л.М.

Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського м. Кременчук

КАДРОВА ПОЛІТИКА ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Україна як суверенна і незалежна держава формує власний інститут державної служби. Через цей інститут держава реалізує кадрову політику в державних органах влади та органах місцевого самоврядування з метою забезпечення їх професійним кадровим ресурсом.

Державна кадрова політика має на меті:

- розробку стратегічного напрямку в реорганізації державної служби з урахуванням тенденцій і перспектив розвитку суспільства й держави та в інтересах особистості;
- становлення системи забезпечення держслужби професійними спеціалістами, які у своїй діяльності не тільки б виконували поставлені перед ними завдання, але і своєю поведінкою сприяли б підвищенню авторитету органів державного управління в цілому, прагнули встановити розуміння з народом, заручитися його підтримкою;
- створення необхідних соціальних і матеріальних умов діяльності, а також правового регулювання відповідно до норм законодавства, контролю за виконанням посадових функцій, які виключають будь-яку можливість порушення трудової дисципліни, зловживань службовим становищем та корумпованості держапарату;
- підтримку у колективах державних органів такого морально-психологічного клімату, який сприяв би не тільки ефективному виконанню службових обов'язків, а й розвитку позитивних особистісних якостей працівників, формував раціональні службові відносини;
- забезпечення належного функціонування системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації персоналу держапарату і створення умов для творчого розвитку особистості на робочому місці;
- визначення порядку та регулювання підбору, переміщення, просування по службі, оцінки, стимулювання і підвищення відповідальності державних службовців.

Основу ефективної кадрової діяльності в різних країнах світу становить зважена політика управління людськими ресурсами. Справжній період часу характеризується існуванням трьох