

2. Панасюк Б. Я. Прогнозування та регулювання розвитку економіки / Б. Я. Панасюк. - К. : Поліграфкнига. - 2008. – 304 с.
3. Чернелевський Л. М. Економічний аналіз на підприємствах харчової промисловості: Навч. посіб. / Л. М. Чернелевський. – К. : УДУХТ, 2000. – 259 с.

Штефусь Тетяна Олександрівна,

студентка Навчально-наукового інституту бізнесу і фінансів напряму підготовки 6.03060101 «Менеджмент» Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ткачук В.В.

МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

У сучасних умовах для успішної діяльності, завоювання та утримання на ринку конкурентних позицій товаровиробникам необхідно зосереджувати свої зусилля на виготовлення продукції високої якості. На рівень прибутковості підприємства, його місце в соціальному та економічному середовищі, обрану стратегію і тактику діяльності має неабиякий вплив застосування методів управління якістю. Відповідно, велике значення має вибір з усього різноманіття існуючих методів управління якістю саме тих, які б найбільшою мірою відповідали умовам функціонування підприємства та були спрямовані на досягнення поставлених ним цілей.

Як зазначає Лойко Д.П. у своєму підручнику «Управління якістю» методи управління – це засоби, якими органи управління впливають на елементи продуктивного процесу, забезпечуючи досягнення й підтримку планового стану й рівня якості продукції [1, с.123].

В економічній літературі методи управління якістю класифікують наступним чином:

1. Класичні методи. Ці методи розроблялися протягом усього періоду розвитку менеджменту якості і є актуальними на сучасному етапі. До засновників

класичних методів відносять американських вчених Е. Демінга, Дж. Джурана, Ф. Кросбі, які досліджували проблеми в області якості, здійснювали розробку методів планування якості та застосування статистичного аналізу;

2. Сучасні методи. Початок розроблення і застосування цих методів припадає на другу половину та кінець ХХ століття і вони знайшли своє застосування до нині. Сучасні методи ґрунтуються на концепції традиційних методів управління якістю, але мають глибшу соціальну спрямованість і застосовуються у поєднанні з управлінськими, організаційними та технічними методами.

У класичних і сучасних методах спільним є те, що головну роль і відповідальність за діяльність організації щодо якості несе вище керівництво; підприємство орієнтується на замовника і на бездефектне виробництво; акцентується увага на управлінні процесами, мотивації і підвищенні кваліфікації персоналу. Відмінності між цими методами полягають у тому, що класичні методи передбачають послідовне застосування спеціальних інструментів управління якістю, в той час, як сучасні методи полягають у комплексному застосуванні існуючих управлінських, технічних, організаційних методів. Ще одна відмінність проявляється у тому, що при класичних методах управління якістю підприємство покращує свою роботу на базі досвіду минулих років, а при застосуванні сучасних методів підприємство працює згідно з уявленнями про ідеальне майбутнє, тобто намагається передбачити очікування споживачів щодо якості виготовленої продукції.

Класичні методи управління якістю, які перевірені часом і містять основу концепції поліпшення якості на виробництві, можна використовувати на будь-яких підприємствах: від малих до великих. Ці методи відрізняються простотою у використанні, не потребують значних капіталовкладень і є доступними для малих підприємств.

У забезпеченні якості продукції значну роль відіграють статистичні методи управління якістю, які дозволяють виявити та розрізнити випадкові і систематичні відхилення, а також дослідити причини їх виникнення. Застосування простих статистичних методів має позитивний вплив на зниження

витрати унаслідок скорочення обсягу виробництва дефектної продукції. Уперше статистичні методи для контролю якості застосував на практиці В. Шухарт у 30-х роках ХХ століття [3, ст.213]. Дані методи призначені для опису, аналізу, контролю й регулювання якості виготовленої продукції та технологічних процесів на виробництві навіть за наявності обмеженої кількості даних. Перевага простих статистичних методів управління якістю полягає в тому, що їх можна використовувати у будь-якій послідовності та будь-якому поєднанні. За основу ефективного виявлення та подальшого усунення невідповідностей у якості продукції використовують сім інструментів статистичного контролю: контрольні листки, діаграма Парето, діаграма Ісіакави, контрольні карти, гістограма, діаграма розсіювання, діаграма послідовності дій.

Відомий фахівець у сфері якості Дж. Джуран запропонував свій підхід до процесу управління якістю, що сьогодні має назву «Тріада Джурана». Відповідно до його концепції, процес управління якістю забезпечується послідовним поєднанням трьох дій: планування якості, контроль якості поліпшення якості.

Планування якості передбачає визначення основних процесів, що безпосередньо впливають на ефективність і якість роботи організації, розроблення документації та визначення відповідальних за процеси, встановлення цілей організації, що узгоджуються з вимогами споживачів, постачальників та інших зацікавлених осіб, забезпечення процесів необхідними ресурсами. Контроль якості полягає у впровадженні системи моніторингу і вимірювання показників процесу на різних рівнях та виявлення розбіжності із запланованими цілями, організації внутрішніх перевірок. Поліпшення якості забезпечується шляхом запобігання та вирішення проблем, що призводить до виникнення бракованої продукції, постійного покращення ефективності виробництва, оптимізації виробничих процесів.

Для управління якістю великим і середнім підприємствам пропонується використовувати наступні методи: концепція «Точно в термін», метод

розгортання функції якості (QFD), бенчмаркінг, реінжиніринг бізнес-процесів (BRP).

Концепція «Точно в термін» є системою «організації бізнесу, за якої комплектуючі (заготовки) доставляються на наступну стадію виробничого циклу тільки тоді, коли в них виникає потреба» [2, с.296]. Мета даної концепції полягає в швидкій реакції та перебудові виробництва при зміні попиту. Кількість та номенклатуру деталей визначає остання ланка виробничого ланцюга, а саме: на лінії загального складання. Це означає, що на «вході» (перша ланка виробничого ланцюга) програмується виготовлення тільки того обсягу продукції, який потрібен на «виході» і на кінцевий товар уже є замовлення. За точної і злагодженої роботи усієї організаційної системи потреба у складських приміщеннях та їх обслуговуванні зникає, що дає змогу підвищити оборот капіталу підприємства і унеможливити випуск бракованих виробів. Споживач, у кінцевому підсумку, отримує товар вищої якості за меншою ціною.

Пошук кращих прикладів управління та організації виробництва серед компаній-лідерів і застосування їх на практиці у власній організації лягли в основу такого методу, як бенчмаркінг, що в економічній літературі визначається як «вивчення і впровадження методів управління успішно працюючих організацій шляхом порівняння з ними власної організації (після виявлення власних слабких сторін)» [2, с.235].

Бенчмаркінг розглядається як багатоплановий метод, який використовують не тільки для вивчення досвіду роботи підприємств-лідерів, а й для розробки стратегічних цілей, їх досягнення, визначення місця організації на ринку, і який є незамінним способом постійного покращення якості. Термін «бенчмаркінг» уперше почали використовувати у США, і він знайшов своє застосування у підвищенні конкурентоспроможності великих компаній. Бенчмаркінг проводиться відповідно до потреб порівняння вибраних об'єктів і залежить від того, з ким проводиться порівняння і що порівнюється.

Реінжиніринг бізнес-процесів у свою чергу розглядається як радикальна перебудова основних процесів у відповідь на потреби внутрішніх і зовнішніх споживачів для забезпечення стрімкого підвищення таких характеристик, як безпека, якість, швидкість поставки і споживча цінність. Основний зміст реінжинірингу полягає в моделюванні й побудові бізнес-процесів з «чистої сторінки», тобто без врахування попереднього досвіду; реалізується зверху вниз за допомогою спеціально сформованих команд. Заохочується самостійність та відповідальність у прийнятті рішень, що зменшує кількість часу на проведення робіт з контролю, а також аналіз різних варіантів виконання процесів і використання найраціональніших.

Для глибокого вивчення потреб споживачів та розроблення алгоритму поліпшення вже існуючої продукції підприємства доречно застосовувати ще один сучасний метод управління якістю – розгортання функції якості.

Розгортання функції якості (QFD) призначене для трансформації бажань чи очікувань споживачів у першочергові характеристик продукції та виробничого процесу. Цей підхід уперше було використано в Японії, його зміст полягає в детальному визначенні технічних параметрів продукції та цілей проекту і обробці вихідної інформації за допомогою матриць, що своїм виглядом нагадують будиночок. Тому іноді ці матриці називають «будиночком якості». Використання методу QFD передбачає визначення сильних і слабких сторін власної продукції, порівняно з ідентичною продукцією конкурентів та полегшує розуміння способів підвищення конкурентоспроможності через покращення технічних характеристик.

Світовий досвід успішних компаній є ваговим аргументом у необхідності запозичення та застосування методів управління якістю на вітчизняних підприємствах, що поліпшить соціально-економічний статус не тільки конкретної господарської одиниці, а й держави в цілому.

Список використаної літератури

1. Лойко Д.П. Управління якістю : навч. посіб. – 2-е вид. / Д.П. Лойко, О.В. Вотченікова, О.П. Удовіченко, М.А. Котляр. – Л. : Магнолія 2006, 2010. – 336 с.
2. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості : навч. посіб. / О.І. Момот. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 368 с.
3. Векслер Е.М. Менеджмент якості : навч. посіб. / Е.М. Векслер, В.М. Рифа, Л.Ф. Василевич. – К. : Професіонал, 2008. – 320 с.

Штефусь Тетяна Олександрівна,

студентка Навчально-наукового інституту бізнесу і фінансів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник: к.е.н., доцент Гоголь Т.В.

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ
СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Питання корпоративної культури, відносно нове і недостатньо висвітлене з наукової точки зору, але, не зважаючи на це, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. В багатьох розвинутих країнах національна корпоративна культура є продуктом багатоміліардної історії управління і незримо пронизує та надихає всі основні механізми корпоративного контролю. Корпоративна культура сприяє розвитку та досягненню стратегічних цілей і орієнтирів організації. Крім того, в сучасних організаціях вона набуває принципово нових рис, що передбачає зміни і в культурі управління.

Вчені, що займались вивченням даного питання дійшли висновку, що корпоративна культура – це спрямована впродовж всієї історії підприємства сукупність прийомів та правил адаптації підприємства до вимог зовнішнього середовища та формування внутрішніх відносин між групами працівників. Корпоративна культура будь-якого підприємства може мати характерні особливості залежно від роду діяльності, форми власності, положення на ринку