

типов организации производства и организационно- управленческих структур.

Литература

1. Захарченко В.И., Криворак А.Д. Резервы системных преобразований менеджмента в промышленности. - Измил: СМЛ, 2005. - 80 с.
2. Карминский А.М. и др. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 382 с.
3. Минько Э.В., Кричевский М.Л. Качество и конкурентоспособность. - СПб.: Питер, 2004. - 268 с.
4. Смирнова Г.Н., Сорокин А.А., Тельнов Ю.Ф. Проектирование экономических информационных систем. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 345 с.

Чумакова С.В.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ В КОНКУРЕНТНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Представлены основы построения системы менеджмента качества на предприятии в условиях не стабильной среды.

Ключевые слова: качество, предприятие, управление система, продукция, конкурентоспособность.

I. Введение. В условиях рыночного самопланирования на предприятиях и в организациях актуальность управления качеством продукции и услуг определяется его прямой направленностью на процесс обеспечения такого уровня качества продукции и услуг, который может полностью удовлетворять все запросы потребителей. Наиболее высокое качество продукции и услуг является самой весомой составляющей, определяющей их конкурентоспособность. Следовательно, главным критерием конкурентоспособности на рынке XXI в. выступает качество продукции и услуг [1, 2].

Качество - важная экономическая категория. Практически все решения в области качества, программы повышения качества, мероприятия по управлению качеством связаны с экономическими затратами и имеют смысл, если приводят к приемлемому для предприятия экономическому эффекту. Без обеспечения стабильного качества, соответствующего требованиям международных стандартов и потребителей, невозможно рационально интегрировать национальную экономику в мировое хозяйство и занять в ней достойное место. Процесс интеграции в современных условиях развития мирового сообщества объективно необратим, и поэтому современная существующая концепция управления качеством продукции и услуг при условии достижения всех целей и задач функционирования предприятий и организаций предполагает ее обязательный приоритет среди других направлений процесса управления вообще.

Эффективное управление качеством, обеспечивающее высокий уровень удовлетворения запросов и ожиданий современных потребителей,

является важнейшей предпосылкой успеха предприятия или организации любого вида деятельности и формы собственности. Качество продукции и услуг является основным инструментом конкуренции между предприятиями. Если на предприятии перестают постоянно работать над улучшением качества продукции и услуг, то это неминуемо приведет к банкротству. Известный американский ученый в области качества А. Фейгенбаум говорил: « Не существует такого понятия, как постоянный уровень качества (он не может быть константой). Постоянное повышение качества - это способ существования фирмы (езда на велосипеде)» [4].

От качества производимых товаров и услуг зависит в конечном итоге экспортный потенциал любого экономически развитого государства, рост благосостояния нации и качества жизни. Ничто так не укрепляет национальную безопасность и не делает экономику устойчивой, как производство и экспорт конкурентоспособной, высокотехнологичной продукции.

Действительно, на уровне предприятия или организации конкурентоспособность продукции и услуг в целом определяется способностью конкурировать на рынке, расширять производство и соответственно приносить максимальную прибыль. Однако общей проблемой подавляющего большинства промышленных предприятий Украины является низкая конкурентоспособность их продукции из-за использования морально устаревшего технологического оборудования. Именно состояние большей части основных производственных фондов предприятий сдерживает производство высококачественной продукции, сравнимой с лучшими зарубежными аналогами.

II. Постановка задачи. В современных условиях хозяйствования экономически успешная деятельность предприятий и организаций может быть обеспечена выпуском продукции, которая удовлетворяет следующим требованиям: полностью соответствует запросам потребителей; в полной мере удовлетворяет действующим стандартам и ТУ; предлагается для реализации потребителю по приемлемым конкурентоспособным ценам; является экономически выгодной для производства.

III. Результаты. Наиболее эффективным инструментом для удовлетворения этих требований является система менеджмента качества (СМК). Она представляет собой согласованную рабочую структуру, действующую на предприятии и включающую эффективные технические и управленческие методы, обеспечивающие наилучшие и наиболее практичные способы взаимодействия персонала, оборудования и информации с целью удовлетворения требований потребителей, предъявляемых качеству продукции, а также экономии расходов на качество [5].

Качество продукции формируется в результате трудовой деятельности лиц, занятых ее проектированием и изготовлением, и поддерживается при ее эксплуатации. Уровень качества продукции зависит, прежде всего, от качества исходного сырья и материалов, уровня квалификации и профессионального мастерства работников, степени технической оснащенности их труда, эффективности мер стимулирования повышения качества про-

дукции и др. Следовательно, постоянное повышение качества продукции может осуществляться лишь на основе комплексного подхода, с помощью системы целенаправленных действий на все факторы, причины и условия, от которых напрямую зависит формирование качества продукции, т.е. качеством продукции необходимо грамотно управлять.

Управление качеством продукции и услуг - это действия, осуществляемые при создании и эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества [4]. В соответствии с этим система управления качеством продукции строится на целом ряде принципов, основополагающих начал, определяющих структуру функционирования всей системы управления качеством продукции и услуги. Принципы управления качеством являются конкретизацией общих принципов управления производством. Управление качеством должно осуществляться на всех без исключения уровнях: межотраслевом, отраслевом и уровне объединения, предприятия, а также территориального разреза. Кроме этого, необходимо управлять качеством продукции на всех ее жизненных стадиях: при исследовании и проектировании, изготовлении, обслуживании и эксплуатации или потреблении. Важным принципом управления качеством является комплексность решения проблем управления качеством продукции - взаимная увязка технических, организационных, экономических и социальных мероприятий.

Мировая практика показывает, что управление качеством продукции возможно только при активизации интеллектуального труда, что особенно необходимо для создания конкурентоспособной продукции. Основой для решения такой задачи является, конечно, формирование работоспособных творческих коллективов и создание условий их деятельности на перспективу. Последнее не всегда находит понимание со стороны коллектива, но жизнь подтверждает, что этот путь создает реальные перспективы для выпуска и реализации высококачественной и конкурентоспособной продукции [3].

IV. Выводы. Для каждого предприятия и для любой отрасли экономики качество представляет собой решающий инструмент по поддержанию и повышению конкурентоспособности. На долгосрочную перспективу успех любого предприятия на рынке во многом зависит от более высокого качества его продукции или услуг по сравнению с конкурентами. Кроме того, качество производственных процессов приобретает все большее значение, а постоянно повышающаяся производительность дает определенные преимущества в производственных затратах в отличие от конкурентов.

Таким образом, в современных условиях качество перестало быть лишь фактором имиджа, а однозначно превратилось в конкретный вопрос выживания на рынке.

Литература

1. Грузнов И.И. *Механизмы интенсификации обновления продукции (теоретические и прикладные основы)*. - Одесса: ОНПУ. - 288с.

2. Запоточний І.В., Захарченко В.І. *Державне управління регіональної економіки*. - Харків: Одісей, 2003. - 592с.

3. Маренков Н.Л. *Управление обеспечением качества и конкурентоспособности продукции*. (Мельников В.П., Смоленцев В.П., Схиртладзе А.Г.). Серия «Высшее образование». - М.: Национальный институт бизнеса. Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 2004. - 512с.

4. Мишин В.М. *Управление качеством: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» (061100)*/ В.М. Мишин - 2-е изд. перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 463 с.

5. Никифоров А.Д. *Управление качеством: Учеб. пособие для вузов*. - М.: Дрофа, 2004. - 720с.

Юдин М.А.

ВЫБОР ФОРМЫ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье сформулирована необходимость проведения преобразований промышленных предприятий в целях обеспечения их конкурентоспособности. Сформулирована модель выбора адекватной формы преобразования на основании трех критериев.

Ключевые слова: предприятие, анализ, реструктуризация, рынок, организация, портфель, потенциал.

I. Введение. Общей проблемой предприятий, функционирующих в условиях современного рынка, является проблема выживания, обеспеченности непрерывности развития. Различные предприятия решают ее разными способами в зависимости от складывающихся условий и обстоятельств, но в основе ее решения лежит сложная, кропотливая и трудоемкая работа по созданию и реализации конкурентных преимуществ. Сущность этой концепции заключается в поиске ответа на вопрос: «Как следует управлять предприятием в условиях динамичности, изменчивости и неопределенности внешней среды?» Глобализация бизнеса, быстрые изменения потребительского спроса, сокращение жизненного цикла товаров, возрастание требований работников к условиям труда и качеству жизни вынуждают предприятие не только проводить анализ и оценку внешней среды и прогнозировать ее изменение в будущем, но и создавать такую систему управления, которая бы поддерживала равновесие между средой, характером и результатами деятельности организации.

Каждое предприятие, работая в условиях жесткой конкуренции и быстро меняющейся ситуации, должно не только концентрировать внимание на своей внутренней среде, но и вырабатывать стратегию долгосрочного выживания, которая позволит ему успевать за изменениями, происходящими в его внешнем окружении. Так как количество и сложность ситуаций во внешней среде постоянно растут, стратегический менеджмент предприятия должен постоянно приспосабливаться к ним, приобретая новые и