

Издательский дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.: ил. – ISBN 5–8459–0648–2 (рус.).

11. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 960 с.

12. Транспортный маркетинг: Учебник. – Изд. перераб. и доп. / В.Г. Галабурда, Г. В. Бубнова, Е.А. Иванова и др.; под ред. В.Г. Галабурды. – М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. – 452 с.

13. Федько В.П. Товарная политика организации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2018. – 608 с.

14. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Пер. со 2-го англ. изд. – М.: Дело, 2001. – 821 с.

15. Шапошников, В.А. Методологические аспекты проведения маркетинговых исследований / В.А. Шапошников, Г.В. Астратова // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/practical/2007-02/03.shtml>.

16. Экономическая теория: Полный курс МВА [Электронный ресурс] / И. К. Станковская, И. А. – Москва: Стрелец: Рид Групп, 2011. 435 с. – Режим доступа: http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=8329206. – Назва з екрана (дата звернення 18.04.2018).

17. Groenroos C. Service management and marketing – a customer relationship management approach / C. Groenroos. – Chichester: John Wiley & Sons, 2007. – 483 p.

18. Parasuraman A. Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research [Текст] / A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry // Journal of Marketing. – 1985. – Vol.49, Fall. – Pp. 41-51.

19. Schwartz S.H. Culture matters: National value cultures, sources and consequences // C.-Y. Chiu, Y.Y. Hong, S. Shavitt, R.S. Wyer (eds). Understanding culture: Theory, research and application. – N.Y.: Psychology Press, 2009. – P. 127-150.

20. Zeithaml V. A. Services marketing: integrating customer focus across the firm / V. A. Zeithaml, M. J. Bitner. – Singapore: McGraw–Hill, 2003.

DOI 10.18664/338.47:338.45.v%vi%i.133960

УДК 658.2

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ КОНТРОЛІНГУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Морозова Л.В., ст. викладач (НА НГУ)

В статті аналізуються основні економічні тенденції контролінгу управління якістю продукції, на основі чого пропонуються рішення, представлені у формі методики з управління контролем якості продукції. Визначено, що основними чинниками, які впливають на управління якістю продукції, є чинники внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства та виконано їх розкриття. Зазначено, що всі приведені чинники слід враховувати в процесі вибору виду управлінських дій з контролю якості продукції.

Ключові слова: *контролінг, управління, якість, продукція, чинники, внутрішнє та зовнішнє середовище, методика*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЛИНГА УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Морозова Л.В., ст. преподаватель (НА НГУ)

В статье анализируются основные экономические тенденции контроллинга управления качеством продукции, на основе чего предлагаются решения, представленные в форме методики по управлению контролем качества продукции. Определено, что основными факторами, которые влияют на управление качеством продукции, есть факторы внутренней и внешней среды предприятия и выполнено их раскрытия. Отмечено, что все приведенные факторы следует учитывать в процессе выбора вида управленческих действий по контролю качества продукции.

Ключевые слова: *контроллинг, управление, качество, продукция, факторы, внутренняя и внешняя среда, методика*

ECONOMIC CONTROLLING CONTROL QUALITY MANAGEMENT

*Morozova L.V., senior lecturer
(National Academy of the National Guard of Ukraine)*

The purpose of any product is to meet the needs of consumers. The ability of products to meet these needs depends, first of all, on product quality. Thus, one of the most important conditions for a successful development of an enterprise is the effective management of the quality of products at all stages of its production. A special place in the quality management of products is quality control. It is control as one of the effective means of achieving the goals set and the most important function of management promotes the correct use of those that objectively exist, as well as the conditions created by man and the conditions of production of high quality. From the measure of excellence in quality control, its technical equipment and organization depends largely on the efficiency of production in general.

The main factors influencing the quality management of products are the factors of the internal and external environment of the enterprise. To factors of the internal environment it is necessary to attribute organizational-legal form, stage of life cycle, appearance (large, medium, small), availability and quality of used financial, labor (and other) resources, type of products, general corporate, competitive and functional development strategies.

The factors of the external environment should include: loyalty of the legislation of the industry, capacity and geographical location of the market of influence, the level of competition and the pace of development of socio-economic processes in the region, the development of infrastructure, the forms and methods of financial development of the enterprise.

All of these factors should be taken into account in the process of choosing a type of managerial action to control product quality. In order to determine the most significant factors of a particular enterprise, the matrix of strategic SWOT analysis should be used.

The structure of the quality control and control methods varies depending on the quality control operations involved. Therefore, the description of the specifics of changes in the composition of parameters and control methods should be carried out within the framework of quality control operations.

Key words: *controlling, management, quality, production, factors, internal and external environment, methodology.*

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. Призначенням будь-якої продукції є задоволення потреб споживачів. Здатність продукції задовольняти даним потребам залежить, насамперед, від якості продукції. Таким чином, однією з найважливіших умов успішного розвитку підприємства є ефективне управління якістю продукції на всіх етапах її виробництва. Особливе місце в управлінні якістю продукції займає контроль якості. Саме контроль як один з ефективних засобів досягнення намічених цілей і найважливіша функція управління сприяє правильному використанню тих, що об'єктивно існують, а також створених людиною передумов та умов випуску продукції високої якості. Від міри досконалості контролю якості, його технічного оснащення й організації багато в чому залежить ефективність виробництва в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виділення невирішених частин загальної проблеми. Результати аналізу літературних джерел [1-6] свідчать про наявність стандартів з контролю якості продукції, розробленість науково обґрунтованих підходів до оцінки якості продукції, наявність інструментів контролю якості у вигляді відповідних карт. Але в спеціалізованій літературі на сьогодні є відсутньою комплексна методика автоматизації процесу управління контролем якості.

Отже *метою* роботи є аналіз економічного змісту контролінгу процесу управління контролем якості продукції на основі авторської методики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність організації системи контролю якості в умовах безперебійного потокового виробництва, як правило, обумовлена наступними причинами:

1) нестабільність показників якості продукції різних груп складності;

2) неможливість виконання замовлень, що повторюються (періодичних), за одними й тими же нормативами;

3) наявність періодичних збоїв потокового виробництва унаслідок незадовільної якості продукції навіть при високій кваліфікації персоналу;

4) незадоволення замовників якістю продукції;

5) високі технологічні відходи матеріалів на виробництві.

В результаті аналізу літературних джерел [1,2, 7-10] були виявлені проблеми, які пов'язані з низьким рівнем управління контролем якості продукції:

1) висока вартість устаткування контролю якості;

2) неточно певні критерії для аналізу і затвердження процесів;

3) несвоєчасне проведення / відсутність атестації устаткування;

4) несвоєчасне проведення / відсутність атестації персоналу;

5) використання некоректних методик і процедур при визначенні параметрів якості продукції;

6) використання невідповідного обладнання;

7) відсутність обладнання для моніторингу і вимірювань;

8) відсутність моніторингу і вимірювань на підприємстві;

9) низька кваліфікація фахівців;

10) відсутність метрологічного нагляду, атестованими методиками виконання вимірювань, еталонами, вживаними при калібруванні, дотриманням метрологічних правил і норм;

11) неефективне впровадження державних і галузевих стандартів в діяльності;

12) несформульовані вимоги по схваленню продукту, процедур, процесів і устаткування;

13) неефективні вимоги до кваліфікації персоналу;

14) некоректні вимоги до системи управління якістю;

15) недостатня інтеграція виробничих процесів;

16) відсутність або недостатня автоматизація управління технологічними процесами у виробничих підрозділах;

17) невчасне проведення / відсутність аналізу задоволеності замовника;

18) невідповідність вимог до продукту;

19) непроведення характеристики тенденцій процесів і продуктів, включаючи можливості для запобіжних дій;

20) невчасне здійснення дій із постачальниками, наслідок – відсутність необхідних матеріалів на складі в потрібний момент;

21) недостатня мотивація співробітників;

22) відсутність стратегічного планування;

23) неефективна організація постачання витратними матеріалами;

24) необхідність перекваліфікації, навчання кадрів, відділу постачання і збуту у зв'язку з швидкими тенденціями розвитку ринку;

25) відсутність проведення аналізу маркетингової діяльності конкурентів;

26) використання застарілого устаткування;

27) відсутність стратегії якості.

На основі вказаних елементів за допомогою програми DecisionExplorer була побудована і були виділені її ключові елементи:

1) відсутність метрологічного нагляду за станом і застосуванням атестованих методик виконання вимірювань; еталонами, вживаними при калібруванні, дотриманням метрологічних правил і норм;

2) низька кваліфікація фахівців;

3) відсутність проведення вимірювань параметрів контролю якості продукції;

4) витрати на контроль якості продукції;

5) неузгодженість із замовником параметрів технологічного процесу.

Основними чинниками, які впливають на управління якістю продукції, є чинники внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. До чинників внутрішнього середовища необхідно відносити організаційно-правову форму, стадію життєвого циклу, вигляд (велике, середнє, маленьке), наявність і якість використаних фінансових, трудових (і інших) ресурсів, вид продукції, загальнокорпоративна, конкурентні і функціональні стратегії розвитку [7].

До чинників зовнішнього оточення слід віднести: лояльність законодавства галузі, ємкість і географічне розташування ринку впливу, рівень конкуренції і темпи розвитку соціально-економічних процесів в регіоні, розвиненість інфраструктури, форми і методи фінансового розвитку підприємства [8].

Всі приведені чинники слід враховувати в процесі вибору виду управлінських дій з контролю якості продукції. Для того, щоб визначитися з найбільш значущими чинниками конкретного підприємства, слід використовувати матрицю стратегічного SWOT-аналізу (див. табл. 1). Визначити значущість і силу кожного чинника на процес управління контролем якості продукції доцільно за допомогою експертних методів, використовуючи шкали оцінок, запропоновані в табл. 2.

Загальну оцінку впливу чинників можна розрахувати за формулою:

$$B = A - П \quad (1)$$

де B – загальна оцінка впливу чинників внутрішнього і зовнішнього

середовища на процес управління контролем якості продукції на підприємстві, бали;

А – чинники, які позитивно впливають на процес управління контролем якості продукції на підприємстві, бали; П – чинники, які негативно впливають на процес управління контролем якості продукції на підприємстві, бали.

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу

Чинники	Значущість чинника	Ступінь впливу на підприємство	Рівень важливості чинника (2x3)
1	2	3	4
1. Внутрішні можливості 1.1 1.2			
Разом			
2. Зовнішні можливості 2.1 2.2			
Разом			

Таблиця 2

Шкала оцінок чинників внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства

Параметр	Кількість балів	Якісна характеристика
1. Ступінь впливу чинника	1	Вплив не здійснюється
	2	Вплив неістотний
	3	Як правило, чинник впливає
	4	Чинник впливає постійно
	5	Вплив значний
2. Значущість чинника	1	Значущість впливу незначна
	2	Значущість впливу істотна
	3	Значущість впливу значна

Якщо $B > 0$, тобто має позитивне значення, підприємство може зробити наступні управлінські дії на процес управління контролем якості продукції на підприємстві:

- 1) здійснення додаткової мотивації співробітників служби контролю якості;
- 2) пошук додаткових можливостей підвищення якості продукції виходячи із сприятливих чинників зовнішнього середовища;
- 3) систематичне дослідження і впровадження нових технологій забезпечення якості продукції;

4) планування запобіжних дій виходячи з негативно впливаючих чинників.

Якщо $B < 0$, тобто має негативне значення, підприємству слід здійснити наступні дії, що управляють, на процес управління контролем якості продукції на підприємстві:

- 1) впровадження сучасного устаткування контролю якості;
- 2) проведення систематичної перевірки роботи служби контролю якості;

3) посилювання процедур і операцій по контролю якості на всіх етапах;

4) проведення атестації устаткування і персоналу;

5) впровадження коректуючи заходів з урахуванням чинників, що негативно впливають.

Структура параметрів контролю якості і методи контролю різні залежно від відповідного складу операцій контролю якості. Тому опис специфіки зміни складу параметрів і методів контролю слід здійснювати в рамках операцій по контролю якості.

Висновки: Таким чином, в даному дослідженні науковий результат запропонованого рішення представлений у формі методики з управління контролем якості продукції.

Практичним результатом є рекомендації системі менеджменту з усунення проблем з управління контролем якості продукції.

Подальшим напрямком даного дослідження може стати проектування методики розробки інформаційного забезпечення контролю якості продукції на основі систем підтримки прийняття рішень.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брун М. Управление качеством: затраты и выгоды / М. Брун, Д. Геогри// Проблемы теории и практики управления. - 2000. - № 1. - С. 70-75.

2. Воскобойников В. Новые подходы к управлению качеством продукции./В. Воскобойников// Экономика и жизнь. – 1999.- №50.- с.15.

3. Соколовський С.А. Управління якістю виробництва та обслуговування:

навчальний посібник / С.А.Соколовський, С.П. Павлов,

М.В. Черкашина М.О. Науменко, Є.М.Грабовський. - Харків: НАНГУ, - 2015. – 264с.

4. Романовський О.Г. Аудит і оцінювання управлінської діяльності/ О. Г. Романовський, М. В. Черкашина, М. О. Науменко, Є.М.Грабовський, Т. В. Гура, Є. В. Воробйова. – Х.: АВВМВСУ, 2014. - 296 с.

5. ДСТУ ISO 9000-1-95, часть 1. Стандарты по управлению качеством и обеспечению качества – Режим доступа: <http://www.budinfo.com.ua/dstu/289.htm> (19.03.2017). – Загл. с экрана: ДСТУ ISO 9000-1-95 Государственный стандарт Украины.

6. ДСТУ ISO 9000-2-96, часть 2. Стандарты по управлению качеством и обеспечению качества – Режим доступа: <http://www.budinfo.com.ua/dstu/290.htm> (21.03.2017). – Загл. с экрана: ДСТУ ISO 9000-2-96 Государственный стандарт Украины.

7. Каличева Н.Є. Проблеми та перспективи розвитку економіки України в сучасній світовій економічній системі / Н.Є. Каличева// Наука й економіка: науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. – Хмельницький: ПВНЗ «Хмельницький економічний університет», 2015. – Вип. 4 (40). - С. 117 – 120.

8. Каличева Н.Є. Напрями забезпечення ефективного розвитку промислових підприємств в сучасних умовах/ Н.Є. Каличева, С.Є. Бохан// Науковий огляд. Науковий журнал. – Київ, ТОВ «Меганом», 2017. – Вип. 5 (37). С. 5 – 15.

DOI 10.18664/338.47:338.45.v%vi%i.133963