

4. Зомчак Л. М., Петрик Х. Р. Економіко-математичне моделювання в категорійному менеджменті. Економіка. Фінанси. Право. 2016.(2 (1)), С.41-43.

5. Вдовин М.Л., Данилюк Л.Г., Лелик Л.І., Березяк І.М., Мельник С.М. Моделі та методи оцінювання економічних ризиків у різних функціональних сферах бізнесу: монографія. Львів.: ННБК «АТБ», 2015.

6. Зомчак Л. М., Нич О. В. Економіко-математичне моделювання фінансової стійкості підприємств методом головних компонент. Економіка і суспільство. 2017. №8. С.850-853.

7. Nehrey, M., Zomchak, L., Klymenko, N., Volovelska, I., & Pichugina, J. (2022). Problems and Priorities of Strengthening Economic Security Using it Management: Structural Modeling Approach. *Journal of Information Technology Management*, 14 (Special Issue: Digitalization of Socio-Economic Processes), P.121-131.

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ**

С. Г. ТУРЧІНА, канд. екон. наук

Б. О. КОПЛИК, здобувач освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 073 «Менеджмент» ОП «Менеджмент організацій і адміністрування»

*Сумський національний аграрний університет*

[sturchina68@gmail.com](mailto:sturchina68@gmail.com)

В сучасних умовах успішна діяльність підприємств багато в чому залежить від їх здатності виробляти і пропонувати ринку якісну продукцію чи послуги, задовольняючи потреби та вимоги покупців, що пред'являються до такої продукції. У підприємств за рахунок поліпшення якості продукції порівняно з продукцією конкурентів виникає можливість підвищувати ціну на таку продукцію, не втрачаючи при цьому своїх споживачів, а в багатьох випадках, навіть збільшувати обсяги продажів. В усі часи ефективна діяльність підприємства асоціюється з виробництвом якісної продукції.

В економічній літературі можна знайти різні підходи до управління якістю. Деякі науковці, займаючись проблематикою управління якістю, ґрунтуються на теоретичному визначенні якості у відповідності зі стандартом ІСО 8402-94 р., не аналізуючи переваг та недоліків цього визначення [1]. Так, автори при визначенні якості вкладають у його різний зміст, на що дуже впливає часовий фактор – розвиток філософії, засобів і методів управління якістю.

У рамках концепції «загального управління якістю» якість пов'язана не з наявністю тих чи інших характеристик продукції, а з її здатністю

задовольняти потреби споживача, що пропонується представляти у вигляді наступного рівняння [3]: якість сьогодні = задоволення замовника. Таке спрощене розуміння якості викликає деякі заперечення. Дане трактування не враховує саму сутність якості. Задоволення потреб споживача товаром здійснюється за допомогою визначених властивостей і характеристик властивих товару. Тому важливу роль для забезпечення необхідної якості продукції відіграє систематичне вивчення існуючих і потенційних споживачів, яке спрямовано на виявлення їх вимог до властивостей і характеристик товару.

При аналізі поняття «якість продукції» необхідно враховувати наступний ланцюг взаємозв'язку: характеристики – властивості – якість. При цьому, характеристика виражає взаємозв'язок між залежними та незалежними перемінними. Під властивістю продукції розуміють її об'єктивну особливість, що проявляється при виробництві та експлуатації. При цьому виділяються виробничі та споживчі властивості продукції.

До виробничих відноситься уся сукупність властивостей, що створюються в процесі виробництва, яка складає потенційну якість. Тобто продукт праці, створений в процесі виробництва, до реалізації споживачу володіє тільки потенційною якістю, яка набуде споживчих властивостей тільки тоді, коли даний продукт перейде в сферу реалізації та споживання. Кількісна характеристика властивостей є показником якості продукції.

Всю сукупність показників якості продукції класифікують за різними ознаками [1]:

- за кількістю властивостей, що характеризуються (одиночні та комплексні); по відношенню до різних властивостей продукції (показники надійності, технологічності, ергономічності та ін.);
- за стадією визначення (проектні, виробничі, експлуатаційні);
- за методом визначення (розрахункові, експериментальні, експертні);
- за характером використання для оцінки рівня якості (базові та відносні);
- за способом вираження.

Однак у теорії і практиці менеджменту якості ще довгий час будуть вестися суперечки з приводу перекладу та застосування даних термінів. Але все-таки, на нашу думку, ймовірніше всього переважне значення буде віддано такому взаємозв'язку досліджуваних термінів, який представлений на рис. 1.1., де поруч з основними елементами системи менеджменту якості виділяються такі функції менеджменту як мотивація та контроль.



Рис. 1 – Схема взаємозв'язку елементів системи менеджменту якості

Управління якістю – аспекти виконання функції управління, які визначають політику, цілі та відповідальність в сфері якості, а також виконують їх з допомогою таких засобів як, планування якості, оперативне управління якістю, забезпечення якості і покращення якості в межах системи якості [3].

Таким чином, розгляд основних термінів і понять, пов'язаних з якістю, дає всі передумови для подальших досліджень і розробки обґрунтованих рекомендацій та пропозицій в галузі впровадження, сертифікації й удосконалювання систем менеджменту якості у відповідності зі стандартами ІСО серії 9000, а також сертифікації продукції за міжнародними стандартами.

Прийняття рішення про впровадження і сертифікацію на підприємстві системи менеджменту якості ставить перед його керівництвом декілька задач:

- по-перше, необхідно визначити, яку суму коштів підприємство може направити на її розробку і сертифікацію;
- по-друге, встановити джерела фінансування заходів з підготовки і сертифікації системи;
- по-третє, прийняти рішення про те, на які виробництва і види продукції буде поширюватися система менеджменту якості;
- по-четверте, організувати так роботу з підготовки системи до сертифікації, щоб розумно розподілити кошти на виконання цих функцій і в результаті успішно пройти сертифікацію своєї системи менеджменту якості.

У цілому величина витрат на розробку і сертифікацію системи менеджменту якості визначається впливом безлічі факторів, вплив яких обов'язково необхідно враховувати.

Особливий вплив на якість системи та витрати на її підготовку робить участь консультативних організацій у передсертифікаційний період. Тому

для підприємства важливими питаннями перед створенням та впровадженням системи менеджменту якості є питання пов'язані з: прийняттям рішення про те, чи необхідно залучати сторонні консультаційні організації і якщо так, то які функції зі створення та впровадження системи повинна виконувати вона, а які працівники підприємства; необхідністю раціонального вибору тих сторонніх консультаційних організацій, що будуть брати участь у її створенні, впровадженні і сертифікації.

Підприємство може покласти усі функції зі створення і впровадження системи менеджменту якості на спеціалізовані організації, що підготують її до сертифікації досить кваліфіковано та ще й у відносно короткий період. Але в даному випадку важливо не забувати про те, з якою метою створюється на підприємстві система менеджменту якості.

У цілому ми поділяємо думки авторського колективу [2] та пропонуємо наступні основні етапи, спрямовані на підвищення ефективності впровадження і сертифікації на підприємствах систем менеджменту якості: встановлення фактичних цілей впровадження і сертифікації системи; пошук джерел фінансування заходів щодо впровадження і сертифікації систем менеджменту якості; залучення на початковій стадії розробки та впровадження сторонніх консультаційних організацій; детальний аналіз дійсного стану справ на підприємстві в галузі управління якістю та ступеня розбіжності існуючої системи управління якістю з вимогами міжнародних стандартів ІСО серії 9000; навчання своїх фахівців питанням управління якістю або залучення нових фахівців з якості; проведення на підприємстві реінжинірингу бізнесів-процесів, націлене на перепроектування всіх або основних ділових процесів.

На наступних етапах, після першої сертифікації системи, підприємства несуть такі основні витрати: поточні витрати, пов'язані з функціонуванням системи менеджменту якості, періодичним аудитом, вдосконаленням самої системи, а також з повторної сертифікації системи. Ці заходи також вимагають коштів. У зв'язку з цим найбільш доцільним є надання підприємствам пільг з податку на прибуток на суму, необхідну для здійснення вище позначених функцій.

Список використаних джерел:

1. Кравченко Ю.М. Антощенкова В.В. Екологічна безпечність та якість сільськогосподарської продукції та її конкурентоспроможність в умовах міжнародної інтеграції. *Вісник Харківського національного технічного університету сільськогосподарства ім. П. Василенка*. Сер. Економічні науки. 2019. Вип. 202. С. 84-92.

2. Орлов О.О., Вознюк Т.К. Основні аспекти управління якістю продукції на підприємствах легкої промисловості. *Збірник «Наукові праці Полтавської державної аграрної академії»*. Полтава: ПДАА. 2014. Вип. 1 (8). Т. 1. С. 26-34.

3. Савіцький А. В. Проблеми та сучасний стан управління якістю продукції промислових підприємств. *Економіка та менеджмент. Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2012. С. 65-66.

## **UNIT-ЕКОНОМІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ**

В. А. ПАВЛОВА, д-р екон. наук, проф.

*Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро*

*pavlova@duan.edu.ua*

В умовах невизначеності розвитку економіки важливим для суб'єкта підприємницької діяльності є утримання частки ринку й можливість її розширення, а також пошуки потенціалу масштабування діяльності вітчизняного бізнесу за рахунок впровадження нових технологій, які забезпечують залучення споживачів та їх лояльність.

Залучення клієнтів та постійність їх переваг до обраного суб'єкта господарювання стає одним з першочергових завдань бізнесу. Для цього використовуються різні методики. Одним із способів в умовах нових реалій стала unit-економіка. Огляд контенту з інтернет ресурсів дозволяє виділити найбільш прийнятні її визначення. Зокрема, «юніт-економіка – це надходження грошей від одного юніта мінус витрати на те, щоб ця подія здійснилася» [1]. За іншим підходом [2], «юніт-економіка – це метод економічного моделювання, який балансує між отриманим прибутком і витратами, що несе компанія в процесі реалізації свого ключового елемента торгівлі, надання послуги, залученого клієнта». Ще одне визначення юніт-економіки [3] – «це метод виміру рентабельності продукту або послуги на прикладі конкретних одиниць».

Отже, можемо дійти висновку, що призначення «юніту» (новий клієнт, одиниця товару) пов'язано з забезпеченням прибутковості діяльності господарюючого суб'єкта за рахунок залучення до купівлі запропонованих товарів їх споживачу. І сутність такого залучення полягає у розрахунку віддачі споживача у вигляді різниці між потенційним прибутком та витратами на такий процес.