

якій стадії розгортання кризи знаходиться підприємство, і стратегічні завдання, реалізація яких дозволяє повністю вивести підприємство з кризової ситуації.

Досягнення цілей здійснюється за допомогою функцій управління, які в економічній літературі переважно поділяються на дві групи: 1) загальні функції антикризового управління – їх склад характерний для будь-якого виду АУ і 2) конкретні функції – є підсистемою функціональної системи АУ і їх склад визначається конкретним предметом АУ. Звичайно, конкретизувати можна будь-яку функцію, тільки при цьому треба враховувати специфіку самого підприємства, форми його діяльності, а також кризові фактори розвитку.

Особливе місце в теорії антикризового управління займають методи управління, оскільки допомагають збагатити теорію і практику антикризового управління як системи. Методи дають відповідь на питання «як виконати роботу, як запобігти кризі» і одночасно слугують цілям практичного антикризового управління оскільки надають йому в розпорядження систему правил, підходів при розробці антикризового механізму. Методи АУ, як елемент підсистеми, варто досліджувати через способи впливу на групи фахівців, окремих осіб з метою координації їх діяльності для попередження кризових ситуацій. В кожному методі важливо знати: що він вирішує, яка його мета і які рекомендації надає господарюючому суб'єкту.

Для системи антикризового управління, що формується на підприємствах харчової промисловості, на думку автора, важливим є своєчасне формування підрозділу антикризового управління, члени якого повинні швидко реагувати на події, передбачати появу небажаних тенденцій, контролювати технічні й економічні наслідки діяльності підприємства. Група фахівців може бути виділена в окремий підрозділ, який підпорядковується безпосередньо керівникові, або отримати статус консультативного органу. Критерієм відбору до такої групи повинні стати такі властивості як досвід практичної діяльності на підприємстві, здатність до аналітичного аналізу, швидка реакція на зміну ситуації, хороша комунікабельність, вміння вирішувати конфліктні ситуації тощо. Всі розглянуті елементи системи антикризового управління повинні діяти в комплексі, тільки в такому разі можна очікувати позитивний результат від її втілення. Існуюче в Україні антикризове управління ще досить неефективне і підтвердженням цього є випуск неконкурентної продукції, низька рентабельність, дефіцит обігових коштів, неплатоспроможність підприємств. Як на державному так і галузевому рівні необхідно розробити систему антикризових заходів, які, у випадку їх успішного застосування, здатні допомогти господарюючим суб'єктам вийти із скрутного становища.

**Література:** 1. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. – К.: КНТЕУ, 2001. – 580 с. 2. Національна доктрина реформування та розвитку агропродовольчого комплексу України // Економіка АПК. – 2011. – № 4. – С. 3-6.

*Залавская Е.В.,  
магістр кафедри міжнародної економіки  
Донецького національного університета,  
г. Донецьк, Україна*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ**

Последние годы отмечены беспрецедентным ростом внимания к проблеме качества. Мировой опыт показывает, что научно-технический прогресс в таких странах, как Япония, Южная Корея и Китай, был определен прорывом именно в качестве, позволившим им резко увеличить свой экспорт. В связи с этим следует подчеркнуть актуальность развития систем менеджмента качества на предприятиях для повышения их конкурентоспособности.

Конкурентоспособность является важным критерием, характеризующим возможности фирмы существовать в рыночных условиях.

В общем случае под конкуренцией понимается: элемент рыночного механизма; форма взаимодействия рыночных субъектов, или экономическое соперничество обособленных товаропроизводителей за долю рынка и прибыли, получение заказа; механизм регулирования пропорций общественного производства.

Конкурентоспособность товара – его способность отвечать требованиям рынка. Оценка конкурентоспособности товара производится на основе сопоставления данной продукции с продукцией других фирм. Показатель конкурентоспособности продукции выражается отношением полезного эффекта к цене потребления, а за полезный эффект принимаются интегральные показатели характеристик товара - его качество. Конкурентоспособность товара характеризуется тремя группами показателей:

- полезностью (качество, эффект от использования и т.п.);
- определяющими затратами потребителя при удовлетворении его потребностей посредством данного изделия (затраты на приобретение, использование, техническое обслуживание, ремонт, утилизацию и т.п.);
- конкурентоспособностью предложения (способ продвижения продукции на рынок, условия поставки и платежа, каналы сбыта, сервисное обслуживание и т.д.).

Характеристики качества прямо пропорциональны показателям конкурентоспособности. Цена товара неразрывно связана с его качеством и прямо ему пропорциональна. Интересы потребителя к качеству и цене продукции противоположны. Достижение одновременного улучшения качества и снижения цены потребления (продажной цены и затрат потребителя) возможно в условиях организации системы управления, известной как «всеобщее руководство качеством».

Всеобщее управление качеством - концепция, предусматривающая всестороннее целенаправленное и хорошо скоординированное применение систем и методов управления качеством во всех сферах деятельности от исследований и разработок до послепродажного обслуживания при участии руководства и служащих всех уровней и при рациональном использовании технических возможностей.

Данная концепция включает в себя: контроль в процессе разработки новой продукции; оценку качества опытного образца, планирование качества продукции и производственного процесса, контроль, оценку и планирование качества материала; входной контроль материалов; контроль готовой продукции; оценку качества продукции; оценку качества производственного процесса; контроль качества продукции и производственного процесса; анализ специальных процессов (специальные исследования в области качества); использование информации о качестве продукции; контроль аппаратуры, дающей информацию о качестве продукции; обучение методам обеспечения качества, повышение квалификации персонала; гарантийное обслуживание; координацию работ в области качества; совместную работу по качеству с поставщиками; использование цикла PDCA ("plan-do-check-action"); работу кружков качества; управление человеческим фактором путем создания атмосферы удовлетворенности, заинтересованного участия, благополучия и процветания на фирме, фирмах-поставщиках, в сбытовых и обслуживающих организациях, у акционеров и потребителей; участие в национальных кампаниях по качеству; выработку политики в области качества.

Проблема качества и повышения конкурентоспособности становится ключевой для украинских предприятий, способствуя росту интереса к стратегическим вопросам бизнеса и к проблеме качества, а также к подходам и методам их решения, выражаясь в разных формах: сосредоточении усилий широкого круга компаний на налаживании производства продукции конкурентоспособной по своим характеристикам; изучении опыта западных компаний, которые поставляют на мировой рынок продукцию, превосходящую по своим параметрам отечественную, с целью возможного его использования на своем предприятии; активизации деятельности по разработке и внедрению системы менеджмента качества продукции, отвечающих требованиям международных стандартов. Следует сказать, что решение проблемы качества – неотъемлемый элемент стратегии развития современных компаний. Система менеджмента качества продукции должна обеспечивать как соответствие продукции спросу на нее, так и гарантированное выявление и устранение недостатков процессов, которые влияют на ее качество, т. е. обеспечивать наибольшую вероятность качества выпускаемой продукции. Таким образом, качество продукции является главным конкурентообразующим фактором.

**Литература:** 1. Окрепилов В.В. Управление качеством: Учебник для ВУЗов. - М: Экономика, 2008. – 356 с. 2. Ильенкова С. Д. Управление качеством. – М: Экономика, 2009. – 278 с. 3. Савтюгин А.В. Качество управления и качество продукции.- М: Экономика, 2007. – 249 с.