

- підвищення ефективності використання наявних ресурсів в організації та її структурних підрозділах;
- формування фінансово прозорої організації для управлінців, інвесторів, кредиторів;
- покращення фінансового стану організації загалом тощо.

Третій етап бюджетного планування полягає у виборі методів бюджетного планування. Четвертий етап бюджетного планування полягає у визначенні видів, складу та структури бюджетів підприємства. На наступному етапі можна використовувати бюджет доходів і видатків, що дозволяє управляти таким найважливішим показником фінансової діяльності підприємства, як прибуток. Завершальний шостий етап бюджетного планування полягає у формуванні зведених бюджетів.

Вищенаведена технологія формування системи бюджетування на підприємстві дає змогу чітко уявити механізми визначення собівартості, фінансової результативності, платоспроможності, ліквідності, ділової активності тощо, ґрунтуючись на економічних підходах, що відображають реальний стан та перспективи розвитку підприємства.

Література

1. Філіппова С.В. Бюджетування як механізм управління розвитком машинобудівного підприємства [моногр.] / М.О. Ананська, С.В. Філіппова. – Луганськ: Вид-во “Ноулідж”, 2013. – 206 с.
2. Ананська М.О. Бюджетування в системі управління промислового підприємства // Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент”. – Вип. 9 (34). – Ч. I. – Луцьк, 2012. – С.20-29.
3. Мельник О.Г. Аналіз систем бюджетування на вітчизняних підприємствах / О.Г. Мельник // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”: Збірник наук. пр. Менеджмент та підприємництво в Україні. – № 547. – Львів: НУ “ЛП”, 2005. – С.61-68.
4. Кузьмін О.Є. Основи бюджетування зовнішньоекономічної діяльності організації: навч.посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, Л.С. Ноджак, Н.Я. Петришин, Ю.Л. Логвиненко. – Львів: Видавництво “Львівська політехніка”, 2010. – 210 с.

Пероговська С., студентка, Кіровоградський національний технічний університет,
м. Кіровоград

Малаховський Ю.В., к.е.н., доцент, Кіровоградський національний технічний університет,
м. Кіровоград

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах розвитку міжнародної торгівлі і споріднених їй видів діяльності, усіх окремих підприємств та галузей економіки на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція або послуги відповідають стандартам якості.

З розвитком науково технічного прогресу проблема якості не спрощується, а, навпаки, стає складнішою. Тому вирішувати її традиційними

методами, тобто лише шляхом контролю якості готової продукції, практично неможливо. Повинен бути комплексний, системний підхід, реалізація якого можлива лише в рамках системи управління якістю.

Якість продукції належить до числа найважливіших критеріїв функціонування підприємства в умовах відносно насиченого ринку і переважної нецінової конкуренції. Підвищення технічного рівня і якості продукції визначає темпи науково-технічного прогресу і зростання ефективності виробництва в цілому, робить істотний вплив на інтенсифікацію економіки, конкурентоспроможність вітчизняних товарів і життєвий рівень населення країни.

Тому проблема забезпечення і підвищення якості продукції актуальна для всіх країн і підприємств. Від її вирішення в значній мірі залежить успіх і ефективність національної економіки.

Значний внесок у розвиток теорії, методології та історії розвитку управління якістю продукції зробили відомі вчені: А. Глічев, В. Панов, Г. Азгальдов, В. Версан, Ю. Адлер, Р. Бичківський, П. Калита, А. Вакуленко, М. Шаповал.

Метою дослідження є розгляд сучасних методів та моделей, за допомогою яких підприємства підвищують якість продукції. Сутність якості продукції – це сукупність властивостей та характеристик продукту, котрі надають йому здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

На міжнародному ринку в поняття якості включається все, що сприймається споживачами і, зокрема – фізичні властивості, функціональні характеристики, конструктивні й ергономічні параметри, безпека користування товаром, упаковка, дозування тощо. У поняття якості входить також і безпека користування товаром, що включає у широкому сенсі й показники екології. Безпроблемна утилізація – теж сучасна вимога до якості. Рівень якості продукції – це кількісна характеристика міри придатності того або іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї у порівнянні з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання.

Під якістю продукції розуміють сукупність властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення. Кожний виріб має свої конкретні властивості, які відображають його корисність і здатність задовольняти потреби людини. Корисність того чи іншого виробу відображає його споживчу вартість, тобто має бути оціненою за її якісними показниками. Таким чином, споживча вартість і якість виробів тісно пов'язані між собою. Підвищення якості продукції, як і інші економічні категорії – підвищення ефективності людської праці, розвитку науки і техніки, є відображенням історичного процесу.

Науковий підхід до вивчення будь-якої категорії чи явища передбачає в першу чергу визначення змісту поняття, його сутності, місця і ролі в сукупності інших категорій та явищ. Наукові трактування якості є досить різнобічними,

проте об'єднаними певною загальною філософією дефініції. Так, виходячи із суб'єктивних позицій, Ф. Кросбі визначає якість як відповідність вимогам. У. Демінг вважає, що управління якістю не означає досягнення досконалості, а отримання такого рівня якості, на який розраховує ринок. Д. Джуран визначає якість як відповідність призначенню. А. Фегенбаум називає якість сукупністю складних ринкових, технічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким останній відповідає очікуванням споживача. Д. Харрінгтон визначає якість як задоволення або перевищення вимог споживача за прийнятною для нього ціною [1].

На сучасному етапі якість продукції – це поняття, яке характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації та уніфікації, надійність і довговічність [2]. Як економічна категорія якість відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини.

Забезпечення належної якості продукції – це вимога часу, сучасної дійсності, коли будь-який товар задовольняти споживача не може, як це було при командно-адміністративній системі. У нинішніх умовах споживач продукції є регулятором її рівня виробництва і попиту на ринку [1].

Якість продукції формується під впливом таких важливих чинників:

- активне прагнення підприємств до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу;
- ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів;
- інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального та морального характеру [1].

Основною концепцією підвищення якості продукції на підприємстві, є управління на основі якості “TQM”, яку розробили американські вчені Уолтер Шухарт та Уільям Едвард Демінг. Система TQM є комплексною системою, орієнтованою на постійне поліпшення якості, мінімізацію виробничих витрат і постачання точно в термін.

Основна філософія TQM базується на принципі – поліпшенню немає межі. Стосовно до якості діє цільова настанова – прагнення до 0 дефектів, до 0 непродуктивних витрат, до постачань точно в термін. При цьому усвідомлюється, що досягти цих меж неможливо, але до цього треба постійно прагнути і не зупинятися на досягнутих результатах. Ця філософія має спеціальний термін – “постійне поліпшення якості” (quality improvement) [2].

Говорячи про сучасні методи управління якістю не можна не згадати про концепцію Джозефа Джурана, який розробив просторову модель, що визначає стадії безперервного розвитку робіт щодо управління якістю, що отримала назву “Спіраль Джурана”. Ця “спіраль” розгортається поступово. За концепцією Джурана – безперервне покращення – це рух по сходам. Його концепція має

назву “AQL – щорічне покращення якості”. Головною її ідеєю є отримання високих конкурентоспроможних та довгострокових результатів.

Ще одним вченим, що займався проблемами управління якістю, був Ф. Кросбі, що розробив концепцію ZD (нуль дефектів) – “бездефектне виготовлення продукції”. Ключовим принципом програми бездефектного виготовлення продукції є неприпустимість будь-якого рівня дефектів, окрім нульового.

Сучасне управління якістю продукції повинно прямо орієнтуватися на характер потреб, їхню структуру і динаміку; ємність і кон’юнктуру ринку; стимули, обумовлені економічною і технічною конкуренцією, характерні для ринкових відносин. Сучасне управління якістю на підприємстві, незалежно від форми власності і масштабу виробничої діяльності, повинно оптимально сполучати дії, методи і засоби, що забезпечують, з одного боку, виготовлення продукції, що задовольняє поточні запити і потреби ринку, а з іншого боку – розробку нової продукції, здатної задовольняти майбутні запити і потреби ринку.

Висока ступінь відповідальності керівництва щодо діяльності організації та орієнтація на споживача є ключовими моментами в області підвищення якості продукції, а стратегічним напрямком успішного функціонування підприємств є створення ефективних шляхів підвищення якості продукції. Однією з найефективніших моделей вважається модель “TQM”, яка дозволяє покращити якість продукції за допомогою зменшення мінливості процесу, виготовляючи якісну продукцію, підприємство зменшує витрати на виробництво.

Література

1. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг/ О. Давидова, І. Писаревський, Р. Ладиженська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012.
2. Мороз О. В. Організаційно-економічні фактори управління якістю на підприємствах: монографія. / О. В. Мороз, Л. М. Ткачук. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2005.

Руденко М.І., асистент, Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Інтеграція України в європейський економічний простір розширює можливості використання передових європейських технологій та інвестицій і на їх основі модернізації національної економіки. Це особливо стосується сфери транспорту, яка відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку держави та її регіонів, забезпечує життєдіяльність населення, функціонування і розвиток суб’єктів господарювання.