

*Панченко М.О.*

к.е.н., доцент, доцент, Одеський національний політехнічний університет,  
mary1@ukr.net

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Анотація. Розглянуті особливості використання та оцінки економічного потенціалу системи менеджменту якості, ефективність функціонування системи менеджменту якості на підприємстві.

Ключові слова: система менеджменту якості, потенціал, економічний потенціал, підприємство.

Аналіз економічної діяльності ряду підприємств свідчить, що на сучасному етапі розвитку економіки зазнають значних змін технології, за допомогою яких підприємство може оцінювати фактичну ефективність функціонування системи менеджменту якості й виробляти ефективні й результативні стратегії майбутнього розвитку.

При економічній доцільності експлуатації системи менеджменту якості (СМЯ) постійно вирішується питання, чи варто створювати (виробляти) нову, більш дорогую продукцію з підвищеними якісними характеристиками або споживач може задовольнити свої потреби з меншими витратами, використовуючи стару. Власне кажучи, споживча вартість, проявляючись як категорія процесу споживання, є кількісною межею економічно доцільного функціонування СМЯ.

На сьогодні існує безліч різних визначень і трактувань поняття «економічний потенціал». Про це свідчать праці таких учених, як Т.А. Ашимбаєва, Е.П. Горбунова, Н.І. Іванова, А.І. Ноткіна, П.В. Осіпова, Й.М. Петрович. Однак дискусійні монографії й статті є свідченням того, що однозначно визнаних усіма суджень з приводу поняття «економічний потенціал» дотепер не існує. У більшості робіт відзначається важливість вивчення проблем оцінки потенціалу й указується на існування значних розбіжностей у визначенні власне поняття економічного потенціалу, його сутності, складу й співвідношення з іншими категоріями [1,2,3,4,5].

В економічній літературі є цілий ряд здебільшого раціональних підходів до визначення, змісту, критерій оцінки категорії «економічний потенціал». Аналіз свідчить, що ця економічна категорія розглядається в економічній літературі з різних позицій. Підходи до аналізу об'єкта дослідження розрізняються глибиною, системністю й комплексністю розгляду проблеми, оскільки авторами розглядається здебільшого поєднання декількох факторів (ресурси, результати, резерви), а також тією обставиною, що використання економічного потенціалу, наявність і зростання якого визначають конкурентоздатність підприємства, служать гарантом ефективної реалізації управлінських рішень.

Незважаючи на розмаїття інтерпретацій розглянутого поняття, можна зазначити ряд загальних моментів і сформулювати наше розуміння категорії «економічний потенціал системи менеджменту якості»:

- по-перше, категорію «економічний потенціал СМЯ» у цілому для харчового підприємства не можна обмежити певними, чітко вираженими рамками. Необхідний індивідуальний підхід до розроблення методики оцінки складового економічного потенціалу системи менеджменту якості конкретного підприємства;

- по-друге, у структурі економічного потенціалу СМЯ можна виділити базові функціональні складові для його оцінки, а також логістичні й маркетингові можливості;

- по-третє, рівень економічного потенціалу СМЯ визначається стратегічними цілями у сфері якості продукції, що випускається, що стоять перед конкретним підприємством. Для досягнення цілей і здійснення політики у сфері якості враховується вплив сукупності різних потенціалів: трудових, виробничих, організаційних й ін. Пріоритет тих або інших складових визначається, виходячи з безлічі факторів зовнішнього середовища й внутрівиробничих факторів, що впливають на економічний потенціал відповідно до різних цілей підприємства.

На підставі зазначеного можна зробити висновок, що розвиток менеджменту якості на підприємстві найбільше залежить від економічного потенціалу СМЯ, зміст якого може бути виражено, з одного боку, здатністю системи ефективно використовувати наявні ресурси в досягненні поставлених цілей, з іншого - через функціональні складові: виробничу, фінансову, технічну, організаційну, управлінську, ринкову, екологічну. Для формування економічного потенціалу СМЯ важлива його функціональна структура, що повинна враховувати всі функції харчового виробництва. Вона є сукупністю потенціалів, кожний з яких відбиває можливість використання відповідних ресурсів і реалізацію відповідних функцій (рис. 1).

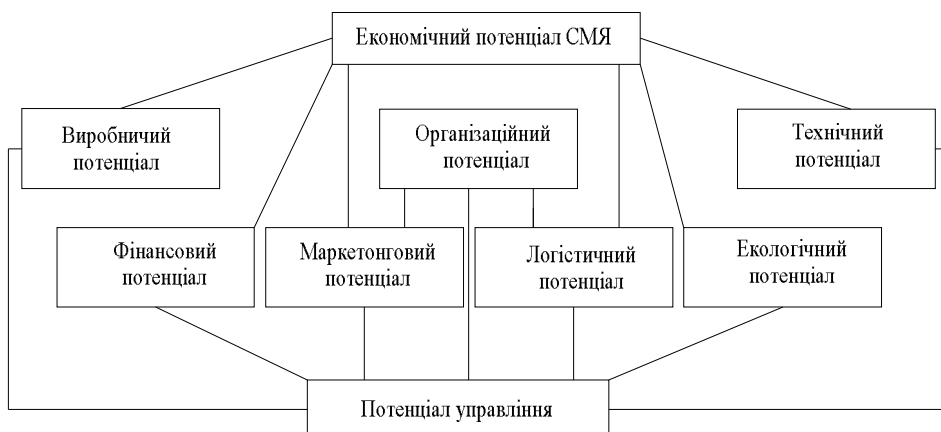


Рис. 1. Функціональні складові економічного потенціалу СМЯ

Як було зазначено, у ринкових умовах з упровадженням на підприємствах системи менеджменту якості діюча система управління якістю стала орієнтуватися здебільшого на запити й вимоги споживачів. Якість продукції стала одним з основних об'єктів управління, що розглядаються у взаємозв'язку з ринковою орієнтацією діяльності підприємства на споживача. Такий підхід може бути реалізований у рамках концепції маркетингу.

Стратегія маркетингу припускає управління якістю протягом усього життєвого циклу продукції від розроблення до збуту. При плануванні якості виробу необхідно виходити з вимог і умов його експлуатації або споживання.

Враховуючи викладене, склад і зміст економічного потенціалу СМЯ представимо в табл. 1.

Таблиця 1. Характеристика функціональних складових економічного потенціалу системи менеджменту якості

Функціональна складова системи менеджменту якості	Зміст
Виробничий потенціал	Наявність матеріально-речових засобів і можливостей їх використання у виробничому процесі
Фінансовий потенціал	Наявність фінансових засобів і можливостей їх використання в діяльності підприємства для реалізації цілей політики у сфері якості
Технічний потенціал	Наявність можливостей і здатностей підприємства розвивати й упроваджувати результати НТП у СМЯ
Організаційний потенціал	Наявність механізмів, що забезпечують упорядкування, узгодження й ефективне використання потенціалів підприємства, досягнення динамічності, стійкості й цілей його розвитку на основі сучасних методів управління
Управлінський потенціал	Наявність умов функціонування підприємства, систематичний моніторинг внутрішніх потенціалів управління, визначення масштабів і цілей управлінської підготовки й виділення відповідних ресурсів
Ринковий потенціал: маркетинговий, логістичний	Наявність маркетингових і логістичних наробітків і можливостей з їх ефективного сукупного використання для комплексного розвитку СМЯ
Екологічний потенціал	Наявність механізму, здатного зберігати екосистему

Причому цілі маркетингу й управління якістю продукції фактично збігаються. Це підвищення ступеня задоволення потреб на основі поліпшення

споживчих властивостей продукції, а їх результативні характеристики оцінюються приростом якості й корисності продукції. Цей приріст виступає критерієм оцінки ефективності даних видів діяльності. На практиці спільність їх кінцевих результатів зводиться до приросту фактичного ступеня задоволення потреб, що виникає внаслідок приросту якості продукції, що використовуються у процесі споживання.

Незважаючи на те, що базові функціональні складові економічного потенціалу підприємства досить детально досліджені й описані багатьма авторами, проблема ефективної оцінки маркетингового й логістичного потенціалу залишається багато в чому відкритою для дослідників. Для вирішення даного завдання спочатку варто конкретизувати теоретично економічну категорію «маркетинговий і логістичний потенціали СМЯ», а потім наповнити їх конкретним функціональним змістом для практичного застосування.

Маркетинговий потенціал означає здатність визначати перспективний платоспроможний попит, що ґрунтується на поглиблених запитах і потребах споживачів, залежно від прогнозованих соціально-економічних ситуацій і тенденцій розвитку суспільства. Необхідність вивчення категорії «маркетинговий потенціал» та її складових зумовлена нагальною потребою розроблення апарату оцінки застосовності економічних підходів у практиці функціонування системи менеджменту якості. Оперативна оцінка подібного потенціалу дозволить виявити маркетингові резерви розвитку СМЯ і збільшити віддачу від більш обґрунтованого застосування маркетингового інструментарію.

Маркетинговий потенціал системи менеджменту якості – це невід'ємна частина економічного потенціалу СМЯ, що характеризує можливості системи в застосуванні різних маркетингових ресурсів, а також у використанні всіх передових наробітків у сфері маркетингу.

При характеристиці маркетингового потенціалу СМЯ варто врахувати, що теоретичні дослідження й діюча практика свідчать про взаємозв'язок теорії управління якістю й теорії сучасного маркетингу. Маркетингова теорія близька до самої ідеї підвищення якості, оскільки в її основі лежать дві умови - підтримання конкурентоздатності підприємства й необхідність пристосування до вимог споживачів.

Крім цього, у ринкових умовах при використанні TQM важливе ефективне застосування логістики на всіх етапах життєвого циклу продукції й у процесі обслуговування споживачів.

Логістичний потенціал системи менеджменту якості – це здатність системи забезпечувати реалізацію концепції сучасного обслуговування (концепції «нуль дефектів»), тобто забезпечення повного задоволення попиту споживачів при диверсифікованості харчової продукції підприємства в широкому діапазоні відповідності якості й ціни. Не можна не відзначити, що розвиток логістичного потенціалу передбачає виникнення певних організаційних проблем, пов'язаних з побудовою якихось логістичних структур (логістичних систем, системних

логістичних новоутворень), які досить інваріантні щодо змін у стратегії й тактиці підприємства.

Розвиток логістичного потенціалу в системі менеджменту якості забезпечується:

- по-перше, зв'язком логістики з корпоративною стратегією підприємства й політикою у сфері якості;

- по-друге, об'єднанням під загальним керівництвом управління запасами й розподілу продукції, використанням сучасних технологій оброблення інформації.

Відзначимо, що потенційні можливості логістики у структурі економічного потенціалу системи менеджменту якості дозволять краще використати такі окремі сфери виробництва, як транспортування й складування й ін., тобто здійснювати контроль над всім логістичним ланцюжком як цілісним потоком.

Зазначені умови гарантують взаємозв'язок логістики з маркетингом і виробництвом, що забезпечує якість логістичних операцій, ефективність сервісного обслуговування, сприяє підвищенню економічного потенціалу СМЯ підприємства.

Отже, слід зазначити, що стратегія управління якістю певною мірою є похідною від логістичної й маркетингової стратегії й повинна фокусуватися на наступних основних моментах:

- розуміння потреб споживачів;
- безперервне поліпшення якості;
- вимірювання рівня досягнутої якості й безперервний моніторинг.

Керівництво підприємства, визначаючи цілі у сфері якості, повинне виявляти можливості їх реалізації на основі економічного потенціалу СМЯ, що є інтегральною характеристикою, саме він визначає системні можливості й здатність вирішувати проблеми якості на підприємстві.

#### Список використаних джерел

1. Ашимбаев Т. А. Экономический потенциал и эффективность его использования / Т. А. Ашимбаев. – Алма-Ата: Наука, 1990. – 360 с.
2. Горбунов Э. Экономический потенциал развитого социалистического общества / Э. Горбунов // Вопросы экономики. – 1981. - № 9. – С. 97-106.
3. Иванов Н. И. Развитие методологии исследования производственного потенциала Украины / Н. И. Иванов // Економіка промисловості. – 2000. - № 1. – С. 19 – 26.
4. Ноткин А. Вопросы теории эффективности общественного производства / Н. Г. Ноткин // Вопросы экономики. – 1971. - № 4. – С. 45 – 47.
5. Петрович Й. М. Производственная мощность и экономика предприятия / Й. М. Петрович. – М.: Экономика, 1990. – 110 с.

Panchenko M.O.

PECULIARITIES OF USING THE ECONOMIC POTENTIAL THE SYSTEM OF  
QUALITY MANAGEMENT AT AN ENTERPRISE

Abstract. The features of the use and estimation of economic potential the system of quality management are considered, efficiency of functioning the system of quality management at an enterprise.

Key words: the system of quality management, potential, economic potential, enterprise.

*Пила В.І.*

д.е.н., професор, професор кафедри публічного управління та адміністрування, Хмельницький університет управління та права, Pyla\_VI@ukr.net

**ЩОДО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ  
КЛАСТЕРІВ ТА ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В РЕГІОНІ**

Анотація. Розглянуто вплив кластерів на інноваційний розвиток території. Подано пропозиції щодо організаційного забезпечення регіонального інноваційного розвитку.

Ключові слова: регіон, інноваційний розвиток, кластер.

Розвиток продуктивних сил на сучасному етапі вимагає не лише запровадження окремих інновацій у тому чи іншому регіоні, а й здійснення їх комплексу [1] та, як правило, пов'язаний зі значними обсягами інвестицій. На практиці це потребує задіяння фінансових ресурсів багатьох промислових об'єктів на тій чи іншій території.

Світовий досвід показує, що інноваційні можливості у багатьох випадках виникають, зазвичай, навколо інноваційних кластерів, які являють собою об'єднання фірм і організацій з єдиним координуючим центром, що [2] забезпечує повноту і щільність їх діяльності. Рівноправними суб'єктами кластеру є органи державного управління, наукові організації, підприємства, об'єкти інфраструктури, виробники і споживачі.

Інноваційні кластери стають осередками навколо яких здійснюється робота суб'єктів різного рангу, у тому числі не тільки між окремими підприємствами, але що головне – навіть між науково - дослідними інститутами, фінансовими організаціями і окремими науково – технічними центрами [3, 4]. Саме це дозволяє об'єднати зусилля, забезпечити виробництво та запровадження в практику нових форм створення і промислового використання новітніх технологій для виготовлення прогресивних видів продукції. І головне, в межах інноваційного кластера з'являються можливості для вирішення проблеми обмеження використання інноваційних ресурсів при