

явищ, терміновість і адекватність реагування на них». Антикризове управління підприємством включає моніторинг фінансово-економічного стану, розробку нових управлінської, фінансової і маркетингової стратегій, скорочення витрат, підвищення продуктивності праці і посилення мотивації персоналу.

У статті, поміщеній в розділі сайту компанії "Пантер Груп" проаналізовані функції, що реалізуються в системі антикризових заходів та розглянуті основні методи подолання фінансової кризи.

Висновок. Основною метою антикризового фінансового управління є розробка й першочергова реалізація заходів, спрямованих на нейтралізацію найнебезпечніших шляхів у ланцюжках економічних явищ, то призводять до кризового стану, заходів, спрямованих на швидке поновлення платоспроможності й відновлення достатнього рівня фінансової стабільності господарюючого суб'єкта, що забезпечують його вихід із кризового фінансового стану.

Подолання кризи не може здійснюватись автоматично, воно має бути організовано органом управління підприємством. Це обумовлює потребу в розвитку самостійної галузі наукових знань – антикризового управління.

Метою та головним завданням антикризового управління є передбачення, своєчасне розпізнавання та успішне вирішення всіх проблем, пов'язаних з об'єктивним циклічним розвитком економіки та суб'єктивними факторами на макро- та макрорівнях.

Джерела та література:

1. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 30 червня 1999р. зі змінами та доповненнями від 17.11.2005р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2343-12>
2. Методичні рекомендації з виявлення ознак неплатоспроможності підприємств і ознак дій з прихованого банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства, затверджені Наказом Міністерства економіки України від 19.01.2006 року № 14 зі змінами та доповненнями : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yur-info.org.ua/doc/1792819.jsp>
3. Бурий С. А. Антикризове управління та управлінські рішення проблеми підприємств малого бізнесу : монографія / С. А. Бурий, Д. С. Мацеха. – Хмельницький : ТОВ "Тріада-М", 2006. – 93 с.
4. Калінос Г. І. Необхідність і економічна сутність антикризового управління підприємством / Г. І. Калінос // Наука й економіка. – 2009. – № 2. – С. 212-215.
5. Мороз О. В. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах : монографія / О. В. Мороз, О. А. Сметанюк. – Вінниця : Універсум, 2006. – 163 с.
6. Пономаренко В. А. Методичні основи антикризового управління підприємством / В. А. Пономаренко, С. Б. Довбня // Економічний вісник національного гірничого університету. – 2004. – № 2. – С. 120-126.
7. Склабінська А. І. Формування та реалізація політики антикризового управління підприємством при загрозі банкрутства / А. І. Склабінська, О. О. Андрухова // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2005. – № 6, т. 2. – С. 194-197.
8. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2008. – 272 с.
9. Шапурова О. О. Політика антикризового управління при загрозі банкрутства / О. О. Шапурова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 147-154.

Гленбоцкая О.Г.

УДК 681.3.03

КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Факторы, влияющие на уровень качества услуги, являются движущими силами, объективно и субъективно возникающие воздействия, которые формируют конкурентную среду. Рассмотренные в единстве и взаимосвязи элементы, характеристики, факторы качества позволяют наиболее объективно и правильно формировать подход к организационному обеспечению развития управления повышения уровня качества продукции, предприятия, др.

В серии международных стандартов ISO 9000 [1] определены предпосылки обеспечения качества продукции и показаны основные факторы качества, которыми являются: материальная база, человеческий фактор, организационная структура и управление предприятием и управление качеством. Ильенкова С.Ц., Ильенкова Н.Д., Мхитарян В.С. обеспечение уровня качества продукции на предприятии видят как совокупность и взаимодействие следующих факторов [2]: персонал, материальная база, управление предприятием, в том числе: разработкой, снабжением производством качеством другими сферами.

Причинно-следственная диаграмма К. Исикавы [3] при анализе дефектов, приводящих к наибольшим потерям. При этом анализируются четыре основных причинных фактора: человек, машина (оборудование), материал и метод работ.

В отличие от диаграммы К. Исикавы классификация факторов, представленная в международных стандартах ISO 9001:2000, предназначена для демонстрации концепции обеспечения качества. В приведены обобщенные факторы качества. Новым в данной классификации является фактор – «управление предприятием». Важность учета этого фактора объясняется тем, что на уровне предприятия управление также служит основным, первичным фактором, определяющим деятельность предприятия. В стандарте ISO

9001:2000, именно в связи с возможными недостатками организационного характера возникает необходимость создавать систему в работе по формированию качества.

Целью данной статьи является проведение классификации основных факторов влияющих на формирование уровня качества услуги.

Факторы качества услуги, влияющие на конкуренцию, делятся на две группы: внутренние и внешние (рис.1). К внутренним факторам, влияющим на качество относятся: стадия жизненного цикла продукта, материально-техническая база предприятия, уровень квалификации коллектива предприятия, организация и управления предприятием.

Стадия жизненного цикла услуги существенно влияет на уровень качества. Формирование и поддержание качества услуги происходит на всех стадиях ее жизненного цикла, которые включают: исследование и обоснование, разработки, разработку, производство-потребление.



Рис. 1. Классификация факторов качества услуги.

Материально-техническая база определяет необходимую основу для оказания высококачественной услуги. Этот фактор можно считать одним из главных. К нему относятся: производственная база, финансовые ресурсы, технологический ресурсы.

Трудовые ресурсы. Большинство услуг трудоемко. К тому же персонал в сфере услуг часто взаимодействует с потребителями. Управление персоналом, который выполняет дискретные задачи и работает на непрерывной основе. На современном этапе возникает потребность в высококвалифицированных специалистах узкого профиля. При этом необходимы служащие, объединяющие их деятельность для реализации поставленных целей. Тенденция улучшения качества и желание обеспечить наилучшее качество услуг для потребителей. Организационная структура предприятия в сфере услуг должна быть разработана таким образом, чтобы поддерживать корпоративную культуру, которая в свою очередь, обеспечит высокий уровень качества обслуживания. Особое значение приобретает вклад каждого работника в производство продукции высокого качества.

Фактор организация и управление предприятием. Процесс управления представляет собой воздействие субъекта на объект управления путем реализации управленческих функций установленными методами. При рассмотрении принципа управления качеством был определен следующий состав функций: политика в области качества, планирование качества, организация работ по качеству, контроль качества, обучение и мотивация персонала, информационное обеспечение, разработка и реализация мероприятий по повышению качества в производственном процессе, принятие решений руководством предприятия, реализация решений [4, 5].

К основным факторам внешней среды, влияющими на формирование качества, относятся: потребители, требования которых должны учитываться при создании продукции и оказании услуг; влияние конкуренции; доступность и качество экономических ресурсов, необходимых предприятию для предпринимательской деятельности; уровень экономического развития страны; законы и государственные органы, устанавливающие правила и регулирующие деятельность в области стандартизации, сертификации, метрологии и защиты прав потребителей.

Качество определяет степень удовлетворения клиента, которое воздействует на его решение повторено обратиться за услугами, и поддерживает хорошее общественное мнение. Постоянное качество привлекает постоянных потребителей. Основой данного подхода должно стать сегментирование рынка потребителей по социальному статусу, по возрастной структуре, по референтным группам, по платежеспособности.

Продуктивная конкуренция производителей возможна лишь при создании цивилизованного рынка, функционирование которого обеспечивается решением следующих задач: установление определенных требований к качеству и безопасности продукции; регламентацией способов формирования отношений, возникающих в процессе оказания услуг; доступность качественных экономических ресурсов на рынке. Компетентный выбор услуг возможен лишь при наличии в законе требований к объективной информации о услуге. Создание высокого уровня качества услуг является важным фактором обеспечения безопасности человека в экономической, социальной и экологической сферах.

Практика показывает, что в сфере взаимодействия производителя продукции с ее потребителем следует иметь законы, повышающие уровень защиты прав потребителей. В настоящее время действуют разнообразные нормативно-правовые акты в области безопасности продукции, принятые органами государственного управления и надзора. Нормативно-правовая база отечественных стандартов создана с учетом зарубежных и международных стандартов [1, 6-12]. Поэтому при определенных условиях возможно

прямое их использование в случае нарушения прав и интересов граждан и организаций в этой сфере на территории Украины. Таким образом, реализация нормативно-правовых актов управления качеством продукции позволяет организовать эффективную систему законодательного и нормативного обеспечения качества и безопасности продукции.

Выводы. Перечисленные факторы качества услуги внутренней и внешней среды существенно влияют на уровень конкурентоспособности предоставляемых услуг и сервисного предприятия. В представленной классификации факторов, влияющих на формирование уровня качества, в отличие от существующих более детально рассматривается влияние факторов оказывающие влияние непосредственно на уровень качества услуг, и более важное значение уделяется влиянию внешней среды предприятия: потребительскому поведению, влиянию конкуренции, национальной и международной политики регулирования качества.

Источник и литература:

1. Международные стандарты. ISO 9000 : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.klubok.net/pageid141.html>.
2. Управление качеством / С. Ц. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, В. С. Мхитарян и др. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 208 с.
3. Исикава К. Японские методы управления качеством / К. Исикава. – М. : Экономика, 1988. – 189 с.
4. Белобрагин В. Я. Современные проблемы теории управления эффективностью производства и качеством продукции в условиях становления рынка / В. Я. Белобрагин. – М. : Изд-во стандартов, 1994. – С. 49.
5. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции / А. Фейгенбаум. – М. : Экономика, 1986. – 214 с.
6. ДСТУ ISO 9001:2009 : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.gerele.dp.ua/index/info_dstu_iso_9001-2009.html
7. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» № 2809-IV, від 6 вересня 2005 року : [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.president.gov.ua/ru/documents/3367.html>
8. Закон України «Про захист споживачей» № 2438-III, від 24 травня 2001 року, зі змінами від 22.09.2011 : [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.atlasokon.com.ua/zakon.htm>
9. Закон України «Про підтвердження соответствия» № 2406 – III, від 17 травня 2001 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.standart.stel.sebastopol.ua/rus/ukaz/zaksootv.htm>
10. Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» N 3176-VI (3176-17) від 05.04.2011 р., ВВР, 2011 р., N 40, ст.402 : [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=46-93>
11. Закон України «Про державне ринковим надзоре та контролі нехарчової продукції» № 2735-VI від 02.12.2010 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2735-17>
12. Податковий Кодекс України із змінами і доповненнями, внесеними Законами України N 4279 – VI від 22 грудня 2011 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.profiwins.com.ua/ru/legislation/kodeks/1349.html>

Гохберг О.Ю.

УДК 659.19:321.8

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ

I. Вступ. В умовах глобалізації міжнародні економічні зв'язки розвиваються більш інтенсивно та виходять на якісно новий рівень. Зростає їх значущість у забезпеченні нормального функціонування та зростання національних економік. В основі цього лежить диверсифікація, стабільність і багатогранність світогосподарських (міжнародних) відносин на рівні секторів і окремих підприємницьких структур. Ці відносин (зв'язки) стають невід'ємною складовою господарської діяльності, зокрема що стосується зовнішньої торгівлі, іноземного інвестування, співробітництва і кооперації тощо. У структурі національної економіки будь-яких країн важко знайти такі галузі чи сектори, які би розвивались без міжнародних зв'язків у тих чи інших формах.

II. Аналіз останніх досліджень. За визначенням Генерального секретаря ООН глобалізація має розглядатись як «...усе більш складний комплекс транскордонних взаємодій між фізичними особами, підприємствами, інститутами і ринками». У документах МВФ глобалізація згадується як «...зростаюча економічна взаємозалежність країн усього світу в результаті зростаючого обсягу і різноманіття міжнародних угод з товарами, послугами і світових потоків капіталу, а також завдяки усе більш широкій дифузії технологій» [1, С. 16]. Отже, говорячи про глобалізацію економіки, перш за все, слід розглядати зміни у інтернаціоналізації господарського життя, його вихід на нову стадію розвитку. У цьому контексті В. Паньков характеризує глобалізацію світової економіки як «...процес надання інтернаціоналізації господарського життя всесвітнього характеру і одночасно феномен, що вже склався, – результат цього процесу» [1, С. 17]. Виходячи з цього, в умовах глобалізації однією з базових тенденцій розвитку національної економіки та її секторів є істотне підвищення рівня інтернаціоналізації, активізація