

організації з якості. Це визначення не відбиває суті системи як сукупності взаємодіючих елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним і складають цілісне утворення. Крім цього, дає підстави для неоднозначного трактування: хто чи що направляє і контролює діяльність організації – внутрішні органи (вище керівництво й інші служби, відділи) чи зовнішні.

Система управління якістю також визначається як сукупність управлінських органів і об'єктів управління, заходів, методів і засобів, спрямованих на встановлення, забезпечення і підтримку високого рівня якості продукції. У наведеному визначенні підкреслюється необхідність включення в систему заходів методів і засобів, за допомогою яких суб'єкт впливає на об'єкт управління. Разом з тим, слід вказати, що існуючі формулювання системи управління якістю відбивають лише структурний її аспект [1; 2].

Традиційне представлення менеджменту якості як цільової підсистеми загальної системи управління підприємством, поряд з підсистемами виконання плану виробництва, управління соціальним розвитком колективу, управління конкурентоспроможністю підприємства й іншим є невірним. Система менеджменту якості в сучасному розумінні повинна бути кістяком загальної системи. Мова йде про розробку нової системи, у якій вся діяльність буде спрямована на потреби і побажання споживачів, як зовнішніх (покупців, споживачів конкурентів і потенційних споживачів), так і внутрішніх (працівників підприємства, діяльність яких залежить і передбачає використання результатів праці інших працівників) [3].

Дослідження систем менеджменту якості, що відповідають стандартам, дозволяє зробити висновок про їхню недосконалість. Концептуальне представлення системи не розкриває повною мірою її зміст, тобто не описує функції, реалізовані системою, суб'єкти їхнього виконання, керуючі впливи. А елементи системи якості не утворюють певний порядок їхнього застосування.

Література.

1. Менеджмент якості / За ред. Е.М. Векслера; [навчальний посібник] – К.: ВД “Професіонал”, 2008. – 320 с.
2. Сіменко І.В. Якість системи управління підприємствами: методологія, організація, практика / І.В. Сіменко – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 393 с.
3. Щепакін М.Б. Управление качеством / М.Б. Щепакін, А.С. Басюк, В.В. Янова; [учебник]. – Краснодар: Феникс, Кубанский государственный технологический университет, 2014. – 256 с.

ВИЗНАЧЕННЯ РИЗИКІВ В БІЗНЕС-ПЛАНІ СУБ'ЄКТА ЗЕД

Бортнік К. О., студент

Науковий керівник: Дуляба Н. І., к.е.н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

У процесі входження України у систему євроінтеграції зовнішньоекономічна діяльність підприємства стала ключовим фактором для

економічної стабільності країни. Активний розвиток ринкових відносин та євроінтеграційний курс держави зумовлює необхідність створення нового підходу до планування зовнішньоекономічної діяльності, важливу роль в якому посідає бізнес-планування. В свою чергу, правильно складений бізнес-план суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності дозволить підприємству одержувати додатковий прибуток, що спричинено використанням переваг міжнародної праці та міжнародної інтеграції.

Проблеми та ризики в бізнес-плануванні суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності були розглянуті у роботах науковців: Кабець Є.К., Дроздова Г.М. [1], Коваленко О.М. [2], що займалися дослідженням проблем планування зовнішньоекономічної діяльності та підвищення її ефективності, зокрема, шляхом застосування методу бізнес-планування. Бізнес-планування нещодавно набуло актуальності та ще не досягло достатнього розповсюдження на території України.

Бізнес-план підприємства зовнішньоекономічної діяльності охоплює одну з частин інвестиційної програми, що дозволяє дати економічну оцінку наміченим заходам, термін реалізації якої звичайно обмежений одним або декількома роками [3]. Проте вихід підприємства на зовнішній ринок і зокрема складання та реалізація бізнес-плану суб'єкта ЗЕД не позбавлена певних факторів ризику.

Фактори ризику - це обставини, що можуть спричинити появу значущих для підприємства ризикових подій на зовнішньому ринку. До ризикових подій відносять коливання величини ціни на його продукцію (послуги) на міжнародному ринку, поточних витрат, капіталовкладень, кредитних ставок, обсягу виробництва.

До технічних ризиків належать: помилки в проектуванні, неправильний вибір технології та обладнання, що дозволить зменшити собівартість продукції на міжнародному ринку, їх недосконалість, неточне визначення масштабу виробництва, відносне підвищення витрат на окремі "компоненти", що використовує підприємство, - робочу силу, обладнання, виробничі приміщення, землю тощо.

Під час розроблення маркетингового плану факторами ризику виступають: вибір продукції (послуг) без врахування потреб зовнішнього ринку; вибір сировини і матеріалів низької якості, морально застарілих; неправильний вибір ринків збуту при просуванні товару на міжнародному ринку; відсутність мережі збуту на зовнішніх ринках; зміни в потребах зовнішніх споживачів; затримки у виході на зовнішній ринок з новою продукцією (послугами) тощо.

Наслідками дії маркетингових факторів ризику може стати те, що продукція підприємства не буде затребуваною на міжнародних ринках в необхідному вартісному відображенні і в зазначені терміни.

Для того, щоб зменшити ризики можна здійснити їх страхування, використовуючи таку схему:

1) визначити обсяг і структуру активів, яким загрожує ризик втрати або пошкодження;

2) визначити ризик, якому можна запобігти за допомогою певних застережних заходів, обчислити витрати, які пов'язані з їх здійсненням;

3) встановити, який вид страхування може дати кращий захист за менших витрат порівняно з витратами на застережні заходи;

4) порівняти витрати на здійснення застережних заходів і страхування, зробити висновки відносно того, що є доречнішим – страхування чи реалізація застережних заходів.

Ще одним способом зниження ризику в бізнес-плані суб'єкта ЗЕД може бути зазначення відповідних положень у контракті між підприємством та його діловими партнерами.

Принцип диверсифікації виступає ефективним інструментом зниження ризиків, як щодо номенклатури продукції (послуг), що виробляються підприємством, і щодо ринків збуту, і щодо постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих, і щодо споживачів продукції (послуг), і щодо фінансових активів підприємства.

Способом зниження ризику є отримання повної та достовірної інформації про стан зовнішнього ринку. Питання вибору інструменту для зниження ризиків в бізнес-плані суб'єкта ЗЕД є важливим, однак центральним питанням цього процесу має бути визначення ефективності застосування цього інструменту, а також пов'язаних з цим вигод і витрат для підприємства на зовнішньому ринку.

Література.

1. Коваленко О.М. Особливості складання бізнес-плану зовнішньоекономічної діяльності / О.М. Коваленко, С.С. Шаповал // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Наука: теорія і практика – 2008». – Том 1. Економічні науки. – Прага: Изд. Дом «Наука и образование». – С. 29–31.

2. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навчальний посібник [Текст] / Г.М. Дроздова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 172 с.

3. Черняк В.З. Бизнес-планирование [Текст] : Учебно-практическое пособие / В.З. Черняк, А.В. Черняк, И.В. Довдиенко. – Москва : РДЛ, 2000. – 269 с.

ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ПОСЛУГ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Бубирь Н. Ю., студентка

*Науковий керівник: Криворучко О. М., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Питання якості цікавило людство давно. На сьогодні з розвитком ринкових відносин якість послуг є однією з найважливіших умов функціонування та забезпечення конкурентоздатності підприємства. В сфері пасажирського