

УДК 005.6:005.936.3

Білявський В.М.,  
канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності підприємств  
Власенко В.В.,  
магістрант  
Національний авіаційний університет

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Biliavskiy V.M.,  
cand.sc.(econ), assoc. prof., associate professor  
at the department of management of foreign  
economic activities of enterprises  
Vlasenko V.V.,  
master  
National Aviation University

## CONCEPTUAL BASES OF IMPLEMENTATION BY THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM OF A PRODUCTION ENTERPRISE

**Постановка проблеми.** Проблеми управління якістю продукції в сучасних умовах набувають особливої гостроти. У зв'язку з посиленням глобалізаційних процесів виникає нагальна потреба в побудові ефективних систем управління підприємствами, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виробництва.

Особливе місце в побудові таких систем управління підприємствами має належати системі управління якістю. Як відомо, на вітчизняних машинобудівних підприємствах використовується система управління якістю, яка потребує певного доопрацювання в частині підвищення: якості виготовленої промислової продукції, ефективності функціонування виробничого підприємства в ринковому середовищі та загальний рівень розвитку вищезазначеної системи, яка повинна бути спрямована на постійне удосконалення бізнес-процесів та підвищення ефективності господарської діяльності підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичним і практичним аспектам щодо дослідження концептуальних засад впровадження системи управління якістю, як фактору підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячено публікації багатьох науковців. Так, О.С. Краснікова досліджувала систему управління якістю, як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства [1], тоді як В.М. Маховка, В.М. Вишовський досліджували формування системи управління якістю продукції підприємства в сучасних умовах господарювання [2], а В.Я. Швець, М.І. Іванова розглядали формування дієвої комплексної системи управління якістю продукції машинобудування [3]. Однак, незважаючи на проведений аналіз в теорії та практиці залишається низка питань, що потребують подальшого розгляду. Тому дана робота присвячена аналізу концептуальних засад впровадження системи управління якістю виробничих підприємств в умовах мінливого середовища, як фактору підвищення їх конкурентоспроможності. Дана проблематика є актуальною наразі та має науково-практичну цінність в умовах загострення конкуренції на ринку.

**Постановка завдання.** Метою роботи є обґрунтування концептуальних засад впровадження системи управління якістю, як фактору підвищення конкурентоспроможності виробництва промислової продукції на вітчизняних підприємствах. Для досягнення цієї мети сформульовано такі завдання: структурувати систему управління якісті виробництва промислової продукції на підприємстві; дослідити основні науково-теоретичні засади вдосконалення системи управління якістю виробництва промислової продукції на підприємстві; спроектувати модель процесу взаємодії із замовником промислової продукції підприємства; розробити план заходів із удосконалення системи якісті виробництва промислової продукції на вітчизняному підприємстві.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Досвід провідних компаній світу свідчить, що здобути успіх на ринку можна шляхом удосконалення системи управління якістю виробництва промислової продукції на вітчизняному підприємстві. Управління якістю виробництва промислової продукції є багатоаспектним питанням, розв'язання якого потребує застосування комплексного підходу щодо вирішення завдань стосовно підвищення якісті та конкурентоспроможності виробництва на

вітчизняних підприємствах [4]. Результати проведених досліджень свідчать про наявність суттєвих втрат від технічного браку та низької якості виробництва промислової продукції на вітчизняних машинобудівних підприємствах. Дослідження цієї проблеми й розробка методичного інструментарію щодо удосконалення системи управління якістю виробництва промислової продукції є актуальним питанням в умовах сталого розвитку економіки. Тому під системою управління якістю (СУЯ) слід розуміти певну сукупність взаємопов'язаних або взаємодіючих елементів підприємства, що дають змогу спрямовувати та скоординувати діяльність підприємства щодо побудови ефективної системи якості.

Наразі, покращення СУЯ на машинобудівному підприємстві має низку головних умов, а саме:

1. Поліпшення, впорядкування й оптимізація роботи підприємства; забезпечення умов для виробництва конкурентоспроможної промислової продукції; підвищення ефективності виробництва;
2. Демонстрація споживачу (замовнику), що підприємство може стабільно випускати промислову продукцію необхідної якості.

Переваги від вдосконалення вищезазначеної системи: покращення механізмів управління якістю, в основу яких покладено вимоги замовників та інших зацікавлених сторін; визначення відповідальних за процеси, що дає можливість уникнути певного дублювання функцій і визначити відповідальних за результат діяльності; встановлення пріоритетів розвитку підприємства, що дає можливість оптимально витратити ресурси для забезпечення якості виробництва промислової продукції на вітчизняному підприємстві. Перепонами ж на шляху вдосконалення системи управління якістю є група економічних (відсутність обігових коштів для фінансування даної системи), технічних, людських (відсутність розуміння проблеми та необхідності їх впровадження, а також сумніви щодо імплементації), організаційних факторів.

Завданням при вдосконаленні системи менеджменту якості є приведення діючої системи якості у відповідності до вимог ДСТУ ISO 9001:2009. Для цього необхідно: попередньо провести аналіз існуючої системи якості для визначення ступеня її відповідності вимогам ДСТУ ISO 9001:2009, а також систематизувати наявні документи, інструкції, протоколи, журнали тощо; визначити структуру документації системи управління якістю згідно з вимогами ДСТУ ISO 9001:2009 та документи, які необхідно розробити для адаптації вже існуючих документів; провести підвищення кваліфікації персоналу.

Місце системи управління якістю в структурі менеджменту підприємства та узгодженість його внутрішніх елементів проілюстровано на рис. 1.

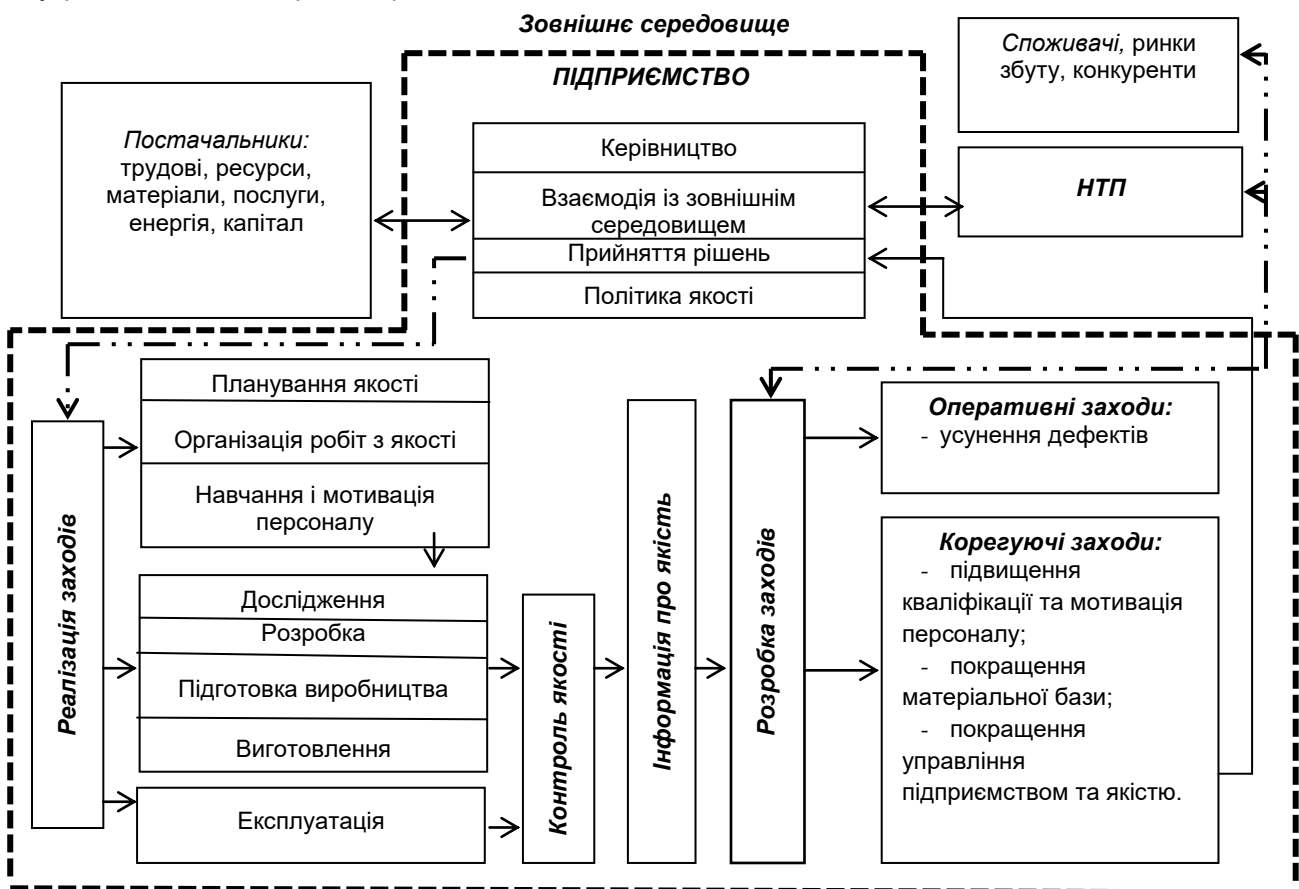


Рис. 1. Структура системи управління якістю на підприємстві

Джерело: складено авторами на основі [4].

Стандарти серії ISO 9001 розмежують вимоги до системи управління якістю і вимоги щодо виробництва промислової продукції, провідну роль при розробці та подальшому розвитку даної системи приділяється її замовникам. Тому і сталий розвиток вітчизняних підприємств залежать від замовників, за умови, що топ-менеджмент підприємств має розуміти їх поточні й перспективні потреби, виконувати їхні вимоги щодо характеристик виробництва промислової продукції та прагнути до перевищення їхніх очікувань.

Загальна структура сталого розвитку системи управління якістю на вітчизняному підприємстві представлена на рис. 2. Принципи системи управління якістю покладено в основу політики у сфері якості, а також вони визначають вимоги замовників та інших зацікавлених сторін кожного підприємства, шляхом можливої розробки анкет, опитувальних листів, бланків, інтерв'ю тощо.

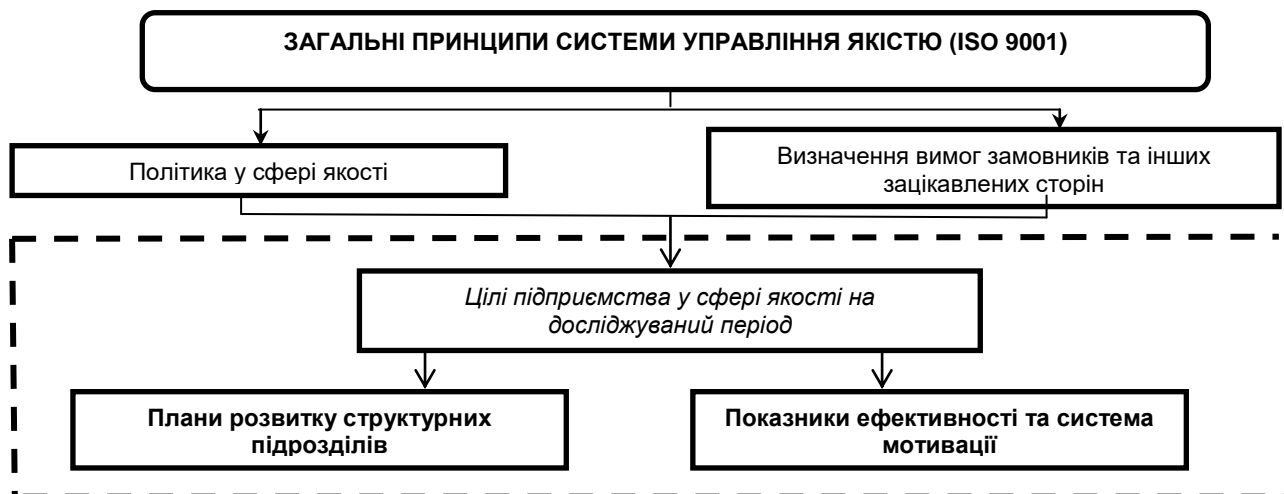


Рис. 2. Структура побудови основних науково-теоретичних засад вдосконалення системи управління якістю виробництва промислової продукції

Джерело: складено авторами на основі [6].

Зворотній зв'язок із замовниками в системі управління якістю здійснюється на постійній основі та використовується для встановлення цілей у сфері якості, а інформація про рівень задоволеності замовників [5] є критерієм вимірюваності ефективності функціонування цієї системи.

При визначенні цілей у сфері управління якістю формуються критерії ефективності досягнення цілей, які виконують контрольну функцію та можуть бути використані для мотивації персоналу. Водночас, для досягнення цілей у сфері управління якістю топ-менеджмент підприємства розробляє плани розвитку структурних підрозділів щодо координації дій, пов'язаних із забезпеченням системи якості, а також своєчасного планування ресурсів та ефективного їх освоєння.

Використовуючи загальну методологію менеджменту як науки про управління, представляється можливим розкрити зміст удосконалення системи управління якістю підприємства, а саме – створення інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства та забезпечення його сталого розвитку (рис. 3).

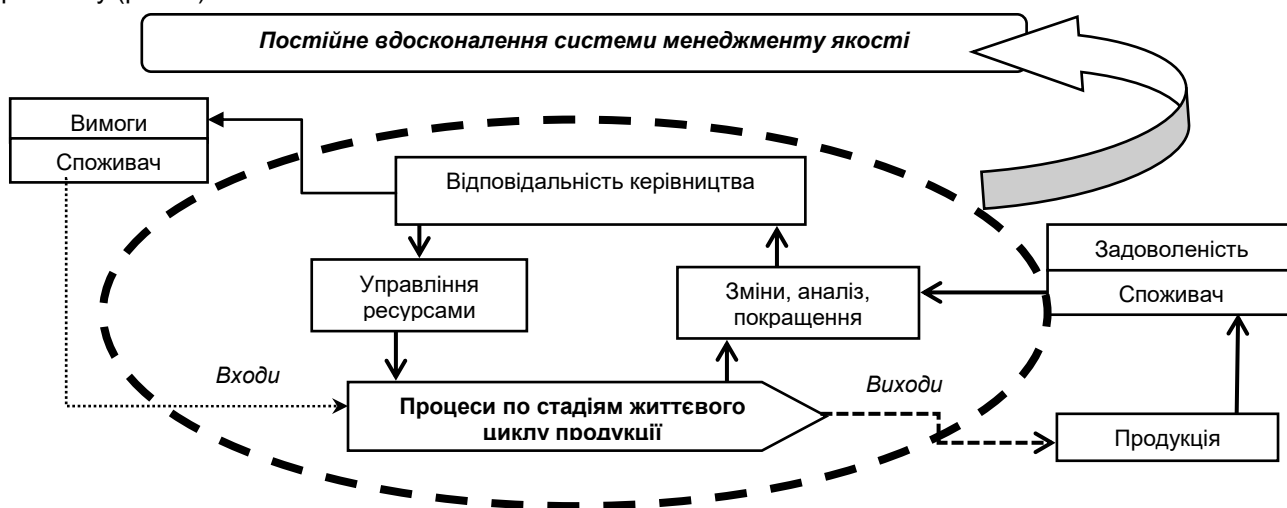


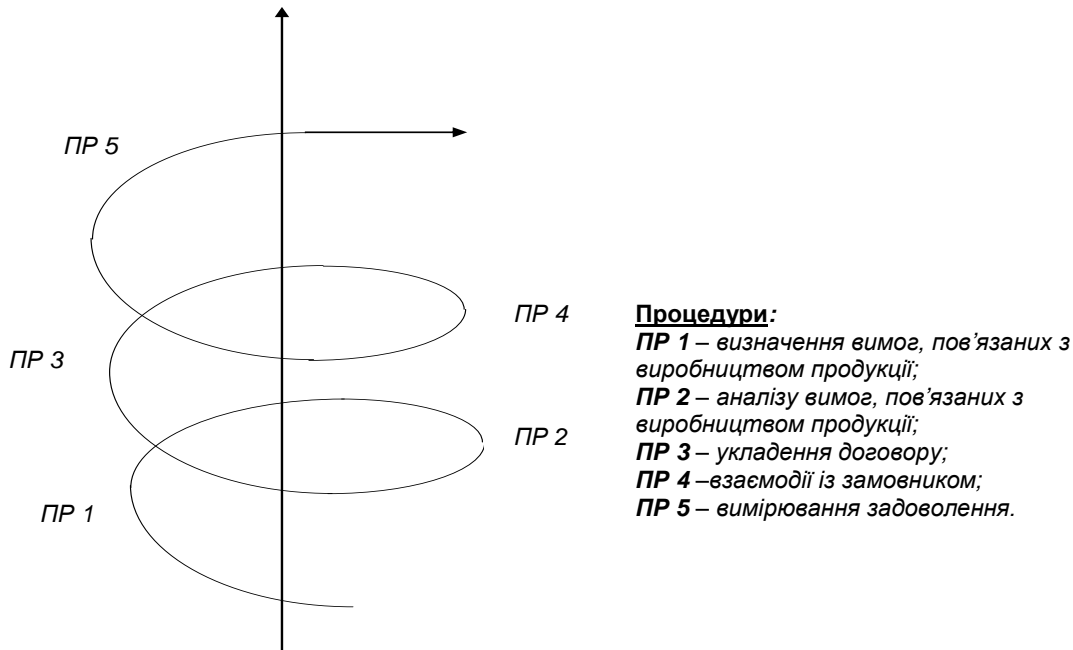
Рис. 3. Модель процесу взаємодії із замовником промислової продукції підприємства

Джерело: складено авторами на основі [7]

Слід зазначити, що адміністрації підприємства варто звертати увагу на особливості формування попиту на промислову продукцію. Для забезпечення ефективного просування цієї продукції, топ-менеджмент підприємства має забезпечити впевненість замовників у тому, що їх потреби і очікування сформульовані у вигляді запиту і будуть реалізовані. Наразі, при визначенні потреб і очікувань замовників, необхідно враховувати зобов'язання, що відносяться до виробництва промислової продукції підприємства, включаючи законодавче та правове їх регулювання.

Як відомо, вся сукупність інформація, яка стосується виробництва промислової продукції підприємства і задоволення потреб замовників її якістю має ретельно аналізуватися, зіставлятися, перевірятися і доводитися до відома керівництва підприємства.

З метою реалізації процесів, що стосуються замовників промислової продукції, встановлені процедури, які відображені на рис. 4.



**Рис.4. Спіраль взаємодії замовника та виробника промислової продукції**

*Джерело: складено авторами.*

Розглянемо детальніше опис окремих процедур, що стосується замовника промислової продукції як об'єкта економічного управління.

**ПР 1** *Визначення вимог, пов'язаних з виробництвом продукції.* На вітчизняних підприємствах зазвичай контакти із замовником здійснює відділ маркетингу.

Визначення вимог, пов'язаних з виробництвом промислової продукції формується із таких складових, як:

- визначення вимог замовника, у тому числі вимог щодо умов постачання продукції та її подальшого обслуговування;
- визначення інших необхідних вимог, які не встановлені замовником, але є необхідними для встановленого або передбаченого використання;
- визначення законодавчих і регламентуючих вимог, пов'язаних з виробництвом промислової продукції;
- визначення внутрішніх вимог підприємства, пов'язаних з виробництвом промислової продукції.

При надходженні на виробниче підприємство заявки на поставку промислової продукції, з документом має бути ознайомлені відповідальні структурні підрозділи підприємства, а саме технологічний відділ та відділ матеріально-технічного забезпечення – з обов'язковою позначкою про ознайомлення відповідальними особами (зазвичай, керівниками структурних підрозділів). У випадку надходження замовлення на виготовлення серійної продукції, на яку встановлені прайсові ціни, комерційна пропозиція оформлюється без погодження з представниками відповідальних структурних підрозділів підприємства.

Якщо вищезгаданими представниками приймається позитивне рішення щодо можливості виготовлення промислової продукції, начальник відділу маркетингу готує діловий лист до замовника, в якому просить сформулювати перелік промислової продукції (з визначеними характеристиками та специфікаціями) на розробку та виготовлення конкретної продукції. У разі прийняття негативного рішення, начальником відділу маркетингу накладається резолюція та вказується причина у відмові щодо виконання замовлення.

*ПР 2 Аналіз вимог, пов'язаних з виробництвом продукції.* Остаточне рішення щодо виробництва промислової продукції приймає директор підприємства.

При визначенні вимог замовника промислової продукції, як основні повинні розглядатися конкретні очікування споживача щодо продукції у вигляді комплексу документів, який містить інформацію щодо номенклатури виробництва промислової продукції, технічних показників тощо. Вимогами, включеними у комплект документації, можуть бути:

- певні стандарти і законодавчі акти, які розповсюджуються на даний вид продукції;
- оформлення та комплектність документації, що підтверджує відповідність промислової продукції встановленим вимогам.

Встановлені замовником промислової продукції вимоги повинні ретельно аналізуватися топ-менеджментом підприємства. Такий аналіз має бути проведений до ухвалення певних зобов'язань щодо виконання замовлення по виробництву промислової продукції.

Результати аналізу і заходи, передбачені на його основі, оформляються супроводжувальним листом у довільній формі і мають керуватися у своїй роботі згідно М 4.2.–02. Підписані документи реєструються у журналі та зберігаються у відділ маркетингу. Нумерація листа відповідає номеру замовлення, що спрощує процедуру користування документами.

Як відомо, аналіз вимог до виробництва промислової продукції проводиться з метою забезпечення їх упевненості в тому, що:

- вимоги, які стосуються виробництва промислової продукції є визначеними;
- вимоги щодо виробництва промислової продукції прийняті в усній формі і визначені до їх документального оформлення (у разі, коли представлені замовником вимоги не задокументовані);
- немає розбіжностей між вимогами договору (замовлення) і попередньо висловленими вимогами;
- підприємство здатне виконати встановлені вимоги щодо виробництва промислової продукції.

Замовлення або опитувальний лист, що отримані від замовника промислової продукції згідно *ПР 1* цієї методики, з відділу маркетингу із супровідним листом передаються у технічний відділ для розробки ескізного проекту або графічної частини та проведення розрахунків норм потрібних матеріалів, а також проведення сертифікації комплектуючих. Як наслідок, опитувальний лист з підписами відповідальних осіб із технічного відділу, конструкторського та технологічного бюро і датою оформлення передаються у відділ організації і підготовки та економічного аналізу для розрахунку собівартості замовлення.

*ПР 3 Укладення договору* – начальник відділу організації і підготовки та економічного аналізу проводить розрахунок собівартості виробництва промислової продукції (замовлення) і передає документи у відділ маркетингу з проставленням дати видачі.

Начальник відділу маркетингу пересилає замовникові «комерційну пропозицію» на розробку (при розробці нової промислової продукції та фіксує дату її передачі або пересилки замовнику).

Після того, як остаточно визначені, проаналізовані і встановлені вимоги замовника до виробництва промислової продукції, начальник відділу маркетингу готує проект договору, узгоджує його з начальниками зацікавлених підрозділів та затверджує його у директора підприємства, а потім відсилає його на узгодження замовнику.

Якщо замовник погоджується з положеннями, зафіксованими у договорі, він підписує його зі свого боку і повертає підприємству-контрагенту.

Слід зазначити, що, якщо замовник не згоден з пунктами договору, він розробляє проект протоколу розбіжностей, підписує його і передає на підприємство-контрагент для узгодження. Відповідальні особи підприємства-контрагента, які підписували договір, погоджують протокол розбіжностей або відхиляють його.

Після підписання договору обома сторонами начальник відділу маркетингу виставляє замовникові рахунок на сплату. Після отримання оплати або передоплати рахунку, начальник відділу маркетингу передає перелік замовленої промислової продукції для включення її у виробничі завдання на виробництво.

Затверджене виробничі завдання на виготовлення промислової продукції є основним робочим документом для технологічного відділу для початку виконання робіт по розробці та виготовленню промислової продукції у зазначені терміни.

*ПР 4 Управління взаємодією зі споживачами.* Починаючи із стадії розробки проекту договору і до стадії виконання замовлення, підприємство здійснює заходи щодо підтримки взаємодії із споживачами на постійній основі.

Процедури зворотного зв'язку охоплюють інформацію відносно:

- якості виробництва промислової продукції і задоволеності споживача;
- перегляду заявок, договорів або замовлень, включаючи їх зміни або поправки до них;
- проходження запитів, договорів або замовлень, включаючи поправки;
- налагодження ефективного зворотного зв'язку із споживачами, включаючи роботу з претензіями споживача.

У випадку надходження на підприємство скарги від споживачів, вона реєструється у журналі реєстрації скарг або претензій споживачів (у довільній формі). Даний журнал ведеться начальником відділу системи управління якістю та технологічного контролю. Про отримання скарги або претензії інформується директор. Він приймає рішення за даним питанням і у випадку необхідності встановлює відповідального за усунення невідповідностей.

Одержана від споживача інформація про якість виробництва промислової продукції допомагає визначити характер і обсяг проблем, пов'язаних з різними аспектами виробничої діяльності підприємства.

Налагоджування контактів зі споживачем, задоволення його вимог і очікувань, постійний пошук потенційних споживачів є одним із пріоритетних напрямів розвитку системи управління якістю підприємства.

*ПР 5 Вимірювання задоволеності споживачів.* Для вивчення рівня задоволеності споживачів підприємство проводить низку заходів, у тому числі:

- обмін інформацією про виробництво промислової продукції і умови її поставки в рамках структури «попит – пропозиція»;

- отримання відгуків про виробництво промислової продукції шляхом анкетування реальних та потенційних споживачів, вивчення конкурентної позиції на ринку та реєстрація повторного обігу споживачів.

Наразі про тенденції в зміні задоволеності попиту споживачів промислової продукції начальник відділу маркетингу доповідає директору підприємства. Цілком коректно і логічно визнати, що етапи оформлення документації мають проходити своєчасно.

Слід зазначити, що оформлення документації – це складний та об'ємний процес, який включає в себе ознайомлення з запитом, оформлення опитувального листа замовнику, оформлення технічного завдання на виготовлення промислової продукції, розробка ескізного проекту для нової продукції, подання у відділ матеріально-технічного забезпечення специфікації комплектуючих, погодження з постачальниками, розрахунок норм витрат та комплектуючих, передача у відділ маркетингу пакету документів щодо замовлення до технічного відділу та економічного аналізу, подача замовнику «комерційної пропозиції», підписання угоди та передача у виробництво врахованих копій та документів. Як наслідок, розподіл відповідальності і повноважень між посадовцями при виконанні заходів із удосконалення системи якості на підприємстві представлений в матриці розподілу відповідальності (табл. 1).

**Таблиця 1**

**План заходів із удосконалення системи якості на вітчизняному підприємстві**

| № з/п | Характеристика заходів  | Відповідальна особа   | Термін виконання   |
|-------|---|---|--|
| 1.    | Ознайомлення із запитом та прийняття управлінського рішення   | Начальник технологічного відділу та відділу організації та підготовки виробництва         | 1 день   |
| 2.    | Оформлення опитувального листа та направлення його замовнику  | Начальник відділу маркетингу  | 3 дні  |
| 3.    | Оформлення технічного завдання на розробку та виготовлення продукції                                | Заступник начальника відділу маркетингу   | 3 дні  |
| 4.    | Розробка ескізного проекту для нової промислової продукції  | Заступник начальника конструкторського бюро   | 2 дні  |
| 5.    | Подача у відділ організації і підготовки виробництва специфікації комплектуючих                     | Начальник конструкторського бюро  | 1 день після виконання п. 4  |
| 6.    | Погодження з постачальниками  | Начальник відділу матеріально-технічного забезпечення                                     | 2 дні  |
| 7.    | Розрахунок норм витрат матеріалів та комплектуючих, передача у відділ маркетингу                    | Заступник начальника технологічного відділу   | 2 дні  |
| 8.    | Передача у відділ маркетингу пакету документів по замовленню, а також розрахунок вартості продукції | Заступник начальника відділу організації і підготовки виробництва та економічного аналізу | 2 дні  |
| 9.    | Подача замовнику «Комерційної пропозиції»   | Начальник відділу маркетингу  | 2 дні  |
| 10.   | Підписання контракту  | Начальник відділу маркетингу  | 2 дні  |
| 11.   | Розробка конструкторської документації та передача у виробництво врахованих копій документів        | Заступник начальника технологічного відділу   | 30 днів (для нового виду промислової продукції) і 10 днів (для серійної продукції) |

*Джерело: складено авторами*

Наразі, виходячи з даних табл. 1, можна зробити узагальнений висновок, що повний цикл оформлення документації при замовленні виготовлення виробництва промислової продукції складає 59 днів для нового виду продукції, тобто майже 3 робочі місяці або 29 днів для серійної продукції, що складає майже 1,5 робочих місяця.

Таким чином, вдосконалення та функціонування системи управління якістю продукції є засобом досягнення стратегічних цілей підприємства [8] щодо виробництва конкурентоспроможної промислової продукції.

Кінцевою метою діяльності будь якого підприємства є отримання максимального прибутку. Тому, при послідовному виконанні та дотриманні усіх вищезазначених вимог щодо системи управління якістю [9–10], підприємство зможе досягти високих економічних показників.

Як свідчить наведена інформація, до СУЯ слід віднести насамперед якість надання послуг замовнику. Адже всі процедури систематизовані до найменших дрібниць та задокументовані, а кожен співробітник виробничого підприємства досконало знає свої обов'язки та чітко їх виконує. Тому, навіть у найбільш складних ситуаціях працівники завжди готові знайти оптимальне рішення. І ця обставина є однією з головних переваг та особливостей побудови ефективної системи управління якістю.

**Висновки з проведеного дослідження.** Узагальнюючи, зазначимо, що у даній статті структуровано систему управління якістю, яка дозволяє керівництву вжити заходів з побудови ефективного організаційного та оперативного процесу. Досліджено основні науково-теоретичні засади вдосконалення системи управління якістю, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства. Спроєктовано модель процесу взаємодії із замовником промислової продукції підприємства, що дозволяє керівництву вжити заходів щодо побудови ефективної організації. Розроблено план заходів із удосконалення системи якості виробництва промислової продукції, які характеризують сучасний стан розвитку вітчизняних підприємств.

Проведене дослідження можна розглядати, як один із прикладів пошуку шляхів дослідження системи управління якістю виробничого підприємства, що надалі буде використовуватися для створення об'єктивних передумов та методологічного підґрунтя подальшого дослідження заданої проблематики.

#### Література

1. Краснікова О. С. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Управління розвитком*. 2013. № 12. С. 82–84.
2. Маховка В. М., Вишовський, В. М. Формування системи управління якістю продукції підприємства в сучасних умовах господарювання. *Економічний форум*. 2016. № 2. С. 189–193.
3. Швець В. Я., Іванова М. І. Формування дієвої комплексної системи управління якістю продукції машинобудування. *Економічний вісник Нац. гірнич. ун-ту*. 2013. № 2. С. 147–156.
4. Білявський В. М. Людський капітал як інструмент оцінювання конкурентоспроможності організації. *Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна*. 2017. № 92. С. 23–31.
5. Білявський В. М. Соціально-психологічні аспекти управління торговельним підприємством. *Економіка : проблеми теорії та практики*. 2005. Випуск 204 : Том I. С. 220–231.
6. Білявський В. М., Шепута М. М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості. *Інноваційна економіка*. 2017. № 11–12 (72). С. 129–134.
7. Астахов А., Хриплива Л. Система управління якістю — інструмент удосконалення загальної системи управління організацією (підприємством). *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2011. № 4. С. 60–64.
8. Білявський В. М., Власенко В. В. Впровадження системи 5 S як фактор оптимізації виробництва промислової продукції. *Вісник Хмельницьк. нац. ун-ту. Економічні науки*. 2018. Вип. 1. С. 54–60.
9. Білявська Ю. В., Силкіна Ю. О. Якість торговельного обслуговування як елемент операційної системи підприємства. *Науковий вісник Херсон. держ. ун-ту*. 2017. Вип. 22. Т. 1. С. 81–85.
10. Лучишина К. Л. Основи формування інтегрованої системи управління якістю аграрних підприємств. *Агроекономіка*. 2010. № 21. С. 56–60.

#### References

1. Krasnikova, O.S. (2013), "Quality management system as a factor for increasing the competitiveness of the enterprise", *Upravlinnia rozvytkom*, no. 12, pp. 82–84.
2. Makhovka, V.M. and Vyshovsky, V.M. (2016), "Formation of enterprise quality management in the contemporary economy", *Ekonomichnyi forum*, no. 2, pp. 189–193.
3. Shvets, V.Ya. and Ivanova, M.I. (2013), "Formation of an effective integrated system for quality management of machine building products", *Ekonomichnyi visnyk Nats. hirnych. un-tu*, no. 2, pp. 147–156.
4. Biliavskiy, V.M. (2017), "Human capital as a tool of organization competitiveness assessment", *Visnyk Kharkiv. nats. un-tu im. V.N. Karazina*, no. 92, pp. 23–31.

5. Biliavskiy, V.M. (2005), "Social-psychological aspects of management of the trade's enterprise", *Ekonomika : problemy teorii ta praktyky*, Iss. 204, Vol. I, pp. 220–231.
6. Biliavskiy, V.M. and Sheputa, M.M. (2017), "Competitiveness of the enterprise as a factor of increasing its investment attractiveness", *Innovatsiina ekonomika*, no. 11–12 (72), pp. 129–134.
7. Astahov, A. and Hrypilyva, L. (2011), "Quality management system — instrument for improving general management system of organization", *Standartyzatsiia. Sertyfikatsiia. Yakist*, no. 4, pp. 60–64.
8. Biliavskiy, V.M. and Vlasenko, M.M. (2018), "Implementation of 5 S system as a factor of optimization of industrial production", *Visnyk Khmelnytsk. nats. un-tu (Ekonomichni nauky)*, Iss. 1, pp. 54–60.
9. Biliavska, Yu.V. and Sylkina, Yu.O. (2017), "Quality service trade as an element of operating enterprise", *Naukovyi visnyk Kherson. derzh. un-tu*, Iss. 22, Vol. 1, pp. 81–85.
10. Luchyshyna, K.L. (2010), "Fundamentals of the formation of an integrated quality management system for agrarian enterprises", *Ahrosvit*, no. 21, pp. 56–60.

Стаття надійшла до редакції 25.01.2018 р.

Рецензент : д.е.н., проф. Київського національного торговельно-економічного університету О.М. Мельникович

УДК 330.341

Грабчак В.І.,  
аспірант\* кафедри менеджменту  
Київського національного  
торговельно-економічного університету

## ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Hrabchak V.I.,  
postgraduate student at the department of management  
Kyiv National University of Trade and Economics

## INNOVATIVE ASPECTS OF MANAGEMENT CONCEPT BY THE REPUTATION OF TRADE ENTERPRISES

**Постановка проблеми.** В умовах посилення ролі інноваційної економіки, особливо в частині упровадження цифрових технологій, роль репутації в досягненні результативності діяльності підприємств набуває нового якісного значення. Сьогодні репутація бренду, репутація топ-менеджерів, стратегії стають об'єктами суттєвих інвестиційних вкладень. Стрімка динаміка інтернет-аудиторії та надання переваги комунікаціям в онлайн-сфері потребують пошуку механізмів розвитку та вдосконалення репутації. Саме за таких умов спостерігається поширення зв'язку між управлінням репутацією та інноваційним розвитком підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Феномен репутації та механізми її підтримки постійно розглядаються в працях як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Так, Васильконова Е. О. [1] вважає, що в основі сутності репутації лежить єдність форми (іміджу, бренда тощо) та змісту (цінностей, поведінки, вчинків). Зарубіжні вчені [3,10] досліджують відмінності та зв'язки між репутацією та іміджем, а також наголошують на ефективності інтегрованого підходу до визначення репутації підприємства. Дерев'яно О. Г. [2] на конкретних прикладах узагальнює напрями впливу репутації на цілі, бізнес-процеси та результати бізнес-діяльності, виділяє систему ознак репутації підприємства як об'єкта процесного управління. Проте з кожним роком з'являються все нові інструменти і техніки управління репутацією, які вимагають додаткового дослідження питань розбудови системи управління репутацією як одного із напрямів сучасного менеджменту, що дозволить суттєво підвищити цінність та стійкість підприємства на ринку в умовах загострення конкурентної боротьби, особливо в сфері торгівлі.

\* Науковий керівник: Федулова Л.І. – д-р екон. наук, професор