

2. Бондаренко С.М. Задоволеність споживачів як основа успіху у бізнесі. Економіст. 2004. № 12. С. 35-37.
3. Бондаренко С.М. Корпоративна соціальна відповідальність у концепції загального управління якістю на підприємствах легкої промисловості України. Економічний простір. 2016. № 105. С. 154-163.
4. Гегель Г.В.Ф. Наука логики. Москва : АСТ. 2019. 416 с.
5. Гличев А.В. Основы управления качеством продукции. Москва : РИА «Стандарты и качество». 2001. 424 с.
6. Готь О.Я., Бондаренко С.М. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Ефективна економіка. 2017. № 6. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5660>
7. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. (ISO 9000:2015 IDT). К.: ДП «УкрНДНЦ», 2016. – 45 с.
8. Касич А.О., Глущенко Д.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка та держава. 2016. №11. С. 65-70.

УДК 331.1

Бондаренко С.М., к.е.н., доцент Мороз А.В., магістрант
Київський національний університет технологій та дизайну

ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Основний принцип загального управління якістю TQM—забезпечення якості усім персоналом усіх структурних підрозділах організації – декларує, що досягнення результатів і їх поліпшення залежать не стільки від технічних, технологічних, організаційних складових, скільки від кваліфікації і мотивації керівників та співробітників організації. Тому тема залучення персоналу до управління якістю в організаціях є актуальною та важливою.

Теоретичні основи управління якістю розроблені у дослідженнях зарубіжних і вітчизняних вчених. Основні положення якості як основного чинника забезпечення конкурентоспроможності виробника сформульовано у працях [1-7]. Проте питання ролі персоналу в забезпеченні високої якості продукції та послуг в організації вивчені недостатньо повно.

Метою дослідження є розвиток існуючих теоретичних основ і методичних рекомендацій по залученню персоналу до управління якістю в організаціях.

У менеджменті розрізняють такі форми мотивації: зовнішня та внутрішня. Зовнішня мотивація проявляється як засіб певного призначення, наприклад, засіб для того, щоб заробити гроші, забезпечити якість життя, набути авторитет та ін. Внутрішня мотивація виникає у тому випадку, коли ідея, діяльність або завдання сприймається як цінні для індивіда. Внутрішня мотивація у сучасному глобалізованому світі та в умовах швидких змін набуває все більшого значення. Так як внутрішня мотивація є переважною і зовнішня мотивація ніколи не зможе замінити внутрішню, менеджерам підприємств слід формувати у персоналу саме внутрішню мотивацію.

Однією з конкурентних переваг високого рангу в провідних компаніях світу є створення систем постійного поліпшення, в яких бере участь весь персонал. Це відбувається у формі гуртків, команд, груп якості та ін. Вони роблять велику кількість пропозицій з поліпшення, які приносять великі доходи організаціям. Під працею в групі, команді розуміють спільні дії з виконання певного завдання. Робота в групах сприяє обміну інформацією і досвідом; поліпшенню зв'язків керівника, колег, фахівців в певних областях; використанню прихованих резервів; залученню до процесів формування цілей і ухвалення рішень; визнанню в групі; ототожненню з групою, підприємством.

Команди з поліпшення – це організовані на підприємствах і оформлені в групи працівники, які на добровільній основі вирішують «дані згори» або самостійно поставлені завдання. Вони можуть створюватися на усіх ієрархічних

рівнях і на усіх етапах виробництва продукції. У групах з чотирьох-восьми добровільних учасників розглядаються проблеми власної діяльності; розробляються пропозиції по їх вирішенню; реалізуються рішення у межах своєї компетенції або за допомогою інших. Члени групи збираються в заздалегідь призначений час і у встановлених місцях, щоб вирішувати групові завдання. Як правило, вони зустрічаються приблизно один раз на тиждень або через більші проміжки часу, під час робочого дня або після нього [7].

Проведені дослідження дають змогу виокремити такі особливості залучення персоналу до управління якістю в організації на сучасному етапі розвитку:

1. Велику увагу слід приділяти внутрішній мотивації персоналу до підвищення якості продукції та послуг.
2. Для підвищення якості продукції та послуг організовувати працю в командах з поліпшення – організованих і оформлених в групах працівників, які на добровільній основі вирішують певні завдання.

Література

1. Бондаренко С.М. Задоволеність споживачів як основа успіху у бізнесі. Економіст. 2004. № 12. С. 35-37.
2. Бондаренко С.М. Корпоративна соціальна відповідальність у концепції загального управління якістю на підприємствах легкої промисловості України. Економічний простір. 2016. № 105. С. 154-163.
3. Бондаренко С.М., Михайленко Н.В. Базова концепція загального управління якістю TQM: Роль персоналу. Економічний простір. 2015. № 103. С. 139-146.
4. Готь О.Я., Бондаренко С.М. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Ефективна економіка. 2017. № 6. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5660>
5. Касич А.О., Глущенко Д.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка та держава. 2016. №11. С. 65-70.

6. Тівецька А.В., Невмержицька С.М. Удосконалення системи управління персоналом організації з врахуванням вимог міжнародних стандартів ISO. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія "Економіка і вища освіта". 2015. № 6 (93). С. 81-87.

7. Основные методы менеджмента организаций. Конспект. Сост. Ягодзинский В.А. и др. – К.: Украинская ассоциация качества. Центр подготовки персонала «ПРИРОСТ-Академия», 2010. – 243 с.

УДК 330.338.3

Бреус С.В., д.е.н., доцент, Лещинська Л.А., студентка
Київський національний університет технологій та дизайну

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

На даному етапі розвитку світової економіки існує життєва необхідність у використанні стратегічного менеджменту, спонукальними чинниками чого є нарощування процесів глобалізації, високий рівень ризику та невизначеності, жорстка конкуренція на будь-яких ринках. Зокрема, високий рівень ризику та невизначеності наряду з іншим, відносяться до важливих проблемних аспектів сучасності, у зв'язку з чим актуалізуються питання ретельного обґрунтування стратегії розвитку суб'єктів господарювання, створення умов для її ефективної реалізації за рахунок ефективного, адекватного сучасним умовам стратегічного менеджменту.

В сучасній науковій літературі відсутнє єдине бачення стратегічного менеджменту, переважна більшість науковців його розглядають в трьох аспектах: як процес управління з метою досягнення місії організації за допомогою управління взаємодією фірми з її оточенням (Хіттенс Дж.); як набір рішень та дій щодо формування та виконання стратегії, розроблених для досягнення цілей діяльності фірми (Піро Дж. та Робертсон Р.); процес