

реального малого бизнеса (маються на увазі малі виробничі підприємства з інноваційним потенціалом) не сформована. Виходячи з наведених матеріалів, можемо зазначити деякі моменти:

1. Сутність та зміст податкових канікул в економічній науковій літературі недостатньо розкрито, та потребує подальшого дослідження.

2. Започаткування режиму податкових канікул повинно бути обґрунтовано та систематизовано, погоджено з іншими інструментами податкового регулювання в Україні.

3. Податкові канікули для розвитку малого бізнесу можуть бути ефективними тільки за умови паралельного розвитку відповідної інфраструктури (передусім інноваційної) та спрощення дозвільної системи.

4. Запровадити режим податкових канікул для малих підприємств бажано в тих сферах діяльності, де рентабельність знаходиться на низькому рівні (передусім це реальне виробництво). Введення податкових канікул для підприємств зі сфери торгівлі буде неефективним.

5. Введення податкових канікул може започаткувати зловживання строком зі сторони суб'єктів малого підприємництва (фізичних та юридичних осіб) шляхом перейменування існуючих в нові.

6. Внести зміни до проекту закону «Про введення податкових канікул для малого бізнесу» від 28.04.2010 р., а саме крім суб'єктів підприємництва – фізичних осіб, доповнити суб'єктами малого підприємництва – юридичних осіб з числом зайнятих до 10 чоловік, а обсягом виручки від реалізації товарів до 1 млн. грн., що відповідає проекту закон «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 6.05.2010 р. №4112.

Література

1. Месяц Я. Зниження податків - найдешевший і найефективніший спосіб стимулювання бізнесу / Я. Месяц [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://blog.liga.net>. - Назва з екрану.

2. Парфенова М. Податкові канікули врятовують малий бізнес від розорення / М. Парфенова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.dozor.kharkov.ua> - Назва з екрану.

3. Кондрашова С. Податкові канікули скасовуються / С. Кондрашова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://project.ukrinform.ua/news/17062/>. – Назва з екрану.

4. Википедия. Свободная энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/>.

5. Tanzi V. Tax Policy for Developing Countries [Електронний ресурс] / V. Tanzi, H. Zee // Economic Issues № 27 – March 2001. – Режим доступу : <http://www.imf.org>. – Заголовок з екрану.

6. Klemm A. Causes, Benefits, and Risks of Business Tax Incentives [Електронний ресурс] / A. Klemm // IMF Working Paper – 2009. – WP/09/21. – Режим доступу: <http://www.imf.org>. – Заголовок з екрану.

7. Philippines: Selected Issues/ IMF Country Report No. 09/63 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.imf.org>. – Заголовок з екрану.

8. Klemm A.V. Empirical Evidence on the Effects of Tax Incentives [Електронний ресурс] / A. Klemm, S.V. Parys // IMF Working Paper – 2009. – WP/09/136 – Режим доступу: <http://www.imf.org> – Заголовок з екрану.

9. A Handbook for Tax Simplification [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.fias.net> – Заголовок з екрану.

10. World Investment Report 2002 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unctad.org>. – Заголовок з екрану.

Рецензент докт. екон. наук, профессор В.Я. Омельченко

658.5

*Амельченко Т.В., к.э.н., доцент, Бакарюк Ю.А., студент,
Крымский экономический институт
КНЭУ имени Вадима Гетьмана, г. Симферополь*

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

В современном мире выживаемость любой компании, её устойчивое положение на рынке продуктов и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. В свою очередь конкурентоспособность связана с двумя показателями - уровнем цены и уровнем качества продукции. Причем второй фактор правомерно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают по важности качеству продукции. Поэтому, одним из важнейших факторов роста эффективности производства является улучшение качества выпускаемой продукции или предоставляемой услуги. Повышение качества выпускаемой продукции расценивается в настоящее время, как решающее условие её конкурентоспособности на внутреннем и внешнем

рынках. Конкурентоспособность продукции во многом определяет престиж страны и является решающим фактором увеличения её национального богатства. Качество продукции относится к числу важнейших критериев функционирования предприятия в условиях относительно насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции. Рост технического уровня и качества выпускаемой продукции является в настоящее время наиболее характерной чертой работы предприятий в промышленно развитых странах. В условиях преобладающей неценовой конкуренции и насыщенного рынка именно высокое качество продукции служит главным фактором успеха.

Качество выпускаемой продукции по праву можно отнести к важнейшим критериям деятельности любого предприятия. Именно повышение качества продукции определяет степень выживаемости фирмы в условиях рынка, темпы научного развития, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. Именно по этому, следует больше внимания уделять управлению качеством продукции.

Управлению качеством продукции во всех странах уделяется довольно много внимания. В последние годы сформировался новый подход, новая стратегия в управлении качеством. Она характеризуется рядом моментов: обеспечение качества понимается не как технофункция, реализуемая каким-то одним подразделением, а как систематический процесс, пронизывающий всю организационную структуру компании; новому понятию качества обязана отвечать соответствующая организационная структура компании; вопросы качества актуальны не лишь в рамках производственного цикла, но и в процессе разработок, конструирования, маркетинга и послепродажного обслуживания. Фатхутдинов Р. считает, что «качество обязано быть нацелено на улучшение требований потребителя, а не изготовителя» [7, с. 465]. По мнению Денисова, повышение качества продукции просит внедрения новой технологии производства, начиная с автоматизации проектирования и кончая автоматизированным измерением в процессе контроля свойства [4, с. 54].

Целью статьи является определение понятия «качество продукции», выявление роли управления качеством продукции на предприятии, поиск новых путей повышения качества продукции.

Качество - это авторитет компании, увеличение прибыли, рост процветания, и работа по управлению качеством на фирме, альфа и омега для всего персонала, от управляющего до конкретного исполнителя. Качество продукции - важнейший показатель деятельности компании. Повышение свойств продукции в значимой мере описывает выживаемость компании в условиях рынка, темпы научно-технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. Рост свойств продукции - характерная тенденция работы всех ведущих компаний мира. Она охватила европейские, американские и азиатские компании. Качество выпускаемой продукции - основной фактор конкуренции меж фирмами.

Качество - это совокупность параметров продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определенные потребности в согласовании с её назначением. Качество как фактор конкурентоспособности распространяется на всю национальную экономику. Оно способствует оптимальному использованию ресурсов.

Управление качеством - деяния, осуществляемые при создании, эксплуатации либо потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания нужного уровня её свойства [5, с. 138-141].

Сущность всякого управления заключается в выработке управляющих решений и последующей реализации предусмотренных этими решениями управляющих действий на определенном объекте управления. При управлении качеством продукции, непосредственными объектами управления, как правило, являются процессы от которых зависит качество продукции. Они организуются и протекают как на до производственной стадии, так и на производственной и после производственной стадиях жизненного цикла продукции [6, с. 11-14].

Управляющие решения вырабатываются на основании сопоставления информации о фактическом состоянии управляемого процесса с его свойствами, заданными программой управления. Нормативную документацию, регламентирующую значения характеристик либо характеристик свойств продукции (технические задания на разработку продукции, стандарты, технические условия чертежи, условия поставки), следует рассматривать как важную часть программы управления качеством продукции.

Основной задачей каждой компании (организации) является качество производимой продукции и предоставляемых услуг. Удачная деятельность компании обязана обеспечиваться производством продукции либо услуг, которые: отвечают верно определенным потребностям, сфере применения либо назначения; удовлетворяют требованиям потребителя; соответствуют

применяемым эталонам и техническим условиям; отвечают действующему законодательству и иным требованиям общества; предлагаются потребителю по конкурентоспособным ценам; ориентированы на получение прибыли.

Управление качеством продукции обязано осуществляться прозрачно, т.е. на предприятии обязана работать система управления качеством продукции, представляющая собой организационную структуру, верно распределяющую ответственность, процедуры, процессы и ресурсы, нужные для управления качеством [1, с. 50].

В последние годы обширное распространение получили стандарты ИСО серии 9000, в которых отражен интернациональный опыт управления качеством продукции на предприятии. В согласовании с этими документами, выделяется политика в области качества - конкретно система свойств, включающая обеспечение, улучшение и управление качеством продукции.

Политика в области качества может быть сформулирована в виде принципа деятельности компании либо долгосрочной цели и включать: улучшение экономического положения компании; расширение либо завоевание новейших рынков сбыта; достижение технического уровня продукции, превышающего уровень ведущих компаний; ориентацию на улаживание требований потребителя определенных отраслей либо регионов; освоение изделий, функциональные свойства которых реализуются на новейших принципах.

В согласовании с эталонами ИСО, жизненный цикл продукции, который в зарубежной литературе обозначается как петля качества, включает 11 этапов.

С помощью петли качества осуществляется взаимосвязь изготовителя продукции с потребителем, со всей системой, обеспечивающей решение задачи управления качеством продукции.

Наряду с системами управления качеством продукции, принципиальная роль в исследовании и реализации программ качества принадлежит и кружкам качества (либо группам качества). Как указывает зарубежный опыт, кружки свойства - это форма демократизации капитала, она создает заинтересованность рабочих в качестве, изменяет психологический климат на предприятии.

Принципы организации кружков качества: стремление к коллективным формам поиска правильных решений, их оперативное рассмотрение, внедрение в производство принятых предложений; моральное и материальное стимулирование результатов творческой деятельности; обеспечение гласности и пропаганды их деятельности всеми формами и средствами массовой информации, обобщение и распространение опыта работы.

Кружки качества с начало появились в США, но существенный импульс этому движению дали японские компании, где произошел и качественный, и количественный рост числа кружков. Потом они охватили страны Европы, Америки и Азии. Они представляют собой принципиальный элемент публичного участия в управлении качеством наряду с обществами потребителей.[3, с. 15]

Также, необходимо отметить повышение качества с помощью нововведений. Системы управления качеством представляют собой органическое сочетание экономических, правовых и других факторов, влияющих на качество. С помощью нововведений можно не только избежать консерватизма и застоя в развитии комплексного подхода к качеству, но и сознательно и уверенно двигаться дальше. В системах качества нововведения делятся на две группы: функциональные и системные;

К функциональным относятся нововведения, затрагивающие одну из функций управления качеством и не требующие структурных изменений системы.

К системным относятся нововведения, которые затрагивают не одну, а несколько функций управления качеством и вызывают необходимость внесения изменений в содержание элементов системы. Системные нововведения могут касаться одной функции, но по масштабам воздействия влияют на другие функции, что приводит к необходимости внесения в них изменений. Известно, что сдельная оплата труда во многих случаях отрицательно влияет на качество изготовления и в определенный момент времени, когда качество начинает опускаться ниже допустимого предела, возникает необходимость отказаться от этой системы и перейти к повременной или смешанной оплате труда.

Изменение формы оплаты труда затронет другие функции – технологическую подготовку производства, контроль качества, а по масштабам воздействия окажет влияние на очень большую группу участников процесса обеспечения качества.

С помощью классификации нововведений, нам легче определить адресность в реализации нововведений. Функцию нововведения осуществляют подразделения аппарата управления – технические, технологические службы, отделы кадров и оплаты труда, ответственные за реализацию тех или иных задач управления качеством.

Было бы ошибкой руководителя предприятия пренебречь вышесказанным и полагать, что системы качества даже при их высокой степени развития не нуждаются в совершенствовании [2, с. 555-560].

Анализ развития форм и методов организации работ улучшению качества, выявление возможности приложения к работам по качеству принципов общей теории управления, разработка схем механизма управления качеством, определение характера потребностей, состояние конъюнктуры рынка как исходного элемента управления качеством продукции или услуги, критическое рассмотрение определений основополагающих терминов свидетельствует о следующем:

Современную организацию работ по качеству теоретически допустимо, а практически целесообразно и эффективно строить не на всеобщем глобальном контроле, а на принципах общей теории управления на основе схем механизмов управления качеством продукции или услуги.

Современное управление качеством продукции должно прямо ориентироваться на характер потребностей, их структуру и динамику; емкость и конъюнктуру рынка; стимулы, обусловленные экономической и технической конкуренцией, характерные для рыночных отношений.

Современное управление качеством на предприятии, независимо от формы собственности и масштаба производственной деятельности, должно оптимально сочетать действия, методы и средства, обеспечивающие, с одной стороны, изготовление продукции или оказания услуги, удовлетворяющей текущие запросы и потребности рынка, а с другой - разработку новой продукции или услуги, способной удовлетворять будущие потребности и будущие запросы рынка.

Принципиальная схема механизма управления качеством органически должна взаимодействовать с маркетинговыми исследованиями и включать в свой состав блок разработки политики в области качества.

Литература

1. Барков Я.И. Основы и деловой опыт предпринимательства : учеб. пособ. / Я. Барков. - М. – 1999.- С. 50-51.
2. Герасимчук В.Г. Економіка та організація виробництва / В. Герасимчук. - К, 2007. – С. 555-560.
3. Галеев В.И. Проблемы внедрения стандартов ИСО серии 9000 на примере опыта ряда предприятий / В. Галеев. - Сертификация. - 2004. - С.15.
4. Денисов А. Подтверждение качества – путь к финансовому успеху / А. Денисов // Бухгалтерия. – 2005. - №31.- С. 53-56.
5. Кузьмін М. Визначення поняття «якість продукції» та критерії оцінки / Кузьмін М. // Економіка України. – 2007. - № 12.- С. 138 – 141.
6. Малюта Л.Я. Забезпечення якості продукції необхідна умова підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в сучасному ринковому просторі / Л. Малюта // Актуальні проблеми економіки – 2008.- №9. -С. 11-14.
7. Фатхутдинов Р. Организация производства : учеб. пособ. / Р. Фатхутдинов. – М.: 2002. – С. 434 – 436.

Рецензент докт. экон. наук, профессор С.П. Наливайченко

519.8:330

Сидорович М.Я., аспірант,

Національний університет «Києво-Могилянська академія», м. Київ

ПІЛЬГОВЕ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЕТАПІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Податок на прибуток підприємств є одним з головних прямих податків, які сплачують суб'єкти господарювання в Україні. Цей податок є головним джерелом фінансування загальнодержавних потреб. Окрім фіскальної, він виконує регулюючу та стимулюючу функції, перерозподіляючи капітал та впливаючи на розвиток окремих галузей економіки. Тому вивчення особливостей оподаткування прибутку підприємств є надзвичайно важливим як з точки зору стимулювання розвитку підприємництва, так і моделювання доходів бюджету для ефективного виконання державою її функцій. Рівень податкового навантаження на окремих суб'єктів оподаткування податком на прибуток, особливості законодавчої бази та адміністрування є важливими елементами системи оподаткування на етапі трансформації економічної системи з метою створення сприятливих умов для ефективної підприємницької діяльності та детінізації економіки. Тому бюджетно-податкова політика щодо податку на прибуток має проводитися виважено, будучи стимулюючим чинником ділової