

УДК 330.101

Н. М. Польова,

к. е. н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін,
Черкаська філія ПВНЗ "Європейський університет"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5140-2136>

А. П. Гуляйко,

аспірант ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-4713-6056>

О. В. Радченко,

аспірант ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-0823-2688>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.3.58

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ, ЯК КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ПРОДУКЦІЇ АПК

N. Poliova,

PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Management and Social
and Humanitarian Disciplines, Cherkasy branch of Private Higher Educational Establishment "European University"

A. Huliaiko,

Postgraduate student, Private Higher Educational Establishment "European University", Kyiv

O. Radchenko,

Postgraduate student, Private Higher Educational Establishment "European University", Kyiv

STRATEGIC MANAGEMENT OF QUALITY AND HUMAN RESOURCES AS KEY ASPECTS OF ENSURING THE CONSUMER VALUE OF AGRICULTURAL PRODUCTS

В умовах, коли весь бізнес побудований на створенні та доставці цінностей споживачеві, тема споживчої цінності, безсумнівно, стає однією з найактуальніших. Цінність — це саме те, за що сплачує споживач. Споживчу цінність можна використовувати як регулятор якості товарів та послуг, представлених на ринку.

У статті подано сутність споживчої цінності, обговорюються підходи до опису концепту цінності, актуалізуються проблеми дослідження та вимірювання споживчої цінності.

Споживча цінність розглядається як багатовимірне явище, що включає функціональні, емоційні, соціальні, епістемічні та умовні цінності, що є в свою чергу джерелами конкурентних переваг.

Споживча цінність пов'язана з такими найважливішими характеристиками як: конкурентоспроможність, ціна, якість продукту чи послуги, споживча задоволеність, конкурентні переваги тощо. Споживча цінність впливає на імідж і репутацію компанії, підвищує попит на її товари та послуги та забезпечує конкурентоспроможність компанії.

Сучасний механізм керування якістю продукції як однієї з ключових складових споживчої цінності базується на системному та процесному підходах до менеджменту якості. Системний підхід — найважливіший елемент філософії управління якістю. Створення ефективних систем якості, орієнтованих на впровадження сучасних технологій і методів менеджменту якості, — запорука стійкого становища підприємств на ринку.

Обґрунтовано взаємозв'язок якості продукції та людського капіталу.

Авторами вивчені характерні риси людського капіталу, які відрізняють його від інших видів капіталу. Досліджено особливості людського капіталу підприємства, визначено роль людського капіталу у підвищенні ефективності діяльності підприємства агропромислового комплексу.

Виявлено, що ефективність управління людським капіталом залежить від мобільності трудових ресурсів. Внаслідок дослідження автори представили модель управління людським капіталом організації.

Розглянуто характеристики людського капіталу підприємства агропромислового комплексу, а саме: характеристики персоналу, основні види вкладень та його ефективності.

Людський капітал посідає провідне місце серед конкурентних переваг підприємства і це означає, що аналіз та оцінка персоналу є найважливішою умовою успішного лідерства будь-якої організації за рахунок забезпечення високих показників споживчої цінності продукції.

In conditions where the entire business is built on the creation and delivery of value to the consumer, the topic of consumer value undoubtedly becomes one of the most relevant. Value is exactly what the consumer pays for. Consumer value can be used as a regulator of the quality of goods and services presented on the market.

The article presents the essence of consumer value, discusses approaches to the description of the concept of value, updates the problems of research and measurement of consumer value.

Consumer value is considered as a multidimensional phenomenon that includes functional, emotional, social, epistemic and conditional values, which are in turn sources of competitive advantages.

Consumer value is associated with such important characteristics as: competitiveness, price, product or service quality, consumer satisfaction, competitive advantages, etc. Consumer value affects the image and reputation of the company, increases the demand for its goods and services and ensures the competitiveness of the company.

The modern mechanism of product quality management as one of the key components of consumer value is based on system and process approaches to quality management. A systematic approach is the most important element of the philosophy of quality management. The creation of effective quality systems, focused on the implementation of modern technologies and quality management methods, is the key to a stable position of enterprises on the market.

The relationship between product quality and human capital is substantiated.

The authors studied the characteristic features of human capital that distinguish it from other types of capital. The peculiarities of the human capital of the enterprise were studied, the role of human capital in increasing the efficiency of the enterprise of the agro-industrial complex was determined.

It was found that the effectiveness of human capital management depends on the mobility of labor resources. As a result of the study, the authors presented a model of human capital management of the organization.

The characteristics of the human capital of the enterprise of the agro-industrial complex are considered, namely: the characteristics of the personnel, the main types of investments and their efficiency.

Human capital occupies a leading place among competitive advantages enterprise and this means that the analysis and assessment of personnel is the most important condition for success leadership of any organization due to ensuring high indicators of consumer value of products.

Ключові слова: стратегічне управління, створення цінності, споживча цінність, цінність продукції, якість продукції, стандарт якості продукції, менеджмент якості, людський капітал.

Key words: strategic management, value creation, consumer value, product value, product quality, product quality standard, quality management, human capital.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Для активізації розвитку бізнесу актуальним є дослідження концепції споживчої цінності, теоретичний та методологічний базис якої формує модель поведінки споживача товарів.

Ця концепція є міждисциплінарною, її наукова сутність обумовлена багатоваріантністю, раціональністю та ірраціональністю споживчих потреб та очікувань споживача. При цьому ідентифікація сукупності споживчих властивостей, які визначають, наскільки цінним є продукт для споживача, засновані на теорії споживчого вибору. Ос-

новним висновком цієї теорії є висновок про вплив споживчої цінності на фінансові, конкурентні та ринкові результати підприємства, а також на скорочення розриву, що постійно існує між очікуваними споживчими характеристиками продукту та характеристиками, отриманими споживачами при придбанні продукту.

Поліпшення якості продукції є дуже важливим напрямом активного розвитку економіки, фактором підвищення ефективності виробництва, а також поліпшення якості продукції є джерелом економічного зростання підприємства та країни в цілому.

Забезпечення якості продукції також неможливе без ефективного управління людським капіталом, тому що основа бізнесу сучасних "людиноемних" організацій є саме люди. Саме цей ресурс забезпечує додану вартість, а також конкурентоспроможність і прибутковість будь-якої організації.

Створення глобальних ринків, науково-економічні досягнення, реалізація новітніх винаходів є основами формування єдиної системи заходів на підприємствах з підвищення якості продукції та придбання знань, які стають основною умовою становлення та зростання конкурентоспроможності країни. У зв'язку з цим і зростає актуальність цієї проблеми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проведений аналіз публікацій вказує на те, що увагу науковців привертала аспекти створення цінності та управління її розвитком. Вже в класичній політекономії, таких як В. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо, і, зокрема, К. Маркс, досліджувалась економічна сутність категорії "цінність" з погляду трудової теорії цінності. Інші дослідники, такі як Дж. С. Мілль, Дж. Мак Куллох, Ж. Б. Саєм, Ф. Бастіа, М. Портер, Б. Андерсен, Ф. Котлер та інші, вивчали це питання з різних позицій, таких як теорія витрат виробництва, теорія трьох факторів виробництва, ланцюг створення вартості, аналіз доданої цінності та інші. В українському науковому середовищі Т. Артемова, В. Вернадський, Д. Волков, Ю. Захарова, О. Зозульов, І. Кузнецова, С. Полонський, С. Помітов, М. Туган-Барановський, А. Шульгіна та інші вчені досліджували різні аспекти створення цінності, враховуючи її вплив на конкурентоспроможність підприємства, купівельну спроможність споживачів, ціннісно-орієнтоване управління та інші важливі аспекти.

Споживча цінність товару теоретично розглядається як результат взаємодії різних елементів, таких як корисність, якість, вартість, ціна та інші. Однак, сутність, роль і межі внеску кожного з цих елементів у формування споживчої цінності продовжують залишатися об'єктом дискусій і досліджень.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Формування цілей статті полягає в дослідженні поняття "споживча цінність продукції", а також структурному аналізі та системати-

зації теоретичних підходів до створення споживчої цінності продукції агропромислового комплексу на підставі управління якістю продукції та людським капіталом.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Процес створення споживчої цінності є ключовою функцією організації, оскільки забезпечує задоволення потреб клієнтів та відтворення діяльності компанії. Відповідно до цього вирішується, як має бути організований бізнес в цілому, щоб ключова функція (створення споживчої цінності) виконувалася максимально ефективно з погляду, як споживача, і підприємства загалом [1].

Споживча цінність продукції — це сукупність властивостей, пов'язаних безпосередньо як із самим товаром, так і з супутніми послугами, які визначають намір споживача купити товар та стати постійним клієнтом цього виробника. З іншого боку, споживчою цінністю товару та/або послуги є максимальна вартість, яку споживач вважає собі вигідним заплатити за неї.

Ключову роль у формуванні цінності на різних етапах соціального розвитку грали такі фактори, як ціна товару, якість, популярність марки, процес обслуговування споживача, індивідуалізація та ексклюзивність пропозиції, відповідність певному стандарту, прийнятому у суспільстві [2].

Якість продукції — сукупність властивостей продукції, що зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення".

Відповідно управління якістю продукції — це один з елементів управління виробництвом. Важлива особливість управління якістю продукції — заходи щодо управління якістю, які мають реалізовуватися на кожному з етапів життєвого циклу продукції. На таких етапах як наукове дослідження та проектування вже має закладатися якість. Саме на цих етапах закладаються найважливіші властивості майбутніх товарів, та встановлюються виробничі процеси їх виготовлення. Міжнародний досвід управління якістю показує, що неможливо зберігати стабільну якість виробу без стабільності якості матеріалів, з яких вони виготовляються.

В управлінні якістю важливо створити комплексний характер розробки та реалізації продукції. Тільки таким підходом можна досягти високої якості продукції, що забезпечує споживче задоволення.



Рис. 1. Необхідні елементи схеми з організації робіт



Рис. 2. Об'єкти та сфери, на які поширюються вимоги якості

Організація робіт з управління якістю продукції здійснюється за певною схемою. У схемі слід визначити важливі елементи, які представлені на рис. 1.

Тільки при такому погляді на продукцію з'явиться єдність та органічне поєднання прямих і непрямих зв'язків між роботами, що пов'язані зі створенням та споживанням продукції.

Головним досягненням у розробці стратегії управління якістю є системний та комплексний підхід до управління якістю продукції, що випускається (рис. 2). Системний підхід складається з послідовних процесів на кожному етапі життєвого циклу виробів.

Управління якістю сільськогосподарської продукції потребує системного підходу. Він має забезпечити участь у процесі всіх елементів сфери виробництва та експлуатації чи споживання. Управління якістю продукції в комплексі є системою управління підприємства у вигляді продукції необхідного рівня якості.

Важливим напрямом підвищення ефективності виробництва виступає вдосконалення процесу управління якістю продукції для підприємства. Об'єктивна необхідність удосконалення управління якістю продукції сучасних умовах зумовлена наступними чинниками, зображеними на рис. 3.

Важливо зауважити, що управління підвищенням якості продукції вимагає додаткових трудових витрат на виробництво, які компенсуються економією, пов'язаною з експлуатацією виготовленого виробу. Однак ці додаткові витрати повністю компенсуються за рахунок високої ціни за якісний товар, що сприяє підвищенню рентабельності та обсягу прибутку. Якість продукції має максимально задовольнити потреби споживачів за мінімальних витрат на її досягнення [3].

Одним з найбільш поширених підходів у галузі управління якістю продукції, що застосовуються організаціями різних сфер діяльності,

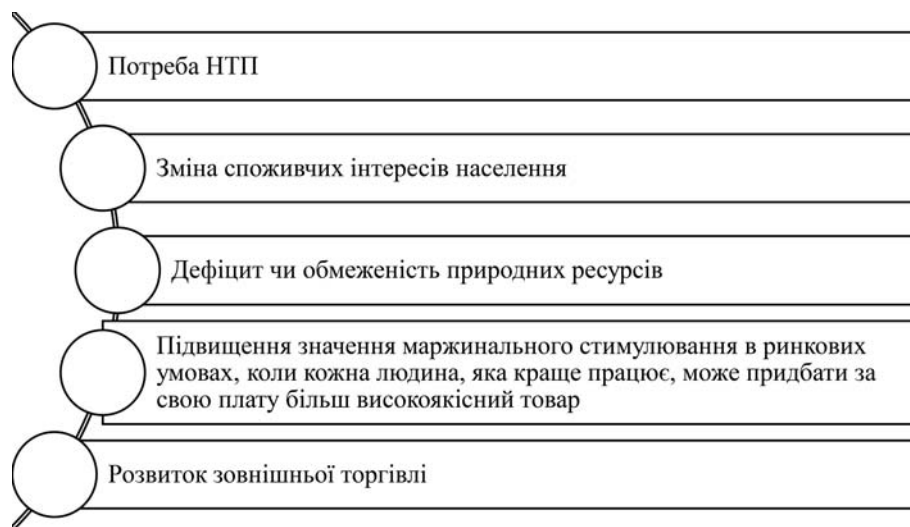


Рис. 3. Фактори вдосконалення управління якістю продукції в сучасних умовах

є розробка та впровадження системи менеджменту якості (СМЯ), яка містить мінімальний набір вимог для вступу організації на шлях до досягнення загального менеджменту якості.

Реалізація принципів системи управління якістю є гарантом забезпечення якості продукції (табл. 1).

Оскільки якість складається під впливом безлічі факторів у процесі розробки, виробництва та використання продукції на всіх цих стадіях виникають витрати на якість, які мають різну природу, економічний зміст, призначення, причини та місце виникнення.

У складі загальних витрат за якість виділяють три основні групи витрат (превентивні (попереджувальні); витрати на контроль; внутрішні та зовнішні витрати та втрати, що виникають внаслідок дефектів, браку та невідповідностей).

Якість продукції залежить від всіх елементів процесу виробництва, від якості роботи на всіх стадіях відтворення, ефективного використання всіх видів ресурсів та інших факторів, а в сільському господарстві — значною мірою і від ґрунтово-кліматичного комплексу та метеорологічних умов року [4].

Особливість управління якістю продукції АПК обумовлена тим, що лише частина робочих процесів безпосередньо впливає на якість продукції від початку процесу отримання готового продукту до його реалізації споживачеві, велика частина — опосередковано. У зв'язку з цим багато заходів, спрямованих на підвищення якості продукції, що надають позитивний вплив і на її кількість, що робить менш, ніж у промисловості, вираженими межі між підсистемою управління якістю продукції та загальною системою управління виробництвом.

Характеристики факторів наведені в економічній літературі, що впливають на якість сільськогосподарської продукції, за часом їхньої дії, характером впливу — недостатні.

Беручи до уваги, що якість визначається на різних етапах виробництва, важливим є включення наступного поділу факторів у основу класифікації:

- матеріальні (засоби виробництва);
- особистісні (робоча сила).

До матеріальних умов, що забезпечують підвищення якості кінцевої продукції, варто зарахувати:

Таблиця 1. Реалізація принципів системи управління якістю

Принцип системи управління якістю	Сутність принципу	Спосіб реалізації у системі управління якістю
Орієнтація на споживача	Організації залежать від думок та бажань своїх споживачів і тому повинні розуміти їх поточні та майбутні потреби.	Проведення випереджувального дослідження попиту. Збір та аналіз даних, що відображають сприйняття продукції споживачем.
Лідерство	Керівники забезпечують єдність а цілі підтримують внутрішнє середовище, де працівники можуть бути повністю залучені - до вирішення завдань організації.	Розробка політики в галузі якості, створення, впровадження та підтримання в актуальному стані системи управління якістю.
Взаємодія людей	Повне залучення працівників дозволять із вигодою використати їх здібності.	Доведення всім співробітникам організації політики у сфері якості, зокрема, навчання співробітників основ управління якістю.
Процесний підхід	Діяльність та ресурсами управляють як процесом, з метою ефективного досягнення бажаного результату.	Управління процесами СМЯ на основі встановлених критеріїв результативності.
Поліпшення	Постійне поліпшення діяльності організації слід розглядати як незмінну мету.	Проведення коригувальних дій на основі регулярного аналізу СУЯ.
Ухвалення рішень, заснованих на свідченнях	Прийняття рішень ґрунтуються на аналізі даних та інформації.	Аналіз виконаних цілей та завдань у сфері якості, в т.ч. аналіз процесів.
Менеджмент - взаємовідносин	Організація прагне визначити постійних постачальників, що підвищить здатність обох сторін створювати цінності.	Договори про партнерство з постачальниками включаються на рівні вищого керівництва.

— якість матеріально-технічних ресурсів (корми, насіння, добрива та т.п.);

— якість технологічних процесів (своєчасність та точність виконання технологічних операцій);

— технічна оснащеність;

— рівень технічної оснащеності технологічних та закупівельно-збутових операцій, процесів зберігання, підробітку (зерна) та первинної обробки (молока) тощо.

Без урахування цих факторів управління якістю буде недосконалим.

До особистісних факторів належать:

— якість робочої сили (кваліфікація, досвід);

— форми поділу, організації та оплати праці. Значущою складовою, яка тісно пов'язана з управлінням ресурсами, є мотивація працівників. Це важливо, оскільки вона встановлює взаємозв'язок між винагородою за працю та якістю виконаної роботи, а зрештою — з результатами виробництва.

— елементи соціальної сфери, які гарантують нормальний режим праці та відновлення працездатності робочої сили (оплачувані відпустки, включаючи відпустки під час вагітності та пологів, санаторно-курортне лікування та інше).

Така система класифікації дозволяє інтегрувати всі фактори в одну структуру, яка охоплює не лише ті, що безпосередньо взаємодіють з процесом виробництва, а й ті, які мають опо-

середкований вплив і не прямо взаємодіють з виробництвом готового продукту. Це створює можливість використовувати різні фактори як інструмент для підвищення якості роботи та продукції на будь-якому етапі.

Сучасні ринкові умови вимагають від сільськогосподарських організацій забезпечення конкурентоспроможності у виробничій діяльності. Однією з основ забезпечення є робота з формування кадрового складу, здатного вирішувати завдання будь-якої складності. У таких умовах людський капітал стає ключовою складовою у процесі економічного розвитку організації за рахунок забезпечення якості продукції та формування споживчої цінності.

Розглядаючи людський капітал як один з головних ресурсів економіки, то можна виділити його основні характерні риси, що відрізняють його від інших видів капіталу:

- людський капітал з часом може бути, як збільшений, так і зменшений. Капітал може бути збільшений як від особистості, так і від зовнішнього середовища, а зменшення відбувається через фізичне та моральне зношування, тому він може бути амортизований;

- функціонування людського капіталу залежить від самої людини та її зацікавленості у цьому;

- людський капітал є одним із найважливіших факторів економічного зростання держави;

- людський капітал відрізняється від фізичного за ступенем ліквідності;

- прямі доходи, які отримує людина, контролюються нею самою незалежно від джерела інвестиції;

- інвестиції в людський капітал носять довгостроковий характер, при цьому доходи, одержувані людиною, повністю належать йому і розпоряджається він ними самостійно [5].

Існують так само деякі окремі форми людського капіталу, які виявляють його сутність та основні характеристики:

- живий капітал (сукупність умінь, досвіду та навичок), які використовує організація;

- неживий капітал (знання людини у їхньому натуральному вираженні);

- інституційний капітал (адміністративні та управлінські інстанції, які займаються розробкою ефективного використання людського капіталу).

Тепер слід розглянути поняття "людського капіталу організації".

Людський капітал організації є вартість річного обсягу фізичної та інтелектуальної живої праці, її основних та виробничих робіт-

ників, службовців, молодшого персоналу та адміністративно-управлінського в нормальних умовах виробничої діяльності при повному завантаженні його нормативно-розрахункової потужності.

Людський капітал організації можна у вигляді деякої системи, що складається з складових елементів:

- інтелектуальний капітал до нього входить "капітал знань";

- структурний капітал складається з корпоративної культури, системи менеджменту;

- соціальний капітал являє собою соціальні зв'язки і т.д.;

- клієнтський (ринковий) капітал — це система взаємовигідних відносин підприємства зі своїми клієнтами.

Людський капітал організації також можна розглядати як особливий вид капіталовкладень, підвищення якості, поліпшення функціонування робочої сили, сукупність витрат на розвиток відтворювального потенціалу людини.

Щоб оцінити людський капітал організації, можна застосовувати такі методи:

- кількісна оцінка набутих людським капіталом запасу знань, навичок, здібностей;

- спеціальні навички;

- економічна оцінка (оцінка вироблених людським капіталом доходів);

- за способом інвестування в людський капітал (капітал здоров'я, капітал освіти та економічна оцінка);

- оцінка людського капіталу на макро- і мікрорівнях;

- інтегральна оцінка (натуральні та вартісні показники оцінки людського капіталу);

- матриця соціальних рахунків (макроекономічна оцінка людського капіталу).

Об'єктом людського капіталу виступають знання соціального та загальноосвітнього характеру, накопичений досвід та навички.

Предметом людського капіталу виступають відносини, що виникають у процесі відтворення людського капіталу, що забезпечують підвищення конкурентоспроможності.

Одним із найважливіших аспектів у теорії та практики функціонування організації в сучасних умовах є людський капітал, і без нього не зможе існувати жодна організація.

Людський капітал організації визначає можливість ефективного використання виробництва, що, у свою чергу, впливає на конкурентоспроможність і ціну підприємства. Використання людського капіталу для підприємства вимагає нових підходів до управління: лідер-

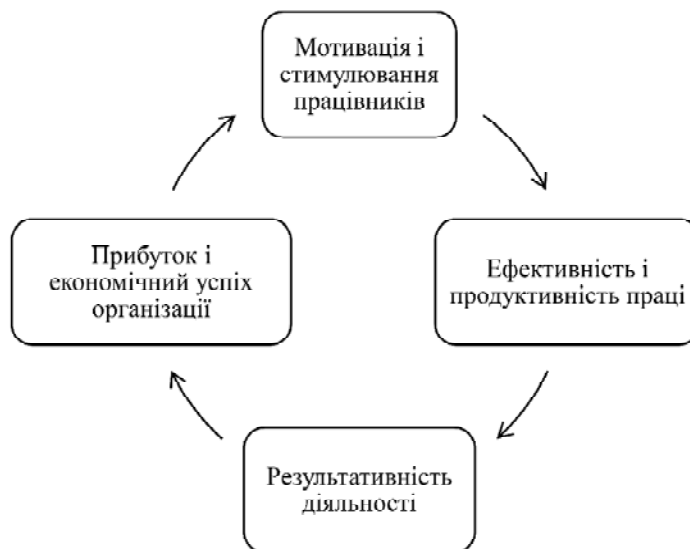


Рис. 4. Модель управління людським капіталом

ство, система мотивації, пріоритети, стиль управління тощо. Дані чинники представляють людський капітал як засіб впливу на соціально-економічні процеси.

Від ефективності використання та управління людського капіталу залежить результативність економічної діяльності підприємства.

Отже, перед підприємством постає певне питання, як потрібно здійснювати управління людським капіталом, щоб за результатами аналізу вжити заходів щодо підвищення ефективності його використання.

Відповідно, управління людським капіталом організації може бути засноване на використанні моделі циклічної взаємозалежності мотивації співробітників і результатів економічної діяльності організації (рис. 4).

Формування системи управління людським капіталом на основі даної моделі дозволяє з урахуванням результатів його використання здійснювати фактичну оцінку людського капіталу для визначення економічної ефективності організації.

Виходячи з моделі управління людськими ресурсами, мотивація та стимулювання персоналу відіграє важливу роль у підвищенні ефективності організації.

Здійснення мотивації такі:

- створення умов, які відповідають потребам;
- забезпечення винагородою за необхідні результати;
- створення у персоналу впевненості в досягненні поставлених цілей;
- створення враження у персоналу про високу цінність винагороди [6].

Процес використання різних стимулів мотивування людей називається стимулюванням. Стимулювання виконує у створенні важливу роль. Воно принципово відрізняється від мотивування, тим, що стимулювання — це один із засобів, за допомогою якого може здійснюватися мотивування.

Мотивування та стимулювання працівників мають значний вплив на розвиток у працівників таких важливих характеристик їхньої трудової діяльності, як якість роботи, результативність, старання, старанність, наполегливість, сумлінність тощо.

Перелічимо загальним стимули, які спонукають людину працювати краще: гроші, повага, самоствердження, почуття приналежності до організації; приємна робоча атмосфера, похвала, гнучкий графік роботи, усвідомлення себе членом команди, кар'єра, винагорода, премії, довіра керівництва, почуття впевненості у роботі, визнання заслуг.

Модель управління людськими ресурсами підприємства стає ефективною у разі, якщо враховуватимуться специфічні особливості організації, і навіть трудового колективу загалом і окремих працівників зокрема. У цьому випадку підприємство отримає позитивний економічний ефект у вигляді підвищення продуктивності праці, а згодом і збільшення кінцевого фінансового результату.

Ефективність формування системи управління людським капіталом залежить від її внеску у досягнення організаційних цілей організації. Метою цієї системи є досягнення ефективності та конкурентоспроможності організації. Інакше кажучи, людський капітал висту-

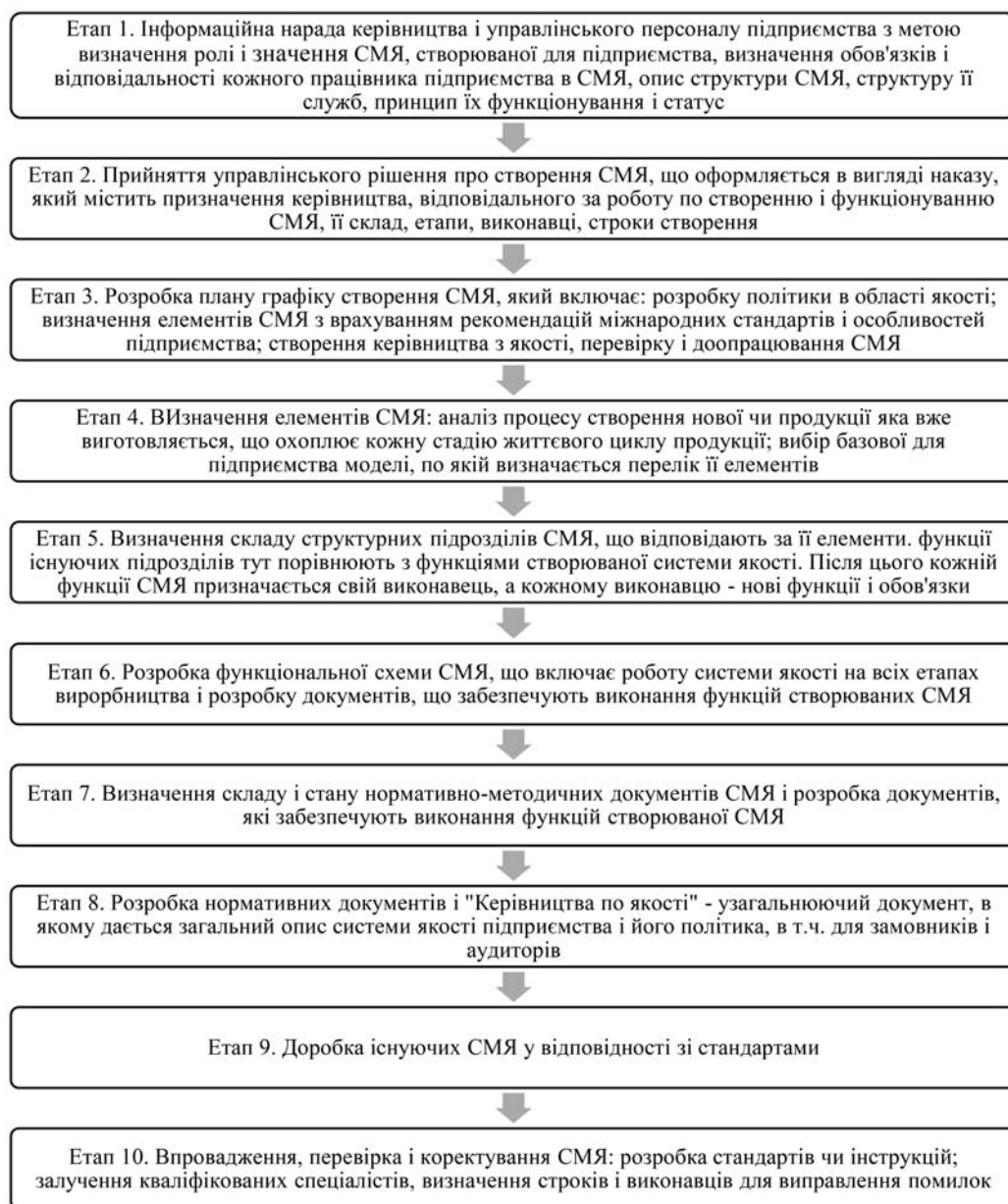


Рис. 5. Основні етапи розробки і впровадження системи менеджменту якості на підприємствах АПК

пає не тільки об'єктом управління, а й засобом вирішення важливих проблем розвитку підприємства, тобто, засобом управління.

При формуванні та розвитку людського капіталу вдосконалюється механізм управління та дозволяє успішно вирішити різні проблеми науково-технічного прогресу, підвищення конкурентоспроможності, використання новітніх сучасних технологій, а також підвищення ефективності та продуктивності.

Щоб правильно сформулювати людський капітал, організації потрібно ґрунтуватися на трьох основних принципах, які повинні стояти в основі стратегії управління людським капіталом:

1) залучення на роботу найбільш кваліфікованих фахівців, або підготовка власних фахівців високої кваліфікації рамках необхідних напрямів;

2) щоб відбувався професійний розвиток та закріплення в організації кваліфікованих, досвідчених працівників, які мають необхідні характеристики та навички ефективної роботи в команді, потрібно створити необхідні умови роботи;

3) необхідне вдосконалення системи управління людським потенціалом загалом.

Однією з найбільших переваг управління людськими ресурсами є віртуалізація цього напрямку. З постійним зростанням інформаційних

технологій організації знаходять найбільш сучасні методи управління робочою силою організації.

Організації застосовують передовий досвід (хмарні послуги) в управлінні людським капіталом, що призводить до покращення роботи організації. Передова практика включає: гарантії зайнятості, підвищення кваліфікації та селективне наймання персоналу, комплексне навчання, обмін інформацією, підвищення заробітної плати. Зрештою, це призводить до отримання переваг для організації.

Одним з ключових аспектів управління якістю та, відповідно, забезпечення споживчої цінності продукції на підприємствах є проведення контролю. Основне завдання цього процесу полягає в перевірці відповідності продукції або процесу, який визначає її якість, встановленим вимогам. Контроль спрямований на виявлення будь-яких невідповідностей та відхилень від установлених нормативів з метою їх усунення та подальшої корекції.

Великі підприємства сьогодні мають свою систему виробничого контролю; чіткий вхідний контроль. У малого бізнесу цього немає. Але в середніх та великих сільгосппідприємствах контрольні процеси здійснюються достатньо слабо. Дається взнаки недостатня забезпеченість контрольно-вимірювальними приладами, внаслідок чого переважають суб'єктивні, візуальні та інтуїтивні оцінки якості, що не тільки не дає точних відомостей про його рівень, а й обмежує можливості контролю за всім протягом виконання робіт, а також стримує розробку та впровадження більш ефективних заходів стимулювання працівників за найкращі показники якості роботи та продукції.

Вибираючи стратегію високої якості своєї продукції та її націленість на конкретного споживача як пріоритет поточної діяльності підприємство досягає великих успіхів на ринку. Такий підхід спрямований на виконання місії підприємства, що забезпечує його розвиток та координує його діяльність відповідно до змін зовнішньої середовища та кон'юнктури ринку.

Така стратегія передбачає створення нової цінності безпосередньо для споживачів, тобто те, що не лише вигідно відрізняє продукцію цього підприємства від іншого, а й найповніше задовольняє їхні запити. А це передбачає розвиток на підприємстві системи менеджменту якості (СМЯ), яка є складовою управління виробництвом. Як цільовий підсистемі їй влас-

тиві риси, в одного боку, притаманні системі управління виробництвом загалом, з іншого — специфічні, що доповнюють загальні ознаки управління виробництвом та взаємодіють із нею [7].

Розробку та впровадження системи менеджменту якості на підприємствах доцільно проводити у наступній послідовності (рис. 5).

Ті сільськогосподарські підприємства які мають стабільні договірні відносини з переробними підприємствами або входять до складу агрофірм, поставляють продукцію для наступної переробки, можуть обмежитися створенням лише частини названих елементів.

Впровадження СМЯ дозволять підприємству:

- знизити витрати матеріалів та часу;
- підвищити якість продукції;
- удосконалити систему управління та підвищити спочатку її результативність, а потім і ефективність;
- підвищити відповідальність та дисциплінованість персоналу;
- отримати переваги перед конкурентами за участю у тендерних торгах;
- спростити та здешевити процес отримання ліцензій чи дозволів;
- підвищити імідж підприємства у власних очах іноземних та вітчизняних партнерів;
- збільшити інвестиційну привабливість підприємства та вартість бізнесу.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Концепт "споживчої цінності" стає дедалі більше привабливим для дослідників у сфері маркетингу, менеджменту, підприємництва, а також в цілому економіки, оскільки на ринку обертаються не товари та послуги, а цінність. Цінність — це те, що має ринкову привабливість і покупці готові платити. А це означає, що весь бізнес можна пояснити через концепт цінності, а саме як процес створення, просування на ринок та доведення до споживачів цінностей за їх гроші.

Задоволеність покупця виражається відповідно до його основних характеристик споживчої цінності товару. Із цього можна зробити висновок: якщо всі характеристики не відповідатимуть його очікуванням, то він буде незадоволений, і навпаки.

Якісний товар відповідатиме всім потребам споживача, що в результаті позначиться на його задоволеності. І для успішного маркетингу необхідно впроваджувати програми, що доз-

воляють керувати якісними характеристиками товару, лише в цьому випадку споживач може бути задоволеним.

Якість як істотна визначеність об'єкта, відповідно до якої він відрізняється від іншого об'єкта, складається під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, що визначають витрати на його дотримання.

Внутрішні фактори, що впливають на якість сільськогосподарської продукції, ми ділимо на матеріальні та особистісні. До матеріальних факторів пропонуємо відносити якість використуваних ресурсів, якість виконання технологічних процесів, рівень технічної оснащеності процесів виробництва, первинної обробки, зберігання та збуту сільськогосподарської продукції. До особистісних (людський капітал) — якість робочої сили, форми поділу, організації, оплати та стимулювання праці

Щоб правильно сформувати людський капітал, організації потрібно ґрунтуватися на трьох основних принципах, які повинні стояти в основі стратегії управління людським капіталом:

1) залучення до роботи найбільш кваліфікованих фахівців, чи підготовка своїх фахівців високої кваліфікації у межах необхідних напрямів;

2) щоб відбувався професійний розвиток і закріплення в організації кваліфікованих, досвідчених працівників, які мають необхідні характеристики та навички ефективної роботи в команді, потрібно створити необхідні умови роботи;

3) необхідне вдосконалення системи управління людським потенціалом загалом.

Література:

1. Мельничук В. М. Аналіз складових споживчої цінності товару на промисловому та споживчому ринках. Університетські наукові записки, 2011, № 4 (40). С. 440—453.

2. Дорош-Кізім М. М., Дадак О. О., Гачек Т. С. Перспективи розвитку агропромислового комплексу України в умовах євроінтеграції. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія "Економічні науки". Том 19. № 76. Львів, 2017. С. 47—55.

3. Малюта Л. Я. Забезпечення якості продукції — необхідна умова підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в сучасному ринковому просторі / Л.Я. Малюта // Економіка, фінанси, право. — 2008. — № 9. — С. 11—14.

4. Степаненко Т. О. Методичні засади проектування та управління якістю бізнес-процесів. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2015. Т. 20. Вип. 3. С. 146—150.

5. Чорна Л. О. Науково-методичні підходи інноваційного розвитку людського капіталу. Агросвіт. 2017. № 6. С. 17—20. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/6_2017/5.pdf

6. Самборська О. Ю. Людський капітал як фактор економічного зростання. Економіка АПК. 2019. № 6. С. 64—72.

7. Надобних О. О., Богацька Н. М. Якість продукції як один з найважливіших критеріїв підвищення конкурентоспроможності підприємства. Молодий вчений. 2014. № 11. С. 86—89.

References:

1. Mel'nychuk, V.M. (2011), "Analysis of the components of consumer value of goods on industrial and consumer markets", *Universytets'ki naukovi zapysky*, vol. 4 (40), pp. 440—453.

2. Dorosh-Kizym, M.M. Dadak, O.O. and Hachek, T.S. (2017), "Prospects of development of agroindustrial complex of Ukraine under conditions of European integration", *Naukovyj visnyk L'vivs'koho natsional'noho universytetu veterinarnoi medytsyny ta biotekhnolohij imeni S.Z. Hzhys's'koho. Seriiia "Ekonomichni nauky"*, vol. 19, no 76, pp. 47—55.

3. Maliuta, L.Ya. (2008), "Ensuring product quality is a necessary condition for increasing the competitiveness of the enterprise and its products in the modern market space", *Ekonomika, finansy, pravo*, vol. 9, pp. 11—14.

4. Stepanenko, T.O. (2015), "Methodological fundamentals of design and quality management business processes", *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Seriiia: Ekonomika*, vol. 20, no. 3, pp. 146—150.

5. Chorna, L. and Zachosa, O. (2017), "Scientific and methodical approaches of innovative human capital development", *Agrosvit*, vol. 6, pp. 17—20, available at: http://www.agrosvit.info/pdf/6_2017/5.pdf (Accessed 05 Jan 2024).

6. Sambors'ka, O.Yu. (2019), "Human capital as a factor for economic growth", *Ekonomika APK*, vol. 6, pp. 64—72.

7. Nadobnykh, O.O. and Bohats'ka N.M. (2014), "The quality of products as one of the most important criterion to increase enterprise competitiveness", *Molodyj vchenyj*, vol. 11, pp. 86—89.

Стаття надійшла до редакції 15.01.2023 р.