

УДК 339.1

## МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ

І. Гнилякевич

*Львівський національний університет ім. Івана Франка*

*У статті особливу увагу зосереджено на дослідженні системи якості послуг вітчизняних підприємств природних монополістів. Здійснено аналіз взаємодії регулюючих органів, суб'єктів природної монополії та споживачів щодо основних аспектів якості надаваних послуг; проаналізовано також причин низької ефективності роботи державних підприємств природних монополістів в Україні.*

*Ключові слова: маркетингове управління, природні монополії, державне регулювання, якість послуг, система якості, споживачі, ефективність роботи.*

В сучасних умовах функціонування підприємств на ринках є ускладнене низкою чинників, зокрема, мінливістю ринкового середовища, нестабільністю споживчого попиту, наявністю значної кількості конкурентів, недосконалістю нормативно-правового поля, концентрацією каналів розподілу продукції тощо.

Однак діяльність підприємств природних монополістів лежить за межами традиційного аналізу. Так, зокрема, ринки природних монополій характеризуються нееластичністю попиту на продукцію та жорстким державним регулюванням. Зважаючи на відсутність конкуренції на даних ринках питання створення ефективної системи маркетингового управління якістю продукції набуває особливої актуальності.

Якість є однією з найважливіших передумов досягнення конкурентоспроможності товару (послуги), можливості успішного продажу товару на конкретному ринку у конкретний час, здатності товару(послуги) бути виділеним споживачами із сукупності інших конкурентних пропозицій. Якісні характеристики допомагають підвищити рейтинг товару (послуги), під яким розуміють міру переваги однієї моделі товару над іншими. Важливою є роль якості у формуванні іміджу товару – сформованого і постійно підтримуваного стійкого уявлення покупців про престижність товару, якість послуг, репутацію торгової марки, фірми та її керівництва. У складі загального іміджу може виділятися так званий ефект випромінювання, коли одна зі складових іміджу сприймається настільки сильно, що зумовлює ставлення споживача загалом.

Численні дослідження в даній сфері, зокрема, в області оцінки якості, здійснили такі вчені-економісти, як: А.В.Давидов, І.В.Белов, Н.П.Терешіна, Г.В.Бубнова, В.Г.Галабурда та інші. Питанням аналізу ринків природних монополій присвячені роботи класиків економічної думки: А. Пігу, Дж. Робінсон та інших.

При розгляді питання реформування національної системи регулювання ринків природних монополій варто зосередити особливу увагу на питанні регулювання якості надаваних послуг суб'єктами природних монополій. В умовах української економіки це питання видається особливо актуальним. Варто зазначити, що на

сьогодні в Україні даній проблемі не приділяється належна увага. На нашу думку даний аспект проблеми є не менш важливим в масштабах нашої країни. Заслужують уваги не тільки питання цінового (тарифного) регулювання суб'єктів природних монополій, але й співвідношення ціна-якість надаваних послуг. Так, зокрема, в Указі Президента України «Про Концепцію вдосконалення державного регулювання природних монополій» відзначається, що обов'язковим елементом умов господарської діяльності, що є предметом державного регулювання, має бути забезпечення належної якості та безпеки послуг суб'єктів господарювання, які виробляють (реалізують) товари на ринку, що перебуває у стані природної монополії, та суб'єктів господарювання, що діють на суміжних ринках [17].

Предметом регулювання діяльності суб'єктів природних монополій є: ціни (тарифи) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій; доступ споживачів до товарів (послуг), що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій; інші умови передбачені законом. На нашу думку, необхідно внести зміни до Закону України «Про природні монополії», зокрема законодавчо доповнити наведений вище перелік положенням «якість надаваних послуг суб'єктів природних монополій», оскільки, здебільшого, від послуг останніх залежить життя і здоров'я громадян країни.

В економічній літературі під поняттям якості розуміють: сукупність властивостей продукції (технічних, технологічних, економічних, екологічних тощо), що зумовлюють ступінь її здатності задовольняти потреби споживачів відповідно до свого призначення. Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання.

Існує значна кількість визначень поняття якості, зокрема:

цінність за гроші. Якість пов'язана із ціною, тому «добра» якість пропорційна чистій корисності, яка одержується покупцем;

абстрактне: якість – це властива перевага, внутрішня властивість об'єкта, її неможливо визначити чи виміряти, якість можна тільки усвідомити [45, с.56];

відповідність специфікаціям. Товар або послуга, придбані покупцем, задовольняють свої технічні специфікації. Це виробничий підхід, проте він є правильним тільки у разі, якщо специфікації складені правильно [45, с.57];

відсутність помилок. Стосовно реалізованого товару чи послуги це означає відповідність специфікаціям, проте відносно виробничого процесу це перетворюється на питання скорочення втрат;

відповідність очікуванням покупців. Товар або послуга повинні відповідати очікуванням покупців. Це особливо важливо врахувати на етапі проектування. Під час розроблення товару чи послуги очікують, що сподівання покупців можна визначити і чітко описати, а отже, втілити в життя. В такому випадку якість іноді визначають як «відповідність призначенню» [44, с.256];

перевершення очікувань споживачів. Послуга може називатися високоякісною, якщо кожен наступний досвід від контакту з нею є кращим, ніж попередній [82, с. 22];

якість сервісу. Якщо якість сервісу потрібно покращувати, то це означає, що її потрібно якось вимірювати. Без засобів оцінювання неможливий контроль чи покращення.

При розгляді питання якості послуг суб'єктів природних монополій, варто наголосити на ефективності державного менеджменту, тут мова йде про ефективність управління підприємством монополістом державної форми власності.

До основних причин низької ефективності роботи державних підприємств в Україні можна віднести:

Слабке корпоративне управління. Відсутні ради директорів, нерідкі випадки прямого втручання держави в операційну діяльність компаній, мета і завдання роботи держпідприємств непрозорі й ставляться на короткий період часу (1 рік), оплата праці менеджерів держпідприємств низка й не прив'язана до результатів їхньої роботи

Недостатність навичок менеджменту. Керування держпідприємствами здійснюють менеджери, що мають обмежений досвід роботи в приватному секторі економіки, на рівні органів виконавчої влади відчувається нестача професіоналів-галузевиків, кращий міжнародний досвід управління недостатньо реалізується в державних компаніях через відсутність менеджерів з досвідом роботи за кордоном.

Перед держпідприємствами ставляться цілі комерційного і соціального характеру без чітких механізмів визначення пріоритетів. Це призводить до низької прозорості альтернативних витрат, що виникають при досягненні соціальних завдань, і до розмивання уваги органів виконавчої влади та менеджменту до ефективності підприємств.

Структуру системи якості доцільно розглядати з позиції зовнішнього та внутрішнього середовища рис. 1. Щодо внутрішнього середовища, то споживач перебуває в центрі трьох ключових аспектів системи якості підприємства. Злагоджена та відповідальна робота усіх ланок цього процесу: керівництва, персоналу та матеріальних ресурсів, структури системи якості в середині підприємства, дозволить організації надавати якісні послуги, що відповідають вимогам державних нормативів та споживачів. Основними суб'єктами зовнішнього середовища в процесі забезпечення системи якості послуг є регулюючий орган, суб'єкт природної монополії та споживачі відповідних послуг. Процес взаємодії зазначених суб'єктів повинен бути тристороннім. Регулятор в галузі відповідає за розроблення та контроль якості надаваних послуг суб'єкта господарювання, останній повинен вносити свої пропозиції, щодо покращення процесу надання якісних послуг споживачам та цінової політики підприємства. Споживачі впливають на суб'єкта природної монополії через публічні слухання та обговорення цінової політики підприємства та перегляду нормативів якості послуг, що надає підприємство.

Керівництво підприємства несе відповідальність за вироблення політики у сфері якості послуг і задоволення споживача. Її реалізація залежить від того, наскільки успішно керівництво забезпечує розроблення і ефективне функціонування системи якості.

Для виконання завдань у сфері якості на підприємстві доцільно створити структуру системи якості, яка дозволяє на всіх етапах надання послуг ефективно управляти якістю послуг, оцінювати і підвищувати її. Керівництво повинно передбачити постійне і незалежне проведення офіційного аналізу системи якості для визначення, якою мірою вона продовжує відповідати поставленим вимогам, дозволяє ефективно проводити політику у сфері якості і виконувати поставлені у сфері якості завдання. Особливу увагу потрібно звертати на необхідність чи можливість підвищення якості. Аналіз повинен проводитись відповідними працівниками з керівного складу чи компетентним, незалежним персоналом, що інформує безпосередньо вище керівниц-

тво. Такий аналіз повинен містити чітко сформульовані і вичерпні оцінки, які базуються на всіх джерелах відповідної інформації, зокрема:

на висновках аналізу рівня надання послуг; тобто даних про загальну ефективність і результативність процесу надання послуг з погляду виконання поставлених до послуг вимог і задоволення споживача;

на висновках внутрішніх перевірок якості про реалізацію і ефективність всіх елементів системи якості з погляду виконання поставлених завдань з забезпечення якості послуг;

на змінах, викликаних новими технологіями, концепціями якості, ринковими стратегіями, а також соціальними умовами і умовами навколишнього середовища.

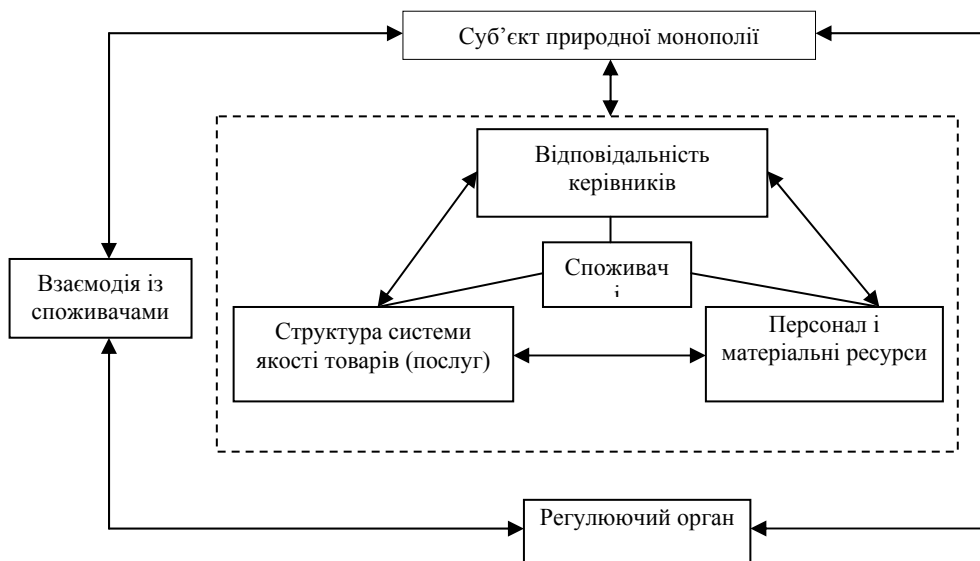


Рис 1. Взаємодія регулюючого органу, суб'єкта природної монополії та споживачів щодо основних аспектів якості надаваних послуг

Оформлені у вигляді документа зауваження, висновки і рекомендації за результатами аналізу і оцінювання повинні бути подані керівництву для їх урахування під час підготовки програми підвищення якості послуг.

Оскільки галузі природних монополій здебільшого належать до сфер суспільних послуг, то на нашу думку, держаний механізм встановлення нормативів якості, зокрема на послуги водопостачання, тепlopостачання тощо повинен переглядатися щорічно, а в структуру підприємств природних монополістів повинні бути делеговані директивні настанови щодо їх дотримання. Необхідно створити механізм зацікавлення керівників підприємств природних монополістів дотримуватися встановлених на рівні держави показників якості певних послуг.

1. Закон України «Про природні монополії» від 20.04.2000р. - №1682-III. – Доступний з: <http://www.rada.gov.ua>

2. Указ Президента України «Про Концепцію вдосконалення державного регулювання природних монополій» від 27.09.2007р. - № 921/2007. – Доступний з: <http://www.rada.gov.ua>
3. Базидевич В. Д., Филюк Г. М. Природні монополії. – К.: Знання, 2006. – 367с.
4. Віскузі В. Кіп Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика / Віскузі В. Кіп, Вернон Джон М., Гарінгтон Джозеф Е. (мол.). Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика. Пер. з англ. – К. : Основи, 2004. – 1047 с.
5. Григор'єва Л.В. Сутність та оцінка маркетингового потенціалу підприємства / Григор'єва Л.В. // Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія. – Суми : ТД «Папірус», 2010. – 624 с. – С. 210-222.
6. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Кардаш В.Я. – К. : КНЕУ, 2003. – 250 с.

## MARKETING MANAGEMENT SYSTEM QUALITY PRODUCTION COMPANIES OF NATURAL MONOPOLIES

I. Hnylyakevych

*Ivan Franko National University of L'viv*

The article particularly focuses on the study of service quality of domestic enterprises of natural monopolies. The analysis of the interaction between regulatory bodies of subjects of natural monopolies and consumers on key aspects of service delivery; also analyzed the reasons for the low efficiency of SOEs natural monopolies in Ukraine.

Keywords: marketing management, natural monopoly, government regulation, service quality, system quality, consumers efficiency.

## МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ

И. Гнилякевич

*Львовский национальный университет им. Ивана Франко*

В статье особое внимание сосредоточено на исследовании системы качества услуг отечественных предприятий естественных монополистов. Осуществлен анализ взаимодействия регулирующих органов, субъектов естественной монополии и потребителей относительно основных аспектов качества предоставляемых услуг; проанализированы также причин низкой эффективности работы государственных предприятий естественных монополистов в Украине.

Ключевые слова: маркетинговое управление, естественные монополии, государственное регулирование, качество услуг, система качества, потребители, эффективность работы.