

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)



Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 5, 2013

[Назад](#)

[Головна](#)

УДК 658.562

Л. М. Ткачук,
к. е. н., доцент, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця
Т. К. Калугаряну,
студентка, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ

L. M. Tkachuk,
Ph. D., assistant professor of Department of manager training,
Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa
T. Kalugarianu,
student, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

PRODUCT QUALITY: METHODOLOGICAL AND PRACTICAL ASPECTS

В статті розглянуто основні підходи до визначення категорії «якість», сформульовано авторське визначення поняття «якість продукції». Проаналізовано чинники формування якості продукції. Запропоновано комплекс проведення заходів по забезпеченню якості продукції за технічним, економічним та організаційним напрямкам.

This paper reviews the main approaches to the definition of "quality", the authors' definition of "quality." The factors forming quality were analyzed. A complex of measures to ensure the quality of products on the technical, economic and organizational areas was offered.

Ключові слова: *якість, якість продукції, конкурентоспроможність, чинники формування якості, шляхи вдосконалення якості.*

Keywords: *quality, product quality, competitiveness, factors shaping quality, ways to improve quality.*

Постановка проблеми.

У ринковій економіці проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки. Якість - комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг тощо.

Рівень розвитку підприємства та величина його прибутку залежить, в першу чергу, від якості продукції. Якість як економічна категорія відображає сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Тому для кожного підприємства принципово важливо постійно підвищувати та удосконалювати рівень якості. В умовах розвитку міжнародної торгівлі і споріднених їй видів діяльності, успіх окремих підприємств та галузей економіки на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція або послуги відповідають стандартам якості.

Проблеми якості є універсальними і характерними для усіх без винятку країн світу, вони набувають нової, особливої актуальності по мірі поглиблення ринкових відносин, загострення конкуренції, зменшення протекціоністських заходів держави.

В сучасних умовах в Україні якість продукції і послуг, їхня безпека відіграють все більшу роль в економіці країни. Саме тому вихід із кризового стану виробництва лежить на шляху якнайшвидшого освоєння конкурентноздатної продукції, суворого дотримання технічних параметрів виробництва, впровадження ефективним систем управління якістю.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблема управління якістю активно досліджується науковцями на пострадянському просторі, у т.ч. і в Україні. Значний внесок в розвиток теорії управління якістю зробили А. Глічев, В. Панов, Г. Азгалдов, В. Версан, Ю. Адлер, Р. Бичківський, П. Калита, А. Вакуленко, М. Шаповал, Ю. Койфман, Ю. Адлер та інші. Проте недостатньо дослідженим залишаються питання впливу якості на діяльність підприємства, необхідна подальша розробка термінології в галузі якості, передусім з позицій функціонування підприємства як організаційної структури.

Мета статті – уточнити визначення поняття «якість продукції», розглянути чинники формування якості продукції, визначити напрямки підвищення якості продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Під якість продукції розуміють сукупність властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення. Кожний виріб має свої конкретні властивості, які відображають його корисність і здатність задовольняти потреби людини. Корисність того чи іншого виробу відображає його споживчу вартість, тобто має бути оціненою за її якісними показниками. Таким чином, споживча вартість і якість виробів тісно пов'язані між собою. Підвищення якості продукції, як і інші економічні категорії – підвищення ефективності людської праці, розвитку науки і техніки, є відображенням історичного процесу.

У ринкових умовах господарювання споживач продукції, незалежно чи юридична, чи фізична особа, самостійно вирішує, яку продукцію або товар придбати. Тому на споживчий попит на товар впливають значною мірою якісні показники того чи іншого виробу (зовнішній вигляд, оформлення, гарантії на товар), реклама, можливе його обслуговування тощо.

Для підтримання високої якості та конкурентоспроможності готової продукції на підприємстві необхідно постійно впроваджувати новітні технології та одночасно постійно контролювати якість продукції в процесі технологічного циклу. Однак процес контролю має супроводжуватись певними методиками контролю, класифікацією видів браку та відповідними організаційними прийомami його усунення.

Науковий підхід до вивчення будь-якої категорії чи явища передбачає в першу чергу визначення змісту поняття, його сутності, місця і ролі в сукупності інших категорій та явищ. Наукові трактування якості є досить різнобічними, проте об'єднаними певною загальною філософією дефініції. Так, виходячи із суб'єктивних позицій, Ф. Кросбі визначає якість як відповідність вимогам. У. Демінг вважає, що управління якістю не означає досягнення досконалості, а отримання такого рівня якості, на який розраховує ринок. Д. Джуран визначає якість як відповідність призначенню. А. Фегенбаум називає якість сукупністю складних ринкових, технічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким останній відповідає очікуванням споживача. Д. Харрінгтон визначає якість як задоволення або перевищення вимог споживача за прийнятною для нього ціною [1].

Під якістю продукції розуміють також сукупність властивостей та характеристик продукту, котрі надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Таке визначення наведено в стандарті ISO і є найбільш поширеним в країнах з розвинутою економікою. У 1986 р. в межах ISO були сформульовані терміни щодо якості для всіх галузей бізнесу і промисловості, а у 1994 р. ця термінологія була уточнена. За цим останнім підходом стандартизованим є визначення якості, за яким дана категорія є сукупністю характеристик об'єкта, що відносяться до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби [2].

На сучасному етапі якість продукції — це поняття, яке характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації та уніфікації, надійність і довговічність. Як економічна категорія якість відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини.

Узагальнюючи наведені підходи, вважаємо, що якість продукції — це сукупність функціональних, естетичних і економічних властивостей, які відповідають конкретним потребам споживачів. Принциповою особливістю такого визначення є врахування проявлення властивостей продукції в певних умовах споживання. Мається на увазі, що якість продукції виявляється не в самих властивостях, а в тому, в якій мірі вони задовольняють певні потреби споживачів. Тим не менше, такий підхід, за останніми положеннями теорії менеджменту повинен бути доповнений з урахуванням потреб формування активної позиції вивчення та прогнозування вимог споживачів, формуючи тим самим культуру споживання.

Основним результатом розвитку світового підприємництва у 80-х рр. XX ст. стало домінування конкуренції не цін, а якості: 80% покупців приймали рішення про покупку, звертаючи увагу в першу чергу на якість продукції. Таким чином, конкурентоспроможною могла стати лише продукція, яка мала, при інших рівних умовах і меншій виробничій собівартості, вищу якість. Дана ситуація дозволила аналітикам обґрунтувати термін „нова конкуренція” [3]. У продовження даної дискусії слід відзначити формування потужного інституційного напрямку аналізу і моделювання соціально-економічних систем за нових умов конкуренції, що не може ігноруватися в країнах транзитивної економіки, де нові інститути економічної стабілізації і зростання будуються на фундаменті принципово нового розуміння значення категорії „якість”.

Як показали результати аналітичного огляду наукових джерел з проблеми якості, багатоаспектність підходів до розгляду даної категорії не виключає домінування достатньо вузького предмету досліджень, а саме - ідентифікації якості з позицій досягнення відповідного її рівня із суб'єктивних позицій, вимог ринку, або відповідність призначенню. Всі інші варіації дефініцій зводяться до орієнтації на очікування споживача, що є аналогічним підходом за сутністю. Такий підхід є класичним політекономічним трактуванням однієї з економічних категорій суспільного життя, якою є якість, виходячи з домінантності фактору ринку у всій універсальності розуміння останнього як невід'ємної частини народногосподарського комплексу, логіка функціонування якого обумовлена дією конкуренції. За всієї логіки ринкового господарства, що не може, звісно, ігноруватися принципово, водночас такий підхід об'єктивно обмежує, на нашу думку, глибину філософського трактування категорії якості з огляду на відсутність у вищевідзначеній точці зору таких виключно важливих аспектів, як організаційні структурні компоненти репрезентативного підприємства, а також інституційний характер функціонування будь-якої економічної організації. Як вже відзначалося, в сучасній теорії економіки якості економіко-організаційні та інституційні аспекти проблеми залишилися фактично поза увагою.

Вважаємо, що якість продукції (а саме такими є переважачі концептуальні підходи економічної теорії) в загальній моделі її досягнення та підтримання не можуть розглядатися ізольовано від інших структурних елементів підприємства. Якість продукції є лише однією з таких складових, і за логікою функціонування підприємства дана категорія є лише похідною від цілого комплексу якісних показників, які можуть мати або ж не мати кількісної інтерпретації. Так, останнє виглядає найрельєвніше при розгляді питань якості, наприклад, в розрізі проблематики досконалості філософії фірми, персоналу або управління як функціонального процесу менеджменту. Не зважаючи на спроби представити кількісну оцінку впливу даних факторів на ефективність підприємства, мова, очевидно, може йти лише про аналітичну інтерпретацію якісних процесів, що мають ситуативне віддзеркалення в конкретних, тимчасових або ж суб'єктивних умовах.

Забезпечення належної якості продукції - це вимога часу, сучасної дійсності, коли будь-який товар задовольняти споживача не може, як це було при командно-адміністративній системі. У нинішніх умовах споживач продукції є регулятором її рівня виробництва і попиту на ринку.

Якість продукції формується під впливом таких важливих чинників:

- активне прагнення підприємств до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу;
- ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів;
- інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального та морального характеру.

Важливими властивостями для оцінки якості є:

- 1) технічний рівень, що відбиває матеріалізацію в продукції науково-технічних досягнень;
- 2) естетичний рівень, що характеризується комплексом властивостей, пов'язаних з естетичними відчуттями і поглядами;
- 3) експлуатаційний рівень, пов'язаний з технічною стороною використання продукції (догляд за виробом, ремонт і т.п.);
- 4) технічна якість, що припускає гармонічне ув'язування передбачуваних і фактичних споживчих властивостей в експлуатації виробу (функціональна точність, надійність, тривалість терміну служби).

Підвищення якості продукції повинно базуватися на основі розробки комплексної, взаємопов'язаної системи технічних, організаційних, економічних і соціальних та мотиваційних заходів, що забезпечують необхідний рівень якості на всіх стадіях виробництва і споживання продукції. Важливою умовою при їх формуванні є досягнення „господарського ефекту” за рахунок зменшення вартості виробів [4].

Тому вважаємо доцільним впровадження заходів по підвищенню якості продукції одночасно:

1. за технологічним напрямком:
 - техніко-технологічна досконалість виробництва (використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів, удосконалення застосування стандартів і технічних умов);
 - досконалість засобів виробництва (запровадження новітніх технологій, забезпечення належної технологічної оснащеності виробництва);
 - удосконалення системи контролю за якістю сировини, матеріалів, готової продукції;
2. за економічним напрямком:
 - ефективність управління витратами на якість;
 - рівень інвестиційного забезпечення модернізації;
 - ефективність системи логістики;
3. за організаційним напрямком:
 - формування організаційної культури та філософії організації;
 - використання ефективної системи мотивації;
 - лідерство та фахова компетентність середнього та вищого менеджменту;
 - якість промислово-виробничого персоналу;
 - дотримання технологічної дисципліни;
 - проведення сертифікації продукції і послуг згідно міжнародних сертифікатів.

Висновки. Якість продукції значною мірою визначається ефективністю системи управління якістю на підприємстві та належною організацією самого виробничого процесу. Все більше підприємств розуміють необхідність суворого дотримання стандартів системи управління якістю та вимог належної виробничої практики.

Система управління якістю, що побудована згідно з принципами Загального управління якістю, передбачає постійне вдосконалення маркетингової діяльності фірми, поліпшення якості продукції і задоволення потреб усіх зацікавлених сторін: споживачів, постачальників, персоналу, власників, суспільства в цілому за рахунок створення відповідного менеджменту на підприємстві.

Як свідчить вітчизняний та світовий досвід, застосування систем якості надає підприємствам можливість істотно підвищувати ефективність своєї діяльності, забезпечувати споживачів продукцією і послугами, що відповідають потребам і вимогам законодавства. Створення ефективних систем якості, орієнтованих на впровадження сучасного досвіду в галузі організації та технологій, забезпечує стійке становище підприємств на ринку.

Список використаних джерел

1. Мороз О. В. Організаційно-економічні фактори управління якістю на підприємствах : монографія. / О. В. Мороз, Л. М. Ткачук. — Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2005. — 137 с.

2. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. – На заміну ДСТУ 3230-95; Введ. 27.06.2001 р. – К. : Держстандарт України, 2001. – 26 с.
3. Бест М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития / Бест М. ; пер. с англ. – М. : ТЕЗИС, 2002. – 356 с.
4. Труш Ю. Я. Обґрунтування основних шляхів підвищення управління якістю продукції / Ю. Я. Труш // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 8. – С. 91-94.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2013 р.



ТОВ "ДКС Центр"