

Маріуполь, 2011. – Т. 1. – С. 156-163

14. Закаблук Г.О. Теоретичні аспекти соціально-економічного розвитку трудових ресурсів / Г.О. Закаблук / Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. – 2014. – №2. – С. 86-93.

15. Сотник І.М. Економічні основи ресурсозбереження [навч. посіб.] / І.М.Сотник. – Суми: Університетська книга, 2013. – 230 с.

16. Філіпенко А.С. Економіка зарубіжних країн [текст] : підруч. для студ. екон.спец. вищих закл. освіти / А.С. Філіпенко та ін. – 2. вид. - К. : Либідь., 1998 – 416 с.

17. Шталь Т.В. Комплексна оцінка ресурсного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі : дис. ... канд. екон. наук: 08.07.05 / Т.В. Шталь / Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х., 2006. – 318 с.

18. Огорокова Л.Г. Ресурсный потенциал предприятий / Л.Г. Огорокова. – СПб.: С-ПбГТУ, 2001. – 293 с.

Рецензент д.е.н., професор Маркіна І.А.

УДК 658.82:631.11

Маркіна І.А., д.е.н., професор

Потапюк І.П., к.е.н.,

Мошенець Д.О., магістрант

Полтавська державна аграрна академія

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

У статті аналізуються теоретико-методологічні засади управління якістю продукції. Зокрема: розглядаються різні точки зору відносно поняття «якість продукції»; визначаються категорії якості продукції; виокремлюються причини, що визначають необхідність підвищення і забезпечення якості продукції; виділяються групи показників якості продукції; характеризуються методи управління якістю продукції.

Ключові слова: якість, якість продукції, показники якості продукції, категорії якості продукції.

Markina I. , Potapiuk I., Moshenec D.

THE ORETIC-METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF PRODUCT QUALITY MANAGEMENT

The article considers theoretical and methodological foundations of product quality management. In particular: various points of view regarding the concept of "product quality" are considered; the categories of product quality are defined; the reasons determining the need to improve the quality of products; groups of product quality indicators are identified; the methods of quality management of products are characterized.

Keywords: quality, product quality, product quality indicators, product quality categories.

Маркіна І.А., Потапюк І.П., Мошенец Д.А.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

В статье анализируются теоретико-методологические основы управления качеством продукции. В частности: рассматриваются различные точки зрения относительно понятия «качество продукции»; определяются категории качества продукции; выделяются причины, определяющие необходимость повышения качества продукции; определяются группы показателей качества продукции; характеризуются методы управления качеством продукции.

Ключевые слова: качество, качество продукции, показатели качества продукции, категории качества продукции.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Сьогодні дуже важливо, щоб продукція, яка виготовляється підприємством, була якісною і відповідала вимогам нормативної документації.

У розвинених країнах проблема підвищення якості займає провідне місце в забезпеченні конкурентоспроможності продукції та послуг, побудові нових відносин

між споживачем і виробником, задоволенні матеріальних потреб, соціальних інтересів і духовних запитів суспільства. Особливу значущість ця проблема набуває в умовах економічної кризи, що супроводжується розпадом економічних зв'язків, зниженням виробництва, втратою позицій на зовнішньому і внутрішньому ринках.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретико-методологічні аспекти управління якістю продукції розкриті у наукових працях таких учених, як Р.В. Бичківський, Л.І. Боженко, І.М. Бойчик, Н.А. Даниленко, Г.А. Саранча, В.Г. Сиченко, М.І. Шаповал, С.О. Заїка, А.І. Момот. У наукових доробках зазначених вище авторів розглядається широке коло питань щодо управління якістю продукції.

Цілі статті. Основними цілями та завданнями дослідження є обґрунтування методологічних засад щодо управління якістю продукції підприємств. Водночас наукових доробок щодо визначення сутності якості продукції, її категорій, груп показників якості продукції, методів управління якістю продукції підприємств недостатньо, що і зумовило актуальність наукового дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Продукція (товар) – головний об'єкт на ринку. Вона має вартість і споживчу вартість (або цінність), володіє певною якістю, технічним рівнем і надійністю, що задається споживачами, корисністю, показниками ефективності у виробництві та споживанні, іншими важливими характеристиками. Саме в товарі знаходять відображення усі особливості й протиріччя розвитку ринкових відносин в економіці. Товар – точний індикатор економічної сили й активності виробника. Дієвість чинників, які визначають позицію виробника, перевіряється в процесі конкурентного суперництва товарів в умовах розвинутого ринкового механізму, що дозволяє виявити відмінності даного товару від товару-конкурента як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення. Для цього продукція повинна володіти певною конкурентоспроможністю [8]. В свою чергу конкурентоспроможність тісно пов'язана з рівнем якості продукції.

Якість – це авторитет підприємства, збільшення прибутку, стабільність. Робота з управління якістю на підприємствах дуже важлива для всього персоналу: від керівника до конкретного виконавця. Якість продукції – найважливіший показник діяльності підприємства. Підвищення якості продукції значною мірою визначає виживання підприємства в умовах ринку, темпи науково-технічного прогресу, зростання ефективності виробництва, економію всіх видів ресурсів, які використовуються на підприємстві. Зростання якості продукції є характерною тенденцією роботи всіх провідних підприємств світу. І якість продукції, що випускається, виступає основним фактором конкуренції між підприємствами.

Згідно з ДСТУ ISO 9000-2001, якість – це ступінь, до якого сукупність відмітних властивостей задовольняє сформульовані потреби або очікування, загальнозрозумілі або обов'язкові.

Видатний спеціаліст в галузі управління якістю Каору Ісікава визначав якість як властивість, що реально задовольняє споживачів [12, с. 215].

Р.В. Бичківський [11, с. 101] надав визначення якості як сукупності характеристик об'єкту, що відносяться до його здатності задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

Л.І. Боженко [2, с. 9] зазначав, що під якістю продукції слід розуміти сукупність її основних корисних властивостей, що забезпечують задоволення певних потреб користувача при застосуванні цієї продукції за цільовим призначенням.

І.М. Бойчик вважає, що якість продукції – це сукупність властивостей, що зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення. Н.А. Даниленко зазначає, що якість продукції – це ступінь відповідності характеристик продукції очікуванням споживачів або розрахункова здатність продукції виконувати певні функції.

Г.А. Саранча підкреслює, що якість продукції – це сукупність властивостей і характеристик продукції і послуг, які надають продукції або послугам здатність задовольняти обумовлені або передбачені потреби людства [8, с. 417].

В.Г. Сиченко в своїй монографії «Управління якістю продукції» [9, с. 307] стверджував, що якість виробу або послуги можна визначити як загальну сукупність технічних, технологічних і експлуатаційних характеристик виробу або послуги, за допомогою яких виріб або послуга відповідатимуть вимогам споживача при їх експлуатації.

М.І. Шаповал в своїй праці «Менеджмент якості» [12, с. 75] вважає, що «якість продукції – це сукупність властивостей продукції, які зумовлюють її здатність задовольняти певні особисті й виробничі потреби відповідно до її призначення».

Тому, здійснивши аналіз різних точок зору відносно поняття «якість продукції», можна стверджувати, що якість продукції – сукупність певних властивостей та характеристик продукції (товару, послуги), які мають задовольнити вимоги та потреби споживача, групи споживачів чи суспільства в цілому. За основну характеристику ми беремо відмінну властивість (фізичну, органолептичну, етичну, часову, ергономічну, функціональну тощо), а основною вимогою при цьому вважаємо сформульовані потреби або очікування.

Аналіз опрацьованих наукових джерел показує, що до категорій якості відносяться [8, с. 78]:

- технічна якість, яка характеризується параметрами продукції та рівнем матеріальної бази обслуговування;
- функціональна якість як рівень розвитку технології виробництва продукції, її функціональності та рівень обслуговування;
- соціальна якість як рівень відповідальності за результати від отримання послуг.

Вважається, що якість продукції потрібно аналізувати на всіх стадіях життєвого циклу: стадії визначення потреб потенційних споживачів щодо якості, стадії проектування, розробки, виготовлення, реалізації та стадії післяпродажного обслуговування [6].

Оскільки покращення якості – це постійна діяльність підприємства, яка спрямована на підвищення технічного рівня продукції, якості її виготовлення, вдосконалення елементів виробництва і системи якості, то політика в сфері якості може бути сформульована у вигляді принципу діяльності підприємства або довгострокової мети і включати такі складники:

- покращення економічного стану підприємства;
- розширення або завоювання нових ринків збуту;
- досягнення технічного рівня продукції, що перевищує рівень інших підприємств;
- орієнтацію на задоволення вимог споживача певних галузей або регіонів;
- освоєння виробів, функціональні можливості яких реалізуються на нових принципах;
- покращення найважливіших показників якості продукції;
- зниження рівня браку продукції, що виготовляється;
- збільшення термінів гарантії на продукцію;
- розвиток сервісу.

Разом з тим, політика в сфері якості повинна бути узгоджена з іншими напрямками діяльності підприємства. При цьому керівництво має вживати ряд необхідних заходів, що забезпечують розуміння загальної політики в сфері якості, її здійснення і неухильне проведення.

У міру насичення ринку і підвищення життєвого рівня населення споживач стає більш розбірливим і готовий заплатити більшу вартість за цінніший продукт. З огляду на це, можна виокремити ряд причин, що визначають необхідність підвищення і забезпечення якості продукції підприємством-виробником. А саме:

- істотне і безперервне зростання особистих, виробничих і громадських потреб;
- посилення конкуренції на світових ринках;
- зростання ролі й темпів науково-технічного прогресу в розвитку науки, техніки, виробництва, економіки і всього світового співтовариства;
- неприйняття споживачем продукції з відносно невисоким рівнем якості;
- збільшення обсягів виробництва продукції і, як наслідок, можливе зростання вартості браку та рекламації;
- посилення вимоги до інтенсифікації виробництва і підвищення його ефективності як необхідного фактора благополучного існування підприємства.

Аналіз опрацьованих нами наукових джерел показує, що доцільним є виділення груп показників якості продукції залежно від властивостей, що характеризуються [4]:

1. Показники призначення, які характеризують властивості продукції, що визначають основні функції, для виконання яких вона призначена.

2. Показники надійності, що визначають здатність об'єкта виконувати задані функції.

3. Ергономічні показники, які дозволяють оцінити ступінь пристосовуваності «машини» до взаємодії з людиною і враховують комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини, що проявляються у виробничих і побутових процесах.

4. Естетичні – характеризують зовнішній вигляд продукції, стиль, гармонійність окремих елементів між собою і з навколишнім середовищем, відповідність форми призначенню тощо.

5. Показники технологічності передбачають властивості продукції, які зумовлюють оптимальний розподіл витрат матеріалів, засобів, праці та часу при технологічній підготовці виробництва, виготовленні й експлуатації продукції.

6. Показники транспортабельності характеризують пристосовуваність продукції до транспортування, а також до підготовчих і заключних операцій, які пов'язані із транспортуванням.

7. Показники стандартизації й уніфікації передбачають насиченість продукції стандартними, уніфікованими й оригінальними складовими, а також рівень уніфікації з іншими виробами.

8. Патентно-правові показники характеризують патентний захист і патентну чистоту продукції і є суттєвим фактором при визначенні її конкурентоспроможності.

9. Екологічні показники пояснюють рівень шкідливого впливу на навколишнє середовище, який виникає під час експлуатації або споживання продукції.

10. Показники безпеки характеризують особливості продукції, що зумовлюють під час її експлуатації чи споживання безпеку людини або обслуговуючого персоналу.

11. Економічні показники передбачають витрати на розроблення, виготовлення і експлуатацію або споживання продукції.

Водночас аналіз опрацьованої наукової літератури показує, що управління якістю використовує такі чотири типи методів [1]:

- економічні методи, що забезпечують створення економічних умов, які спонукають персонал підприємств, конструкторські, технологічні та інші організації вивчати запити споживачів, створювати, виготовляти й обслуговувати продукцію, що задовольняє ці потреби і запити. Так, до економічних методів належать ціноутворення, умови кредитування, економічні санкції за недотримання вимог стандартів і технічних умов, правила відшкодування економічного збитку споживачеві за реалізацію йому неякісної продукції;

- методи матеріального стимулювання, що передбачають, з одного боку, заохочення працівників за створення і виготовлення високоякісної продукції, а з іншого – стягнення за завданий збиток від її низької якості;

- організаційно-розпорядницькі методи, що реалізуються за допомогою обов'язкових для виконання директив, наказів, вказівок керівників. До таких методів

управління якістю продукції належать вимоги до нормативної документації;

– виховні методи, які справляють вплив на свідомість, настрої учасників виробничого процесу, що спонукає їх до високоякісної праці і чіткого виконання спеціальних функцій управління якістю продукції. До них належать: моральне заохочення за високу якість продукції, виховання гордості за імідж торгової марки тощо.

Отже, вибір методів управління якістю продукції і пошук їх найбільш ефективного поєднання є одним із творчих моментів у створенні систем управління, оскільки вони впливають на людей, які беруть участь у процесі розробки та виготовлення продукції, тобто на мобілізацію людського фактора [3; 5].

Врахування усіх факторів якості, охоплення усіх етапів процесів підрозділів в єдину систему забезпечення якості – це і є комплексне управління якістю. Тому при організації комплексного управління якістю керівник підприємства задається питанням, що ж він вкладає в поняття «якість» і які її критерії. А, отже, узагальнюючи зазначене вище, можна використовувати такі критерії якості:

- продукція повинна відповідати стандарту;
- продукція, яку виготовляють, повинна відповідати технічним показникам кращих товарів-аналогів;
- ступінь точності дотримання всіх виробничих процесів;
- відповідність якості вимогам покупців;
- відповідність якості платіжного попиту.

Висновки. Таким чином, управління якістю продукції – це постійний, планомірний, цілеспрямований процес впливу на всіх рівнях на фактори та умови, що забезпечує створення продукції оптимальну якість і повноцінне її використання.

Продукція кращої якості істотно підвищує шанси підприємства в конкурентній боротьбі за ринки збуту і, найважливіше, краще задовольняє потреби споживачів. На сьогоднішній день якість продукції є не тільки одним із основних економічних інтересів підприємства, а й найважливішим показником його конкурентоспроможності. Тому діяльність щодо підвищення та забезпечення якості в умовах ринкових відносин повинна бути пріоритетною.

Список використаних джерел:

1. Алексеев В. Сравните свое предприятие с лучшими / В. Алексеев // Стандарты и качество. – 1998. – № 12. – С. 50-54.
2. Боженко Л.І. Управління якістю, основи стандартизації та сертифікації продукції. [навч. посіб.] / Л.І. Боженко, О.Й. Гутта. – Львів, 2005. – 204 с.
3. Гостев В.И. Методы управления качеством продукции: кнупносерийное массовое производство / В.И. Гостев. – Москва: Машиностроение, 1980. – 262 с.
4. Заїка С.О. Теоретичні аспекти сутності та змісту якості як філософської, соціальної та економічної категорії / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2016. – Вип. 172. – С. 202-214.
5. Качество и сертификация промышленной продукции / [А.Г. Гребенников, А.Ю. Мялища, В.М. Рябенко и др.] – Харьков: ХАИ, 1998. – 394 с.
6. Момот А.И. Менеджмент качества и элементы системы качества / А.И. Момот. – 2-е изд., доп. и расш. – Донецк: Норд-Пресс, 2005. – 320 с.
7. Пастухова В.В. Аналіз системи стратегічного управління підприємством: методологічний аспект / В.В. Пастухова // Фінанси України. – № 10. – 2000. – С. 69-74.
8. Саранча Г.А. Метрологія, стандартизація, відповідність, акредитація та управління якістю: [підручник] / Г.А. Саранча. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 672 с.
9. Сиченко В.Г. Управління якістю продукції : [монографія] / В.Г. Сиченко, О.П. Ткаченко; за заг. редакцією Сиченка В.Г. – Київ: Віче, 2006. – 576 с.
10. Управління якістю: [підручник] / Н.В. Мережко, В.В. Осієвська, Н.С. Ясинська. – Київ: КНТЕУ, 2010. – 216 с.
11. Управління якістю. Сертифікація: [навч. посіб.] / Р.В. Бичківський, П.Г. Столярчук, Л.І. Сопільник, О.О. Калинський. – Київ: Школа, 2005. – 432 с.
12. Шаповал М.І. Менеджмент якості: [підручник] / М.І. Шаповал. – [3-тє вид., випр. і доп.]. – Київ: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 471 с.