

УДК: 006.83:334.7

*Р.І. Буряк*

## ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ ЯКОСТІ ЯК ЧИННИКА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Досліджено еволюцію поняття якості у взаємозв'язку з розвитком людини та її потреб. Обґрунтовано значення категорії якість як чинника економічного розвитку суспільства.

Researched the evolution of the concept of quality in conjunction with the development of clients and his needs. Substantiates the importance of quality category as a factor in economic development.

Ключові слова: еволюція, якість, економічний розвиток, конкурентоспроможність, якість продукції, вартість, продуктивність праці, якість життя.

Забезпечення випуску якісної продукції вважається найважливішим пріоритетом для гармонійного розвитку національних економік країн світу. Якість є основною складовою конкурентоспроможності.

У ринковій економіці проблема якості є найважливішим фактором підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки.

В сучасних умовах, забезпечення належного рівня якості продукції є важливою передумовою виходу вітчизняних підприємств аграрного сектору як однієї з провідних галузей економіки країни на світові ринки. Україна має великі можливості щодо розвитку експортно орієнтованого вітчизняного аграрного сектору та нарощування

обсягів виробництва сільськогосподарської продукції у світлі поглиблення світової продовольчої кризи. Однак для того, щоб вітчизняна продукція агропромислового комплексу була конкурентоспроможною на зовнішніх ринках, вона має, перш за все, відповідати вимогам європейських та міжнародних стандартів якості.

Варто зазначити, що на сьогодні успішно функціонують лише ті агропромислові підприємства, які мають найновіші технології, найвищу якість продукції, найнижчу собівартість продукції і орієнтуються на задоволення потреб найвимогливіших споживачів.

Дослідженням питання якості та управління якістю продукції аграрного сектору займалися багато відомих вітчизняних і зарубіжних учених. Серед них можна назвати таких відомих науковців, як О.А. Бугуцький, В.П. Галушко, О.Д. Гудзинський, Й.С. Завадський, П.Я. Калита, Б.І. Мишик, В.О. Мозолюк, О.І. Момот, Н.В. Сеперович, С.К. Фомічов, І.С. Харитончик, В.С. Хілевич, М.І. Шаповал та інші. Дану проблему також вивчали відомі зарубіжні вчені: Е. Демінг, Д. Джуран, К. Ісікава, Р. Кохл, Й. Кондо, Х. Куме, Л. Ноулер, А. Робертсон, А. Фейгенбаум, О.В. Глічев, В.В. Єфімов, С.Д. Ільєнкова, О.М. Карпенко, М.Г. Круглов, В.А. Лапідус, І.І. Мазур, В.Ю. Огвоздін, В.В. Окрепілов, В.Є. Сицко, П.Л. Чебишев та багато інших.

Однак питання взаємозв'язку еволюції поняття якості з розвитком людини та її потреб, а також впливу даної категорії на економічний розвиток суспільства є недостатньо вивченим.

Метою дослідження є здійснення аналізу еволюції поняття якості у взаємозв'язку з розвитком людини та її потреб, а також обґрунтування значення даної категорії як чинника економічного розвитку суспільства.

Поняття якості формувалося під впливом історико-виробничих обставин. Це обумовлено тим, що кожне суспільне виробництво мало свої об'єктивні вимоги до якості продукції. При визначенні поняття «якість» необхідно враховувати різні аспекти його розуміння. Однак через односторонній підхід до цього питання у літературі (як вітчизняній, так і зарубіжній) можна зустріти велику кількість його формулювань.

Відомий японський учений у сфері управління якістю Й. Кондо розглядав еволюцію якості у взаємозв'язку з еволюцією людини. Він розглядав продуктивність праці як кількісний показник і, порівнюючи історію розвитку якості, витрат та продуктивності, охарактеризував у загальних рисах різницю між якістю, вартістю і продуктивністю праці.

Часто ми робимо висновки про людей з точки зору успадкованих ними якостей. Матеріал, з якого люди робили знаряддя праці, удосконалювався впродовж століть, починаючи з каміння і бронзи й закінчуючи сталлю. Існують різні теорії походження людини, але одна з найбільш достовірних на сьогоднішній день говорить про те, що люди, які використовували кам'яні сокири як знаряддя праці, з'явилися в Африці приблизно 1,7 мільйона років тому. Вже тоді наші предки були зацікавлені у якості знарядь праці. З того моменту, як наші предки з'явилися на Землі, багато часу і досвіду знадобилося людині для вивчення подібних явищ. Близько 10 тисяч років тому люди перестали займатися тільки полюванням і почали виробляти продовольство самостійно. До того часу закінчився період самодостатнього розвитку людей, і зародилася торгівля. Першою формою торгівлі став товарообмін, який здійснювався спочатку лише на невеликих відстанях. Поступово з розвитком торгівлі і транспорту ці відстані збільшувались. Потім з'явилися гроші як зручний засіб ведення торгівлі: оскільки поняття вартості не могло з'явитися раніше, ніж гроші, ймовірно, гроші також мають

десяти тисячолітню історію. Вперше наші предки зацікавилися продуктивністю праці під час промислової революції, коли почалося масове виробництво з використанням обладнання, яке приводилось у дію удосконаленою паровою машиною Джеймса Уатта. Система виробництва Ф. Тейлора, яка зазвичай вважається високопродуктивною виробничою системою, була впроваджена у 1903 році в компанії Ford Motor. Таким чином, вона має порівняно нетривалу історію [3, с. 4].

В табл. 1 показано, що у житті людства категорія якості з'явилася значно раніше, ніж продуктивність і вартість.

Таблиця 1

#### Історія розвитку якості, вартості і продуктивності

Категорія	Час виникнення
Якість	1000000 років тому
Вартість	10000 років тому
Продуктивність	200 років тому

Джерело: [3, с. 5]

Донині існує багато точок зору по відношенню до поняття якості. Відомі менеджери, а також фахівці у сфері менеджменту якості, такі, як Г. Форд, В. Шухарт, Е. Демінг, М. Джуран, К. Ісікава, А. Фейгенбаум, Ф. Кросбі, Г. Тагуті в різний час наводили свої міркування з визначення сутності даного поняття. Але, не дивлячись на збіг у поглядах, усі формулювання відрізняються одне від одного. Вивчаючи їх праці і висловлювання, іноді досить нелегко виділити і сформулювати їх власні визначення поняття «якість», однак у цілому точки зору різних учених можна об'єднати у дві групи. До першої групи можна віднести думку про те, що якість — це властивості продукції (або послуги), які можна виміряти і які відповідають конкретним технічним вимогам, інакше кажучи, залежать від внутрішніх факторів (тобто якість — це продукт внутрішніх факторів).

До числа відомих людей, які дотримувалися такого підходу і входили в першу групу, можна віднести, перш за все, засновника автомобільного гіганта «Форд» американця Генрі Форда. Г. Форд прагнув до створення універсального, тобто ідеального з його точки зору автомобіля, зробленого з найкращих матеріалів, побудованого першокласними робітниками і сконструйованого з використанням самих простих методів, які тільки можливі у сучасній техніці. Г. Форд не залишив після себе визначення терміну «якість», однак, якщо судити по окремим висловлюванням суть якості продукту в його розумінні зводилась до надійності, довговічності, дешевизни і простоти [4, с. 8–9].

До першої групи можна віднести також і відомого японського статистика Геніті Тагуті. На його думку, «якість — це втрати в суспільстві, які викликані продукцією після того, як вона була поставлена ..., але які не включають втрати, причинами яких є внутрішні, притаманні самій продукції функції і можливості». Г. Тагуті звернув увагу на дуже важливу міру якості: соціальні втрати, які пов'язані з виробом. Суть його висловлювання полягає в тому, що соціальні втрати, пов'язані з виробом з часу його відправки споживачу, визначають його «бажаність». Чим менші втрати, тим більш «бажаний» виріб. На думку Г. Тагуті, всі соціальні втрати, викликані поганими характеристиками виробу, повинні бути віднесені до його якості.

Точка зору відомого американського фахівця у сфері менеджменту якості Філіпа Кросбі також може бути віднесена до першої групи. В його уявленні якості продукції або послуги також притаманна наявність змінюваних характеристик продукту (послуги), які відповідають встановленим технічним вимогам. Є й такі визначення поняття «якість», які не визначають властивості об'єкта, а характеризують його проблеми. Так, Мадхав Н. Синха до поняття якості включає «уявлення про дефекти, дефектність, невідповідність технічним умовам, помилки, суперечності, затримки, порушені або невиконані зобов'язання, зрив планів, вузькі місця на виробництві, запізнілі або помилкові поставки, короточасні труднощі, адміністративні перепони, несприятливий мікроклімат у колективі, низьку моральність, погану мотивацію, недостатню довіру до продукції і послуг, невикористання людського таланту, незбалансовані матеріально-виробничі запаси». Однак недолік такого розуміння якості полягає у тому, що в цьому переліку замовник (споживач) з його бажаннями опиняється на останньому місці [4, с. 10–12].

Точка зору представників другої групи вчених полягає в тому, що, з іншого боку, якість – це властивості продукту, які не залежать від кількісних характеристик і визначаються безпосередньо ступенем задоволення потреб споживача, інакше кажучи, знаходяться під впливом саме зовнішніх факторів (тобто продукт зовнішніх факторів).

До числа послідовників даної точки зору відноситься також і американець В. Шухарт. Хоча він і висловлював думку щодо необхідності визначати вимірювані характеристики продукту (або послуги) високої якості, суть його визначення дозволяє віднести цього вченого до другої групи. Не дивлячись на те, що судження В. Шухарта відносяться до першої половини ХХ століття, вони становлять інтерес і у наш час. Необхідно дослівно навести його висловлювання у відношенні якості: «Якщо ми говоримо про якість речей, або про якість продукції, то повинні точно уявляти собі, що означає якість. Вже було достатньо сказано, щоб відзначити: в цілому, існує два аспекти якості. Один пов'язаний з уявленням про якість речей як об'єктивної реальності, яка не залежить від існування людини. Другий аспект – з тим, що ми думаємо, відчуваємо по відношенню до цієї об'єктивної реальності» [4, с. 13–15].

Найбільш відомий у світі фахівець у сфері менеджменту якості американець Едвард Демінг надавав важливого значення саме властивості продукції задовольняти потреби споживача. Е. Демінг висловив думку про те, що якість може бути визначена тільки в термінах конкретної особи. Для керівників підприємства якість означає виробництво продукції, яка відповідає технічним вимогам. Завданням керівника є (незалежно від того, знає він це чи ні) постійне удосконалення процесів і постійне покращення рівня управління. Стосовно якості Е. Демінг зробив наступні висновки: 1) якість повинна визначатися у термінах задоволеності споживачів; 2) якість категорія багатомірної; для її визначення неможливо використовувати якісь окремі характеристики або одну точку зору; 3) існують різні ступені якості; оскільки, якість безпосередньо пов'язана з задоволеністю споживача, то в очах конкретного споживача якість продукту А вища, ніж якість продукту Б, якщо перший продукт задовольняє потреби і очікування цього споживача в більшій мірі, ніж другий [4, с. 15–16].

Так само, як і Е. Демінг, інший відомий американець Джозеф Джуран визнає у визначенні терміну «якість» необхідність задоволеності споживача. Однак на його думку поняття «якість» має багато значень, два з них домінують:

1. Якість полягає в тих властивостях продукції, які задовольняють потреби споживачів і тому забезпечують їх задоволеність цією продукцією.

2. Якість полягає у відсутності невідповідностей.

До групи фахівців, які поділяють погляди Е. Демінга, відноситься і японець Каору Ісікава. Його роздуми з приводу сутності терміну «якість» полягали в наступному: «Ми займаємось управлінням якістю, щоб виробляти продукцію з такою якістю, яка може задовольнити вимоги споживачів. Проста відповідність національним стандартам або технічним вимогам сьогодні не може влаштувати. Цього просто недостатньо». Дуже важливим є те, як інтерпретується термін «якість». К. Ісікава зазначав, що у вузькому розумінні якість — це якість продукції. Однак, у широкому розумінні якість означає якість діяльності, якість послуги, якість інформації, якість процесу, якість підрозділу, якість спіробітників, в тому числі робітників, інженерів, менеджерів і виконавчої дирекції, якість системи, якість компанії, якість цілей і тощо. Наведене висловлювання К. Ісікави вказує на прямий зв'язок якості з задоволенням потреб і очікувань споживачів [4, с. 17–18].

На нашу думку, визначення якості, яке дав К. Ісікава, є досить актуальним для нашої країни, тому що українським підприємствам АПК необхідно зосереджувати увагу не лише на якості у вузькому розумінні (якості продукції), але й на якості роботи, якості процесів, якості підрозділів, якості працівників, у тому числі робітників, інженерів, менеджерів і вищого керівництва, якості системи, якості компанії, якості цілей, якості діяльності.

А. Фейгенбаум, так само, як і Е. Демінг, пов'язував якість продукції із задоволенням потреб споживачів. В його міркуваннях явно простежувалася думка про те, що «Якість визначає споживач, а не інженери, або служба маркетингу, або вище керівництво. Вона базується на фактичній оцінці споживачем продукції або послуги по відношенню до його вимог — заявлених або не заявлених, усвідомлених або лише відчутих, технічно обґрунтованих або чисто суб'єктивних — і в умовах конкурентного ринку завжди представляє собою рухому мішень». Якість продукції і послуги А. Фейгенбаум визначав як загальну сукупність характеристик продукції і послуги, які відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція або послуга у процесі свого використання задовольнить очікування споживача. А. Фейгенбаум вказував, що якість базується на взаємодії споживача з товаром і вимірюється у відповідності до задоволення його вимог. Вимоги можуть бути виражені явно або неявно, можуть бути свідомими, або несвідомими. Уявлення про якість постійно змінюється, не стоїть на місці на конкурентному ринку [4, с. 19–20].

Ми погоджуємося з таким трактуванням поняття «якість», тому що в даному випадку якість напряму пов'язується з відповідністю продукції вимогам та потребам споживачів.

Узагальнено різноманітні формулювання поняття якість (табл. 2).

Таблиця 2.

Автор	Формулювання поняття якість
Аристотель (III ст. до н.е.)	Різниця між предметами. Диференціація за ознакою «хороший — поганий».
Гегель (XIX ст. н.е.)	Якість у першу чергу тождна з буттям. Будь-що перестає бути тим, чим воно є, коли воно втрачає свою якість.

Продовження таблиці 2

Автор	Формулювання поняття якості
Китайська версія	Ієрогліф, який означає якість, складається з двох елементів – «рівновага» і «гроші» (якість = рівновага + гроші), виходячи з цього, якість тотожна поняттю «висококласний» або «дорогий».
Шухарт В. (1931 р.)	Якість має два аспекти: – об'єктивні фізичні характеристики; – суб'єктивний бік: наскільки рідч «добра»
Ісікава К. (1956 р.)	Якість – ознака, яка реально задовольняє споживачів.
Джуран Дж. М. (1979 р.)	Придатність для використання (відповідність призначенню). Суб'єктивний бік: якість є ступенем задоволення споживачів (для реалізації якості виробник повинен дізнатися вимоги споживача і зробити свою продукцію такою, щоб вона відповідала цим вимогам).
ISO 8402:1994 «Управління якістю і забезпечення якості. Словник». ДСТУ ISO 3230-95 «Управління якістю і забезпечення якості. Терміни та визначення»	Якість – це сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольняти встановлені та очікувані потреби.
ISO 9000:2000 «Системи управління якістю. Основні положення та словник»	Якість – це ступінь, до рівня якого сукупність характеристик продукції задовольняє вимоги
ISO 9000:2008 «Системи управління якістю. Основні положення та словник»	Якість – це ступінь відповідності сукупності притаманних характеристик вимогам
ДСТУ ISO 9000-2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник» та ДСТУ ISO 9000:2007 «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів»	Якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги

Джерело: розроблено автором на основі [5, с. 20] та міжнародних стандартів ISO серії 9000

Загалом у даній таблиці протиставляються:

– фундаментальне визначення якості, дане Гегелем, що представляє якість як об'єктивно існуючу сукупність властивостей і характеристик об'єкту, що описує його як такий і відрізняє від іншого об'єкту (втрата властивостей і характеристик приводить до зникнення того предмету, якому вони належали);

– визначення якості як сукупності характеристик об'єкту, що відносяться до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби людини (згідно з трактуванням К. Ісікави, М. Джурана, міжнародних і національних стандартів і словника ЄОЯ) [2, с. 26].

Згідно з українським стандартом ДСТУ ISO 9000-2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник» та ДСТУ ISO 9000:2007 «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів» якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги [6].

З усіх перелічених у табл. 2 формулювань поняття якість лише визначення, яке містить міжнародний стандарт ISO 8402:1994 «Управління якістю і забезпечення якості. Словник» і ДСТУ ISO 3230-95 «Управління якістю і забезпечення якості. Терміни та визначення» розглядає якість, виходячи зі здатності задовольняти встановлені та очікувані потреби споживача.

Російський вчений В.В. Окрепелов зазначав, що у визначенні терміну «якість» поняття потреб є вихідним. Їх характеристики повинні відповідати характеристикам якості об'єкта. У неконтрактних ситуаціях на ринку велику роль відіграє суб'єктивне поняття і сприйняття якості – це може бути «ступінь задоволення потреб» або «якість – це те, за що платять гроші». Дійсно, поняття якості у покупця досить мінливе – він купує товар виходячи з нагальної потреби у ньому, його новизни, моди, реклами, з урахуванням його економічності надійності тощо. Уявлення про якість змінюється з часом, воно залежить від рівня інформації про об'єкт, від технічних засобів виявлення характеристик об'єкта [5, с. 24].

Враховуючи вищезазначене, на нашу думку найбільш слушним та сучасним є визначення якості, відображене у міжнародному стандарті ISO 8402:1994 «Управління якістю і забезпечення якості. Словник», але доцільно було б його дещо уточнити та сформулювати в такій редакції: якість – це сукупність характеристик об'єкта (товару або послуги), які стосуються його здатності задовольняти існуючі і очікувані нестачі та потреби споживачів.

Якість – це складний соціально-економічний феномен, у якому фокусується перехрещення інтересів споживача та виробника. Посісти чільні конкурентні позиції на вітчизняних та світових ринках і здобути лояльність споживачів можуть лише ті підприємства аграрного сектору України, які спроможні оперативно задовольняти зростаючі очікування та потреби споживачів, пропонуючи їм високоякісну продукцію, що відповідає вимогам міжнародних стандартів.

1. *Джуран Д.* Все о качестве: Зарубежный опыт: Выпуск 2. Высший уровень руководства и качество / Д. Джуран. – М., Изд-во стандартов, 1993. – 45 с.; 2. *Должанський А.М.* Системи управління якістю / А.М. Должанський, Н.М. Очеретна, І.М. Ломов. – Дніпропетровськ: Видавництво «Свідлер А.Л.», 2009. – 390 с.; 3. *Кондо Й.* Управление качеством в масштабах компании: становление и этапы развития. Пер. с англ. Е.П. Маркова, И.Н. Рыбаков / Научное редактирование А.В. Глазунов, В.А. Лапидус, М.Е. Серов / Й. Кондо. – К.: Издательский дом «АДЕФ-Украина», 2007, 256 с.; 4. *Момот А.И.* Экономический механизм управления качеством / А.И. Момот. – Донецкий национальный технический университет. – Донецк: Норд-Пресс, 2005. – 384 с.; 5. *Окрепелов В.В.* Всеобщее управление качеством. Учебник. Кн. 1 / В.В. Окрепелов. – СПб.: Изд-во СПб УЭФ, 1996. – 454 с. ; 6. Системи управління якістю. Основні положення та словник: ДСТУ ISO 9000-2001 – [Чинний від 2001-06-27]. – К.: Держспоживстандарт України, 2001. – 33 с. 7. Управління якістю і забезпечення якості. Терміни та визначення: ДСТУ ISO 3230-95. – Чинний від 1996-07-01. // – К.: Держспоживстандарт України, 1996. – 27 с.