

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто теоретичні засади забезпечення якості продукції підприємства.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы обеспечения качества продукции предприятия.

Annotation. The article deals with the theoretical foundations of company production quality provision.

Ключові слова: якість продукції, міжнародні стандарти, управління якістю.

Проблема забезпечення якості у XXI столітті набуває особливого значення. Це століття якості в усіх її проявах – в якості продукції і послуг, праці, навколишнього середовища і в цілому якості життя. В умовах глобалізації ринку проблема якості є актуальною для всіх країн, тому що тільки продукція високої якості може бути конкурентоспроможною. Ця проблема багатогранна і має політичний, соціальний, економічний, науково-технічний і організаційний аспекти.

У вітчизняній та зарубіжній економічній літературі окремі проблеми щодо поліпшення якості продукції вже досить висвітлені. Найбільш відомими є праці Ю. Адлера, Г. Азгальдова, Г. Азоева, Л. Бадалова, П. Калити, С. Григор'єва, Е. Окрепілова, П. Орлова, М. Шаповала [1]; західних вчених – Є. Лемінга, А. Фейгенбаума, К. Ішікави [2], які відображають дослідження основних методів поліпшення якості на підприємствах. У вирішенні завдань, що постали перед українськими виробниками, важливу роль відіграють фахівці, котрі володіють сучасними методами менеджменту якості на базі національних, європейських, міжнародних нормативно-правових документів у сфері якості.

Метою роботи є дослідження теоретичних засад забезпечення якості продукції підприємства.

Важливим фактором, що визначає успішність діяльності підприємства в ринковому середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоспроможність, є якість випущеної продукції. Особливої уваги цей чинник набуває в умовах ринкової трансформації національної економіки України в контексті вступу України до СОТ та приєднання до ЄС, оскільки саме забезпечення якості та характер діяльності окремих підприємств, галузей та промисловості загалом у цей час визначає їх конкурентні позиції не лише на вітчизняному ринку, але й на міжнародному.

Як відомо, якість продукції визначається тим, наскільки повно задовольняються основні потреби споживача при експлуатації придбаного товару. В умовах сьогодення якість продукції трактується дещо інакше, ніж це було до недавнього часу. Управління якістю, яке зосереджує основну увагу на контролі, – це управління якістю старого типу [3]. Якість повинна закладатись у кожен проект і кожен процес створення нової продукції, її не можна досягти за допомогою контролю вже випущеної продукції.

Значну роль у підвищенні якості відіграють стандарти, які є нормативною базою систем якості. Загальновизнаними на сьогодні є міжнародні стандарти ISO серії 9000 [4], які сконцентрували досвід управління якістю, нагромаджений у різних країнах, у багатьох з яких, в тому числі й в Україні, вони прийняті як національні. В Україні вони введені в дію з 1 жовтня 2001 року. Такі підприємства, як ДНВП "Об'єднання Комунар", ВАТ "Азовсталь", ЗАТ "Оболонь", ЗАТ "Завод "Южкабель", АТ "Світоч", ВАТ "Мотор Січ" та інші, впровадили й сертифікували системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів.

На сьогодні багато країн у боротьбі за конкурентну перевагу застосовують концепцію управління якістю на основі TQM (загального управління якістю). Методологічною основою цієї концепції є теорія адаптації організації до вимог споживача. Побудова процесів управління в таких організаціях має базуватися на вимогах міжнародних стандартів ISO 9000:2000.

"Нова парадигма" управління якістю розглядає організацію як "відкриту" систему, успіх якої пов'язується з тим, наскільки вдало організація пристосовується до свого зовнішнього середовища. Проблема полягає у тому, що не завжди розроблені системи якості адаптовані до типу ринку, на якому діє підприємство. Ринок України становить поєднання глобального та локального ринків. При цьому глобальність та локальність ринку треба розглядати стосовно конкретного товару, навіть регіону, в якому реалізується продукт. У зв'язку з цим для глобального ринку є характерним застосування систем якості класу TQM, "Шість сигм" та ін. Локальний ринок є чутливим до місцевих традицій і повинен враховувати національні, природно-кліматичні та демографічні особливості регіону.

Аналізуючи проблему забезпечення якості зарубіжними та вітчизняними вченими, слід зазначити, що для забезпечення випуску нової якісної продукції також важливими є такі основні моменти:

забезпечення якості слід розуміти не як технічну функцію, яка контролюється відділом технічного контролю або будь-якими іншими структурними підрозділами, а як систематичний процес, притаманний виробу, підрозділу та кожній службі апарату управління;

новій концепції якості продукції повинна відповідати організаційна структура підприємства;

якість забезпечується не лише у виробничому циклі, але й у процесі підготовки виробництва, маркетингу,

якість повинна орієнтуватись на задоволення потреб споживача;
підвищення рівня якості вимагає застосування нових технологій виробництва, починаючи з автоматизації процесу проектування і завершуючи автоматизацією контролю якості;
рівень якості покращується при зацікавленій участі працівників всіх підрозділів підприємства, адже 80 – 90 % заходів, спрямованих на підвищення якості, не контролюється відділом технічного контролю;
для підвищення рівня якості продукції важливим є процес постійного навчання персоналу і підвищення мотивації його праці.

Один із визначних фахівців з проблем якості А. Фейгенбаум (США) підкреслює, що в умовах конкуренції фірми повинні розвиватися, впроваджуючи у практику такі основні принципи [5]:

якість є не одним з напрямів діяльності фірми, а безперервним процесом, який стосується всіх функцій апарату управління;

якість залежить від ступеня участі в її формуванні кожного працівника фірми;

якість не перешкоджає, а сприяє зниженню собівартості продукції;

якість вимагає використання нової техніки і технологій;

якістю необхідно управляти так само безпосередньо та ефективно, як управляють виробництвом, устаткуванням, фінансами.

Аналіз роботи японських підприємств показує, що випуск високоякісної продукції дозволяє отримати потрійну вигоду у вигляді більш низьких виробничих витрат, більш високих чистих доходів, більшої частки ринку. Високоякісна продукція приносить приблизно на 40 % більше прибутку на інвестований капітал, ніж продукція низької якості [6].

Таким чином, можна бачити, що якість має першочергове значення для споживача, а для виробника – це ключ до конкурентоспроможності його продукції на ринку.

Покращення якості товару є ефективним засобом розширення масштабів виробництва і збуту, зростання прибутків, розширення сегмента ринку.

При вивченні якості продукції як невід'ємної складової підвищення конкурентоспроможності підприємства слід розглядати її не як контроль уже випущеної продукції, а як важливу складову процесу випуску продукції. Таким чином, у цьому випадку доцільно використовувати процесний підхід. Цей підхід може бути таким: визначення цілей, запровадження процесів, контролювання й вимір процесів і якості продукції, виходячи з вимог до продукції, а також звітність за отримані результати. Це має циклічний (швидше – спіралеподібний) характер, описуваний циклом Демінга – Шухарта (відомим як РОСА, "Plan-Do-Check-Act" – "Плануй-Виконуй-Перевіряй-Дій"), покладеним в основу стандартів 180 серії ISO 9000.

Вітчизняна практика управління якістю не може бути фундаментальною основою для формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств. Однак навіть у закордонній практиці не було отримано комплексного теоретичного вирішення проблеми управління якістю. Теоретичні питання управління конкурентоспроможністю розглядають переважно ринкову складову, але з урахуванням комплексності характеру розвитку підприємств у діловому середовищі однобічний статичний підхід програє багаторівневим динамічним технологіям.

Наук. керівн. Кулешова Н. В.

Література: 1. Шаповал М. І. Менеджмент якості : підручник / Шаповал М. І. – К. : Тов. "Знання", 2003. – 476 с. 2. Ишикава К. Японские методы управления качеством / Ишикава К. – М. : Экономика, 1988. – 416 с. 3. Ахмин А. М. Основы управления качеством продукции / А. М. Ахмин, Д. П. Гасюк. – СПб. : Издательство "Союз", 2002. – 192 с. 4. Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.iso.org. 5. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции / Фейгенбаум А. М. ; пер. с англ. – М. : Экономика, 2006. – 471 с. 6. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу / Дж. Майер, Д. Л. Олесневич ; пер. з англ. – К. : Либідь, 2002. – 703 с.