

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Предко Г.М.

магістр,

Науковий керівник: Луценко К.О.

кандидат педагогічних наук, дійсний член

*Міжнародної асоціації професорів слов'янських країн,
доцент кафедри іноземних мов та спеціальної мовної підготовки,
Університет «КРОК», м. Київ*

СУТНІСТЬ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна ринкова економіка висуває принципово нові вимоги до якості продукції, що випускається. Це пов'язано з тим, що зараз виживання будь-якої фірми, її стійке положення на ринку товарів і послуг визначається рівнем конкурентоспроможності. У свою чергу, конкурентоспроможність пов'язана з дією декількох десятків факторів, серед яких можна виділити два основних рівня ціни та якості продукції. Причому другий фактор поступово виходить на перше місце. Управління якістю є однією з ключових функцій як корпоративного, так і проектного менеджменту, основним засобом досягнення та підтримки конкурентоспроможності будь-якого підприємства.

Тому проблема забезпечення і підвищення якості продукції актуальна для всіх країн і підприємств. Від її вирішення в значній мірі залежить успіх і ефективність національної економіки.

Значний внесок у розвиток теорії, методології та історії розвитку управління якістю продукції зробили відомі вчені: Х. Вадсвордт, А. Глічев, Т. Корнєєва, Е. Коротков, М. Круглов, О. Лосицький, Ю. Ребрін, Т. Сейфі, Г. Тагуті, А. Фейгенбаум, Е. Шилінг.

Метою написання статті є дослідження проблеми управління якістю продукції як одного із інструментів удосконалення системи збуту підприємства.

Відзначимо, що категорія «якість» відображає важливу сторону об'єктивної дійсності – визначеність. Якість об'єкта, як правило, не відноситься до окремих його властивостей. Зазначимо, що для цілей подальшого дослідження необхідно обмежити перегляд розвитку цієї категорії періодом ХХ ст., у якому й відбулося становлення науково-загальної, техніко-економічної концепції поняття «якості».

А. Фейгенбаум розумів якість як «загальну сукупність технічних, технологічних і експлуатаційних характеристик виробу чи послуги, безпосередньо яким виріб чи послуга будуть відповідати вимогам споживача при їх експлуатації» і стверджував, що в основі якості лежить досвід споживача, який накопичений ним при експлуатації виробу чи послуги» [4, с. 341].

Інший відомий вчений Дж. Джуран зауважує, що поняття має багато значень, але домінує два з них [2, с. 96]:

1. Якість міститься в тих властивостях продукції, які задовольняють потреби споживачів і через це забезпечує їм задоволення від споживання.

2. Якість полягає у відсутності невідповідностей.

Співвітчизник попередніх дослідників – Е. Демінг акцентував увагу на тому, що якість повинна бути націлена на сучасні й майбутні потреби споживача [1, с. 34].

Практично новим у цьому визначенні було те, як вважає автор, що він звернув увагу не тільки на існуючі потреби, але й на приховані та невиявлені, які, можливо, ще не усвідомлені споживачем, але можуть проявити себе в майбутньому. У книзі «Вихід із кризи» Е. Демінг розкриває багатогранність поняття «якість». Автор не дає чіткого визначення, що пов'язано з труднощами «...основане в перекладі властивостей, необхідних споживачу, у вимірювані характеристики, щоб продукція могла бути спроектована і представлена споживачу за таку ціну, яку він міг би заплатити... Якість може бути визначена тільки в термінах конкретної особистості» [1, с. 359]. Отже, Е. Демінг безпосередньо пов'язує якість із задоволенням потреб споживача.

В результаті досліджень праць вітчизняних і зарубіжних учених з цієї тематики можна надати таке узагальнене визначення: якість продукції – це багатостороння категорія, якій властиві як економічна, так і технічна сторона. Остання формується в процесі виробництва і

характеризує технічний рівень продукції – довговічність, надійність, естетичність і тощо. Економічна сторона визначається ціною і витратами для забезпечення якості та ефективністю використання. У зв'язку з цим економічна сторона формується на ринку в процесі взаємозв'язку попиту та пропозиції і залежить від технічної сторони.

Чим вищий технічний рівень продукції, тим вища якість, але при цьому більшими будуть витрати на виробництво продукції та, відповідно, ціна. Крім цього, якість – це ще й соціально-економічна категорія, пов'язана з витратами на її забезпечення, що покладені в основу ціни продукції та із задоволенням потреб суспільства в цілому.

Необхідно звернути увагу і на технічний рівень якості продукції. Його не можна підвищувати не знаючи меж, адже якість повинна стримуватися ціною на продукцію. Якщо продукція володіє дуже високою якістю, то вона має і високу ціну, але водночас вона не завжди доступна для всезагального споживання.

У такому випадку продукцію недоцільно називати якісною в повному обсязі. Якісною раціонально вважати тільки ту продукцію, яка достатньо повно задовольняє потреби суспільства, а за вартістю доступна для споживання різним прошаркам населення. Саме тому якість доцільно віднести до соціально-економічної категорії. При цьому її критерієм необхідно вважати ціну продукції високої якості, що задовольняє потреби й користується попитом споживачів.

При цьому якість як соціально-економічна категорія залежить від соціально-технічних факторів, що зумовлюють її ріст або спад залежно від організаційно-технічних та соціально-економічних умов розвитку виробництва й ефективності управління якістю. Якість залежить від інтенсивності науково-технічного прогресу (НТП), інноваційної діяльності з впровадження новітніх технологій науки та техніки, кваліфікації кадрів, якості сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, технічної підготовки і налагодження обладнання, інструментів, прогресивності науково-технічної документації, але найбільше вона залежить від ефективності систем матеріального й морального стимулювання працівників за підвищення якості продукції [3].

Якість має вирішальний вплив на підвищення попиту і пропозиції та конкурентоспроможність продукції, адже чим вищий попит на продукцію, тим вища пропозиція та конкурентоспроможність підприємства в цілому. Витрати та ціна на продукцію будуть зростати залежно від її собівартості та рівня рентабельності, а чим більшим буде прибуток – тим ефективність виробництва й прибутковість роботи підприємства буде вищою. Врахування всіх вимог споживача до продукту, що б задовольняли потреби ринку, відіграють важливу роль при формуванні якісних властивостей продукту, які бажають отримати споживачі в процесі споживання. Отже, вплив вищезазначених показників на якість продукції підвищує їх рівень, а залежність якості від НТП, кваліфікації кадрів, якості сировини і матеріалів, науково-технічної документації, технічної прогресивності обладнання і матеріального й морального стимулювання підвищує її ступінь задоволення вимоги споживачів відносно продукту. Взаємозв'язок якості з основними показниками діяльності підприємства зображено на рис. 1.

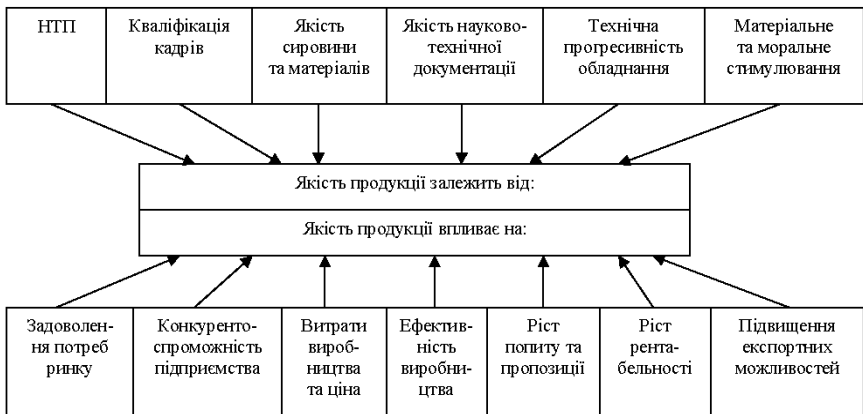


Рис. 1. Залежність та вплив якості продукції на діяльність підприємства

Це свідчить про те, що якість кінцевої продукції дійсно залежить від цілої низки складових, на яких виробник повинен постійно зосереджувати увагу. Серед них виділяють такі: визначення потреб

ринку; якість проектування продукту; якість сировини, яка надійшла у виробництво; якість процесу виробництва; відповідність якості кінцевої продукції вимогам проекту; якість після продажного обслуговування.

Отже, питанням якості продукції необхідно приділяти першочергову увагу на всіх стадіях її формування, адже від цього залежать основні технічні й економічні параметри продукції і діяльності підприємства в перспективі. Проведений аналіз основної термінології поняття «якість» дозволив виявити низку зауважень, що пов'язані із встановленням взаємозв'язку і співвідношень між категоріями, та запропонувати власне визначення. Вплив якості на результати та основні показники діяльності підприємства створює низку проблем, які потребують раціонального вирішення. Їхні витoki необхідно шукати в недоліках концептуального характеру, які зумовлені важкими обставинами адаптації систем управління якістю продукції до умов внутрішнього середовища на підприємстві та впливу зовнішніх чинників на діяльність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гегель Г.В.Ф. Работы разных лет / [Пер. с нем. В 2-х томах. Т. 1]. – М.: Мысль, 1973. – 630 с.
2. Глічев Цит. по: Рижков Н.І. Управління якістю продукції в нових умовах господарювання / Глічев. – М.: В-во стандартів, 2000. – 17 с.
3. Ліпич Л.Г. Прогнозування виробництва на засадах визначення обсягів попиту на продукцію підприємств: монографія / Л.Г. Ліпич, В.Л. Загоруйко. – Луцьк: Волин. Нац.ун-т ім. Лесі Українки, 2008. – 192 с.
4. Ольдерогге Н. Менеджмент четвертого покоління: современная концепция менеджмента / Н. Ольдерогге // Менеджмент. – 2008. – № 11-12. – С. 62-65.