

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ЗАСАДАХ СУЧАСНИХ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Стаття присвячується теоретичним і практичним аспектам забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції промислових підприємств. Розглядається соціально-економічне значення підвищення якості продукції в умовах кризи. Досліджуються головні чинники забезпечення якості продукції. Пропонується вдосконалення вітчизняної системи управління якістю продукції на засадах сучасних принципів управління і врахування світового досвіду.

This article is devoted to theoretical and practical aspects of ensuring the products quality and competitiveness on industrial enterprises. It examines social-economic importance of product quality increase in the conditions of crisis. It also investigates the main factors of guaranteeing the products quality. We propose to improve the home system of quality management on the basis of modern principles of management, taking into account the world experience.

Ключові слова: *якість, конкурентоспроможність, стандарт, управління якістю, планування, аналіз, оцінка і контроль якості, показники якості, забезпечення якості.*

Вступ. Успішне функціонування промислового підприємства цілком залежить від конкурентоспроможності, визначальним фактором якої є якість продукції. Аналіз роботи японських підприємств показує, що випуск високоякісної продукції дозволяє отримати потрійну вигоду у вигляді більш низьких виробничих витрат, більш високих чистих доходів від реалізації продукції, більшої частки ринку. Високоякісна продукція приносить приблизно на 40 % більше прибутку на інвестований капітал, ніж продукція низької якості [1].

В сучасних умовах промислове підприємство може забезпечити свою конкурентоспроможність, якщо якість його продукції співпадає з очікуваннями споживачів, або перевищує їх. Кожний виріб або послуга є носієм різних властивостей, що відображають його корисність і відповідають певним потребам людини. Власне, заради цього продукція і виготовляється, а її головною характеристикою є рівень якості, який зумовлює міру придатності цієї продукції задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Проблема забезпечення якості продукції була актуальною для людства у будь-які періоди розвитку, але особливої актуальності вона набуває на сучасному етапі у світлі фінансової та економічної кризи, яка сколихнула весь світ, не обминаючи і Україну. Забезпечення належного рівня якості продукції сприятиме конкурентоздатності вітчизняних підприємств і є головною умовою їх виживання на внутрішньому і зовнішньому ринку. Вирішення проблеми підвищення рівня якості і конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств має велике соціально-економічне значення, яке виявляється у наступному:

- високоякісна і конкурентоздатна продукція завжди повніше і краще задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній, ніж та ж або навіть більша кількість гіршого гатунку. Це означає, що підвищення якості продукції у кінцевому підсумку еквівалентне збільшенню її виробництва з меншими загальними витратами суспільної праці, що підвищує рівень доходності підприємства від реалізації продукції. А це, в свою чергу, веде до покращення фінансового стану, стимулювання розвитку, на основі чого і забезпечується належний рівень конкурентоспроможності підприємства, що є вагомим чинником розвитку на кожному етапі функціонування економіки, не кажучи вже про кризовий стан, в якому світова економіка опинилася сьогодні;

- підвищення якості продукції є специфічною формою прояву закону економії робочого часу. Загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення і використання продукції вищої якості, навіть якщо її виготовлення і пов'язано з додатковими витратами, істотно зменшується. Всіляке зменшення витрат праці означає зростання її продуктивності, що в умовах кризи є життєвою необхідністю;

- високоякісна і конкурентоздатна продукція забезпечує постійну фінансову стабільність підприємства, і можливість отримання максимального прибутку;

- підвищення якості і конкурентоспроможності продукції впливає не тільки на результативність господарювання, але і на формування позитивного іміджу підприємства. Важливість цього фактору важко переоцінити, адже в кризових умовах виживають лише найсильніші суб'єкти ринку з ефективним механізмом господарювання, позитивним іміджем і високим рівнем прихильності споживачів до продукції підприємства;

- якість продукції формується під вагомим впливом сучасних досягнень розвитку НТП. Підвищення якості засобів і предметів праці створює сприятливі умови для підвищення якості готової продукції. Тобто на кризовому етапі розвитку саме інноваційна політика і впровадження науково-технічних розробок стають одним з шляхів виходу підприємства з кризи.

Виходячи з цього, дослідження проблеми забезпечення якості продукції вітчизняних підприємств, факторів, які її формують, впливу якості продукції на конкурентоспроможність підприємства є актуальним і своєчасним. Питання управління якістю та конкурентоспроможністю підприємства завжди були і залишаються об'єктом пильної уваги вчених економістів. Різні аспекти управління і контролю якості розглядаються в роботах К. Ісікави, Е. Лемінга, Дж. Джурана, Т. Конті, А. Фейгенбаума, Ф. Кросбі тощо. Теоретичні та практичні

питання забезпечення якості і конкурентоспроможності продукції досліджуються у наукових працях Р. Фатхутдінова, Ю. Лисенка, Г. Гузем, П. Калити, О. Момота, С. Фомічова, А. Старостиної.

Актуальність проблеми забезпечення якості продукції, як необхідної умови підвищення конкурентоспроможності підприємства, недостатнє висвітлення у науковій літературі питання взаємозалежності якості та конкурентоспроможності продукції підприємства визначили тему цієї статті.

Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів забезпечення якості продукції на промисловому підприємстві на засадах сучасних принципів управління якістю.

Основний розділ. Дослідження проблеми якості неможливе без визначення поняття “якість продукції”. Наукове обґрунтування і чітке розуміння поняття “якість продукції” має важливе значення для стандартизації, сертифікації, захисту прав споживачів, практики укладання угод купівлі-продажу, оскільки дозволяє виявити необхідний мінімум критеріїв, яким повинна відповідати якісна продукція. З огляду на це, слід розглянути різні тлумачення цього поняття. Серед американських фахівців існує точка зору про те, що якість це така категорія, яка не підлягає об’єктивному вираженню і кожний визначає її на власний розсуд. Наприклад, Ф. Кросбі визначає її як “відповідність вимогам”, Е. Демінг вважає, що “досконалість означає отримання такого рівня якості, на який розраховує ринок”, А. Фейгенбаум називає якість “сукупністю ринкових, технічних, виробничих і експлуатаційних характеристик виробу (або послуги), завдяки яким виріб, що використовується (або послуга) відповідає очікуванням споживача”. Американське товариство з контролю якості і Американський інститут стандартів визначають якість як “сукупність властивостей і характеристик виробу (або послуги), які визначають його (її) спроможність задовольняти певні потреби” [2].

Українські фахівці в області менеджменту якості визначають її як ступінь вартості, цінності, придатності чого-небудь для використання за призначенням або як сукупність характеристик продукції чи послуг щодо їх здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби споживачів [3].

Останнім часом в літературі звертається увага на необхідність розуміння різного змісту юридичного і техніко-економічного поняття “якість”. Якість як техніко-економічна категорія постійно змінюється, розвивається і вдосконалюється під впливом науково-технічного прогресу. Якість як юридична категорія навпаки повинна залишатися незмінною і означати відповідність певного виробу чітко затвердженим критеріям. Іншими словами, якість продукції як правова категорія є мірою відповідності її техніко-економічних властивостей комплексу та рівню вимог, що встановлюються та закріплюються у відповідних правових актах, і господарських угодах [4]. У зв’язку з цим слід розглянути як визначає поняття “якість продукції” сучасне українське законодавство.

Так, у Господарському кодексі України ст. 268 зазначається, що якість товарів, які постачаються, повинна відповідати стандартам, технічним умовам, іншим технічним документам, що встановлюють вимоги до якості, або зразкам (еталонам), якщо сторони не визначать більш високі вимоги до якості продукції в угоді купівлі-продажу. Цивільний кодекс України у ст. 673 вказує на те, що за угодою купівлі-продажу продавець повинен передати покупцю товар, якість якого відповідає умовам угоди чи вимогам закону та придатний для мети, з якою такого роду товар звичайно використовується. У Законі України “Про захист прав споживачів” визначається, що якість – це властивість продукції, яка відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції у нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовах угоди із споживачем. Закон України “Про безпечність та якість харчових продуктів” визначає якість харчового продукту як ступінь досконалості властивостей і характерних ознак харчового продукту, які здатні задовольнити потреби (вимоги) та побажання тих, хто споживає або використовує цей харчовий продукт. Міжнародна організація стандартизації у стандарті ISO 9000:2000: визначає якість є “ступенем, у якому сукупність властивих характеристик виконує вимоги”[5]. Отже, “якість” – це багатобічне поняття, яке охоплює технічні, економічні і правові відносини. І на далі під якістю ми будемо розуміти – сукупність властивостей продукції, юридично закріплених у національній і міжнародній нормативно-технічній документації або передбачених умовами угоди купівлі-продажу і, що належать до її здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби споживачів.

Один з визнаних фахівців з проблем якості А. Фейгенбаум (США) підкреслює, що для забезпечення якості продукції підприємства повинні розвиватися на засадах таких основних принципів [2]:

– якість є не одним з напрямів діяльності підприємства, а безперервним процесом, який стосується всіх функцій апарату управління. При цьому слід розуміти, що якість продукції забезпечується не лише у виробничому циклі, а й у процесі підготовки виробництва, маркетингу, сервісному обслуговуванні. Тобто забезпечення якості продукції – це не лише технічна функція, яка контролюється відділом технічного контролю або будь-яким іншим структурним підрозділом, а систематичний процес, притаманний кожній службі апарату управління підприємства;

– якість залежить від ступеня участі в її формуванні кожного працівника підприємства. Тобто для підвищення рівня якості продукції на підприємстві важливим є процес постійного навчання персоналу і підвищення мотивації його праці;

– якість не перешкоджає, а сприяє зниженню собівартості продукції (знижується частка бракованої продукції – знижуються непродуктивні витрати виробництва);

– якість вимагає використання нової техніки і технологій. При цьому застосування нових технологій виробництва починається від автоматизації процесу проектування і закінчується автоматизацією контролю якості продукції;

– якістю продукції необхідно управляти так само безпосередньо і ефективно, як управляють виробництвом, фінансами, науково-технічними розробками тощо.

Отже, виходячи з розглянутих принципів, можна виділити триаду головних чинників забезпечення якості продукції на вітчизняних підприємствах – це “персонал – техніка і технологія – управління”. Визначальна роль відводиться персоналу та його здатності забезпечувати якість продукції. По суті проблема якості продукції вирішується саме через мотивацію персоналу на якісну роботу. У зв’язку з цим необхідно відзначити провідну роль вищої ланки управління підприємством у розробці системи, яка стимулює якісну роботу персоналу. Провідна роль керівництва пояснюється тим, що воно повністю відповідає за ключові питання функціонування підприємства: виділення ресурсів; формування організаційної структури; визначення стратегії розвитку; розробку і впровадження системи забезпечення і контролю якості продукції; розробку і впровадження стандартів, правил і процедур; контроль за виконанням стандартів якості продукції; підбір, навчання і підвищення кваліфікації кадрів; оцінку і стимулювання результатів діяльності; створення умов для застосування командного підходу до проблем управління якістю продукції.

Іншим чинником забезпечення якості продукції на вітчизняних підприємствах є техніка і технологія, точніше їх спроможність забезпечувати високу якість готової продукції. Мова йде про розробки наших науковців щодо удосконалення існуючих технологій з гарантією більш високої якості виконання окремих операцій і виготовлення виробів в цілому. Крім того нові технології можуть гарантувати скорочення витрат на забезпечення відповідної якості, що позитивно впливатиме на конкурентоспроможність продукції та ефективність роботи вітчизняних підприємств.

Ще одним важливим чинником забезпечення якості продукції є впровадження ефективної системи управління якістю продукції. В сучасних умовах на підприємствах, що працюють на світовому ринку, все частіше впроваджується система “тотального управління якістю” (Total Quality Management – TQM), яка є результатом симбіозу західної і східної концепцій управління якістю продукції. Ця система тотального (загального) управління, при якій політика якості продукції, управління якістю, підвищення якості та її забезпечення відіграють велике значення в системі управління підприємством, пронизує всі управлінські структури при виконанні керівництвом підприємства провідної ролі в її забезпеченні. Складовими елементами системи TQM є планування, аналіз оцінювання і контроль якості продукції. Схематичне відображення системи TQM наводиться на рис. 1.

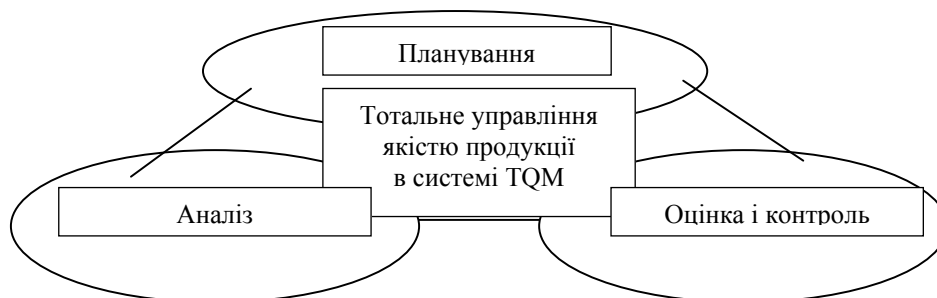


Рис. 1. Основоположні елементи управління якістю продукції в системі TQM [7]

Ефективність управління якістю залежить від врахування особливих властивостей конкретної продукції і розробки відповідної системи оцінки показників якості. Тобто кожний з основоположних елементів системи TQM слід розглядати відносно конкретної продукції. У даній статті для подальшого дослідження нами обрана машинобудівна продукція.

Планування підвищення якості машинобудівної продукції на вітчизняних підприємствах здійснюється за методикою, яка була розроблена ще за часів планової економіки і не відображає сучасних ринкових умов, оснований на конкуренції. Згідно цієї методики, вся продукція поділяється на три категорії: вищу, першу і другу. Атестація машинобудівної продукції та віднесення її до певної категорії якості проводиться на основі спеціально розроблених критеріїв. На нашу думку, в умовах посилення конкуренції серед машинобудівних підприємств продукцію слід поділяти на два класи: продукція, якість якої відповідає встановленому стандарту (національному чи міжнародному) чи умовам укладеної угоди зі споживачем; і продукцію, якість якої перевищує діючі стандарти (це стосується, як правило, принципово нових науково-технічних розробок, які значно опереджають за своїми властивостями існуючу машинобудівну продукцію).

Аналіз якості машинобудівної продукції базується на аналізі системі показників або інтегрального показника якості продукції. Але проведення такого аналізу на практиці ускладнюється тим, що одиничні (індивідуальні) показники можуть часто змінюватись, а їх облік не завжди відповідає вимогам часу, що і ускладнює використання інтегрального (комплексного) показника якості продукції в системі внутрішніх господарських розрахунків підприємства. На нашу думку, аналіз якості продукції можна проводити на основі одного найбільш придатного для цього узагальненого показника, зокрема, технічного рівня машинобудівної продукції. Для машинобудівної продукції експлуатаційні характеристики мають особливе значення. За ними замовник визна-

чає якість, а, відповідно, і конкурентоспроможність продукції, виготовленої машинобудівним підприємством. При цьому основними експлуатаційними показниками якості машинобудівної продукції є: продуктивність, надійність, ремонтпридатність, рівень автоматизації, питома вага витрат на матеріали і споживання енергії, умови праці, чисельність обслуговуючого персоналу, маса, габарити і транспортабельність машин, можливість їх модернізації у перспективі, експлуатаційні витрати тощо. При цьому слід відмітити, що необхідно обережно користуватися узагальненими показниками якості продукції, не допускаючи перекриття одними одиничними показниками істотних недоліків продукції, які характеризуються іншими одиничними показниками. Якщо хоч один одиничний показник має оцінку “незадовільно”, то якість машинобудівної продукції повинна визнаватися незадовільною. Проведення аналізу якості продукції дозволяє крім цього виявити наявність рекламацій, які свідчать про незадоволеність замовника якістю продукції машинобудівного підприємства. Наслідком цього є невиконання плану постачання продукції, погіршення фінансового стану підприємства, оскільки воно повинно компенсувати з власних коштів замовникові вартість неякісної продукції і відшкодувати витрати на виправлення дефектів продукції виявлених замовником. Цілком очевидно, що все це негативно відбивається на конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Ще один основоположний елемент системи TQM – це оцінювання і контроль якості продукції. Саме контроль є найефективнішим засобом досягнення намічених цілей та найважливішою функцією управління. Саме контроль сприяє правильному використанню об’єктивно існуючих, а також створених людиною передумов для виготовлення продукції високої якості. Від ступеня досконалості контролю якості, його технічного оснащення та організації залежить ефективність виробництва в цілому. При здійсненні контролю проводиться співставлення фактично досягнутих результатів функціонування системи з запланованими. Сучасні методи контролю якості продукції дозволяють при мінімальних витратах досягти високої стабільності показників якості.

Висновки. В умовах гострої конкурентної боротьби якість продукції сприймається як аналог комерційного успіху, формує престиж будь-якого суб’єкта господарювання. Якість є основою для задоволення потреб кожної людини і суспільства, найважливішою складовою конкурентоспроможності. Зрозуміло, що діяльність з підвищення та забезпечення якості в умовах ринкової економіки має стати пріоритетною.

Література

1. Исикава К. Японские методы управления качеством / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1998. – 326 с.
2. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1996. – 417 с.
3. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М.І. Шаповал. – 3-тє вид., доп. – К.: Знання, 2007. – 471 с.
4. Кузьміна М. Визначення поняття “якість продукції” та критерії її оцінки // Господарське право. – 2007. – № 12. – С. 138–141.
5. ДСТУ ISO 9000:2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник (ISO 9000:2000, IDT). – К.: Держстандарт України. – 2001. – 40 с.
6. Калига П. Україна та якість // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2005. – № 3. – С. 51–53.
7. Калашнік І.І. Контроль та управління якістю продукції на промислових підприємствах // Економіка та підприємництво. – 2009. – № 1. – С. 53–58.

УДК 658.012

Є. В. КРИКАВСЬКИЙ

Національний університет “Львівська політехніка”

Н. М. КУБРАК

Львівський національний університет ветеринарної медицини ім. С.З. Гжицького

СУЧАСНІ АКЦЕНТИ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Проведено аналіз поняття конкурентоспроможності, зокрема з точки зору суб’єкта конкурентноздатності. Розглянуто дворівневий підхід до визначення конкурентної позиції товару. Розширено поняття традиційних і “нових” конкурентних переваг.

The analysis of concept of competitiveness is conducted, in particular from the point of view the subject of competitiveness. The two-tier going to determination of competition position of commodity is considered. The concept of traditional and “new” competitive edges is extended.

Ключові слова: конкурентоспроможність, суб’єкт конкурентноздатності, конкурентна позиція товару, конкурентна перевага.

Вступ. З економічної точки зору конкуренція є боротьбою (суперництвом) між суб’єктами господарювання, по-перше, з метою максимізації економічних результатів (користі) від продажу товарів та послуг, по-друге, з метою отримання вигідніших (дешевших та вищої якості) джерел постачання, по-третє, з метою залу-