

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ЯКІСТЬ»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі розглянуто визначення категорії «якість» та сформулювало власне трактування цього поняття. Визначено фактори, які впливають на якість продукції.

Ключові слова: *якість, фактор, якість продукції, петля якості.*

Abstract:

This paper we reviewed the definition of the category of "quality" and gave its interpretation of the concept. The factors influencing product quality were identified.

Keywords: *quality, factor, production quality, quality loop.*

Вступ

З кожним роком усе складніше доводиться підприємствам проводити боротьбу за своє існування і визнання серед споживачів. Для розвитку фірм і їх виживання в сучасних умовах необхідно пристосовуватися до мінливих умов навколишнього середовища. Підвищення якості продукції є одним із найвпливовіших чинників зростання ефективності виробництва продукції. Якість продукції – це головна умова існування і ключ до успіху на ринку в сучасних умовах конкуренції.

Мета статті полягає в узагальненні підходів до визначення сутності якості як економічної категорії.

Результати дослідження

Дослідження проблеми якості продукції має широкий діапазон. Теоретичним надбанням є наукові праці вчених-економістів: А. Сміта [1], Д. Рікардо [2] та інших. В Україні вивчення проблеми підвищення якості продукції також актуальне, йому приділяють увагу такі вчені-економісти як Л. Балабанова [3], І. Должанський [4] та інші. Однак і на сьогодні вчені не дійшли до однієї точки зору про сутність і зміст якості як економічної категорії.

Формулювання поняття «якість» базується на кількох різних точках зору [5], за допомогою них можна відобразити всю багатоаспектність цього поняття.

1. З точки зору об'єктивної оцінки властивостей продукту якість може бути точно виміряна. Відмінності в якості можуть бути кількісно відображені за допомогою певних характеристик продукту [5].
2. З точки зору покупця якість продукту визначається більшою мірою суб'єктивною оцінкою споживача і в меншій мірі – характеристиками самого продукту. Окремі покупці мають різні потреби, причому ті товари, які задовольняють ці потреби найкращим чином, розглядаються як володіють найвищою якістю [6].
3. З точки зору виробничого процесу якість – це дотримання специфікацій, і кожне відхилення від них веде до зниження якості. Найвища якість передбачає добре виконану роботу, результат якої повністю відповідає поставленим вимогам [5].
4. З точки зору співвідношення ціни та корисності якість виражається за допомогою витрат і цін. Якісний продукт виконує певну функцію за прийнятною ціною [6].

Поняття «якість» можна розглядати як дворівневе. Якість першого рівня – технічного, якість формується на стадіях досліджень, розробок і виробництва. Управління якістю на цьому рівні

включає заходи щодо дотримання необхідного мінімуму якісних і кількісних вимог до продукту. Якість другого рівня – комунікативного, якість формується на стадіях перед і після продажного обслуговування. Для забезпечення якості на цих стадіях впроваджуються заходи, спрямовані на всебічне задоволення запитів клієнтів [6].

На сучасному етапі існує велика кількість трактувань терміна «якість», отож співставимо вченого та його визначення поняття «якість» у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1 – Наукові підходи до визначення сутності поняття «якість»

Вчений	Визначення поняття «якість»
1	2
Іванілов О.С. [7]	це економічна категорія, тому що вона належить до найважливіших понять економічної науки, яка відображає істотні сторони економічних явищ та процесів.
Гриньова В.М., Салун М.М. [8]	це сукупність характеристик об'єкта щодо його спроможності задовольняти встановлені і передбачувані потреби.
Вершигора В.Ю. [9]	це сукупність властивостей, які показують рівень новизни, надійність і довговічність, економічність, ергономічність, естетичні, екологічні та інші споживчі властивості продукції, які дають їй здатність задовольняти обумовлені чи запропоновані потреби в системі виробничих відносин.
Мочерний С.В. [10]	відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.
Стандарт ІСО 8402--94 [11]	сукупність властивостей і характеристик виробу або послуги, що відносяться до його здатності виконувати встановлені і передбачувані потреби.
Фейгенбаум А. [12]	загальна сукупність технічних, технологічних і експлуатаційних характеристик виробу або послуги, завдяки яким вироби або послуги будуть відповідати вимогам споживача при їх експлуатації.
Джуран Дж. [13]	придатність до використання (відповідність призначенню); Суб'єктивна сторона: якість – це ступінь задоволення споживача (для реалізації якості виробник повинен знати вимоги споживача і зробити свою продукцію (послугу) такою, щоб вона відповідала цим вимогам.
Анфалов А.А. [14]	один з найважливіших показників, що визначає попит на продукцію, і часто має вирішальне значення для досягнення, підтримки і підвищення конкурентоспроможності.

Аналізуючи таблицю 1 можна сказати, що фігурують істотні розбіжності в розумінні сутності терміну якість і наслідком цього є недостатність та недосконалість методологічних основ для формування системи управління нею.

Розглянувши різні поняття терміну якість, можна сформулювати власне розуміння категорії якість.

Отже якість продукції – це сукупність властивостей, які зумовлюють її здатність задовольняти потреби споживачів відповідно до їх призначення.

На сьогодні забезпечення належної якості продукції є вимогою часу, оскільки неякісний товар не спроможний задовольняти споживача, як це було за умов командно-адміністративної системи. У теперішніх умовах споживач продукції є регулятором рівня її виробництва і попиту на ринку.

Відомий американський спеціаліст Едвард Демінг ще в 1950 році писав, що на 85% вирішення проблеми залежить не від людей, а від системи управління якістю [15].

У світі проводиться активна праця над проблемою забезпечення якості. Методичною її основою є так звана «петля якості» [16], яка в класичному варіанті має такий вигляд (рис.1.).

На якість продукції впливає чимала кількість факторів, які діють самостійно і у взаємозв'язку між і собою на різних етапах життєвого циклу продукції. Головними внутрішніми факторами, які впливають на рівень якості продукції є : – виробничо-технологічні (рівень прогресивності техніки та

технологій, використання нових матеріалів, якість використовуваної сировини та ін.); – соціально-психологічні (забезпечення нормальних умов праці персоналу, формування сприятливого клімату в колективі, моральне стимулювання та заохочення працівників та ін.); – економічні (витрати на випуск та реалізацію високоякісної продукції, політика ціноутворення, економічне стимулювання працівників та ін.); – організаційні (рівень організації праці та виробничого процесу на підприємстві, ефективність системи управління якістю продукції, сертифікація продукції, забезпечення належного кваліфікаційного рівня персоналу та ін.) [18-19].

Головними зовнішніми факторами впливу на якість продукції підприємства є: – рівень конкуренції на ринку; – вимоги споживачів; – необхідність завоювання певної позиції на ринку та формування позитивного іміджу підприємства; – вимоги щодо стандартизації та сертифікації продукції певного виду тощо [18].

Фактори якості також можна об'єднати в 4 групи: технічні, організаційні, економічні і суб'єктивні.

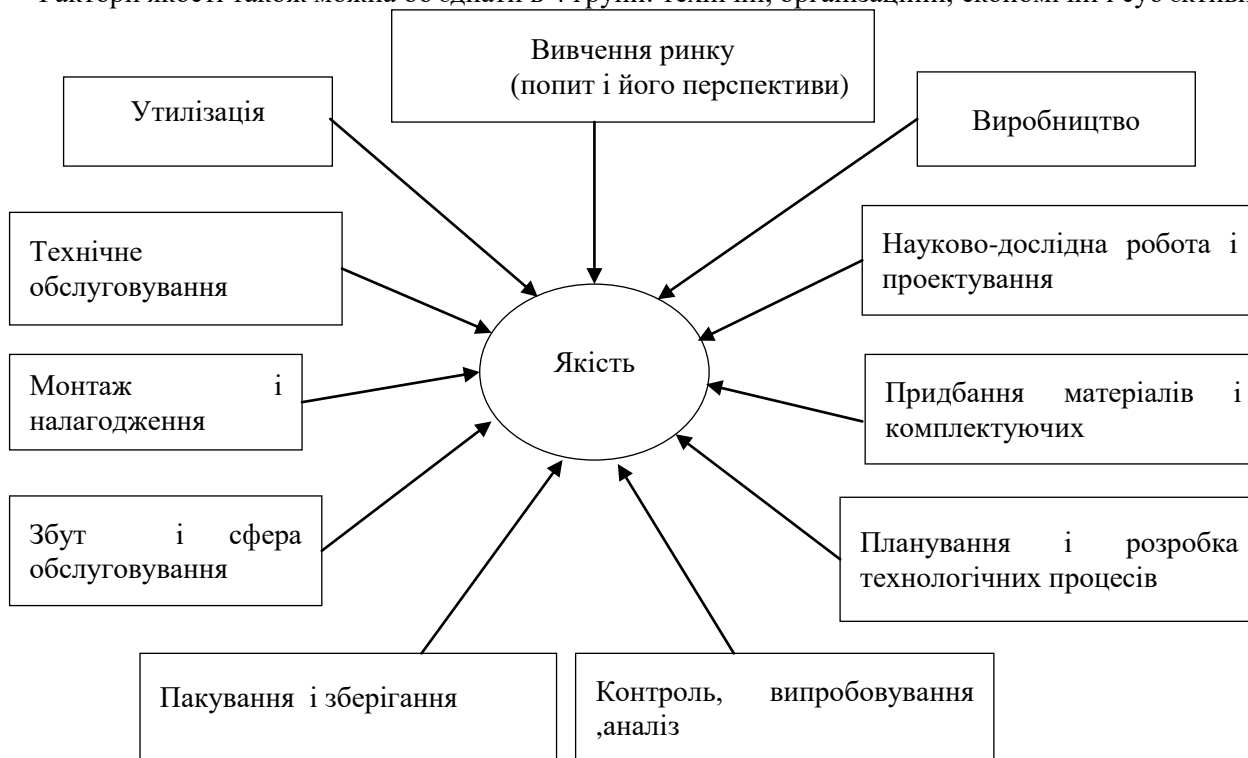


Рис.1. - Петля якості [16]

До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та інші [15].

До організаційних факторів належать: розподіл праці і спеціалізацію, експлуатацію (споживання) технічного обслуговування, форми і способи транспортування, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, форми організації виробничих процесів, порядок пред'явлення і здачі продукції, зберігання, ремонту та інші [16].

До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та інше [17].

Суб'єктивні фактори. У забезпеченні якості продукції велику роль виконує людина, її професійна підготовка, фізіологічні й психологічні особливості. Саме від професійної підготовки працівників, які зайняті проектуванням, виробництвом та експлуатацією виробів, залежить рівень використання технічних можливостей. [17].

Отже, на якість продукції впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і у взаємозв'язку між і собою, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох.

Висновки

Отже, дослідження, яке було проведено засвідчило, що якість підлягає впливу різних факторів - це економічні, технічні, організаційні та суб'єктивні і показує ефективність усіх сторін діяльності

суб'єктів господарювання. З розвитком суспільного виробництва зміст категорії «якість» потроху ускладнюється і вже на сьогодні набуває нового значення в господарській діяльності підприємств. Сутність поняття «якість» полягає в сукупності властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до її призначення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Исследование о природе и причинах богатства народов. Книга IV : [підручник] / А. Смит. – М.: ЭКСМО, 2007. – 960 с.
2. Классика экономической мысли: Сочинения : [підручник] / У. Петти, А. Смит, Д., Рикардо. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 896 с.
3. Маркетинг : [підручник] / За заг. Ред. д-рф екон. наук, проф. Л.В. Балабанова. – К. : Знання-Прес, 2004. — 645 с.
4. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : [навчальний посібник] / Должанський І. З. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.
5. Басовский А. С. Управление качеством : [навчальний посібник] / Басовский А. С. Протасев В. Б. – М. : Инфра, 2004. – 178 с
6. Колесник О.О. Теоретичні основи управління якістю продукції : [навчальний посібник] / Колесник О. О. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 450 с.
7. Іванілов О. С. Економіка підприємства : [навчальний посібник] / Іванілов О. С. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
8. Організація виробництва : [підручник] / В. М. Гриньова – К. : Знання, 2009. – 582 с.
9. Вершигора Є. Ю. Маркетингова товарна політика : [навчальний посібник] / Вершигора Є. Ю. – Тернопіль: Астон, 2015. – 408 с.
10. Економічний словник-довідник / За ред. С. В. Мочерного. – Київ: Феміна, 1995. – 356 с.
11. Стандарт ІСО 8402-94 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // [http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/5/5812/Стандарты ИСО](http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/5/5812/Стандарты_ИСО) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards.htm>
12. Фейгенбаум А. Наставники по качеству [Текст] / А. Фейгенбаум // Стандарты и качество. – 1999. - №9 – С. 28-29.
13. Окрепилов, В.В. Управление качеством [Текст] / В.В. Окрепилов – М.: Экономика, 1998.
14. Анфалов А.А. Крымский отдел НИИ социально-экономических отношений [Текст] / А.А. Анфалов // Экономика и управление. – 2002. - №4 – С. 30- 33.
15. Державна система стандартизації та управління якістю в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // http://bookss.in.ua/book_derzhavna_sistema_standartizaci-ta-upravlinnya-yakisty-v-ukrani_910/.
16. Управління якістю [Електронний ресурс]. — Режим доступу // <http://studopedia.org/3-110032.html>.
17. Шаповал М. І Менеджмент якості : [навчальний посібник] / Шаповал М. І – Київ. : Центр учбової літератури, 2007. – 471 с.
18. Причепя І. В. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Причепя, Г. І. Лисаченко // Матеріали XLV Науково-технічної конференції ВНТУ, ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ 23–24 березня 2016. – Режим доступу: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2016/paper/view/497>
19. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств / Джеджула В. В., Спіфанова І. Ю., Цвик О. Г. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №4. – С. 5 – 8.

Заремба Оксана Володимирівна – студентка групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. Електронна адреса : mof15zaremba@gmail.com

Науковий керівник : **Спіфанова Ірина Юріївна** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Oksana Zaremba – student , faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia