

## ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВА ІІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*В статті розглянуто особливості управління якістю продукції в умовах глобалізації. Проаналізовано чинники формування якості продукції. Запропоновано комплекс заходів по забезпеченню якості продукції за технічним, економічним та організаційним напрямками.*

**Ключові слова:** якість, якість продукції, конкурентоспроможність, чинники формування якості, шляхи вдосконалення якості.

### *Abstract*

*This article reviews the main approaches of quality management in the context of globalization. The factors forming quality were analyzed. A complex of measures to ensure the quality of products on the technical, economic and organizational areas was offered.*

**Keywords:** quality, product quality, competitiveness, factors shaping quality, ways to improve quality.

В сучасних конкурентних умовах боротьби за ринок збуту продукції підприємства розвинутих країн все ширше застосовують ефективний інструмент забезпечення успіху – управління якістю. Ефективність цього інструменту на сьогоднішній день особливо зростає у зв'язку з прийняттям у багатьох країнах законодавства, яке встановлює жорсткі вимоги щодо безпечності продукції для здоров'я та життя людини, захисту прав та інтересів споживачів, охорони навколишнього середовища.

Світовий досвід показує, що в умовах відкритої ринкової економіки, яка не може існувати без гострої конкуренції, виявляються фактори, які роблять конкурентоспроможність та якість продукції необхідними умовами виживання товаровиробників, мірилом результативності їх господарської діяльності, добробуту країни.

Міжнародний досвід свідчить, що успіху у світовій економіці, у соціальному і культурному розвитку досягають тільки ті країни, які спроможні забезпечити світову якість продукції та послуг. Це створює виробникам конкурентні переваги, а споживачам – комфортні умови життя. Саме тому в провідних країнах світу проблеми якості постійно знаходяться у фокусі економічних інтересів держави, громадського суспільства і пересічних громадян. Сьогодні практично всі покупці розглядають якість як головний чинник вибору товару порівняно з її ціною та іншими критеріями.

Європейська економіка у новому тисячолітті опинилася в абсолютно новому бізнесовому середовищі, яке характеризується глобалізацією і технологічним прогресом. Це є викликом до різних учасників економічного процесу. Так, підприємцям необхідно покращити управлінські навички, а владні структури повинні створити сприятливе середовище для стабільного розвитку суспільства. Конкуренція як основа підвищення якості життя населення, досягнення економічного зростання, створення нових робочих місць має розвиватися на новому рівні. Перш за все, це стосується якості продукції та послуг. Адже, неякісний або низькоякісний товар має низьку конкурентоспроможність і продукція високої якості – це конкурентний і навіть, висококонкурентний товар.

Найважливішим джерелом зростання ефективності виробництва є постійне підвищення технічного рівня і якості продукції, що виготовляється на підприємстві. Для технічних систем характерна жорстка функціональна інтеграція всіх елементів, тому в них немає другорядних елементів, які можуть бути неякісно спроектовані і виготовлені. Таким чином, сучасний рівень розвитку науково-технічного процесу значно підняв рамки вимог до технічного рівня і якості виробів у цілому і їхніх окремих елементів зокрема.

Системний підхід дозволяє об'єктивно вибирати масштаби і напрямки управління якістю, види продукції, форми і методи виробництва, що забезпечують найбільший ефект від зусиль і коштів,

витрачених на підвищення якості продукції. Системний підхід до поліпшення якості продукції дозволяє закласти наукові основи у процес організації виробництва на промислових підприємствах, об'єднаннях.

У ринковій економіці якість є найважливішим чинником підвищення рівня життя населення, економічної, соціальної й екологічної безпеки країни.

Під якістю продукції розуміють сукупність властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення. Кожний виріб має свої конкретні властивості, які відображають його корисність і здатність задовольняти потреби людини. Корисність того чи іншого виробу відображає його споживчу вартість, тобто має бути оціненою за її якісними показниками. Таким чином, споживча вартість і якість виробів тісно пов'язані між собою. Підвищення якості продукції, як і інші економічні категорії - підвищення ефективності людської праці, розвитку науки і техніки, є відображенням історичного процесу.

У ринкових умовах господарювання споживач продукції, незалежно чи це юридична, чи фізична особа, самостійно вирішує, яку продукцію чи товар купити. Тому на споживчий попит на товар впливають великою мірою якісні показники того чи іншого виробу (зовнішній вигляд, оформлення, гарантії на товар), реклама, можливе його обслуговування, де це доцільно, тощо.

Автори Рудик В. і Федак С. вважають, що якість - комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг тощо. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість продукції [1].

Інші дослідники [2] вважають, що якість продукції - це сукупність її споживчих властивостей, що здатні задовольняти потреби споживачів. Якісною вважається продукція, що відповідає вимогам стандартів і технічних умов і задовольняє потреби споживачів. Якість продукції та послуг найбільше впливає на життєздатність підприємства. Успішна реалізація якісної продукції клієнтам є головним джерелом їхнього існування.

Якість продукції формується під впливом таких важливих чинників:

- активне прагнення підприємств до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу;

- ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів;

- інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального та морального характеру.

На якісне обслуговування в бізнесі впливають такі фактори:

1) стан матеріально-технічної бази;

2) прогресивна технологія обслуговування;

3) високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу, його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати;

4) управління якістю продукції, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль якості продукції, що пропонується споживачеві [3].

Саме якість виробу, яка визначається його властивостями і часто ототожнюється з ними, служить задоволенню потреб індивідуума. Мірою якості (за суто маркетингового підходу) слід вважати рівень задоволення споживача товаром чи послугою, що, у свою чергу, визначається співвідношенням їх вартості і цінності (споживчої вартості).

Треба звернути увагу ще на чотири суттєві моменти у визначенні якості.

По-перше, ототожнювання якості з властивостями продукції дає змогу розглядати її як найскладнішу властивість. Інакше кажучи, якість можна уявити як вершину ієрархічної структури впорядкованої сукупності функціонально-корисних властивостей продукції.

По-друге, якість як певна цілісність і завершеність споживчої вартості існує лише за існування потреби в продукції. Якщо потреби немає, тоді й продукція незалежно від рівня її технічної досконалості й технологічного виконання не матиме якості у тому розумінні, що ніхто на неї не звертатиме уваги. Щоправда, в процесі історичного розвитку людина відкриває нові властивості природних речовин та продуктів своєї праці. Відкриття нових, сформованих природою або доданих працею корисних властивостей того чи іншого матеріального блага може привернути увагу до його якості. Наприклад, майже до середини XIX ст. людство не відчувало потреби в нафті, а відповідно й

не цікавило її якість. У міру розвитку науки і виробництва якість нафти почали оцінювати за можливістю її використання для задоволення енергетичних, технологічних та інших потреб.

По-третє, не всі властивості продукції визначають її якість. Беруть до уваги лише ті з них, які є функціонально-корисними, впливають на призначення матеріального блага, його здатність задовольняти потреби — особисті чи виробничі. Корисні властивості продукції формуються як природою, так і працею. До останніх належать різноманітні конструктивні та технологічні особливості виробу, їх пристосованість до взаємодії з людиною, для технічного обслуговування, ремонту, збереження тощо. Підвищення якості здійснюється за рахунок поліпшення не всіх, а лише корисних властивостей продукції, котрі забезпечують виконання або розширення основних її функцій.

По-четверте, використання продукції має відповідати її призначенню. За неправильного використання навіть високоякісна продукція не дає бажаного ефекту. Інакше кажучи, якість, як упорядковану сукупність властивостей, можна повністю реалізувати лише за умови відповідності застосування продукції її цільовому призначенню.

Отже, якість — як економічна категорія, відображає сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Існує певна система показників, які дають можливість визначити рівень якості різноманітних видів продукції і постійно здійснювати належний контроль за дотриманням відповідного рівня якості.

Оцінювання якості продукції передбачає визначення її абсолютного, відносного, перспективного та оптимального рівнів. Окремі показники якості товару є специфічними. У зв'язку з цим вони поділяються на три групи: одиничні показники, що характеризують окремі властивості виробу; комплексні, за допомогою яких визначається група властивостей виробу (надійність, довговічність, економічність тощо); узагальнюючі показники характеризують якість усієї сукупності продукції підприємства. З метою визначення якості виробів на виробництві застосовують найрізноманітніші методи, їх поділяють залежно від способу одержання інформації на об'єктивний, органолептичний, диференційований, комплексний.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Якість - гарантія конкурентоспроможності / [Рудик В., Федак С., Коцюба Г., Петров Г. ] // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2008. – №5. – С. 67-68.
2. Система управління якістю у держспоживстандарті України / [Віткін Л. Сахацький І. Лехманік І. Солонинка А. ] // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2008. – №4. – С. 40-44.
3. Друзюк В. Система управління якістю - інвестиція в майбутнє / Друзюк В. Федак О. // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2009. – №1. – С. 51-54.

**Ткачук Людмила Миколаївна** – канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : tkachuk\_ludmila\_76@mail.ru.

**Коваль Юрій Валерійович** – слухач групи ІМ-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

**Tkachuk Lyudmila** – Cand. Sc. (Ec), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, email : tkachuk\_ludmila\_76@mail.ru.

**Koval Yuri** – the listener of IM-15, Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.