

11. ЯКІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

М.В. Квітко

Національний університет харчових технологій

Під якість 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 підвищення ефективності людської праці, розвитку науки і техніки, є відображенням історичного процесу. У ринкових умовах господарювання споживач продукції, незалежно юридична чи фізична особа, самостійно вирішує, яку продукцію придбати. Тому на попит впливають значною мірою якісні показники того чи іншого виробу (зовнішній вигляд, оформлення, гарантії на товар), реклама, можливе його обслуговування тощо. Для підтримання високої якості та конкурентоспроможності готової продукції на підприємстві треба постійно впроваджувати новітні технології та одночасно постійно контролювати якість продукції в процесі технологічного циклу. Однак процес контролю має супроводжуватись певними методиками контролю, класифікацією видів браку та відповідними організаційними прийомами його усунення.

Наукові трактування якості є досить різнобічними, проте об'єднаними певною загальною філософією дефініції. Так, виходячи із суб'єктивних позицій, Ф. Кросбі визначає якість як відповідність вимогам. У. Демінг вважає, що управління якістю не означає досягнення досконалості, а отримання такого рівня якості, на який розраховує ринок. Д. Джуран визначає якість як відповідність призначенню. А. Фегенбаум називає якість сукупністю складних ринкових, технічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким останній відповідає очікуванням споживача. Д. Харрінгтон визначає якість як задоволення або перевищення вимог споживача за прийнятною для нього ціною.

Під якість продукції розуміють також сукупність властивостей та характеристик продукту, котрі надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Таке визначення наведено в стандарті ІСО 9000 і є найбільш поширеним в країнах з розвинутою економікою. У 1986 р. в межах ІСО були сформульовані терміни щодо

якості для всіх галузей бізнесу і промисловості, а у 1994р. ця термінологія була уточнена. За цим останнім підходом стандартизованим є визначення якості, за яким дана категорія є сукупністю характеристик об'єкта, що відносяться до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби.

На сучасному етапі якість продукції — це поняття, яке характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації та уніфікації, надійність і довговічність. Як економічна категорія якість відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини. Основним результатом розвитку світового підприємництва у 80-х рр. ХХ ст. стало домінування конкуренції не цін, а якості: 80% покупців приймали рішення про покупку, звертаючи увагу в першу чергу на якість продукції. Таким чином, конкурентоспроможною могла стати лише продукція, яка мала, при інших рівних умовах і меншій виробничій собівартості, вищу якість. Дана ситуація дозволила аналітикам обґрунтувати термін „нова конкуренція” Забезпечення належної якості продукції – це вимога часу, сучасної дійсності, коли будь-який товар задовольняти споживача не може, як це було при командно-адміністративній системі. У нинішніх умовах споживач продукції є регулятором її рівня виробництва і попиту на ринку.

Якість продукції формується під впливом таких важливих чинників:

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

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

Важливими властивостями для оцінки якості є:

- 1) технічний рівень, що відбиває матеріалізацію в продукції науково-технічних досягнень;

- 2) естетичний рівень, що характеризується комплексом властивостей, пов'язаних з естетичними відчуттями і поглядами;

- 3) експлуатаційний рівень, пов'язаний з технічною стороною використання продукції (догляд за виробом, ремонт і т.п.);

Підвищення якості продукції повинно базуватися на основі розробки комплексної, взаємопов'язаної системи технічних, організаційних, економічних і соціальних та мотиваційних заходів, що забезпечують необхідний рівень якості на всіх стадіях виробництва і споживання продукції. Важливою умовою при їх формуванні є

досягнення “господарського ефекту” за рахунок зменшення вартості виробів. Тому вважаємо доцільним впровадження заходів що підвищення якості продукції одночасно за такими напрямками:

1. За технологічним напрямком:

- техніко-технологічна досконалість виробництва (використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів, удосконалення стандартів і технічних умов);

- досконалість засобів виробництва (запровадження новітніх технологій, забезпечення технологічної оснащеності);

2. За економічним напрямком:

- ефективність управління витратами на якість;

- рівень інвестиційного забезпечення модернізації;

3. За організаційним напрямком:

- формування організаційної культури організації;

- використання ефективної системи мотивації;- лідерство та фахова компетентність середнього та вищого менеджменту;

Науковий керівник – Сіднева Ж.К., к.е.н.