

8. Управління підвищенням якості продукції вітчизняних товаровиробників

Олена Дружиніна, Ірина Тюха

Національний університет харчових технологій

Вступ : В умовах сучасного розвитку економіки, проблема якості продукції є актуальною для всіх суб'єктів господарювання, які виробляють і реалізують продукцію. Підприємства, які не мають сучасних систем управління, не зможуть на рівних конкурувати із фірмами-лідерами, або ж просто підвищити прихильність споживачів до товару. У міжнародній практиці непоодинокі випадки, коли наявність системи управління якістю є обов'язковою умовою або тендеру, або замовника.

Матеріали і методи: При дослідженні питання використовувались наступні методи: системний підхід, узагальнення, порівняння, формалізація, структурний, абстрактно-логічний аналіз.

Результати : Якість – це сукупність властивостей і характеристик продукції або послуг, які надають продукції або послугам здатність задовольняти обумовлені, або передбачені потреби людства. Аби зробити товар справді якісним, а підприємство прибутковим, йому необхідно впровадити належну систему управління якістю. Управління якістю продукції – це встановлення, забезпечення і дотримання необхідного рівня якості продукції при її розробці, виготовленні та експлуатації, що досягається шляхом систематичного контролю за якістю і цілеспрямованого впливу на умови й фактори, від яких вона залежить.

Для управління якістю використовують чотири типи методів [1]:

1) економічні методи, що забезпечують створення економічних умов, які спонукають колективи підприємств, конструкторських, технологічних і інших організацій вивчати запити споживачів, створювати, виготовляти і обслуговувати продукцію, що задовольняє ці потреби і запити. До числа економічних методів відносяться правила ціноутворення, умови кредитування, економічні санкції за недотримання вимог стандартів і технічних умов, правила відшкодування економічного збитку споживачу за продаж йому неякісної продукції;

2) методи матеріального стимулювання, що передбачають, з одного боку, заохочення працівників за створення і виготовлення високоякісної продукції (до числа цих методів відносяться: створення систем преміювання за високу якість, встановлення надбавок до заробітної плати та ін.), а з іншого боку - стягнення за заподіяний збиток від її поганої якості;

3) організаційно - розпорядницькі методи здійснювані за допомогою обов'язкових для виконання директив, наказів, вказівок керівників. До числа організаційно-розпорядницьких методів управління якістю продукції відносяться також вимоги нормативної документації;

4) виховні методи, що роблять вплив на свідомість і настрої учасників виробничого процесу, що спонукають їх до високоякісної праці і чіткого виконання спеціальних функцій управління якістю продукції. До їх числа відносяться: моральне заохочення за високу якість продукції, виховання гордості за честь заводської марки та ін.

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 є доцільним впровадження заходів по підвищенню якості продукції одночасно[2]:

1. за технологічним напрямком:
 - техніко-технологічна досконалість виробництва;
 - досконалість засобів виробництва (запровадження новітніх технологій, забезпечення належної технологічної оснащеності виробництва);
 - удосконалення системи контролю за якістю сировини, матеріалів, готової продукції;
2. за економічним напрямком:
 - ефективність управління витратами на якість;
 - рівень інвестиційного забезпечення модернізації;
 - ефективність системи логістики;
3. за організаційним напрямком:

- формування організаційної культури та філософії організації;
- використання ефективної системи мотивації;
- лідерство та фахова компетентність середнього та вищого менеджменту;
- якість промислово-виробничого персоналу;
- дотримання технологічної дисципліни;
- проведення сертифікації продукції і послуг згідно міжнародних сертифікатів.

Висновки : Отже, стратегічним напрямком успішного функціонування підприємств в сучасних економічних умовах є створення ефективних шляхів підвищення якості продукції та процесу їх формування на підприємстві, які дозволяють підвищити необхідний рівень споживчих характеристик продукції. Таким чином, особливої актуальності набуває дострокове підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі формування ефективних шляхів управління якістю продукції.

Література

1. Махініч Г. Економічна природа якості продукції / Г. Махініч // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. - № 6. – С. 151 – 155.
2. Труш Ю.Я. Обґрунтування основних шляхів підвищення управління якістю продукції / Ю.Я. Труш // Формування ринкових відносин в Україні. - 2010. - № 8. С. 91-94.