

М.П. ГОРБУНОВ, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ», Харків,
Н.О. КУРЯТНИК, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ ТОВАРОЗНАВСТВА

В статті розкриті поняття якості та управління якістю з точки зору товарознавства. Розглянуті фактори, що впливають на якість продукції. Проаналізована проблема впровадження системи управління якістю з точки зору товарознавчих дисциплін.

Ключові слова: якість, управління якістю, товарознавство.

В статье раскрыты понятие качества и управления качеством с точки зрения товароведения. Рассмотрены факторы, влияющие на качество продукции. Проанализирована проблема внедрения системы управления качеством с точки зрения товароведческих дисциплин.

Ключевые слова: качество, управление качеством, товароведение.

In the article definitions of quality and quality management according to merchandise knowledge are opened. Factors that influence on quality of product are described. The problem of implementation of quality management system according to merchandise knowledge is analyzed.

Keywords: quality, quality management, merchandise knowledge.

Сучасний стан розвитку ринкової економіки висувають достатньо високі вимоги до товарів чи послуг, що пропонуються споживачам. Це зумовлюється високою конкуренцією на більшості з товарних ринків, відповідно, щоб залишатися на ринку, підприємству чи фірмі необхідно забезпечувати відповідний рівень конкурентоспроможності продукції, що вони пропонують.

При придбанні товару покупець звертає увагу на основні параметри, що його характеризують та є важливими для споживача. Однак навіть серед цих параметрів на перших позиціях досі знаходяться ціна та якість продукції, причому вагомість для споживачів останнього фактору зростає з кожним роком. Тому в останні роки увага виробників та науковців прикута до проблеми приведення у відповідність якості та ціни продукції, оскільки здебільшого підвищення якості продукції призводить до збільшення витрат підприємства, що, відповідно, відбивається на ціні. Саме тому проблема формування та підвищення якості продукції, вивчення факторів, від яких вона залежить щодо окремих видів товарних груп, є достатньо актуальною як для виробників, так і для сучасних науковців. Поняття якості продукції чи послуги є достатньо складним та комплексним, тож виступає предметом дослідження науковців різних напрямів. Саме тому в даній роботі пропонується дослідити поняття якості з точки

зору товарознавчих дисциплін, процес управління якістю продукції, а також розглянути фактори, що впливають на формування якості товару.

Вивченню якості продукції приділено увагу в роботах вітчизняних вчених у галузі товарознавства, зокрема, Назаренко В.О. зосереджується на факторах формування якості товарів відповідно до окремих товарних груп, акцент робиться на продукції харчової промисловості [1]; Оснач О.Ф. наводить поняття якості у тісному зв'язку із стандартизацією та сертифікацією продукції [2]; А.П. Батутіна та І.В.Ємченко зосереджуються на експертизі товарів [3]; А.А.Дубініна проводить аналіз методів визначення фальсифікації товарів [4]. І це лише неповний список науковців, які розглядають поняття якості саме з точки зору циклу товарознавчих дисциплін.

Незважаючи на комплексність та складність поняття якості, більшість науковців дають приблизно однакові визначення цього терміну. Так наприклад, О.Ф.Оснач наводить визначення якості з Міжнародних стандартів ISO 8402: «Якість товару – це сукупність властивостей товару, яка обумовлює його спроможність задовольняти визначені потреби у відповідності до його призначення» [2, с.11]. Деякі науковці дають схожі визначення [5, с.33; 6, с.19]. Це пов'язане переважно з тим, що основою для цих визначень служать переважно міжнародні стандарти. Однак при цьому можна зустріти і більш узагальнене поняття якості: «Якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимог. Вимогою називають сформульовану потребу або очікування, загальнозрозумілі або обов'язкові» [7, с. 17].

При цьому також зазначають, що поняття якості являє собою не просто сукупність всіх властивостей товару, а лише ті характеристики, що необхідні для задоволення споживацьких потреб відповідно до функціонального призначення товарів, саме тому однією з головних задач товарознавства є визначити саме ті його властивості, що формують його якість, та провадити контроль за відповідністю цих властивостей стандартам, що встановлюються для подібного виду товарів [5].

Зважаючи на різний ступінь важливості для споживача, корисні властивості, що має товар, можуть розглядатися окремо, в загальній сукупності або у взаємозв'язку одна з одною, саме тому можна говорити про кілька способів підвищення якості товару. По-перше, можна поліпшувати лише одну характеристику і робити акцент саме на ній в процесі виведення товару на ринок, або ж змінювати структуру показників якості, оскільки випуск товару, що максима-

льно відповідає вимогам споживача зазвичай призводить до зростання ціни. Тому більшість виробників зосереджуються лише на кількох базових характеристиках якості продукції, забезпечуючи лише необхідний або задовільний рівень якості за іншими. Це дозволяє виробникам привести у компроміс ціну виробу та його якість.

Підвищення якості продукції є однією з найбільш актуальних проблем сучасної економіки. Саме тому набуває все більшої ваги процес управління якістю, оскільки формування якісних характеристик товару відбувається на всіх стадіях життєвого циклу товару, що робить необхідним постійний моніторинг якості не лише з боку робітників, що приймають безпосередню участь у виробництві, але й з боку керівництва підприємства, що в кінцевому результаті дасть змогу максимально скоординувати процес управління якістю в рамках організаційної структури [7].

Якщо вище було вказано на достатньо високій ступінь однотайності науковців щодо поняття якості, то при визначення управління якістю визначення вже достатньо різняться.

«Управління якістю – це скоординована діяльність, яка полягає у спрямуванні та контролюванні організації щодо якості» [7, с. 17]. «Управління якістю – аспекти виконання функції управління, котрі визначають політику, цілі та відповідальність в області якості, а також здійснюють їх за допомогою таких засобів як планування якості, оперативне управління якістю, забезпечення якості та покращення якості в рамках системи якості» [8, с. 22].

При цьому, кожен з науковців, незалежно від напрямку наукових досліджень у галузі якості, наголошує на важливості впровадження системи управління якістю на підприємствах всіх форм власності та видів діяльності, оскільки ефективне використання подібної системи дозволить забезпечити якість продукції у довгостроковій перспективі, адже формування якості буде проводитися ще на етапі розробки продукції чи послуги, а не забезпечуватися лише технічним рівнем її виконання. Тому потрібно приділити більшу увагу цьому питанню саме в системі товарознавства, оскільки в процесі підвищення якості продукції спеціалісти з менеджменту та товарознавці повинні працювати в тісному взаємозв'язку для досягнення максимального ефекту від впровадження системи на виробництві.

Проблема управління якістю є достатньо актуальною і для українських підприємств, оскільки більшість вітчизняної продукції поступається за якістю

своїм зарубіжним аналогам. Це зумовлене кількома причинами, серед яких застарілість технологій та високий рівень зношеності основних фондів, низький рівень контролю якості. Зважаючи на те, що Україна відносно нещодавно перейшла до ринкового типу господарювання, її відставання у питаннях контролю якості від розвинених країн є достатньо великим, однак не можна не зазначити, що все більше і більше вітчизняних підприємств намагаються довести продукцію до вимог світових стандартів, зокрема, підприємства, що займаються експортною діяльністю.

Зважаючи на окреслені вище проблеми, є важливим дослідження факторів, що впливають на якість продукції. Незважаючи на достатньо високий ступінь однотайності науковців у підході до визначення якості, у класифікації факторів якості продукції вони пропонують різні класифікаційні ознаки для визначення груп факторів. Необхідно відмітити, що такі класифікації провадять переважно вчені у галузі управління якістю як окремої дисципліни.

Так, Шаповал поділяє фактори на 4 групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні [7, с.26-27]. Причому, даючи розгорнуту характеристику кожної з групи факторів, автор зазначає, що «фактори діють як окремо, так і у взаємозв'язку між собою, як на певних стадіях життєвого циклу продукції, так і на кількох» [7, с.26]. Інший автор пропонує поділити фактори на ті, що формують якість, та ті, що впливають на збереження якості товарів [5, с. 37]. Однак при цьому всі автори єдині в одному, що різні фактори впливають на якість продукції в процесі всього її життєвого циклу, тому потребує більш детального дослідження класифікація факторів, що впливають на якість продукції, відповідно до її життєвого циклу та можливості оперативного впливу в момент виявлення відхилень. Зважаючи на достатньо високі розбіжності факторів, що можуть впливати на якість товарів різних товарних груп, потребує більшої деталізації класифікація факторів з точки зору окремих товарних груп.

Необхідно додати, що процес управління якістю, як і будь-який інший управлінський процес ґрунтується на певних принципах, а зокрема, принципі зворотного зв'язку, то процес управління якістю продукції повинен вдосконалюватися паралельно з системою комунікацій на підприємстві, оскільки без зворотного зв'язку проста констатація факту погіршення якості на окремому етапі не дасть суттєвого результату, тому обізнаними щодо системи управління якістю на підприємстві повинно бути якомога більше робітників, що можуть допомогти виявити відхилення у процесі виготовлення товару на різних етапах.

Таким чином, можна зробити висновок, що з боку товарознавства процес саме управління якістю потребує більш детального розгляду відповідно до окремих груп товарів. Необхідно визначити особливості реалізації цього процесу для великих товарних груп відповідно до спеціалізації підприємства та розробити методичні вказівки щодо впровадження системи управління якістю на підприємствах галузі. Зважаючи на комплексний характер управління якістю, однією з головних задач на підприємстві повинно стати забезпечення ефективного та раціонального поєднання факторів та умов в процесі розробки заходів щодо підвищення якості продукції, аби досягти бажаного ефекту.

Список літератури: 1. *В.О. Назаренко* Формування якості товарів // режим електронного доступу: http://pidruchniki.ws/10450117/tovarovnavstvo/formuvannya_yakosti_tovariv_-_nazarenko_vo/
2. *О.Ф. Оснач* Товарознавство: Навчальний посібник – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 219 с. 3. *А.П. Батутіна, І.В. Ємченко* Експертиза товарів. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 278 с. 4. *Дубиніна А.А.* Методи визначення фальсифікації товарів // режим електронного доступу: http://pidruchniki.ws/18140310/tovarovnavstvo/metodi_viznachennya_falsifikatsiyi_tovariv_-_dubinina_aa
5. *Власова А.В.* Основи товарознавства непродовольчих товарів: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 208с. 6. *Гридасов В.И., Винник Е.В., Оридорога Л.М.* Товароведение: Учебное пособие для студентов вузов. – Харьков: Издательство НФаУ: Золотые страницы, 2003. – 188с. 7. *Шаповал М.І.* Менеджмент якості. Навчальний посібник. – Київ: Знання, 2007. – 471 с. // режим електронного доступу: <http://www.info-library.com.ua/book-book-178.html> 8. *Фомичев С.К. и др.* Основи управління качеством: Учеб.пособие/ С.К.Фомичев, А.А.Старостина, Н.И.Скрябина – К.: МАУП, 2000. – 196 с. – режим електронного доступу: <http://>

Надійшла до редколегії 12.01.12