

# ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ – КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВ У ГАЛУЗІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ

**ОЛЕКСАНДР МОМОТ,**

*доктор економічних наук, професор кафедри "Управління якістю"  
Донецького національного технічного університету*

**ВІОЛЕТТА АКОПОВА,**

*аспірант кафедри "Управління якістю"  
Донецького національного технічного університету*

У статті проаналізовано показники якості продукції як системотвірний елемент при пропусанні товару й розвитку виробництва, подана їх класифікація. Проаналізовані різні підходи до менеджменту якості. Автори доводять, що, оцінюючи і впливаючи на показники якості, можна не тільки управляти якістю продукції, але й підвищувати її; оцінка показника якості продукції є основою для вироблення необхідних керівних впливів у системі менеджменту якості продукції.

*Ключові слова: якість, продукція, показники, бізнес-процес, підприємство.*

**Постановка проблеми й аналіз основних наукових досліджень і публікацій, у яких започатковано її вирішення.** Конкурентоспроможність залежить від випуску високоякісної продукції. Підвищення якості продукції значною мірою визначає стабільність й успіх підприємства в умовах ринку, темпи технічного прогресу, впровадження інновацій, зростання ефективності виробництва, економію всіх видів ресурсів, які використовуються на підприємстві.

Показники якості продукції є найбільш актуальним об'єктом для вивчення в галузі менеджменту якості. Вивченню цього питання присвячені праці Д. В. Тимохіна [1], У. Е. Демінга [2], Л. Ю. Григор'єва [3], І. І. Коришева [4], Ю. І. Тарасова, Г. І. Грозовського, В. Л. Шпера [6], Дж. Хан Джеральда, Н. Доганаксой, К. М. Вільяма [7], А. І. Ковальова [8].

Ці публікації дозволяють більш глибоко вивчити різні показники якості продукції й виконати їх класифікацію. Сьогодні проблема показників якості продукції не досить повно розглянута з точки зору менеджменту підприємств. Ураховуючи те, що менеджмент якості продукції, як і будь-який інший бізнес-процес, не стоїть на одному місці, а з кожним разом диктує нові вимоги для ефективного управління підприємством, питання розробки й аналізу відповідних показників залишається актуальним.

**Метою** статті є визначення та дослідження показників якості продукції в галузі менеджменту якості для виявлення конкурентної переваги, яка може стати основою для підприємств у конкурентній боротьбі.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах переходу до ринкової економіки серед ряду проблем головною й вирішальною проблемою є якість

продукції, робіт і послуг. У найближчі роки в кращому становищі опиняться ті підприємства, які зможуть забезпечити не тільки найвищу продуктивність, але й високу якість, новизну та конкурентоспроможність продукції. Отже, головним завданням є підвищення ефективності підприємств. Хоча відомо, що ефективність має бути пов'язана не так з економією ресурсів, задіяних у минулому, як із вибором нових цілей.

Наприклад, у всьому світі на машинобудівних підприємствах працюють сотні компаній, і це виробництво можна вважати локомотивом розвитку промисловості. Але проблема полягає в тому, що наші машинобудівні підприємства несерйозно ставляться до етапної побудови менеджменту якості та менеджменту взагалі. Складно говорити про технологічні інновації, якщо модельний ряд не змінюється десятиліттями. А між тим, ключовим завданням сучасних вітчизняних підприємств є підвищення конкурентоспроможності [1].

У вітчизняній економіці сьогодні формується нова модель конкуренції. Ситуація докорінно змінилася, а інструменти управління ефективністю бізнесу мають шанс бути дійсно затребуваними. Але для реального ефекту, усвідомлюючи складність наявної ситуації, потрібен серйозний підхід до завдань в області конкурентоспроможності та старанна робота для досягнення стратегічної мети. Розуміючи це, Е. Демінг виділяв актуальність "глибинних знань" (тобто цілісного системного розуміння теоретичних основ і механізмів роботи компанії та застерігав від подальших неправильних кроків підприємства, яке дійсно бажає працювати на ринку стабільно та ефективно). Отже, на його думку, не можна:

- накопичувати кошти, коли треба розвиватися;

*№ 3 (103) травень-червень 2010 р.*

- втрачати стратегічних клієнтів, якщо вони трохи затримують оплату;
- купувати дороге обладнання, коли можна знайти оптимальне рішення;
- застосовувати не вигідні знижки й відстрочки для виконання плану з продажу;
- займатися збутом продукції, випуск якої розбалансує виробництво [2].

Ринок щоразу встановлює нові вимоги, стимулюючи до розвитку та інновацій. Проте керівництву не завжди вдається знайти достатньо часу, щоб продумати організаційно-виробничу структуру підприємства. Таким чином, поява фахівців "організаційного менеджменту" була обумовлена ускладненням сучасного бізнесу. Раніше вважалося, що ефективність - це раціональне управління ресурсами, необхідними для надання стандартної "ціннісної пропозиції", і новий варіант підвищення ефективності становить суть менеджменту якості. Сучасне підприємство має мобільну структуру і, щоб успішно зберігати свої позиції на ринку, має постійно змінюватися. Проект реформування підприємства належить до найбільш складних галузей менеджменту, у яких винятково важливим є досвід, а не тільки знання [3].

Конкуренція - це постійна боротьба за те, як передбачити вимоги клієнта, як визначити конкурента, як набути можливості виробляти товар, що відрізняється від товару конкурента. Для цього необхідно постійно вдосконалювати діяльність, щоб виграти в конкурентній боротьбі, а це вже завдання системи менеджменту якості з формування ринкової поведінки компанії (підприємства) [4].

З метою якнайшвидшого підвищення якості продукції найчастіше компанії впроваджують статистичні методи менеджменту, забуваючи найелементарніші концепції, наприклад, "2М" - Менталітет та Менеджмент, яка декларує, що Менталітет, безумовно, є дуже важливим чинником, але для підвищення конкурентоспроможності підприємств важливішим стає Менеджмент.

Сьогодні розроблена велика кількість інструментів у галузі менеджменту якості, які на практиці довели свою дієвість. Властивості продукції можуть бути охарактеризовані кількісно і якісно. Кількісна характеристика однієї або декількох властивостей продукції, що характеризують її якість, розглядається відповідно до певних умов її створення, експлуатації та споживання і називається показником якості продукції. Оцінювати якість продукції можна за сукупністю показників, які мають до неї прямий стосунок і визначені відповідно до призначення товару. Показники якості продукції мають відносний характер, тому що плановані потреби у плині часу змінюються. Як приклад можна навести продукцію радянського виробництва - косметику "Ленінградська туш для вій" або парфуми "Красная Москва". Колись ця продукція задовольняла споживача, а зараз є малозатребуваною. Вибір переліку показників якості здійснюється з урахуванням:

- призначення та умов експлуатації продукції;
- вивчення потреб покупців;
- завдань управління якістю продукції;
- першорядних вимог до показників якості;
- складу і системи характерних ознак.

Показники якості мають відповідати таким вимогам:

- сприяти забезпеченню відповідності якості продукції запитам і потребам населення;
- сприяти планомірному зростанню ефективності виробництва;

- бути стійкими й стабільними;
- характеризувати всі ознаки продукції, що визначають її якість і придатність;
- урахувати сучасні досягнення науки і техніки та тенденції технічного прогресу у сферах народного господарства.

Сукупність перерахованих показників формує якість продукції. Виріб має задовольняти ті потреби, для яких він призначений, але, крім показників, важлива й ціна виробу [5].

Залежно від характеру вирішуваних задач з оцінювання якості продукції в основу класифікації показників якості можна покласти різні принципи. На рис. 1 показано чотири принципи, які можуть бути покладені в основу класифікації показників якості продукції підприємства: кількість характерних властивостей, характерні властивості (якісна характеристика), етапи визначення значень показників, елементи бізнес-процесу.

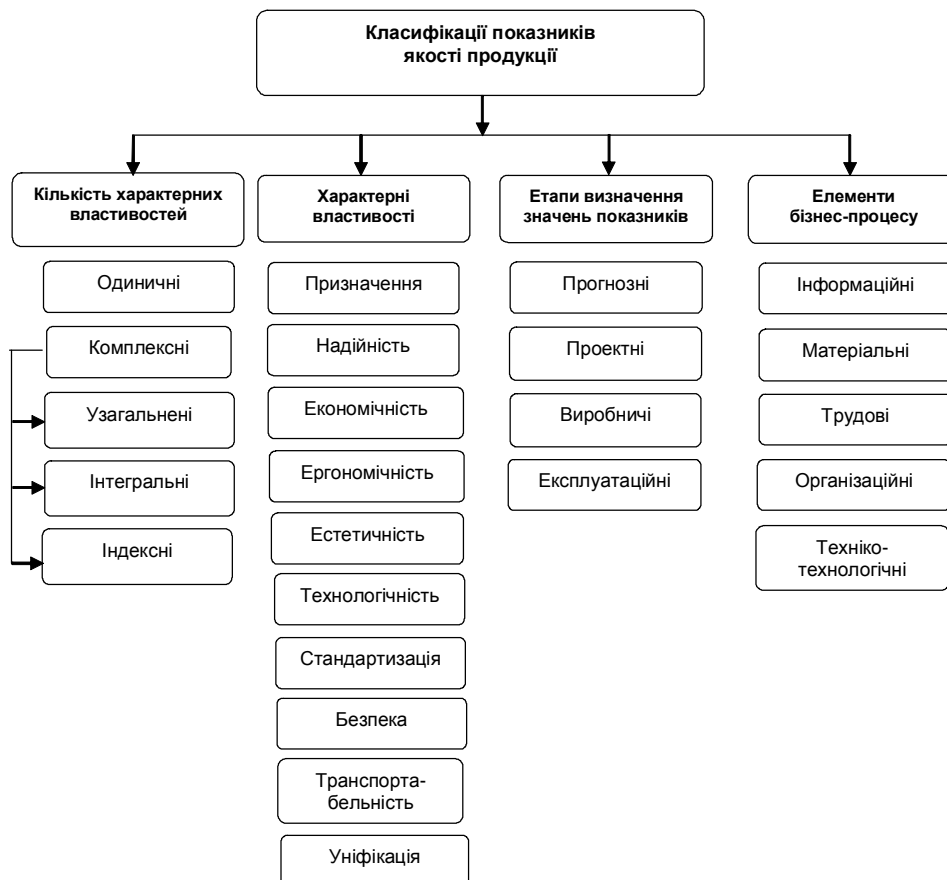
Склад та систему характерних ознак відображає класифікація показників, використовуваних при оцінці рівня якості продукції.

У галузі менеджменту якості основною кінцевою метою є випуск якісної продукції. Кожен із показників якості продукції відповідає за одну або декілька властивостей продукції відповідно до певних умов створення, експлуатації й споживання. У роботі Дж. Хан Джеральда, Н. Доганаксой, К. М. Вільяма "Прискорений аналіз надійності" представлені види прискорених випробувань на один із показників якості продукції, а саме на надійність. Споживачі висувають до нових виробів вимоги високої надійності. Це означає, що характеристика надійності продукції повинна бути врахована вже при її проектуванні [7].

Прискорені випробування на надійність є оцінкою показників надійності продукції в нормальних умовах експлуатації. Сильно прискорені випробування на надійність проводяться з метою швидкого виявлення та усунення проблем надійності виробів. Тим не менше, на початковому етапі проведення звичайних прискорених випробувань часто виявляється, що продукція не відповідає встановленим вимогам щодо надійності, і так само, як при проведенні сильно прискорених випробувань на надійність, доводиться піддавати випробувані зразки ретельному аналізу, щоб удосконалити їх конструкцію.

Слід погодитися з тезою, що показники якості є систематичними для просування товару й розвитку виробництва [8]. Їх прийнято вважати особливими засобами оцінки, що використовуються як для управління, так і для контролю результативності діяльності компанії. На їх підставі корегуються виробничі дії та внесок кожного працівника в досягнення цілей організації. Вони є своєрідним інструментом визначення загальної успішності на шляху до виконання стратегічних цілей.

У стратегії розвитку економіки України на перше місце необхідно ставити цілі досягнення високої якості та конкурентоспроможності нашої продукції. Сьогодні поки що вітчизняний споживач віддає перевагу імпортним товарам, які за співвідношенням "ціна-якість" його задовольняють більше. Разом із тим, на багатьох вітчизняних підприємствах усе більше впроваджуються нові статистичні методи, за допомогою яких можна прорахувати й збільшити відсоток якісної продукції, а проявам дефекту запобігти до випуску готової продукції. Тож із часом якість займає велику роль у виробництві товарів і є методом виживаності підприємств в умовах ринкової конкуренції [9].



**Рис. 1. Класифікації показників якості продукції.**

Якість товару, що відповідає світовим показникам, особливо важлива для підприємств, які намагаються вийти на міжнародний ринок. Для успішного розвитку вітчизняної економіки нашим товаровиробникам, усім рівням державного й громадського управління слід прийняти новий "спосіб мислення в галузі якості". Для вирішення нових завдань потрібні нові фахівці, у тому числі фахівці з менеджменту якості, що мають спеціальні знання стандартів ефективної організації діяльності, озброєні сучасними підходами та інструментами організаційного менеджменту.

Оцінюючи і впливаючи на показники якості продукції, можливо не тільки керувати якістю продукції, але й підвищувати її. Оцінка показника якості продукції є основою для вироблення необхідних керівних впливів у системі менеджменту якості продукції і враховує такі вимоги:

- якість конструкції відображає рівень якості самого продукту;
- якість виконання відображає той ступінь, на якому товари фактично задовольняють потреби клієнтів;
- якість відповідності відображає той ступінь, на якому продукція, що надається підприємством, відповідає внутрішнім специфікаціям.

#### **Висновки**

Показники якості продукції є системотвірними в галузі менеджменту якості. Оскільки якість визначається станом елементів бізнес-процесів, їх організаційною взаємодією, то сукупність показників якості дає весь спектр можливих шляхів до ефективного конкурентоспроможного підприємства.

Використання різних методів і концепцій для визначення якості продукції дозволяють об'єктивно вра-

хувати всі значущі властивості продукції, що оцінюється. У цих випадках у вигляді показника якості продукції застосовують елементи кількісних характеристик.

Класифікація показників та елементів якості товарів підприємств, що в цілому функціонують результативно, є певним інструментом для подальшого поліпшення якості продукції та запозичення досвіду конкурентоспроможних підприємств. У конкурентній боротьбі саме показники якості можуть слугувати ефективним інструментом або конкурентною перевагою, стимулом до підвищення науково-практичного та соціально-економічного співробітництва суб'єктів господарювання.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Тимохин Д. В. Перспективи менеджмента качества / Д. В. Тимохин // НТЖ - Методы менеджмента качества. - 2009. - № 5. - 16 с.
2. Деминг У. Э. Новая экономика / У. Э. Деминг; [пер. с англ.]. - М.: ЭКСМО, 2008. - 246 с.
3. Григорьев Л. Ю. О современном организационном менеджменте и менеджменте качества / Л. Ю. Григорьев, Д. В. Тимохин // НТЖ - Методы менеджмента качества. - 2009. - № 6. - 4 с.
4. Григорьев Л. Ю. Стратегия компании и цели в сфере качества / Л. Ю. Григорьев, И. И. Коришев // НТЖ - Методы менеджмента качества. - 2009. - № 7. - 10 с.
5. Оцінка якості / Електронна бібліотека KlubOK.net [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.klubok.net/article244.html>.
6. Тарасов Ю. И. Безопасность технического оборудования : основные понятия / Ю. И. Тарасов, Г. И. Грозовский, В. Л. Шпер // НТЖ - Методы менеджмента качества. - 2009. - № 6. - 34 с.
7. Джеральд Дж. Хан. Ускоренный анализ надежности / Дж. Хан Джеральд, Н. Доганаксой, К. М. Вильям // НТЖ - Методы менеджмента качества. - 2009. - № 7. - 40 с.

8. Ковалев А. И. Системный подход к усовершенствованию процессов / А. И. Ковалев // НТЖ - Методы менеджмента качества. - 2009. - № 9. - 26 с.

9. Управління якістю / Електронна бібліотека Fiction Book [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [www.fictionbook.ru](http://www.fictionbook.ru).

**О. Момот, В. Акопова**

## **QUALITY PRODUCTS – COMPETITIVE ADVANTAGE OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF QUALITY MANAGEMENT**

The article analyzes the quality of production as systemic element in promoting a product and production progress, their classification is presented. Different approaches to quality management are analyzed. The authors argue that assessing and influencing on parameters of quality, you can not only manage product quality but also improve it; measurement quality of production is the basis for developing appropriate control actions in system of total quality management.

**Key words:** *quality, production, performance, business process, enterprise.*

© О. Момот, В. Акопова

Надійшла до редакції 04.05.2010

УДК 330.341.1

# **ЗАСТОСУВАННЯ ДЕТЕРМІНОВАНОГО АНАЛІЗУ СИНЕРГЕТИЧНИХ ЕФЕКТІВ ВЗАЄМОДІЇ РЕСУРСНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**ОЛЕНА ОВЄЧКІНА,**

*кандидат економічних наук, доцент Технологічного інституту*

*Східноукраїнського національного університету ім. Вол. Даля (м. Сєвєродонецьк)*

У статті пропонується та обґрунтовується матриця розрахунків синергетичних ефектів інтеграції ресурсних елементів/складових інноваційного потенціалу економічних систем із урахуванням трансформацій та етапів функціонування останніх. Матриця дозволяє поглибити дослідження процесів інтеграції і взаємодії ресурсних елементів, розробити комплекс проміжних показників оцінки ефектів синергії, знайти нові джерела синергетичних ефектів, які можуть виникнути в процесі інноваційної діяльності економічних суб'єктів.

**Ключові слова:** *інновації, ресурси, синергетичний ефект, детермінований аналіз, економічний суб'єкт.*

**Постановка проблеми.** Прискорення ринково-трансформаційних процесів в умовах поступового переходу вітчизняного господарства до моделі інтенсивного відтворення актуалізує проблему якісного ресурсного забезпечення інноваційного розвитку на всіх рівнях економічної діяльності країни.

Вивчення сутності та механізмів ресурсного забезпечення інноваційної діяльності, передусім підприємств як базового рівня організації економічної системи, безпосередньо спирається на оцінку практики їх господарювання як інноваційних економічних суб'єктів, тобто на результативність упровадження інновацій та прискорення інноваційних процесів на мікро-, мезо- та макрорівнях національної економічної системи; ефективність обраних моделей ресурсного забезпечення інноваційної діяльності та збільшення інноваційного потенціалу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У роботах вітчизняних та зарубіжних дослідників [наприклад, 1, с. 71-73; 2, с. 10-12] аналіз інноваційних процесів здебільшого стосується мікро- та макрорівнів національної економічної системи. У роботах [3, с. 57-65; 4, с. 11-17; 5, с. 26-28] розглянуті питання ресурсного забезпечення інноваційної діяльності підприємств та економіки в цілому, проаналізовано стратегії державного протекціонізму інновацій з позицій регіонального (мезо-) рівня національної економіки. Разом із тим, вирішення означених питань не здійснювалося в комплексі, через що проблема пошуку ефективної моделі ресурсного забезпечення інноваційного потенціалу будь-яких економічних суб'єктів не набула повного теоретичного висвітлення та практичного втілення. Нез'ясованим залишилося також питання про обґрун-

**№ 3 (103) травень-червень 2010 р.**