

О. О. Фамілярський, студент 1-го курсу спеціальності «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»

О. М. Овдіюк, к. е. н., доцент – науковий керівник
Поліський національний університет, м. Житомир, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Метою даної статті є розкриття теми управління процесами на підприємствах, а саме особливість системи моніторингу якості продукції. Насамперед тема дуже актуальна тим, що на сьогоднішній день не для кого не секрет, що ринок послуг стрімко змінюється (деяка продукція з'являється а деяка втрачає популярність через низку чинників), тому щоб «триматися на плаву» потрібно не лише вигадувати щось нове а й удосконалювати його, тому існує таке поняття як «система управління якістю продукції».

С. М. Валявський зазначає, що система управління якістю продукції це певна соціально-економічна система в якій поєднуються усі підсистеми управління якістю продукції які в свою чергу між собою взаємопов'язані методами вимірювання якості праці та принципами управління якістю продукції відповідно до міжнародних стандартів ISO 9000:2009. У кожній підсистемі стоїть задача вирішувати задачі щодо формування якості праці та підвищення якості продукції, тому виділяють такі підсистеми як планування якості продукції, стимулювання трудового колективу щодо якості, забезпечення належного обладнання, аналізу та контролю якості праці та продукції на підприємстві [1].

Мається на увазі, що велику увагу приділяють відповідності міжнародним стандартам якості, тому виробництво представляє собою ланку, де всі етапи виробництва взаємопов'язані і товар перед переходом з однієї ланки на іншу перевіряється працівниками.

На сьогоднішній день у всьому світі відомі стандарти ISO 9000, які прийняли більше 90 країн, цими стандартами керуються усі підприємства усіх форм господарювання незалежно від напрямків виготовлення продукції. Світовими лідерами у цій

сфері є Китай, Італія, Японія, Велика Британія, США, Індія, Франція та Німеччина. Сучасна система управління якістю продукції має задовільнити як існуючі потреби ринку так і розробку нової продукції, здатної задовільнити усі потреби у майбутньому (необхідно прямо орієнтуватися на характер потреб, їх структуру і динаміку, місткість і кон'юнктуру ринку). Багаторічний досвід світових підприємств сформував методи і принципи, за якими замовник ставить чіткі вимоги до продукції, тобто це відповідність усім параметрам та характеристикам якими повинен володіти продукт і гарантія для замовника, що підприємство однозначно спроможне створити такий продукт або удосконалити уже існуючий [2].

Світова тенденція показує, що на сьогоднішній день замовники ставлять конкретні цілі перед виробниками, тобто продукція повинна бути орієнтована не лише на те, що уже є на ринку але й на те, що знадобиться в майбутньому. Тобто продукція повинна відповідати таким параметрам як ціна/якість, перспективність, затребуваність та інноваційність.

На думку О. І. Шаманської система управління якістю продукції являє собою лише складову контролю за управлінською діяльністю, технологією виробництва та продукцією, спрямованих на зростання якості продукції. На думку науковця керівництво підприємство повинне визначитися зі стратегією виробництва заради отримання сертифіката або заради підвищення якості менеджменту.

Формальне втілення стандарту є негативним процесом:

- розробка політики якості;
- невимірності цілей у сфері якості;
- неспроможність обговорення продукції зі споживачами та замовниками;
- відсутність злагодження праці усіх відділів підприємства;
- посадові інструкції не містять чітких обов'язків для працівника;
- відсутність преміювання та заходів заохочення персоналу до ефективнішої роботи;

- відсутності роботи над помилками керівництвом підприємства.

Аналіз показав, що основними вимогами від впровадження системи управління якістю є:

- відповідність вимогам європейської інтеграції та країн Митного союзу;

- ефективність участі в тендерах;

- результативність управління підприємством в сфері забезпечення якості продукції;

- зниження відсотку відходів;

- підвищення рівня зацікавленості споживачів;

- рекламування продукції [3].

Науковець має на увазі те, що сьогодні підприємствам потрібно не лише виробляти продукцію але й поступово покращувати якість продукції орієнтуючись на усунення помилок попередніх випущених партій, мотивувати і навчати персонал, враховувати усі фактори які можуть покращити якість продукції. Також науковець звертає увагу на те, що потрібно прислуховуватись до відгуків споживачів, це допоможе усунути недоліки та підвищити рівень задоволеності споживачів.

Обруч Г. В. вважає, що розробка та впровадження системи управління якістю продукції відіграє надзвичайно важливу роль у процесі підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства. Суттєвою особливістю є розуміння того, що в умовах євроінтеграції врахування міжнародних стандартів та світового досвіду забезпечення високої якості є критично необхідними заходами, що дадуть змогу використовувати якість як ефективний інструмент виживання в конкурентній боротьбі на міжнародному ринку [4].

Тобто між підприємствами йде певна гонка на випередження, щоб запропонувати споживачу найактуальніший продукт на сьогоднішній день, який відповідає усім критеріям якості, крім того продукція повинна бути орієнтована на майбутні «прогнозовані» потреби які з'являться згодом. Підприємствам потрібно враховувати усі потреби ринку.

Отже, виходячи з вищесказаного стає зрозумілим те, що кожне підприємство яке виробляє певні товари чи надає певні послуги дорожить своєю репутацією, тому у кожного підприємства свої стратегії щодо подальшого розвитку та конкурентоспроможності товару. Важливу увагу потрібно приділяти покращенню продукції прислуховуючись до відгуків споживачів про якість та недоліки продукції, так як поступово на ринку з'являється більш конкурентоспроможна продукція яка поступово почне витісняти існуючу і авторитет підприємства буде згасати як перед споживачами так і перед замовниками. Світова тенденція дає зрозуміти, що товару та послуг на ринку вдосталь, тому важливо не кількість – а якість. Тому підприємства перед тим як почати виробництво уважно перевіряють товар та порівнюють характеристики з конкурентами, для того щоб запропонувати перевагу клієнту не тільки в якості, а ще й у привабливій вартості. Також науковці стверджують, що на тлі різноманітності товару на ринку замовники ставлять чіткі вимоги до продукції, щоб вони не лише відповідали міжнародним стандартам якості, але й були інноваційними, щоб продукція була якомога довше конкурентоспроможна і задовільняла як поточні потреби, так і ті які з'являться в майбутньому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Валявський С. М. Управління якістю продукції на підприємстві в умовах входження України в ЄС. Ефективна економіка: електронне наук. фах. вид. Дніпропетровськ, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4617> (дата звернення 21.09.2021). – Назва з екрана.
2. Глебова А. О., Карчевський Б. О. Системи управління якістю на підприємстві в умовах євроінтеграційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки, 2015. № 8. С. 352–356 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/73.pdf> (дата звернення 21.09.2021). – Назва з екрана.
3. Шаманська О. І. Система управління якістю як невід'ємна складова конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка, 2014. № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3363> (дата звернення 21.09.2021). – Назва з екрана.