#

# Реферат

# Концепция повышения качества продукции в Украине

# Введение

Следует отметить, что среди стратегических проблем национального возрождения и социально-экономического развития нашего государства проблема качества продукции является одной из самых весомых, практически она определяет внутреннюю и внешнюю независимость, реальную экономическую безопасность. Вопрос улучшения качества продукции должен рассматриваться как средство повышения конкурентоспособности, как непременное условие преодоления трудностей переходного периода к рыночной экономике.

Одним из условий преодоления кризиса, обеспечение стабильного развития национальной экономики являетсясовершенствования структурно-функциональной организации и системы управления процессами качества продукции. Это обусловлено такими основными причинами: отсутствием единой стратегии взаимодействия и взаимного влияния органов исполнительной власти, общественных организаций, специалистов промышленных предприятий на вопрос качества и, как следствие, - на экономические, социальные и другие факторы обеспечения национальной безопасности Украины, общим отсутствием государственной информационной инфраструктуры, которая бы обеспечивала полную, достоверную и оперативную информацию по указанной проблеме.

# 1. Концепция повышения качества продукции в Украине

Процессы развития качества, механизмы и условия на макроуровне должны отвечать таким критериям: определение целей и заданий в отрасли качества, анализ ресурсных возможностей и их реализация. Сейчас осуществить качественный и количественный анализ продукции предприятий, систем качества практически невозможно. Кроме информации Комитета по вопросам стандартизации, сертификации и метрологии, о количестве сертифицированной продукции, о количестве центров сертификации и отсутствии средств никакой информации больше нет.

В настоящее время в государстве действует большое количество законов и подзаконных нормативных актов, которые имеют отношение к проблемам качества продукции (услуг), защиты прав потребителей и окружающей среды. Однако эти законы и нормативные акты фактически не согласованы между собой, они не создают целостной системы, которая бы обеспечивала высокое качество продукции (услуг). Практически не созданы условия, которые бы были ориентованы на помощь отечественным товаропроизводителям. Не построена инфраструктура содействия предприятиям в решении проблем качества. Действующая система государственной регуляции направлена только на контроль качества продукции (услуг), на принуждение и **наказание** предприятий. [1, с.76]

В связи с этим в 1999 году Министерством экономики Украины была разработана концепция обеспечения требуемого качества продукции, товаров и услуг. Основная цель концепции - решение проблемы создания более эффективной системы и механизма управления безопасностью, качеством и конкурентоспособностью продукции, товаров и услуг предприятий Украины; формирование и наращивание их экспортного потенциала, а также создание на этих основах предпосылок для привлечения стратегических инвестиций в перспективные виды экономической деятельности и формирования и осуществления политики управления безопасностью, качеством, конкурентоспособностью продукции, товаров и услуг.

*Основные направления этой концепции:*

1. Формирование и наращивание экспортного потенциала путем создания на системных скоординированных основах соответствующих экономических, организационных, научно-технических, информационных и социальных предпосылок.

1. Создание для постепенного уменьшения зависимости Украины от импорта стратегически важных видов товаров, технологий и услуг за счет рационального использования и наращивания собственного научно-технического и производственного потенциала, быстрого внедрения современных технологий, в частности, импортированных в основные виды экономической деятельности.
2. Создание предпосылок, разработка и внедрение функционально-организационных схем и механизмов управления, которые способствуют формированию и усилению заинтересованности предприятий и промышленности в повышении уровня качества и конкурентоспособности продукции как важнейшему элементу их делового успеха.
3. Разработка и внедрение механизмов защиты внутреннего рынка Украины от некачественной продукции и услуг, недоброкачественной конкуренции и рекламы.

5. Подготовка и внедрение в Украине нормативно-правових, нормативно-технических документов в сфере безопасности и качества, требований, которые гармонизированы с признанными международными стандартами и европейскими правовыми и техническими нормами.

6 Создание экономических, организационных и социальных предпосылок и механизмов широкого внедрения на базисном уровне экономики предприятий Украины, профессиональных систем качества и систем управления окружающей средой как наиболее эффективного инструмента обеспечения качества и конкурентоспособности продукции.

1. Обеспечение удовлетворения требований потребителей в формировании экспортного потенциала, содействие поиску и привлечении стратегических инвесторов, рационального использования ресурсов.
2. Совершенствование и развитие научно-методической базы работ по управлению качеством и конкурентоспособностью продукции, создание на государственном и других уровнях системы информационного обеспечения работ в сфере качества и конкурентноспособности посредством применения современных информационных технологий.

9. Поддержка, совершенствование и развитие системы обучения, повышения квалификации и переподготовки специалистов и персонала, занятого в сфере обеспечения и улучшения качества, управления качеством и конкурентоспособностью продукции.

10. Создание системы связей с обществами, ассоциациями защиты прав потребителей, товаропроизводителей, другими общественными организациями относительно проблем безопасности и качества продукции.

Реализация концепции даст возможность создать и постепенно внедрить системы управления и механизмы координации работ по разработке и выполнению программ обеспечения и повышения безопасности, качества и конкурентоспособности продукции, создать условия и механизмы увеличения объемов производства на предприятиях Украины высококачественной и конкурентоспособной продукции, сокращения объема импорта товаров (услуг), аналоги которых изготовляются в Украине. [2]

Следует сформировать и интегрировать на уровне предприятий профессиональные, международное признанные системы качества, системы управления ресурсосбережением и окружающей средой, гармонизировать нормативно-правовые и нормативно-технические документы с соответствующими документами международных и европейских организаций по торговле и тарифам, а также данными специализированных организаций стандартизации, сертификации, аккредитации, испытаний, метрологии, здравоохранения, охраны окружающей среды, информационных технологий, энергетики, других приоритетных направлений. [3]

# 2. Оценка качества с экономических и социологических точек зрения

Исходя из того, что категория качества является сложной и противоречивой с точки зрения разных ее аспектов, рассмотрим проблему улучшения качества с позиций экономического и социологического аспектов. Прежде всего, следует отметить, что с точки зрения экономического взгляда не каждый относительно высокий технический уровень изделий является благом. Производство продукции высшего технического уровня, а следовательно, более сложного, чем это необходимо, имеет для общества те же негативные последствия, что и производство избыточного количества продукции предыдущего качества. Использование продукции высокого технического уровня там, где в этом нет прямой необходимости, приводит к омертвлению средств, уменьшает фонд накопления, сдерживает рост общественной производительности труда. По своим экономическим последствиям этот процесс тождествен процессу экономического обесценивания новых изделий, которые имеют относительно более высокий технический уровень, целиком определяющийся условиями их производительного использования или конкретной потребностью. На этот счет Я. Плоткин считает, что при оценке целесообразности улучшения качества изделий следует исходить не только, а точнее, не столько из их технического уровня, сколько из конкретных условий использования этих изделий потребителем. Иначе говоря, нужно учитывать потребительскую стоимость новых изделий в отдельных типичных сферах их использования. Экономическая сторона качества изделий определяется только в процессе их использования потребителем. Потребительская стоимость обусловлена физическими, химическими и другими естественными свойствами вещи, а также свойствами, которые ей приданы в результате целесообразной деятельности человека. Экономическая наука, в отличие от технических дисциплин, исследует не само потребление, а результат потребления той или иной потребительской стоимости, то есть с точки зрения экономического взгляда существенными являются не сами свойства изделий, а то, в какой мере они удовлетворяют определенную потребность. Потребителя не интересует природа предмета потребления как таковая; ему важно, чтобы предмет потребления имел присущие ему свойства. Совокупность определенных свойств и делает вещь предметом потребления. Однако одни и те же изделия, которые характеризуются одинаковой совокупностью потребительских свойств, по-разному удовлетворяют потребности потребителей. Один вид изделия может иметь более интенсивные полезные свойства, которые интересуют потребителя, чем другой. В связи с этим он в большей степени будет удовлетворять потребность потребителя [4].

Оценка единицы потребительской стоимости по степени удовлетворения определенной потребности, в конце концов, и характеризует ее качество. Поскольку потребность в данных изделиях слишком разнообразна, то эти изделия будут по-разному оцениваться потребителем, то есть иметь разное качество. Поэтому, когда мы говорим о качестве изделий, то имеем в виду определенные условия их потребления. Это, конечно, не означает обеспечения качества в ее техническом понимании как определенности свойств вещи. Но с экономической точки зрения важно знать, насколько эти свойства отвечают потребности. Таким образом, качество продукции связано со степенью удовлетворения конкретной потребности тем или другим видом продукции. Под качеством продукции следует понимать степень удовлетворения этим изделием конкретной потребности. Основным моментом в этом определении является требование, чтобы качество оценивалось только в связи с заданной конкретной потребностью.

К экономическому аспекту качества изделий принадлежит также рассмотрение соотношения между категориями «полезность» изделий и их «стоимость». Полезность показывает степень удовлетворения общественной потребности, то есть потребительскую стоимость в общественном масштабе. Безусловно, на величину полезности влияет качество изделий, но из этого не вытекает, что изделия высшего качества должны иметь и большую полезность. Величина полезности, кроме качества, зависит и от затрат на производство и потребление изделий (так называемой цены потребления). Следовательно, полезность изделия, которое имеет высокое качество, но нуждается в больших затратах, может для общества вообще и для конкретного потребителя, в частности, оказаться меньшей, чем изделия с более низким качеством, но изготовленного с меньшими затратами.

Соотношение между категориями «полезность» и «стоимость», которое является решающим в конкурентоспособности продукции, намного сложнее. Оно обусловлено взаимосвязями между категориями «технический уровень» - «качество» - «полезность» - «экономическая эффективность» - «цена продажи» - «цена использования» (последние две в сумме составляют «цену потребления»). Эти взаимосвязи могут происходить в каких-либо направлениях – прямых и обратных:

ТРвЯкКрсЕЦКсп

Условные обозначения:

ТРв- технический уровень продукции

Як – качество продукции

Крс – полезность продукции

Е – суммарный экономический эффект повышения ТРв (или Як) продукции

Ц – цена продажи продукции

-повышения или снижение показателя, который соответствующую категорию

Ксп – конкурентноспособность продукции

Взаимосвязи между категориями, которые обусловливают конкурентноспособность продукции, могут быть похожими () и противоположными (), то есть могут комбинироваться между собой в каком-либо соотношении. Благодаря этим комбинациям связи между элементами системы (Ксп, ТРв, Як и т.д.) намного сложнее, и это значительно усложняет всю систему.

На конкурентноспособности продукции в последнее время все больше влияет возможность производителя поставлять потребителю продукцию ранее своих конкурентов и обеспечивать лучшее обслуживание, сервис. Товары могут оказаться конкурентноспособными и случайно. Такая ситуация может возникнуть в условиях малого бизнеса. Крупные же компании уже давно не рассчитывают на случайность. Они тщательно занимаются изучением сегментов рынка, потребностей и возможностей потребителей (покупателей), проводят маркетинговые исследования. Если, скажем, товаропроизводителю повезло, и его продукция признана конкурентноспособной, то ему, во-первых, следует выявить причины, обусловившие такой успех, а, во-вторых, успеть принять меры для сохранения такого положения.

И еще один тезис, который характеризует экономический аспект качества товаров и от понимания которого в значительной мере зависит решение вопроса о конкурентноспособности продукции: лучше – это всегда (или почти всегда) больше. При определении экономического эффекта у потребителя от улучшения качества продукции нужно пользоваться так называемым правилом тождественности эффектов, суть которого заключается в коррекции (умножении) затрат у потребителя при пользовании изделием более низкого качества. Это касается всех параметров (свойств) качества, но вопрос о коррекции решен на сегодня только относительно двух, правда, самых важных параметров - производительности и долговечности (срока).

*Социологический аспект проблемы качества* связан с решением отношения субъекта к такому объективному свойству изделия, как его непосредственное потребительское качество. С точки зрения социологических позиций качество рассматривается как категория, которая отвечает закономерности распределения населения по доходам, формированию спроса на отдельные виды изделий и тому подобное. К социологическому аспекту качества близко примыкает психологический: более того, кое-кто из авторов считает последний разновидностью первого. Более целесообразно рассматривать его как отдельный аспект. Имеются такие стороны отношения субъекта к качеству изделий, которые не зависят от его (субъекта) категории в социологическом понимании, то есть эти стороны оказываются «внутри» социологической категории субъекта или независимо от этой категории и поэтому они могут быть отнесены к психологическому аспекту. Примером, который подтверждает эту мысль, имеется такая ситуация.

Как уже вспоминалось, решающим моментом в создании конкурентоспособной продукции является соотношение между категориями «полезность» и «стоимость», а последняя определяется ценой потребления, которая слагается из цены покупки изделия и цены его эксплуатации. Поскольку проявление этих цен распределено во времени, во-первых, и продолжается единовременно (первая цена) и в течение длительного времени (эксплуатационная цена) - во-вторых, то у потребителя возникает определенный сугубо психологический настрой. Если новое изделие создано лучше по качеству, но более дорогим (это самый распротраненный вариант соотношения между категориями «полезность» и «стоимость»), то потребителю приходится платить больше один раз одноразовые расходы, в то время как экономию от улучшения изделия он будет получать в течение длительного времени эксплуатации (текущие расходы). Первое, пользуясь народной пословицей, можно отождествить с «синицей в руках», вторые - «с журавлем в небе», по той же самой народной пословице, с психологической точки зрения лучше «синица в руках, чем журавль в небе». С этой же точки зрения более привлекательным для потребителя может быть вариант «хуже» - «дешевле». Психологический момент должен быть также принят во внимание при решении вопроса о повышении или сохранении конкурентоспособности продукции.

Таким образом, формируется *потребительско-стоимостный подход* относительно обеспечения качества продукции, целью которого

-во-первых, создание условий для снижения расходов производства на сумму полезного эффекта потребительской стоимости;

- во-вторых, повышение уровня удовлетворения потребностей потребителей за счет увеличения полезности и качества продукции.

Кроме того, этот подход должен стать составной механизма экономической интеграции производителя и потребителя. [5, с.40]

# Литература

1. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації. К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2006. – 174с.

2. Мазаракі Г., Пугачевський І. Модель КАНО в системі управління качеством// ССЯ №3, 2008. – С.14-17

3. Предприятия, имеющие сертифицированные системы качества // Стандарты и качество № 5-6, 2007 - С 156- 779.

4. Плоткін Я., Станьковська І Якість виробів як засіб задоволення потреб споживача і забезпечення конкурентоспроможності продукції // Економіка України, 2005. - №6. – С.91-94

5. Павлов В.І. та ін. Основи стандартизації, сертифікації та ідентифікації товарів. К.: Кондор, 2006. – 230с.