

DOI 10.31558/2307-2318.2021.3.19

УДК 658.56:621

JEL: L20

Власенко І.В.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин

Хмельницький національний університет

ORCID 0000-0002-8930-7716

vlaskoinna23@gmail.com

РОЛЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто поняття якості продукції як головного чинника підвищення конкурентоспроможності підприємства. Надано порівняльну характеристику основних систем менеджменту якості, а також зазначено необхідність сертифікації системи менеджменту якості підприємства відповідно до міжнародних стандартів. Визначено основні концептуальні підходи до управління якістю продукції. Розглянуто взаємодію системи менеджменту якості продукції з підсистемами управління підприємством.

Ключові слова: *якість; управління якістю; конкурентоспроможність продукції; система управління якістю; цінність; сертифікація.*

Рис. - 1, Табл. - 1, Літ. - 13.

Постановка проблеми. Прагнення забезпечити високу якість, особливо в тих випадках, коли потрібно гарантувати безпеку використання продукції, збереження здоров'я людини, довкілля, є основою задоволення як виробничих, так і особистих потреб людей, і цим визначається її унікальна суспільна, економічна і соціальна значущість. Чим вищою є якість продукції, тим більшим багатством володіє суспільство і тим більші матеріальні можливості воно має в своєму розпорядженні для подальшого прогресу. Якість має створювати на всіх стадіях виробництва. Неможливо вважати продукцію цілком якісною, якщо вона, відповідаючи всім технічним вимогам, у той же час не потрібна споживачам. Стадії закупівлі матеріалів, найму персоналу, виробництва, зберігання та доставки продукції також мають ґрунтуватися на вимогах до якості.

За умов глобалізації ринку проблема якості стає актуальною для всіх країн, галузей, підприємств та організацій. Ефективність управління на всіх рівнях полягає у забезпеченні належної якості продукції, оскільки лише продукція високої якості може бути конкурентоспроможною.

Аналіз останніх досліджень і результатів. Останнім часом тематика управління якістю набула особливої популярності. Особливо вагомий внесок щодо розгляду якості праці та її продукту зробили такі науковці як, Б. К. Злобін, С. Ф. Черкашин, В.М. Нижник, І. Б. Іваненко, Я. Б. Шор, В. І. Синько, А. В. Глічев, В. П. Панов, М. П. Бабін, М. І. Шаповал. Незважаючи на достатньо велику кількість досліджень у даній сфері питання ефективної системи управління якістю продукції залишається відкритим. Саме тому в даній публікації нами здійснюється спроба обґрунтувати необхідність впровадження та

використання системи управління якістю продукції на промислових підприємствах як передумови для забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Формулювання цілей статті. Метою написання даної статті було визначити роль системи управління якістю продукції суб'єктів господарювання в забезпеченні конкурентоспроможності продукції.

Виклад основного матеріалу. Поняття якість у широкому розумінні є універсальною філософською категорією, яка охоплює як явища зовнішнього світу, так і свідомість людини. Категорія «якість» була вперше проаналізована давньогрецьким філософом Арістотелем у III ст. до н.е.[1]. Арістотель вказував на мінливість якості як зміну стану речей, їх здатність перетворюватись у свою протилежність (справне – пошкоджене, корисне – шкідливе, солодке – гірке, біле – чорне) [1,с.13]. Німецький філософ Гегель у XIX ст. н.е.[5] розглядав якість як філософську категорію, вбачаючи в ній початковий щабель пізнання мов і становлення світу. В Енциклопедії філософських наук він писав: «якість в першу чергу є тотожною буттю визначеність, так річ перестає бути тим, чим вона є, якщо втрачає свою якість...»[5].

А. Фейгенбаум вважає, що якість «заснована на взаємодії споживача з товаром і вимірюється відповідністю до задоволення його вимог. Вимоги можуть бути вираженими явно або неявно, можуть бути усвідомленими або неусвідомленими, об'єктивними або суб'єктивними. Уявлення про якість постійно змінюється і не стоїть на місці на конкурентному ринку» [7, с.9].

Впродовж всього розвитку науки не припинялися спроби знайти досконале визначення поняття «якості», але всі вони зводилися до розуміння якості як спільності, визначеності, цілісності всіх існуючих ознак предмета, що відрізняють його від інших, через те, що властивостей будь-яких предметів є безліч і всі вони є різноманітними.

«Якість» у XXI столітті набуває іншого значення, про що свідчать світові тенденції. Підготовлений компанією «General Systems» звіт про дослідження покупок на прикладі США й міжнародних ринків показує, що покупці зробили «якість» головним стандартом, що у порівнянні з десятима роками поспіль було б четвертим або п'ятим з десяти, порівняно із ціною та іншими показниками. Істотним є те, що покупці більше не ідентифікують поняття «якості» з функцією, габаритами, характеристиками продукту. Замість цього вони інтегрують якість із вартістю, тобто сприймають якість інтегрально як цінність. Вони розглядають і сприймають якість як фундаментальну характеристику, що вимірюється їхнім особистим сприйняттям продукту або послуги, а також організації, мережі доставки й обслуговування. Ця купівельна характеристика виражається в цілком прозорих визначеннях і вимогах, що оцінюється покупцем у процесі продажу, і будується на принципі, що цінність якості - це та, що визначив покупець.

Ще однією зі сторін поняття «якість» є та, коли представляється якість конкретного об'єкта та перераховуються всі значення показників, що характеризують його властивості. Такий підхід до якості відповідає визначенню, наведеному в стандартах серії ISO: «Якість - сукупність характеристик об'єкта, що належать до його здатності задовольняти встановлені й передбачувані потреби» [6, с.22]. Таким чином, якість - у центрі уваги ринку, вимог споживачів, факторів стабільного економічного розвитку. Через те не враховувати ці тенденції для України - означає зневажати думкою інших, підказками світу, означає не бути зацікавленими у виході й закріпленні на світовому ринку.

Існує багато визначень поняття «якість продукції», серед яких найточніше сформульоване визначення цього поняття Європейською організацією з контролю якості: «Продукція вважається хорошої якості, якщо при мінімальних витратах впродовж

усього її життєвого циклу вона максимально сприяє здоров'ю і щастю людей, які залучені до її проектування і відновлення (повторного використання) за умови мінімальних витрат енергії та інших ресурсів і при допустимій (прийнятній) дії на довкілля і суспільство»[13, с.15]. Якість продукції перебуває у постійному русі і являє собою хронічно нестійкий об'єкт. Це об'єктивна реальність, з якою доводиться мати справу.

Аналізуючи питання сутності якості та якості продукції, ми звернулися до думок найбільш впливових фахівців у цій області, які впродовж останніх століть зробили значний внесок у розвиток методології менеджменту якості (табл. 1).

Таблиця 1. Трактуювання вченими категорії «якість» та «якість продукції»

Вчені	Трактуювання поняття «якість» та «якість продукції»
1	2
Аристотель	Розходження між оцінюванням предметів; диференціація за ознакою «гарний-поганий»
Гегель	«Якість є, перш за все, тотожною з буттям визначеність, щось перестає бути тим, що воно є, коли воно втрачає свою якість»
Китайська версія	Ієрогліф, що позначає якість, складається з двох елементів – «рівновага» і «гроші» (якість = рівновага + гроші), отже, якість тотожна поняттю «висококласний», «дорогий»
В. Шухарт	«Існують два аспекти якості. Один пов'язаний з твердженням про якість речей як про об'єктивну реальність, що не залежить від існування людини. Інший аспект – є те, що ми думаємо, відчуваємо про цю об'єктивну реальність»
Е. Демінг	«Якість – задоволення потреб споживачів не лише для відповідності його очікуванням, але й для передбачення їх у майбутньому»
К. Ісікава	«У вузькому розумінні якість означає якість продукції. В широкому - зміст якості полягає у якості робіт, послуг, інформації, якості процесу, підрозділу, якості співробітників, включаючи робітників, інженерів, менеджерів і виконавчу дирекцію, якості системи цілей...»
А. Фейгенбаум	«Якість - це загальна сукупність характеристик продукції й послуг, що належать до маркетингу, розробки, виробництва й технічного обслуговування, за допомогою яких продукція й послуга при своєму використанні задовольняють очікування споживача»
Г. Тагучі	«Якість - це витрати суспільства, викликані отриманням продукції після того, як вона була поставлена, але не витрати, що включають причини, які є внутрішньо властивими самій продукції»
Ф. Кросбі	«Якість –це те, що задовольняє споживача»
Дж. Джуран	«Якість як придатність до застосування... » «Якість не з'являється випадково – її слід планувати... »
Р. Пірсінг	«Якість є уявною характеристикою й твердженням, справедливості яких перевіряється не процесами мислення. А оскільки визначення є продуктом суворо точного мислення, якість не може бути визначеною»
Ю. Адлер	«Якість, якщо ми хочемо управляти нею - це відповідність вимогам»
Л. Бадалов	«...Сукупність споживчих властивостей продукції, що визначають її відповідність заданій конкретній потребі за фіксованих умов споживання»
І.А. Белко	«Якість продукції безпосередньо залежить від кісного здійснення всіх процесів виробництва, тому важливо її розглядати як об'єкт управління в межах виробничої діяльності підприємства»
І.Г. Зедгінідзе Р.М. Жванія	«Якість продукції – це сукупність властивостей, що обумовлюють її придатність задовольняти визначені потреби у відповідності з призначенням. під властивостями продукції розуміється об'єктивна особливість, яка проявляється при створенні, експлуатації чи споживанні виробу»

Продовження таблиці 1

1	2
С.В. Мицюк	«Якість продукції – сукупність сутнісних властивостей, кількісно оцінюваних системою техніко-економічних показників, що відрізняють продукцію від інших об'єктів аналогічного призначення, що визначають ступінь задоволення деяких потреб і попит на продукцію в ринкових умовах створення і дослідження продукції при суспільно необхідних витратах і формованих ринком цінах на цю продукцію»
Ю.С. Папіж, Р.А. Гучмазов	«Якість продукції – це сукупна характеристика основних властивостей, що визначають здатність задовольняти відповідні потреби найбільш прийнятним і економічним способом відповідно до призначення»
Л.І. Пронкіна	«Якість товару – це сукупність властивостей, що характеризують ступінь його суспільної корисності з урахуванням суспільно необхідних витрат на всіх стадіях відтворювального циклу»
А.В. Тебекін	«Якість продукції – це матеріальна основа задоволення як виробничих, так і особистісних потреб людей, і цим визначається її унікальна суспільна, економічна і соціальна значимість»
Ю.Л. Труш	«Якість продукції – це сукупність технічних властивостей і характеристик продукції, що в повному обсязі задовольняють вимоги споживачів, відповідають всім їх потребам, які покупці бажають отримати, враховуючи фактори – купівельної спроможності, власну безпеку здоров'я та зменшення екологічної небезпеки»
Р.Фатхутдинов	«Якість – одна сторона товару, вартість для споживача – інша»
ГОСТ 15467-79 Міжнародний стандарт ISO 8402-86	«Якість – сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, що додають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби. Якість продукції – сукупність властивостей продукції, які обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.»
Генеральний секретар ЄОЯ Бертран Де Норей	«Якість – це більше ніж сертифікація, стандарти виконання правил. Це – поняття про удосконалювання, про те, як зробити світ кращим і як впровадити удосконалення в життя»
Стандарт ISO 9000:2000	«Якість – ступінь задоволення вимог переліком характеристик, які притаманні будь-якому об'єкту»
Авторське визначення	«Якість продукції – сукупність її властивостей та запланованих характеристик, що відображають споживчу цінність, ступінь задоволення його потреб у конкретних умовах»

Джерело: систематизовано автором за [1-13]

Отже, виходячи із попередньо проаналізованих визначень, авторське трактування бере за основу визначення Дж. Джурана, Л. Бадалова та Е. Демінга і доповнене «конкретними умовами», оскільки від останніх залежить сприйняття властивостей продукції. Планування якості, на нашу думку, має відбуватися на основі показників оцінки.

За умов зростаючої глобалізації ринків товарів питанню підвищення якості все більше приділяється увага керівниками не лише провідних фірм та компаній, але й держав та міжнародних об'єднань. Якість стала не просто невід'ємною складовою конкурентоспроможності, вона є необхідною передумовою виживання багатьох підприємств і цілих країн. Особливо гостро це питання постає перед країнами зі слабозрозуміною ринковою економікою, до яких належить і Україна. За умов вступу до ЄС, впливу інтеграційних процесів на розвиток українського промислового сектору існує потреба формування зовнішньо-промислової політики України. Необхідність розробки стратегічних напрямів розвитку міжнародного співробітництва у сфері вітчизняного промислового сектору потребує поглибленого дослідження впливу

євроінтеграційних процесів на стабілізацію та розвиток пріоритетних галузей промисловості України, до яких відноситься машинобудування [12].

Враховуючи суперечливу природу якості, вчені та практики прагнуть поліпшувати ті чи інші характеристики продукції, не погіршуючи інших, тобто вишукують способи, які забезпечать гармонію, рівновагу між характеристиками. Досягнення оптимальної структури характеристик продукції є однією з найважливіших і складних завдань розробки нової продукції та забезпечення її якості. Незважаючи на те, що вимоги якості властиві самій природі людини, кількісні показники якості й створення офіційних стандартів якості стали фактом тільки у XXI-му столітті. Підвищений інтерес до якості в останні роки викликаний вимогами ринку. Сьогодні покупці думають, що вони знають, що таке якість і, за необхідності, звичайно ж, довідаються про її наявність. Важливо, що вони очікують, більше того, вимагають, щоб якість була невід'ємним атрибутом кожного здобутого товару.

Проте, оцінка кожного певного споживача є чітко індивідуалізованою, так саме як і висунуті ним вимоги. Однією з причин досить серйозної розбіжності в думках з приводу «якості» є те, що саме це поняття залежно від сфери застосування має наповнюватися різним змістом. Коли ми говоримо про якість як про сукупність характеристик, то це об'єктивно існуюча, незалежно від ставлення до неї людей, комплексна характеристика будь-якої споживчої вартості, але про сукупність характеристик не можна сказати, влаштовує вона покупця чи ні. Коли ж ми говоримо про якість як про економічну категорію, то це вже ставлення людей до тієї або іншої сукупності властивостей споживчої вартості. В цьому випадку, на нашу думку, якість - це споживча оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреб в конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, яких з урахуванням цих умов наділили її виробники.

Отже, враховуючи вищесказане під якістю продукції пропонується розуміти сукупність її властивостей та запланованих характеристик, що відображають споживчу цінність, ступінь задоволення його потреб у конкретних умовах споживання певної продукції.

Якість продукції, що випускається, – це своєрідний стрижень сьогоденної економіки підприємства. Як відзначають зарубіжні менеджери, якість – це гасло, це ціла філософія, в якій зниження витрат, зростання продуктивності праці завдяки якості продукції, що вийшла на перший план. Фірми різних країн і континентів, що випускають продукцію найрізноманітнішого асортименту, активно працюють над її якістю. Витрати на роботи з підвищення якості продукції мають значну питому вагу, що постійно зростає. Підвищення якості являє собою доволі трудомістку роботу підприємства, оскільки стосується практично всіх напрямів діяльності і зрештою виходить на такий макроекономічний показник, як якість життя.

Конкурентоспроможність продукції є результатом якості: праці, предметів праці, засобів праці, технології, управління, виробничого середовища в цілому. Якщо ми одержуємо якість проміжного продукту, то він, у свою чергу, формує якість продукту, а останній безпосередньо виходить на якість життя, де поряд з такою складовою, як якість продукту і послуг, бере участь якість обороноздатності, природного середовища, інфраструктури, національного багатства.

Останніми роками на передових підприємствах світу впроваджується нова стратегія управління якістю продукції. Забезпечення якості розуміють не як технічну функцію, реалізовану якимось підрозділом, а як систематичний процес, що пронизує всю організаційну структуру підприємства, від системи контролю якості продукції до об'єктів технічного контролю. Новому поняттю якості повинна відповідати й

організаційна структура підприємства. На нашу думку, система менеджменту якості є невід'ємною частиною (підсистемою) системи управління підприємством. Вона має безліч внутрішніх і зовнішніх зв'язків, по яких проходить велику кількість сигналів (рис. 1).



Рисунок 1. Взаємодія системи менеджменту якості продукції з підсистемами управління підприємством

Ця система пов'язана з іншими підсистемами загальної системи управління підприємством:

- цільовою (поставка продукції, ресурсів);
- функціональною (стратегічне планування, підготовка виробництва,
- управлінською (управління технологічними процесами, збутом продукції, управлінням фінансами);
- організаційною (гнучкість управління, новаторство при ухваленні рішення);
- мотиваційною (компетентність працівників, навчання, наявність комплексної кадрової політики, система преміювання й заохочень);
- соціальною (соціальна захищеність працівників, екологічна безпека);
- інформаційною (проведені дослідження ринку, наявність операційних баз даних);
- філософською (рівень культури, імідж підприємства, етика управління);
- підсистемою взаємодії із зовнішнім середовищем (зв'язок із пресою, рекламна компанія, лобіювання, співробітництво зі членами законодавчих органів влади).

Система менеджменту якості має свою мету, функції й ресурси, своє нормативне й інформаційне забезпечення. Зв'язок з іншими системами підприємства здійснюється в процесі робіт, що виконуються протягом усього життєвого циклу продукції. Для успішної реалізації конкурентоспроможного продукту система менеджменту якості підприємства повинна бути визнана споживачами або постачальниками вітчизняного і зарубіжного ринку. Процес сертифікації підприємств має велике значення. Сертифікат є

гарантією високої стабільності і стійкості, що випускається або пропонованої послуги. Сертифікат на систему якості дозволяє підприємству підтвердити свої конкурентні переваги на ринку товарів і послуг. Сертифікат є доказом культури організації і якості по відношенню до споживача чи замовника та може бути власним «ім'ям» організації.

Раніше наші підприємства орієнтувалися в основному на сертифікацію продукту. Тепер психологія споживача змінилася. Сьогодні споживач вимагає Сертифікат не на продукт, а на систему, яка гарантує стабільний випуск продукту того рівня якості, який підтверджений сертифікатом на продукт. Більш того, споживач, при наявності сертифіката на систему, не вимагає сертифіката на продукт, довіряючи в цьому випадку контрольним службам виробника. Якість продукції є складовою і наслідком якості роботи підприємства або установи.

Сьогодні сертифікація систем якості все більш зміщується в бік регульованої зони економіки, а сертифікати, видані авторитетними сертифікаційними органами, є одним з найважливіших показників конкурентоспроможності підприємств. Кожне підприємство зацікавлене в формальній реєстрації відповідності до положень стандартів, так як реєстраційний номер ISO 9000 стає важливим елементом при виборі компанії в якості постачальника. Стандарти ISO 9000 визначають мінімальні вимоги, які постачальник повинен виконати для того, щоб гарантувати споживачу отримання продукції, яка відповідає його вимогам. Введення цих стандартів справило значний вплив на підприємства в усьому світі, так як постачальники тепер можуть бути оцінені послідовно і одноманітно.

Таким чином, вимоги сучасного ринку підштовхують постачальника продукції (товарів) до впровадження систем якості. Однак, впроваджуючи на підприємствах систему якості відповідно до ISO 9000, підприємство отримує і вигоду:

- за рахунок перерозподілу витрат скорочується та їх частка, яка йшла на виявлення та виправлення дефектів; загальна сума витрат знижується, і з'являється додатковий прибуток;
- підвищується виконавська дисципліна на підприємстві;
- поліпшується мотивація співробітників, знижуються втрати, викликані дефектами і невідповідностями;
- підприємство стає більш «прозорим» для керівництва, в зв'язку з цим підвищується якість управлінських рішень.

Розвиток і трансформація системи управління якістю потребують оптимізації на основі балансу між основними цілями виробника - забезпечення якості продукції та підвищення ефективності виробництва, тобто збільшення прибутків. Слід мати на увазі, що додатковий ефект від підвищення якості продукції залежить не лише від розміру витрат, а й від їх цільового призначення. Світова практика і, зокрема, японський досвід переконують, що високої якості продукції досягають ті товаро-виробники, які віддають пріоритет упереджувальним заходам.

Для забезпечення конкурентоспроможності товарів за якістю необхідно, насамперед, визначити чіткі цілі щодо неї і розробити на кожному підприємстві технічні умови, а також вжити інших заходів, що забезпечують якість товарів згідно з визначеними цілями. Лише ті підприємства можуть розраховувати на успіх, в яких виробничий процес орієнтований на постійне забезпечення якості, її підтримку. Але при цьому основну увагу слід звертати на функціональний аспект якості, що вказує, наскільки продукція підприємства задовольняє сучасні потреби споживачів. Адже якість продукції може відповідати внутрішнім технічним умовам підприємства, встановленим стандартам, але якщо їх конструкція (набір вимог і характеристик, що містяться в цих

технічних умовах і стандартах) відстала від вимог споживачів, така продукція не користуватиметься попитом.

Для того щоб забезпечити конкурентоспроможну якість продукції, кожне підприємство повинне обґрунтовано здійснювати управління якістю, орієнтуючись при цьому на сучасні тенденції в його вдосконаленні, що апробовані в розвинутих країнах Заходу і на практиці довели свою ефективність. Одна з найважливіших тенденцій - орієнтація на запити споживачів з урахуванням закону зростаючих потреб. Гасло «Покупець (споживач) завжди правий» в ринковій економіці набуває повного реального змісту на відміну від його формального проголошення в умовах планово-централізованої системи господарювання. Не менш важливого значення набуває тенденція до надання пріоритетності упереджувальним (профілактичним) діям, спрямованим на недопущення дефектів замість орієнтації на їх виправлення, навіть і своєчасне. Саме з цією метою в Японії акцент робиться не на контроль кожної одиниці чи партії продукції, а на створенні і контролі умов роботи, забезпеченні якості робочого середовища (освітлення, температури, чистоти повітря, вологості, безпечності тощо), якості робочих відносин і якості управління в цілому.

Висновки. Важливим напрямом забезпечення конкурентоспроможності товарів за якістю є створення на підприємствах такої робочої атмосфери, за якої кожен працівник зміг би більшою чи меншою мірою впливати на якість продукції. Найбільшого успіху в цьому відношенні досягли японські фірми, в яких основна відповідальність за якість покладена на виробничих працівників. Для них створені спеціальні програми підвищення професійної підготовки. Чільне місце в цих програмах займають питання забезпечення якості. Постійне навчання виробничого персоналу, підвищення його кваліфікації, створення ефективної системи матеріальної зацікавленості за підвищення якості дало змогу японським фірмам покласти на безпосередніх виконавців контроль за якістю своєї роботи. Велику роль у підвищенні якості продукції відіграють гуртки якості, що виникли спочатку на японських фірмах, а нині набувають поширення на фірмах інших країн. Гуртки якості створюються на добровільних засадах з числа робітників і управлінців одного підрозділу. Їх члени добровільно у вільний час збираються разом для обговорення існуючого стану якості і розробки нових ідей для її підтримки і підвищення. За висунуті ідеї, що мають реальну цінність, члени гуртка одержують матеріальну винагороду. Значення таких гуртків не вичерпується лише вдосконаленням якості роботи і кінцевого продукту. Вони розвивають у працівників почуття колективізму, самоповаги, відповідальності за стан справ, поліпшують моральний клімат серед членів трудового колективу. Тому вважаємо за доцільне адаптувати досвід Японії до вітчизняних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аристотель. Сочинения: В 4т., Т.2. Ред.и авт. Предислов. З.Н. Микеладзе. М.: Мысль, 1978. - 687с.
2. Байцар Р. І., Гунькало А. В. Стандарти ISO серії 9000: еволюція підходів до управління якістю. *Збірник матеріалів VI Всеукраїнського науково-практичного семінару «Якість: проблеми та рішення»*. Харків: Стандартизація, сертифікація, якість.- 2006.- С. 35 – 36.
3. Векслер Е.М., Рифа В.М., Василевич Л.Ф. Під загальною редакцією Е.М. Векслера. Менеджмент якості. - Київ: «ВД «Професіонал», 2008. – 320 с.
4. Віткін Л. Місце України у світовій і європейській якості. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2002. № 3. С. 43-49.

5. Гегель. Сочинения. Т.1. Энциклопедия философских наук. Под ред. А. Деробин, Д.Рязанова.-М.-Л.: Гос.изд., 1929-368с.
6. Мухаровський М. Досвід сертифікації персоналу в національній системі сертифікації УкрСЕПРО. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2005. №3. С.22-25.
7. Наставники по качеству. Арманд Фейгенбаум. Стандарты и качество. 1999. №10. С.28-29.
8. Наставники по качеству. Генити Тагути. Стандарты и качество. 2000. №2. С.80 - 82.
9. Наставники по качеству. Джозеф Джуран. Стандарты и качество. 1999. №7. С.86 – 87.
10. Наставники по качеству. Кіору Ісікава. Стандарты и качество. 1999. №11. С.90 -92
11. Наставники по качеству. Филипп Кросби. Стандарты и качество. 1999. №9. С.74-75.
12. Система якості як частина системи управління. URL: <http://www.management.com.ua>.
13. Толпежников Р.О. Управление качеством продукции в системе маркетинга на промышленных предприятиях. *Вісник Донецького університету*. Серія В. Економіка і право. Донецьк, 2002. № 2-2. С.196-200.

REFERENCES

1. Aristotel'. Sochineniya: V 4t., T.2. Red.i avt. Predislov. Z.N. Mikeladze. M.: Mysl', 1978. 687s.
2. Bajcar R. I., Gun'kalo A. V. Standarti ISO serii 9000: evolyuciya pidhodiv do upravlinnya yakistyu. Zbirnik materialiv VI Vseukraïns'kogo naukovopraktichnogo seminaru «YAkist': problemi ta rishennya». Harkiv. Standartizaciya, sertifikaciya, yakist'. 2006. S.35-36.
3. Veksler E.M., Rifa V.M., Vasilevich L.F. Pid zagal'noyu redakcieyu E.M. Vekslera. Menedzhment yakosti. Kiev. «VD «Profesional», 2008. 320s
4. Vitkin L. Misce Ukraini u svitovij i evropejs'kij yakosti. Standartizaciya, sertifikaciya, yakist'. 2002. № 3. S.43-49.
5. Gegel'. Sochineniya. T.1. Enciklopediya filosofskih nauk. Pod red. A. Derobin, D.Ryazanova.-M.-L.: Gos.izd., 1929. 368s.
6. Muharovs'kij M. Dosvid sertifikacii personalu v nacional'nij sistemi sertifikacii UkrSEPRO. Standartizaciya, sertifikaciya, yakist'. 2005. №3. S.22-25.
7. Nastavniki po kachestvu. Armand Fejgenbaum. Standarty i kachestvo. 1999. №10. S.28-29.
8. Nastavniki po kachestvu. Geniti Taguti. Standarty i kachestvo. 2000. №2. S.80-82.
9. Nastavniki po kachestvu. Dzhozef Dzhuran. Standarty i kachestvo. 1999. №7. S.86-87.
10. Nastavniki po kachestvu. Kioru Isikava. Standarty i kachestvo. 1999. №11. S.90-92
11. Nastavniki po kachestvu. Filipp Krosbi. Standarty i kachestvo. 1999. №9. S.74-75.
12. Sistema yakosti yak chastina sistemi upravlinnya. URL: <http://www.management.com.ua>.
13. Tolpezhnikov R.O. Upravlenie kachestvom produkci v sisteme marketinga na promyshlennyh predpriyatiyah. Visnik Donec'kogo universitetu. Seriya V. Ekonomika i pravo. Donec'k, 2002. № 2-2. S.196-200.

Власенко И.В.

РОЛЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрено понятие качества продукции как главного фактора повышения конкурентоспособности предприятия. Предоставлена сравнительная характеристика основных систем менеджмента качества, а также указана необходимость сертификации системы менеджмента качества предприятия в соответствии с международными стандартами. Определены основные концептуальные подходы к управлению качеством продукции. Рассмотрено взаимодействие системы менеджмента качества продукции с подсистемами управления предприятием

Ключевые слова: качество; управление качеством; конкурентоспособность продукции; система управления качеством; ценность; сертификация.

I. Vlasenko

THE ROLE OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN ENSURING COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISE PRODUCTS

The article considers the concept of product quality as the main factor in increasing the competitiveness of the enterprise. The comparative characteristic of the basic systems of quality management is given, and also necessity of certification of system of quality management of the enterprise according to the international standards is specified. The main conceptual approaches to product quality management are identified. The interaction of the product quality management system with the enterprise management subsystems is considered.

Key words: quality; quality control; competitiveness of products; quality management system; value; certification