

МЕТОДИКИ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній статті розглянуто методи визначення якості продукції на підприємстві. Для опрацювання обрано експертний метод та розроблено анкету оцінки параметрів продукції порівняння двох мінеральних вод.

Ключові слова: методи визначення якості, анкета, якість продукції, мінеральна вода.

Abstract

This article discusses the methods of determining the quality of products at the enterprise. An expert method was chosen for elaboration and a questionnaire was developed to evaluate the parameters of the comparison of two mineral waters.

Keywords: methods for determining quality, questionnaire, quality of products, mineral water

Вступ

Одним з найважливіших факторів росту ефективності виробництва є поліпшення якості продукції чи послуги. Підвищення якості продукції розцінюється в даний час, як вирішальна умова її конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність продукції багато в чому визначає престиж країни і є вирішальним чинником збільшення її національного багатства [1].

На сьогодні забезпечення належної якості продукції є вимогою часу, оскільки неякісний товар не спроможний задовольняти споживача, як це було за умов командно-адміністративної системи. У теперішніх умовах споживач продукції є регулятором рівня її виробництва і попиту на ринку.

Мета роботи полягає в аналізі методів визначення якості та обрання одного для оцінки параметрів продукції мінеральних вод.

Результати дослідження

Підвищення якості продукції є одним із найвпливовіших чинників зростання ефективності виробництва продукції. Якість продукції – це головна умова існування і ключ до успіху на ринку в сучасних умовах конкуренції [2].

У Міжнародному стандарті ІСО 8402 наводиться таке визначення якості: «Якість – сукупність характеристик об'єкту, що стосуються його здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби» [3].

Для оцінювання якості продукції використовуються такі методи визначення якості (рис.1)

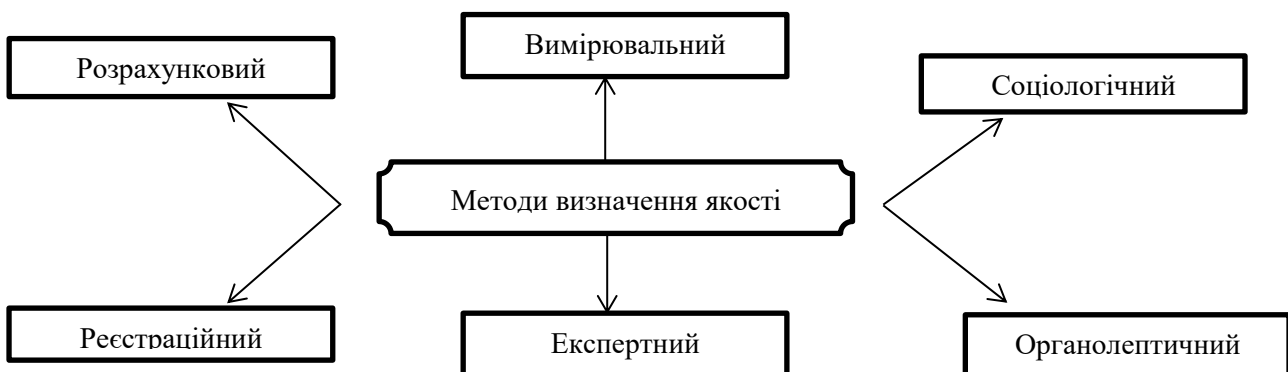


Рисунок 1 – Методи визначення якості

Вимірювальний метод оснований на використанні інформації, отриманої за допомогою приладів і технічно вимірювальних засобах. Цей метод ґрунтується на фізичних, хімічних, технологічних властивостях продукції.

Недоліком даного методу є великі затрати, довготривалість, складність. Перевага - об'єктивність оцінки, зіставлення і відтворюваність результатів.

Соціологічний метод полягає у дослідженні показників якості продукції на основі збору і аналізу думок фактичних і можливих споживачів. Збір думок відбувається за допомогою опитування, анкетування, проведення нарад, виставок, дегустацій.

Перевагою цього методу є доступність, тривалість, низька вартість, а недоліком є неточність і суб'єктивність.

Органолептичний метод – метод дослідження якості продукції, що використовує органи відчуття людини для визначення для визначення зовнішнього вигляду, смаку, запаху, кольору, консистенції продукції.

Недоліками органолептичного методу є суб'єктивізм оцінки, зовнішні умови, особливості дегустатора, кількісний склад комісії, застосування бальної системи. Перевагами є доступність, простота, оперативність, невелика кількість продукту, не потрібне додаткове устаткування, можливість швидко формувати загальне уявлення про продукт.

Експертні методи, призначені для оцінки якості продукції, полягають у використанні узагальненого досвіду і інтуїції спеціалістів. Їх використовують, коли неможливе або затrudнене використання більш об'єктивних методів.

Перевагами цього методу є достовірність і відтворюваність результатів, простота, різносторонній аналіз, отримання узагальненого результату. Недоліками експертного методу є високі затрати часу, трудомісткість, суб'єктивність думок, обмеженість суджень, труднощі в отриманні надійної і узгодженої оцінки.

Реєстраційний метод – один з найбільш відомих методів оцінки якості товару. Експерти використовують даний метод шляхом скарг від покупців і кількості обслугованих покупців для дослідження якості торгівельного обслуговування.

Перевагою є швидкість проведення і незатратність, а недоліком - неточність та обмежене застосування при окремих операціях товарної експертизи.

Розрахунковий метод базується на отриманні інформації за допомогою розрахунків, використовує теоретичні і емпіричні залежності показників якості продукції від її параметрів. Показники якості розраховуються за допомогою математичних формул, за параметрами знайденими іншим методом.

Розрахунковий метод застосовують не лише при дослідженні виробництва, а й при проектуванні та конструюванні виробу. Також цей метод використовується для прогнозування та отримання оптимальних значень.

Перевагами цього методу є точність, достовірність, доступність, універсальність, не потребує витрат, а недоліком - тривалість проведення.

Оцінка якості продукції здійснюється за трьома методами (таблиця 1)

Таблиця 1 – Методи оцінки якості продукції

Метод	Характеристика
Диференційний	Оснований на використанні одиничних показників якості і порівнянні їх з базовими.
Комплексний	Застосовує узагальнений показник якості продукції і відображає основне призначення продукції.
Змішаний	Оснований на одночасному використанні одиничних і комплексних показників, коли частина одиничних показників об'єднується у групи, а для кожної групи розраховується відповідний комплексний показник. Далі на основі отриманої сукупності комплексних і одиничних показників можна оцінити рівень якості диференційним методом.

Дослідивши методи оцінки якості продукції та визначивши їхні переваги та недоліки, для опрацювання було обрано експертний метод. Оскільки результати отримані даним методом є достовірними і різносторонніми.

Експертами можуть виступати споживачі, сфера торгівлі (роздрібної та гуртової), спеціалісти з якості (внутрішні та зовнішні), маркетологи (внутрішні та зовнішні консультанти). В рамках роботи роль експертів виконували автори тез.

Була розроблена анкета для опитування експертів.

Таблиця 2- Анкета

Параметри	Оцінка	
	«Регіна»	«Моршинська»
1)Сировина (джерела води):		
- рівень обслуговування джерел;	5	5
- кваліфікація гідролога;	4	4
2)Технологія розливу:		
- потужність;	3	5
- продуктивність;	4	5
- спосіб консервації;	5	5
3)Параметри продукції:		
- мінералогічний склад;	5	4
- термін зберігання;	5	5
- органолептичні властивості води;	5	5
4)Маркетингові параметри продукції:		
- брендобудування;	4	5
- форма пляшки;	5	5
- інтенсивність акційної роботи;	3	5
5)Збутовий процес:		
- рівень активності продаж;	3	5
- вхід в мережі;	2	4
- рівень стосунків з посередниками;	4	4
6)Соціальна відповідальність:		
- утилізація пляшок;	0	0
- проведення соціальних акцій.	0	4

Основою для складання анкети є процесний підхід згідно систем ISO. За основу взята спіраль Джурана та «Петля якості». Однак, в роботі класичні процеси «Петлі якості» були конкретизовані та адаптовані саме під бутильовану воду. Зокрема розглядали питання джерел, технології розливу, параметрів самої продукції, маркетингових аспектів, збутового процесу і оскільки петля якості передбачає вплив на навколишнє середовище, то соціальної відповідальності.

Серед всіх можливих і важливих для виготовлення даної продукції процесів ми виокремили найбільш проблематичні та такі, що вносять певну динаміку в рівень якості бутильованої води та можуть обумовити певну нестабільність. Це такі процеси:

- 1)Розробка політики в сфері якості (місія, цілі);
- 2)Відбір та запровадження сучасної моделі якості (з лінії розливу);
- 3)Обслуговування джерел води;
- 4)Технологія виготовлення продукції (технологія розливу);
- 5)Забезпечення належних властивостей води (параметри продукції);
- 6)Розробка маркетингових параметрів продукції;
- 7)Організація раціонального збутового процесу;
- 8)Забезпечення соціальної відповідальності.

Таблиця 3 – Шкала оцінювання параметрів продукції методом експертної оцінки

Значення показника	Прогнозна оцінка параметрів продукції
1	2
5	Дуже високий рівень
4	Високий рівень
2-3	Низький рівень
0-1	Не виконується

Під час складання анкети було вирішено порівнювати продукцію досліджуваного підприємства з продукцією - аналогом Моршинською, так як дане підприємство посідає перше місце за продажами серед мінеральних вод в Україні.

Висновки

Отже, дослідження яке ми провели, засвідчило, що на даний час є багато методів визначення якості продукції. Дослідивши ці методи та визначивши їхні переваги і недоліки, для опрацювання було обрано експертний метод і складено анкету. Оскільки результати отримані даним методом є достовірними і різносторонніми. Після проведеного анкетування оцінки параметрів продукції можна зробити висновок, що мінеральна вода «Регіна» в декількох позиціях поступається своєму конкуренту «Моршинська», але це не через те, що продукція ПрАТ «Регіна» не якісна, а через те, що на підприємстві недостатня кількість фінансування, а також на ринку присутня велика кількість сильних конкурентів з якісною продукцією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // http://www.rusnauka.com/21_TSN_2015/Stroitelstvo/1_194409.doc.htm.
2. Заремба О.В. Взаємозв'язок конкурентоспроможності та якості продукції [Електронний ресурс]/ Заремба О.В.// Матеріали XLVIII Науково-технічної конференції факультету менеджменту та інформаційної безпеки (2019).- Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm2019/paper/view/6613/5474>
3. Стандарт ІСО 8402-94 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards.htm>
4. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення : монографія / І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця : ВНТУ, 2019. – 384 с.

Лебік Оксана Володимирівна – студентка групи МФК - 19м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. E-mail: mof15zaremba@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юрївна Єпіфанова** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oksana V. Lebig – student, faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, E-mail: mof15zaremba@gmail.com

Irina Yu. Yepifanova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

