

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ

С.А. СОКОЛОВСЬКИЙ, С.П. ПАВЛОВ,
М.В. ЧЕРКАШИНА, М.О. НАУМЕНКО,
Є.М. ГРАБОВСЬКИЙ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ
Навчальний посібник

Харків 2015

УДК

ББК

ISBN

Рекомендовано Вченою радою Національної академії Національної гвардії України як навчальний посібник (протокол ВР ПР №17 від 25.05.2015 р.)

© Національна академія Національної гвардії України, 2015.

Рецензенти: – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова Орлов В.М.(зовнішній рецензент)

– доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України Фісун К.А.(внутрішній рецензент)

В посібнику розглянуті організаційні та методичні основи сучасного підходу до управління якістю виробництва та обслуговування, систематизовано роль якості продукції у підвищенні її конкурентоспроможності, проаналізовано методи оцінювання показників якості продукції та обслуговування. Особливу увагу наділено аналізу і синтезу вибіркового плану за альтернативною ознакою, а також дослідженню теоретичних питань побудови системи управління якістю продукції.

Навчальний посібник призначений для студентів, офіцерів спеціальностей "Менеджмент організацій та адміністрування" всіх форм навчання, викладачів та наукових працівників.

ISBN

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ

: навчальний посібник. – Х.: ФОП Александрова К. М., 2015. – с. Укр. Мова

© Колектив авторів, 2015

© ФОП Алексадрова К. М., 2015

ЗМІСТ

Вступ

Розділ 1. Організаційні основи управління якістю виробництва та обслуговування

Модуль 1 Організаційні основи сучасного підходу до управління якістю виробництва та обслуговування

Тема 1 Якість і конкурентоспроможність в умовах ринку.

1. Характеристика навчальної дисципліни та методичні рекомендації щодо її вивчення.
2. Сутність категорії якості та конкурентоспроможності.
3. Роль якості на сучасному етапі.
4. Ретроспективний аналіз підходів до управління якістю.

Тема 2 Сутність сучасного підходу до управління якістю продукції та послуг

1. Сутність категорій якості, конкурентоспроможності та їх роль в умовах ринку.
2. Сучасний підхід до управління якістю.
3. Діалектика розвитку вимог до якості продукції.

Тема 3 Система управління якістю на підприємстві.

1. Поняття системи управління якістю, цілі, задачі та принципи організації.
2. Діалектика розвитку системи управління якістю на підприємстві.
3. Характеристика існуючих систем управління якістю.

Тема 4 Роль персоналу підприємства в управлінні якістю.

1. Роль вищого керівного складу підприємства.
2. Роль керівництва середньої ланки.
3. Роль «гуртків якості».

Тема 5 Система управління якістю на підприємстві.

1. Об'єктивна необхідність систем управління якістю на підприємстві.
2. Вимоги до систем управління якістю на підприємстві.

3. Роль керівного складу підприємства в управлінні якістю.

Модуль 2 Роль стандартизації і сертифікації в управлінні якістю

виробництва та обслуговування

Тема 1 Роль стандартизації в управлінні якістю.

1. Стандартизація вимог до якості.

2. Сертифікація якості.

Тема 2 Розрахунок економічної ефективності стандартизації та підвищення якості.

1. Перелік та зміст основних показників ефективності стандартизації.

2. Перелік та зміст основних показників економічної ефективності підвищення якості.

3. Методика оцінки ефективності підвищення якості.

Тема 3 Роль стандартизації в управлінні якістю.

1. Роль стандартизації у формуванні вимог до якості продукції та послуг.

2. Роль стандартизації в розвитку систем управління якістю.

3. Сертифікація продукції та послуг

Тема 4 .Захист прав споживачів в Україні.

1. Виникнення законодавства про захист прав споживачів у світі.

2. Загальна характеристика законодавства про захист прав споживачів в Україні.

3. Основні права споживачів товарів, робіт, послуг.

Тема 5 Забезпечення прав споживачів на отримання безпечної і якісної продукції.

1. Характеристика методів контролю якості .

2. Експертиза якості.

3. Роль держави в забезпеченні захисту прав споживачів на отримання безпечної і якісної продукції.

4. Модульний контроль.

Розділ 2. Методичні основи управління якістю виробництва та обслуговування

Модуль 3. Методи оцінювання показників якості продукції, процесів виробництва та обслуговування

Тема 1 Методи оцінювання показників якості продукції та обслуговування.

1. Показники якості продукції, класифікація, порядок вибору та обґрунтування.
2. Статистичні методи оцінювання показників якості.
3. Експертні методи оцінювання якості

Тема 2 Оцінка показників якості статистичними методами.

1. Поняття випадкової величини та закони її розподілу.
2. Закони розподілу.
3. Методологія оцінки якості статистичними методами

Тема 3 Оцінка якості експертними методами.

1. Суть методу експертних оцінок
2. Методика застосування експертного методу оцінки якості.

Тема 4 Експертиза якості продукції та обслуговування на підприємстві ресторанного типу.

1. Сутність та призначення експертизи якості.
2. Методи проведення експертизи якості.
3. Висновки експертизи якості.

Тема 5 Система випробувань продукції та обслуговування на всіх етапах її життєвого циклу

1. Порядок і методи проведення експертизи продовольчих товарів і обслуговування.
2. Сертифікація продукції і послуг.

Модуль 4. Методи оцінки відповідності якості продукції, процесів і обслуговування заданим вимогам

Тема 1 Вибіркові плани контролю якості продукції та обслуговування

1. Класифікація вибіркового плану контролю якості.

2. Оперативна характеристика вибіркового плану контролю якості.
3. Аналіз і синтез вибірових планів за альтернативною ознакою.

Тема 2 Вибіркові плани контролю показників надійності обладнання.

1. Класифікація планів контролю показників надійності.
2. Аналіз і синтез планів контролю безвідмовності з обмеженим часом.
3. Аналіз і синтез планів контролю безвідмовності з обмеженою кількістю

відмов.

Тема 3 Аналіз та синтез послідовних планів випробувань

1. Аналіз та синтез послідовних планів за альтернативною ознакою.
2. Аналіз та синтез послідовних планів контролю надійності.

Тема 4 Аналіз та синтез одноступеневих планів контролю якості за альтернативною ознакою.

1. Поняття одноступеневих планів контролю якості за альтернативною ознакою.

2. Методика здійснення аналізу та синтезу одноступеневих планів контролю якості за альтернативною ознакою.

Тема 5 Синтез послідовних планів випробувань

1. Поняття послідовних планів випробувань.
2. Методика здійснення випробувань відповідно до послідовних планів

контролю надійності.

Тема 6 Синтез планів контролю надійності з обмеженим часом.

1. Поняття планів контролю якості надійності з обмеженим часом.
2. Методика здійснення контролю надійності з обмеженим часом.

Синтез планів контролю надійності з обмеженою кількістю відмов.

1. Поняття планів контролю надійності з обмеженою кількістю відмов.
2. Методика синтезу планів контролю надійності з обмеженою кількістю

відмов.

Тема 7 Синтез планів контролю надійності з обмеженою кількістю відмов.

1. Поняття планів контролю надійності з обмеженою кількістю відмов.

2. Методика синтезу планів контролю надійності з обмеженою кількістю відмов.

Тема 8 Організація і методи контролю якості на підприємствах ресторанного типу.

1. Показники якості продукції і обслуговування на підприємстві ресторанного типу.

2. Методи контролю якості продукції, процесів і обслуговування на підприємствах ресторанного типу.

3. Модульний контроль.

Вступ

У сучасних системах керування підприємствами все більш помітну роль грає управління якістю виробництва та обслуговування. Пояснюється це, по-перше, тим, що якість, поряд з ціною, гарантіями, термінами постачання і сервісом є найбільш вагомим складовим конкурентоспроможності продукції. По-друге, якість продукції повинна гарантувати її безпеку й екологічну чистоту і забезпечувати можливість її обов'язкової сертифікації, що контролюється державними наглядовими органами. Вказані аспекти підтверджують актуальність вивчення навчальної дисципліни «Управління якістю виробництва та обслуговування» та затребуваність навчального посібника з неї.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Управління якістю виробництва та обслуговування» є...

Забезпечення високої якості продукції (послуг) нерозривно зв'язано із задоволенням потреб покупця. Цей взаємозв'язок визначає сьогодні ринкову політику будь-якої фірми, тим більше, що права споживача на якісну продукцію в розвинутих європейських країнах мають строгу законодавчу основу. У розвинутих країнах управлінню якістю на підприємстві приділяється особлива увага всіх підрозділів, що впливають на якість продукції, яка випускається.

Функціонуючи в ринковій економіці як суб'єкт підприємницької діяльності, кожне підприємство має забезпечувати такий стан своєї господарської діяльності, за якого воно стабільно зберігало б здатність безперебійно виконувати свої фінансові зобов'язання перед своїми діловими партнерами, державою, власниками, найманими працівниками та отримувати прибуток.

Ефективність функціонування підприємства на ринку напряму залежить від результатів управління якістю. Багато компаній намагаються детально спланувати процес постановки управління якістю.

Якість продукції (включаючи новизну, технічний рівень, відсутність дефектів при виконанні, надійність в експлуатації) є одним з найважливіших засобів конкурентної боротьби, завоювання й утримання позицій на ринку. Тому підприємства приділяють особливу увагу забезпеченню високої якості продукції, установлюючи контроль на всіх стадіях виробничого процесу, починаючи з контролю якості використовуваних сировини і матеріалів і закінчуючи визначенням відповідності випущеного продукту технічним характеристикам і параметрам не тільки в ході його іспитів, але й в експлуатації, а для складних видів устаткування – з наданням визначеного гарантійного терміну після установки устаткування на підприємстві замовника. Тому управління якістю продукції стало основною частиною виробничого процесу і спрямовано не стільки на виявлення дефектів або браку в готовій продукції, скільки на перевірку якості виробу в процесі його виготовлення та експлуатації.

Розділ 1. Організаційні основи управління якістю виробництва та обслуговування

Модуль 1 Організаційні основи сучасного підходу до управління якістю виробництва та обслуговування

Тема 1. Якість і конкурентоспроможність в умовах ринку.

1. Характеристика навчальної дисципліни та методичні рекомендації щодо її вивчення.

Мета викладання навчальної дисципліни «Управління якістю виробництва та обслуговування» – формування у студентів системи знань щодо організаційно-економічних основ управління якістю продукції (послуг) та якістю діяльності підприємства, надати їм уміння щодо застосування методів управління якістю на підприємстві.

Завданням вивчення навчальної дисципліни «Управління якістю виробництва та обслуговування» є:

1. Надання студентам **знання** про:
 - теорію та методологію управління якістю;
 - організаційно-економічні основи управління якістю;
 - юридичні положення та стандарти в галузі управління якістю;
 - методи управління якістю продукції (послуг) та якістю діяльності підприємства;
 - основні концепції управління якістю виробництва та обслуговування.

2. Сформувати у студентів такі уміння:

- планувати та управляти вдосконаленням діяльності підприємства щодо підвищення якості продукції (послуг) (ознайомчий);
- визначати показники якості (ознайомчий);
- аналізувати якість продукції та якість діяльності підприємства (розумовий).

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен мати такі **компетенції**:

- базові уявлення про якість продукції і процесів, володіння методами управління якістю на підприємстві;
- здатність використовувати професійно профільовані знання, уміння й практичні навички для проведення оцінки та аналізу якості сировини, продукції і послуг;
- здатність проводити аналіз та синтез планів контролю якості на підприємствах ресторанного господарства та формулювати вимоги до них;
- забезпечувати контроль системи підтримки якості продукції (послуг);
- згідно з нормативною документацією обирати методи і визначати періодичність контролю якості продукції;
- визначити якість харчових продуктів та ступінь її відповідності стандартам України, в тому числі із застосуванням прикладного програмного забезпечення;
- аналізувати якість продовольчих і промислових товарів та матеріалів, які використовуються для організації діяльності підприємства ресторанного господарства;
- визначати якість харчових продуктів, промислових товарів та матеріалів;
- згідно з чинним законодавством та на основі стандартів підтримувати на належному рівні якість продукції (послуг);
- вивчати споживчі якості продукції конкурентів, здійснювати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції;
- забезпечувати контроль системи підтримки якості продукції (послуг);

- згідно з нормативною документацією обирати методи і визначати періодичність контролю якості продукції;

- визначити якість харчових продуктів та ступінь її відповідності стандартам України, в тому числі із застосуванням прикладного програмного забезпечення;

- аналізувати якість продовольчих і промислових товарів та матеріалів, які використовуються для організації діяльності підприємства ресторанного господарства;

- визначити якість харчових продуктів та ступінь її відповідності стандартам України;

- організовувати постачання якісної сировини для виробництва продукції;

- визначити якість харчових продуктів, промислових товарів та матеріалів;

- вивчати споживчі якості продукції конкурентів, здійснювати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції;

- забезпечувати контроль системи підтримки якості продукції (послуг);

- визначити якість харчових продуктів та ступінь її відповідності стандартам України;

- аналізувати якість промислових товарів та матеріалів, які використовуються для організації діяльності підприємства ресторанного господарства;

- забезпечувати високу якість обслуговування та задоволення потреб відвідувачів;

- аналізувати якість продовольчих і промислових товарів та матеріалів, які використовуються для організації діяльності підприємства ресторанного господарства;

- згідно з нормативною документацією обирати методи і визначити періодичність контролю якості продукції;

- згідно з чинним законодавством та на основі стандартів підтримувати на належному рівні якість продукції (послуг) ;

- визначити якість харчових продуктів та ступінь її відповідності стандартам України, в тому числі із застосуванням прикладного програмного забезпечення.

2. Сутність категорії якості і конкурентоспроможності

Відповідно до визначення Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Існує також визначення якості продукції, наведене в Держстандарті 15467-79 [5]., згідно з яким «якість продукції – сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення» [1, с. 112].

З цього випливає, що для визначення якості необхідно здійснити такі кроки:

- встановити потреби;
- визначити реальні характеристики продукції;
- порівняти ці характеристики з потрібними.

Ці три складові елементи визначення якості самі по собі становлять складні самостійні завдання. Хибне рішення кожного завдання призведе до помилок у визначенні якості продукції, що може бути пов'язано з помилковими рішеннями відносно її виробництва, продажу, придбання тощо.

При встановленні потреб розрізняють:

- встановлені потреби (це характерно для держзамовлення);
- передбачені потреби (це характерно для ринку).

Аналіз потреб, яки мають місце для будь-якої продукції, показав, що вони мають такі особливості:

- мають комплексний характер;
- змінюються в часі;
- можуть бути суспільними, колективними, індивідуальними.

З цих особливостей витікає необхідність, по-перше, постійного, цілеспрямованого і кваліфікованого вивчення потреб, по-друге, формулювання двох груп потреб: кількісних та якісних, по-третє, завжди чіткого визначення соціального рівня потреб (тобто для кого).

Отже, існує необхідність управління якістю продукції (послуг). Дійсно, потреби змінюються, тому якість також повинна змінюватися. Як вона повинна змінюватися – заздалегідь невідомо.

Загальна схема управління якістю може бути наведена у такому вигляді (рис. 1.1).

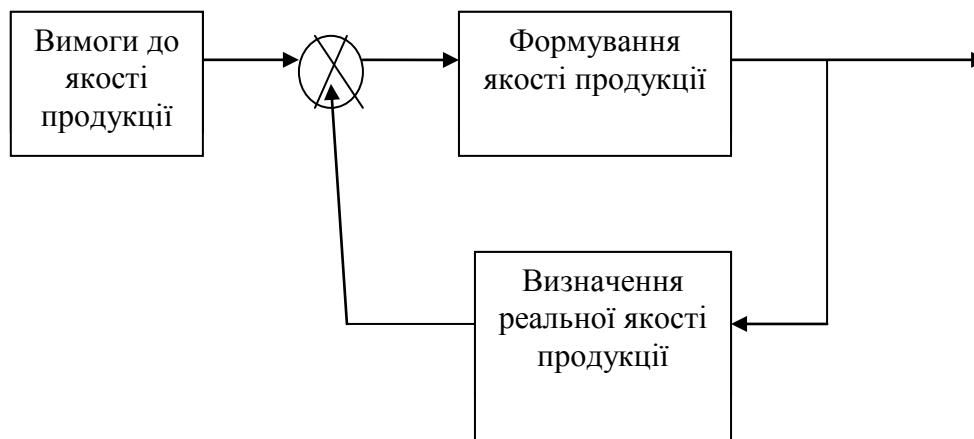


Рис. 1.1. Схема управління якістю продукції

На рис. 1.1 можна побачити, що постійно здійснюється порівняння потрібного рівня якості будь-якої продукції з її дійсним значенням. Різниця між ними повинна впливати на рівень якості продукції, що виробляється. Управління якістю буде ефективним, коли ця різниця буде виявлена швидко, а відповідно швидко буде змінюватися реальна якість.

У сучасній економічній ситуації якість – передумова для існування підприємств та необхідна умова довгострокового їх виживання, яке відбувається під впливом певних факторів. Якість – це частина задоволення потреб споживача, що приводить до задоволення покупців, отже, і до отримання прибутку. Крім того, покупці забезпечують стійку споживацьку базу підприємства, а їхня реклама сприяє залученню нових споживачів і збільшує частку ринку для підприємства. Якість стала вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності і надійності підприємства [7].

Якість – загальнофілософська категорія, що відноситься рівною мірою до суспільства в цілому, процесів, що в ньому відбуваються, окремих підприємств, їх продукції та послуг, до людей, які виробляють та споживають продукцію і послуги.

Якість продукції потребує постійного аналізу на всіх стадіях життєвого циклу: стадії визначення потреб потенційних споживачів щодо якості, стадії проектування, розробки, виготовлення, реалізації та стадії післяпродажного обслуговування [3, с. 229].

Останнім часом широке розповсюдження отримали стандарти ІСО серії 9000 [6; 8], в яких відображено міжнародний досвід управління якістю продукції на підприємстві. Відповідно до цього документа і виділяється політика в галузі якості – безпосередньо система якості, яка включає забезпечення, поліпшення та управління якістю продукції (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Управління якістю продукції [4]

Якісна продукція повинна мати певні експлуатаційні властивості: надійність, довговічність, естетичність, масу, габарити, транспортабельність тощо.

Схема аналізу якості продукції і виконаних робіт наведена на рис.1.3.



Рис. 1.3. Аналіз якості продукції і виконаних робіт

Поліпшенню якості продукції сприяє атестація якості продукції, що випускається, яку проводять на підприємствах. У процесі аналізу необхідно звернути увагу на виконання плану випуску продукції високої якості, темпи зростання її об'єму. Питома вага продукції високої якості у загальному випуску продукції є одним з важливих показників, за яким можна судити про якість продукції, що випускається цим підприємством. Збільшення питомої ваги високоякісної продукції свідчить про позитивну роботу підприємства, спрямовану на підвищення якості продукції.

На сьогодні в Україні існує державна система атестації якості продукції і передусім її сертифікація. У галузях промисловості використовують різноманітні варіанти оцінки якості продукції: за сортністю, за категоріями якості, бальна оцінка тощо. Підвищення якості продукції є одним з найбільш складних напрямів роботи підприємства. Аналіз якості продукції має за мету

оцінку її конкурентоспроможності і проводиться із залученням технічних служб, технологічних і конструкторських підрозділів.

Отже, рівень ефективності системи управління якістю прямо пропорційний рівню конкурентоспроможності продукції та підприємства. Система управління якістю підприємства може стати інструментом перемоги в конкурентній боротьбі, враховуючи, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, що знаходить свій вираз у таких показниках, як якість продукції, обсяги виробництва, прибуток тощо [2].

Загалом поняття конкурентоспроможності характеризує властивість об'єкта задовольняти певну конкретну потребу **як порівняти** з аналогічними об'єктами даного ринку. Конкурентоспроможність можна розглядати стосовно найрізноманітніших об'єктів: проектно-конструкторської документації, технології виробництва продукції, окремого проекту, окремої фірми (підприємства, організації), галузі, регіону, країни в цілому.

Конкурентоспроможність підприємства означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Інакше кажучи, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.

Під конкурентоспроможністю продукції прийнято розуміти сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомні переваги над виробами інших товаровиробників.

Конкурентоспроможність залежить від:

- якості продукції (послуги);
- ціні продукції;
- купівельної спроможності споживачів.

3. Ретроспективний аналіз підходів до управління якістю

Розвиток підходів до управління якістю продукції можливо представити сукупністю 4 етапів.

1 етап. Начало систематичної і цілеспрямованої уваги до проблеми управління якістю продукції. Цей етап відносять до 80 – 90 років XIX століття і пов'язують із системою Тейлора. В рамках цієї системи основними методами управління якістю є:

- введення у виробництві верхньої і нижньої межі якості;
- введення шаблонів, калібрів та інших спрощених засобів вимірювання;
- введення посади «інспектор якості»;
- введення системи штрафів за брак і премій за підвищення якості тощо.

2 етап. Розвиток по незалежним напрямках:

а) контролю якості (методи, форми, вимірювальні засоби, статистичні методи контролю якості, вибірковий контроль якості тощо);

б) загального менеджменту (розвиток методів організаційного і соціально-психологічного впливу на робітників у напрямку забезпечення якості).

Цей етап продовжувався у термін з 20 – 30 років до 50 – 60 років XX століття.

3 етап. Будування та розвиток систем управління якістю (СУЯ) на підприємствах.

Це знаменує усвідомлення комплексності проблеми управління якістю та її значимості. Крім того, тут проявилось розуміння динамічного характеру завдання управління якістю.

4 етап. Будування та розвиток концепції загального управління якістю (TQM – Total Quality Management).

В рамках цієї концепції управління якістю містить такі напрямки діяльності.

1. Досягнення зацікавленості вищого керівництва підприємства у забезпеченні 100 % якості.

2. Будування керівної ради підприємства (фірми) з поліпшення якості продукції.

3. Притягнення до управління якістю всього керівного складу підприємства.

4. Забезпечення колективної участі у підвищенні якості продукції.

5. Забезпечення індивідуальної участі кожного у підвищенні якості.

6. Будування групи удосконалення систем регулювання процесів на підприємстві.

7. Притягнення постачальників до боротьби за якість.

8. Забезпечення високої якості функціонування системи управління якістю на підприємстві.

9. Розробка довгострокової стратегії по поліпшенню роботи підприємства.

10. Будування системи заохочення заслужених робітників у поліпшенні якості.

Отже, TQM охоплює всі процеси і всіх учасників виробництва, що реалізують основні принципи управління якістю.

Тема 2 Сутність сучасного підходу до управління якістю продукції та послуг

1. Сутність категорій якості, конкурентоспроможності та їх роль в умовах ринку.

Сьогодні одним з вагомих чинників, що зумовлюють рівень життя, безпеку в економічному, соціальному та екологічному аспектах, є якість. Якість на підприємстві може охарактеризувати майже всі сторони його діяльності – від формування довгострокової стратегії розвитку до розв'язання поточних проблем, наприклад, реалізації плану маркетингових заходів, організації виробництва тощо.

Основу системи поняття якості складає саме якість продукції. Сучасні стандарти якості продукції закордонних партнерів України мають значно більший шлях еволюції та більш жорсткі умови та вимоги. Саме тому продукція, яку вітчизняні підприємства можуть запропонувати на зовнішні ринки, вже в недалекому майбутньому залишиться позаду основних тенденцій ринку. Крім того, лібералізація та відкритість ринків країни спричинить витіснення з них вітчизняних товаровиробників закордонними підприємствами з налагодженою сучасною системою якості. Саме тому для підприємств України необхідно розробити та запровадити системи управління якістю.

Роль і значення якості продукції постійно зростає під впливом потреб споживачів та технології виробництва, які весь час змінюються. Еволюційний розвиток технології можна простежити за певними етапами істотного підвищення продуктивності праці за рахунок створення комплексу систем машин і механізмів.

Сучасний концептуальний підхід до формування виробничої стратегії визнає якість найефективнішим засобом задоволення вимог споживачів і зниження витрат виробництва.

Відповідно до ДСТУ ISO 9000-2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник», якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги.

Термін «якість» можна вживати з такими прикметниками, як погана, добра або відмінна. «Власний», на відміну від «присвоєний», означає «наявний у чомусь» саме як постійна характеристика.

Вимога – це сформульовані потреба чи очікування, загальнозрозумілі або обов'язкові. Слово «загальнозрозумілі» означає, що є звичаєм або загальноприйнятою практикою для організації її замовників та інших зацікавлених сторін вважати потребу або очікування, про які йдеться, само собою зрозумілими.

Для позначення конкретного типу вимоги можна вживати означальні слова, наприклад: вимога щодо продукції, вимога щодо управління якістю, вимога замовника.

Установлена вимога – це вимога, сформульована, наприклад, у документі. Вимоги можуть ставити різні зацікавлені сторони.

Градація – це категорія або розряд, присвоєні різним вимогам щодо якості продукції, процесів або систем, що мають однакове функціональне застосування. Якщо установлюють певну вимогу до якості, звичайно, зазначають градацію.

Задоволеність замовника – це сприйняття замовником ступеня виконання його вимог. Претензії замовників є зазвичай показником низького рівня задоволеності замовника, але їхня відсутність необов'язково свідчить про високий рівень задоволеності замовника.

Навіть якщо вимоги замовника було узгоджено з ним та виконано, це ще не є неодмінною гарантією високого рівня задоволеності замовника.

Спроможність – це здатність організації, системи або процесу створювати продукцію, яка відповідатиме вимогам до цієї продукції.

Характеристика – відмітна властивість. Характеристика може бути власною або присвоєною, якісною або кількісною. Існують різні класи

характеристик, а саме: фізичні (наприклад, механічні, електричні, хімічні або біологічні характеристики); органолептичні (наприклад, пов'язані з нюхом, дотиком, смаком, зором, слухом); етичні (наприклад, ввічливість, чесність, правдивість); часові (наприклад, пунктуальність, безвідмовність, доступність); ергономічні (наприклад, характеристики фізіологічні або пов'язані з безпекою людини); функціональні (наприклад, максимальна швидкість літака).

Характеристика якості – це власна характеристика продукції, процесу або системи, пов'язана з вимогою.

Присвоєні характеристики продукції, процесу або системи (наприклад, ціна продукції, власник продукції) не є характеристиками якості цієї продукції, процесу чи системи.

Якість продукції тісно пов'язана зі споживчою вартістю, яка характеризує спроможність товару задовольняти певну потребу в різній мірі. Тому якість характеризує міру споживчої вартості, ступінь її придатності та корисності. Отже, споживча вартість становить основу якості, а остання відбиває рівень споживчої вартості, тобто кількісне задоволення суспільної потреби в продукції.

Потреби можуть бути актуальними та потенційними (сподівання споживача).

До складу властивостей входять «вимірювальні» – кількісні характеристики якості, котрі вимірюються у фізичних одиницях, і «невимірювальні» – якісні характеристики, що не підлягають вимірюванню фізичними методами. «Вимірювальні» та «невимірювальні» властивості об'єднуються загальним поняттям «показники якості», які обов'язково мають бути кількісними характеристиками.

«Вимірювальні» характеристики в основному є показниками якості за своїми значеннями та вимірністю. «Невимірювальні» властивості трансформуються на показники шляхом вимірювання їх значень якими-небудь фізичними методами (наприклад, колір можна «виміряти» довжиною хвилі) або оцінкою їх відповідності еталону (за бальною чи іншою шкалою).

Якість продукції оцінюється на основі кількісного виміру її визначальних властивостей. Оцінка обумовлює з'ясування: які показники якості варто вибирати для розгляду, якими методами, із якою точністю визначати їх значення, які засоби для цього будуть потрібні, як опрацювати й у якій формі подати результати оцінювання.

Конкурентоспроможність

Визначаючи конкурентоспроможність товару, виробник продукції має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому формування конкурентоспроможності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупців), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з товарами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації. Загалом для визначення конкурентоспроможності продукції продуценту необхідно знати:

- конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку товару;
- можливі розміри та динаміку попиту на продукцію;
- розрахунковий рівень ринкової ціни товару;
- очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів;
- визначальні параметри продукції основних конкурентів;
- найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них;
- термін окупності сукупних витрат, зв'язаних із проектуванням, продукуванням і просуванням на ринок нового товару.

Конкурентоспроможність конкретного об'єкта бажано вимірювати кількісно, що уможливить управління її рівнем. Для цього необхідна інформація, що характеризує корисний ефект даного об'єкта та об'єктів-конкурентів за нормативний строк їхньої служби й сукупні витрати протягом життєвого циклу об'єктів.

Корисний ефект – це віддача об'єкта, інтегральний показник, що розраховується на підставі окремих об'єктивних показників якості об'єкта, котрі задовольняють ту чи ту конкретну потребу. Його можна вимірювати в натуральних одиницях (наприклад продуктивність однопараметричних машин та устаткування), грошовому виразі або в умовних балах (для об'єктів з кількома важливими параметрами, що доповнюють один одного).

Сукупні витрати протягом життєвого циклу – це ті витрати, які обов'язково потрібно зробити, щоб одержати від об'єкта відповідний корисний ефект.

Конкурентоспроможність об'єктів, для яких неможливо розрахувати корисний ефект чи сукупні витрати, можна визначити з результатів експериментальної перевірки за конкретних умов споживання, за результатами пробного продажу, експертних та інших методів.

3. Сучасний підхід до управління якістю.

Проблема забезпечення якості є комплексною, і вирішувати її традиційними методами, тобто лише шляхом контролю якості готової продукції, практично не можливо. Повинен бути комплексний, системний підхід, реалізація якого можлива лише в рамках системи управління якістю. Відомий американський спеціаліст Едвард Демінг ще в 1950 році писав, що на 85 % вирішення проблеми залежить не від людей, а від системи управління якістю.

Під *управлінням якістю* розуміють вплив на виробничий процес з метою забезпечення необхідної якості продукції. Таке розуміння управління містить у собі три елементи: суб'єкт управління (хто впливає), об'єкт управління (на що спрямований вплив) і сам механізм впливу. Визначивши об'єкт управління (виробничий процес), зупинимось тепер на механізмі, «технології» управління якістю.

Як всякий процес управління, управління якістю здійснюється шляхом реалізації управлінських функцій. У різноманітних джерелах приводиться наступний склад функцій: планування, мотивація, організація, контроль, інформація, розробка заходів, прийняття рішень і впровадження заходів.

При управлінні якістю ці загальноуправлінські функції наповнюються своїм змістом і склад функцій управління якістю можна представити таким чином:

- політика в області якості;
- планування якості;
- навчання і мотивація персоналу;
- організація роботи з якості;
- контроль якості;
- інформація про якість продукції, потреби ринку і науково-технічного прогресі;
- розробка необхідних заходів;
- прийняття рішень керівництвом підприємства;
- реалізація заходів;
- взаємодія з зовнішнім середовищем (вирішення питань якості з постачальниками, споживачами, державними органами).

Всі функції тісно пов'язані між собою і їхня послідовна реалізація являє собою процес управління якістю продукції. Цей процес повинний охоплювати всі етапи виробництва і може бути поданий у вигляді «петлі якості», зображеної на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Функціональна схема управління якістю продукції («петля якості»)

У випадку, якщо за результатами контролю якості та аналізу отриманої інформації будуть підготовлені, затверджені керівництвом і впроваджені усі необхідні заходи – наступний цикл управління буде вже відбуватись на більш високому рівні. У результаті «петля якості» перетвориться на так звану «спіраль якості» із підвищенням якості продукції після кожного успішного циклу управління.

В державному стандарті України ДСТУ ISO 9000-2007 [19] наведено наступне визначення: **управління якістю** – скоординована діяльність, яка полягає у спрямуванні та контролюванні діяльності організації щодо якості. При цьому організацією вважають сукупність людей та засобів виробництва з розподілом відповідальності, повноважень та взаємовідносин. Прикладами організації є: компанія, корпорація, фірма, підприємство, установа, індивідуальний торговець, асоціація або їхні підрозділи чи комбінації. Спрямування та контролювання щодо якості звичайно охоплюють розроблення політики та цілей у сфері якості, планування якості, контроль якості, забезпечення якості, поліпшення якості.

Політика у сфері якості – загальні наміри та спрямованість організації, пов'язані з якістю, офіційно сформульовані найвищим керівництвом, до якого належать особа чи група осіб, які спрямовують та контролюють діяльність організації на найвищому рівні.

Цілі в сфері якості – те, чого прагнуть або до чого прямують у сфері якості. Цілі, як правило, ґрунтуються на політиці організації у сфері якості і визначаються для відповідних функцій та рівнів в організації.

Планування якості – складова управління якістю, зосереджена на встановленні цілей у сфері якості й на визначенні операційних процесів та відповідних ресурсів, необхідних для досягнення таких цілей. Складовою планування якості може бути програма якості - документ, що визначає, які методики та відповідні ресурси, хто та коли має застосовувати до конкретних проекту, продукції, процесу чи контракту.

Контроль якості – складова управління якістю, зосереджена на виконанні вимог до якості.

Забезпечення якості – складова управління якістю, зосереджена на створенні упевненості в тому, що вимоги щодо якості буде виконано.

Поліпшення якості – складова управління якістю, зосереджена на збільшенні здатності виконати вимоги щодо якості.

При розгляді принципу управління якістю варто мати на увазі, що в міжнародному стандарті з термінології (ISO 9000) [19] виділені два аспекти управління якістю: «загальне» управління якістю (quality management) і управління якістю як оперативна діяльність (quality control).

При цьому за логікою стандарту такі функції, як політика і планування якості, організація роботи з якості, навчання і мотивація персоналу, прийняття

стратегічних рішень і взаємодія із зовнішнім середовищем повинні бути віднесені до «загального» управління якістю.

Контроль якості, інформація, розробка заходів, прийняття оперативних рішень і їх реалізація повинні входити до складу «оперативного» управління якістю.

Для наочності розподіл функцій по зазначених аспектах управління можна представити наступним чином (рис. 2.2):



Рис. 2.2 Аспекти і функції управління якістю

Тут, як бачимо, функція «прийняття рішень» входить до обох аспектів управління, в залежності від того, які рішення маються на увазі: стратегічні чи оперативні. Проте, оскільки загальне управління та оперативне управління якістю відносяться до управлінської діяльності, їх доцільно було об'єднати в загальний процес управління якістю, - «петлю якості». У цьому процесі функції

загального керівництва нібито настроюють виробничий процес на потрібний режим, що надалі підтримується завдяки оперативному управлінню якістю. Сильно спрощуючи, тут можна провести аналогію з тим, як установлюється режим холодильника, що потім підтримується системою терморегулювання.

Додатково до викладеного принципу управління якістю варто сказати і про широко відомий цикл РДСА, запропонованій доктором Демінгом (США) для демонстрації діяльності по підвищенню якості продукції (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Цикл РДСА – коло Демінга

Тут, на відміну від реалізації десяткох перерахованих вище функцій, що складають «петлю якості», передбачається виконання чотирьох етапів робіт:

Планування. Дії повинні плануватися перед початком перетворень. Цей крок охоплює аналіз фактичного стану, відомості про потенціал поліпшення, а також розробку планової концепції.

Здійснення. Так називається спосіб дій, який відповідає не поширеному поняттю перетворення, а апробуванню, тестуванню та оптимізації прийнятої раніше концепції за допомогою швидко реалізованих і простих інструментів.

Контроль. Тут контролюється і ретельно перевіряється реалізований в невеликому процесі результат для широкого переміщення поліпшень як нового стандарту.

Втілення в життя. У цьому кроці нова концепція впроваджується, документується і регулярно перевіряється її дотримання. Ці дії можуть охоплювати великі зміни в області структури та ходу процесів. Покращення починаються знову з кроку планування.

Робота по циклу може повторюватися доти, поки не буде досягнутий запланований результат.

Розглянувши принципи забезпечення якості та управління якістю, слід визначити, як співвідносяться між собою ці поняття. Те, що вони взаємозалежні, було ясно із самого початку, коли ми говорили, що управління якістю – це процес впливу на виробництво з метою забезпечення якості. Тепер можна обґрунтовано стверджувати, що забезпечення якості – більш широке поняття, що включає до себе управління якістю. Оскільки забезпечення якості – це процес формування необхідної якості під впливом трьох основних чинників (технічного, адміністративного і людського), то управління якістю є тільки частиною одного, а саме – адміністративного фактора.

Відзначений взаємозв'язок принципів забезпечення та управління якістю добре прослідковується і на «петлі якості» (рис. 2.1). Тут управлінська функція «розробка заходів» передбачає вживання заходів, спрямованих на поліпшення матеріальної бази виробництва, удосконалення організації робіт і активізацію персоналу, що саме і є основними чинниками забезпечення якості продукції у виробничому процесі.

Показники якості продукції наведено на рис. 2.4.

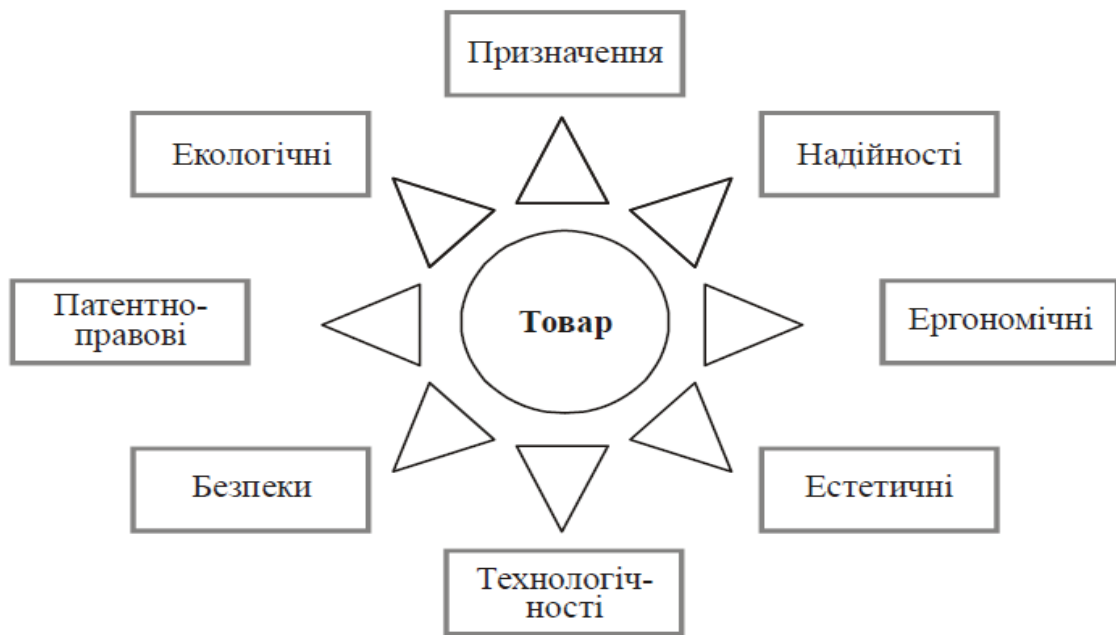


Рис. 5.4. Показники якості товару

Рис. 2.4. Показики якості продукції

Рівень якості являє собою відносну характеристику якості продукції, що базується на порівнянні значень показників якості оцінюваної продукції з базовими значеннями відповідних показників. Іншими словами, рівень якості продукції – це кількісна характеристика міри придатності того або іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання.

Оцінка якості продукції передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного й оптимального її рівня.

Абсолютний рівень якості того чи іншого виробу знаходять шляхом обчисленням вибраних для його вимірювання показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів. Визначення абсолютного рівня якості є недостатнім, оскільки самі по собі абсолютні значення вимірників якості не відображають ступінь його відповідності сучасним вимогам.

Відносний рівень якості визначають, порівнюючи показники продукції з абсолютними показниками якості кращих аналогічних вітчизняних та зарубіжних зразків виробів.

Рівень якості продукції під впливом науково-технічного прогресу і вимог споживачів повинен мати тенденцію до підвищення. У зв'язку з цим виникає необхідність оцінки якості виробів, виходячи з її **перспективного рівня**, що враховує пріоритетні напрями і темпи розвитку науки і техніки.

За новими видами продукції доцільно визначати також **оптимальний рівень** якості, тобто такий рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво і використання продукції у певних умовах її споживання була б мінімальною.

На рівень якості продукції впливає значна кількість чинників, які діють як самостійно, так і у взаємозв'язку, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох. Усі ці чинники можна об'єднати в чотири групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Групи чинників, що впливають на рівень якості продукції

Чинник	Складові чинників
1. Технічні	Конструкція; схемні вирішення; технологія виготовлення; засоби технічного обслуговування і ремонту; технічний рівень бази проектування, виготовлення та експлуатації; система резервування тощо
2. Організаційні	Розподіл праці і спеціалізація; форми організації виробничих процесів; ритмічність виробництва; форми і методи контролю; форми і

	способи транспортування, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та інші
3. Економічні	Ціна; собівартість; форми і рівень зарплати; рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт; ступінь підвищення продуктивності праці та інше
4. Суб'єктивні	Професійна підготовка робітника; його фізіологічні та емоційні особливості

Організаційним чинникам іноді не приділяють стільки уваги, скільки технічним, оскільки дуже часто добре спроектовані і виготовлені вироби унаслідок поганої організації виробництва, транспортування, експлуатації та ремонту достроково втрачають свою високу якість.

Економічним чинникам одночасно властиві контрольні-аналітичні та стимулюючі властивості. До перших відносять такі, що дають змогу виміряти затрати праці, засобів, матеріалів на досягнення і забезпечення певного рівня якості виробів. Дія стимулюючих чинників приводить як до підвищення рівня якості, так і до його зниження. Найбільш стимулюючими чинниками є ціна і зарплата. Правильно організоване ціноутворення стимулює до підвищення якості. При цьому ціна має покривати всі витрати підприємства на заходи з підвищення якості та забезпечувати необхідний рівень рентабельності. В той же час вироби з більш високою ціною мають бути більш високої якості.

У забезпеченні якості значну роль відіграє робітник з його професійною підготовкою, фізіологічними та емоційними особливостями, тобто суб'єктивний чинник, який по-різному може впливати на розглянутий вище ряд чинників. Від професійної підготовки робітників, зайнятих проектуванням, виготовленням і експлуатацією виробів, залежить рівень використання технічних чинників. Більш значну роль суб'єктивний чинник нині починає відігравати в організаційних чинниках.

Кількісна оцінка рівня якості продукції (як нормативного, так і фактичного) може здійснюватися різними методами. Деякі автори для визначення розміру кількісних показників рівня якості та їх оцінки пропонують використовувати такі **методи**:

1) *експериментальний* – заснований на застосуванні технічних вимірювальних засобів і дає фізико-хімічну характеристику продукту;

2) *розрахунковий* – характеризується обчисленнями з використанням параметрів, знайдених іншими методами; слугує для обчислення значень показників продуктивності і зберігання; використовується насамперед для проектування продукції, коли остання ще не може бути об'єктом експериментальних досліджень;

3) *органолептичний* – заснований на сприйнятті органів відчуттів (зору, слуху, смаку) без застосування технічних вимірювальних або реєстраційних засобів; дає змогу оцінити ергономічні й естетичні показники якості продукції;

4) *експертний* – заснований на думках групи фахівців-експертів;

5) *соціологічний* – полягає в зборі й аналізі думок споживачів продукції;

6) *реєстраційний* – характеризується використанням інформації, яку отримують підрахунком кількості визначених подій, предметів або витрат (наприклад, рекламацій, витрат на створення та експлуатацію виробів).

Дані методи можна застосовувати для визначення кількісних показників якості продукції не тільки окремо, а й комбінуючи їх. У господарській практиці, у зв'язку зі складністю та багатофункціональністю призначення більшості видів продукції, оцінюючи її якість необхідно застосовувати саме комбінування різних методів.

3. Діалектика розвитку вимог до якості продукції

Для забезпечення високої якості продукції чи послуг необхідна чітка система управління якістю, яка б враховувала науково-технічні досягнення, стимулювала добросовісну працю всього колективу підприємства й орієнтувалася на запити ринку.

Починаючи з 50-х років минулого століття, в соцдержавках запроваджуються системи управління якістю продукції і праці на підприємствах різних галузей. Однією з перших систем можна вважати Саратовську (Росія) систему бездефектного виробництва продукції (БВП), метою якої було створення таких умов виробництва, за яких продукція відповідала б нормативним документам і здавалася б з першого пред'явлення. Основним критерієм оцінки якості роботи працівників був відсоток продукції, зданої з першого пред'явлення.

Чим вищий відсоток зданої продукції, тим більші матеріальні та моральні стимули. Ця система стимулювала працю лише робітників, тому вона не отримала широкої підтримки серед інженерно-технічних працівників.

Більш прогресивною була Львівська система бездефектної праці (СБП), яка мала на меті випуск бездефектної продукції відмінної якості. Цією системою стимулювалася робота всіх працівників підприємства: від робітника основного виробництва до працівника апарату управління. Системою враховувалася праця та її якість, а також прорахунки кожного працівника підприємства.

З 1975 р. на підприємствах Львова набули широкого розповсюдження комплексні системи управління якістю продукції (КСУЯП), метою яких була розробка і випуск продукції, яка б відповідала за якістю кращим світовим аналогам. Розроблені і впроваджені системи якості на Львівській кондитерській фабриці та Львівському телевізійному заводі стали прикладом кращих систем управління якістю продукції. Система враховувала якість роботи всіх працівників і передбачала стимулювання їх праці.

У 1978 р. Держстандартом СРСР було розроблено й затверджено основні принципи Єдиної системи державного управління якістю продукції (ЄСДУЯП). Впровадження системи якості продукції дало змогу випускати багато продукції, яка за своїми показниками була кращою, ніж зарубіжні аналоги.

Вітчизняний досвід комплексного управління якістю продукції став гарною основою для розробки та освоєння міжнародних стандартів якості ISO 9000.

Стандарти ISO серії 9000 були розроблені технічним комітетом ISO/TK 176 у результаті узагальнення накопиченого національного досвіду різних країн щодо розробки, впровадження та функціонування систем якості. Вони не стосуються конкретного сектора промисловості чи економіки і являють собою настанови з управління якістю та загальні вимоги щодо забезпечення якості, вибору і побудови елементів систем якості.

Дані стандарти містять опис елементів, що їх мають включати системи якості, а не порядок запровадження цих елементів тією чи іншою організацією. Вони не мають на меті спонукати до створення однакових систем якості, оскільки у різних організацій свої потреби.

Побудова та шляхи впровадження систем якості повинні обов'язково враховувати конкретні цілі організації, продукцію, яка нею виготовляється, процеси, що при цьому застосовуються, а також конкретні методи праці.

За роки, що пройшли від часу опублікування, вони отримали широке визнання та розповсюдження, а більш як 50 країн прийняли їх як національні. Після розповсюдження почався процес їх широкого застосування при сертифікації систем якості. Це викликало потребу визначення правил самої процедури сертифікації, а також вимог до експертів, які здійснюють перевірку системи.

З цієї метою ISO/TK 176 підготував та опублікував у 1990-95 рр. стандарти серії ISO 10000.

Проблеми навколишнього середовища за своєю природою є міжнародними і можуть бути вирішені тільки на міжнародному рівні, тому всі

закони, нормативні документи і стандарти з цього напрямку повинні базуватися на одній і тій самій науковій і методичній основі.

У зв'язку з цим ISO в 1993 р. було створено комітет TC 207, відповідальний за підготовку стандартів з управління навколишнім середовищем, які можуть бути використані в усіх сферах.

Згідно з ISO 9000-1, стандарти ISO серії 9000 передбачають застосування систем якості у чотирьох ситуаціях:

- отримання вказівок щодо управління якістю;
- контракт між першою та другою сторонами (постачальник – споживач);
- затвердження або реєстрація, що їх проводить друга сторона;
- сертифікація або реєстрація, що їх проводить третя (незалежна) сторона.

Організація-постачальник повинна встановити і підтримувати таку систему якості, яка б передбачала всі ситуації, з якими може зіткнутися організація. Нижче, згідно зі стандартом ISO 9000-1, наводяться вказівки, що дозволяють організаціям правильно обрати стандарт ISO серії 9000 та 10000 і отримати корисну інформацію

щодо впровадження систем якості.

ISO 9000-1:1994. До цього стандарту слід звертатися кожній організації, що має намір створити та впровадити систему якості.

Розширення глобальної конкуренції призводить до того, що споживач починає висувати дедалі жорсткіші вимоги щодо якості. Для того, щоб не втратити конкурентноздатність і підтримувати високі економічні показники, організаціям-постачальникам необхідно впроваджувати ефективніші та дійові системи. Цей стандарт подає пояснення основних понять у галузі якості і містить настанови щодо вибору та застосування стандартів ISO серії 9000 для досягнення цієї мети.

ISO 9000-2:1993. До нього необхідно звертатися у тому випадку, коли необхідна консультація щодо застосування ISO 9001, 9002 і 9003. Він містить

вказівки зі впровадження положень розділів стандартів щодо забезпечення якості і особливо корисний на початковій стадії впровадження.

ISO 9000-3:1993. У цьому стандарті розглядається виключно програмне забезпечення комп'ютерів. До нього слід звертатися організаціям-постачальникам, що впроваджують системи якості відповідно ISO 9001 на програмну продукцію чи продукцію з елементами програмного забезпечення.

ISO 9000-4:1993. Постачальнику слід звертатися до цього стандарту в тих випадках, коли йому потрібно переконатися в забезпеченні характеристик надійності (безвідмовності) продукції. Це важливо для послуг транспорту, енергетики, телекомунікацій, інформаційних послуг, тому що їх надійність є вирішальним чинником їх якості.

Стандарт містить вказівки щодо управління програмою надійності. Він охоплює найважливіші характеристики програми надійності з планування, організації, розподілу ресурсів та управління ними з метою випуску продукції, яка б відзначалася надійністю і підлягала обслуговуванню.

ISO 9001:1994. Звертатися і застосовувати його постачальнику слід у разі потреби довести свою здатність управляти процесом як проектування, так і виробництва продукції, що відповідає усім вимогам. Вони, перш за все, мають на увазі задоволення споживача за рахунок запобігання невідповідності на всіх етапах – від проектування до обслуговування. Цим стандартом встановлено відповідну модель забезпечення якості.

ISO 9002:1994. Звертатися і застосовувати його постачальникові необхідно у разі потреби доведення своєї здатності управляти процесами виробництва продукції, що відповідає всім вимогам. Ним встановлена відповідна модель забезпечення якості продукції.

ISO 9093:1994. Звертатися до даного стандарту та застосовувати його постачальнику потрібно в разі потреби доведення відповідності продукції встановленим вимогам тільки на стадії остаточного контролю та випробувань. Ним встановлено відповідну модель забезпечення якості.

ISO 9004-1:1934. До нього слід звертатися будь-якій організації, що має намір розробити та запровадити систему якості. Для того, щоб відповідати своєму призначенню, організація повинна забезпечити керуваність технічними, адміністративними і людськими чинниками, що впливають на якість продукції. Стандарт містить повний перелік елементів системи якості, що стосуються всіх етапів життєвого циклу продукції і відповідних заходів, з якого організація може набрати і застосувати елементи згідно зі своїми потребами.

ISO 9094-2:1984. До цього стандарту слід звертатися організації, яка забезпечує послуги, або продукція якої містить елементи послуг.

Характеристики послуг можуть відрізнятися від характеристик іншої продукції і включати такі аспекти, як персонал, час очікування, час надання послуги, гігієна, довіра і послуги зв'язку, що постачаються безпосередньо кінцевому споживачеві. Остаточною мірою якості, часто дуже суб'єктивною, є оцінка споживача. У стандарті міститься опис понять, принципів та елементів системи якості, що стосуються всіх видів пропозицій щодо послуги.

ISO 9004-3:1993. До даного стандарту слід звертатися організації, продукція якої (кінцева чи проміжна) створюється шляхом перетворень і має вигляд твердої речовини, рідини чи їх комбінацій (включаючи конкретні матеріали, бруски, дрiт або листи). Така продукція, як правило, постачається в гуртових системах, таких як трубопровiд, барабан, мiшок, бак, цистерна або рулон.

Що стосується перевірки продукції у важливих точках виробничого процесу, то перероблювані матеріали завдають особливих труднощів, що обумовлено їх природою. При цьому зростає важливість застосування методів статистичного відбору та оцінювання, а також їх запровадження для здійснення управління процесами та встановлення технічних характеристик кінцевої продукції. Він доповнює вказівки ISO 9004-1 щодо продукції з категорії перероблюваних матеріалів.

ISO 9004-4:1993. До цього стандарту слід звертатися будь-якій організації, що бажає підвищити свою ефективність (незалежно від того, чи

запровадила вона офіційну систему якості). Постійна мета управління всіма функціями на всіх рівнях організації повинна полягати у прагненні задовольняти споживача і постійно поліпшувати якість. Стандарт містить опис фундаментальних понять та принципів, керівних вказівок та методології (засобів і шляхів) поліпшення якості.

ISO 10011-1:1990. До даного стандарту слід звертатися при організації, плануванні, здійсненні й документуванні перевірки систем якості. Він містить настанови щодо перевірки наявності та реалізації елементів систем якості і перевірки здатності системи забезпечувати досягнення заданих показників якості.

ISO 10011-2:1991. До цього стандарту слід звертатися за потреби відбору кадрів та підготовки експертів-аудиторів систем якості. У ньому містяться настанови щодо критеріїв кваліфікації експертів-аудиторів систем якості, а також щодо освіти, підготовки, досвіду, персональних якостей та керівних здібностей, необхідних для виконання перевірки якості.

ISO 10011-3:1991. До даного стандарту слід звертатися при плануванні керування програмою перевірки якості. Він містить настанови щодо керування програмами перевірки систем якості.

ISO 10012-1:1992. До цього стандарту слід звертатися, якщо якість продукції чи процесу має високу залежність від можливості проводити точні вимірювання. У ньому встановлено основні характеристики системи підтвердження, які постачальник повинен використовувати щодо своїх засобів вимірювання. Стандарт містить вимоги до засобів вимірювання постачальника щодо забезпечення якості, на основі яких вимірювання проводяться з належною точністю та в належному порядку. Слід зазначити, що ці вимоги більш детальні, порівняно з тими, що наводяться в ISO 9001, ISO 9002 та ISO 9003. Даний стандарт містить вказівки щодо їх впровадження. Варто зазначити, що стандарти ISO серії 9000 – це технологія, яка встановлює вимоги, а не вказівки щодо їх здійснення. Для більшості зарубіжних країн ISO серії 9000 – це пройдений етап, нульова відмітка, після якої настає період ТОМ, тобто більш

високий рівень. Таким чином, ISO 9000 – це система, яка розвивається. Тому в квітні 1996 р. ТС/ISO 176 офіційно схвалив документ, який описує сім'ю стандартів ISO серії 9000 2000 року.

Тема 3 Система управління якістю на підприємстві.

1. Поняття системи управління якістю, цілі, задачі та принципи організації.

Система управління якістю – це сукупність організаційної структури, відповідних процедур, процесів і ресурсів, які забезпечують здійснення загального управління якістю продукції і послуг та підтримання міцних зв'язків між усіма ланками управління і працюючими підприємствами на всіх рівнях виробництва та реалізації.

Для ефективної організації системи управління якістю продукції необхідно, щоб був чітко визначений не тільки об'єкт управління, а й категорії управління, тобто явища, що дають змогу краще усвідомити й організувати весь процес.

Об'єкт управління – якість продукції. Як об'єкт може виступати конкурентоспроможність, технічний рівень або будь-який інший показник, характеристика чи вся сукупність властивостей продукції або якась її частина, група, окрема властивість.

Мета управління – рівень і стан якості продукції з урахуванням економічних інтересів виробника та споживача, а також вимог безпеки й екологічності продукції. Мова йде про те, яку сукупність властивостей і який рівень якості варто задати, а потім досягти та забезпечити, щоб і сукупність, і рівень відповідали характеру споживача. При цьому виникають питання щодо ефективності виробництва і споживання, доступності ціни для споживача, рівня собівартості та прибутковості продукції для її розробника і виробника.

Не можна також залишити поза увагою терміни розробки продукції, розгортання її виробництва і доведення до споживача, що прямо пов'язано з конкурентоспроможністю.

Суб'єкт управління – керівні органи всіх рівнів та особи, покликані забезпечити досягнення й утримання планового стану і рівня якості продукції. Методи і засоби управління – способи, якими органи управління впливають на елементи виробничого процесу, забезпечуючи досягнення і підтримку планового стану і рівня якості продукції.

Управління якістю використовує чотири типи методів:

– економічні методи, що забезпечують створення економічних умов, які спонукають колективи підприємств, конструкторських, технологічних та інших організацій вивчати запити споживачів, створювати, виготовляти й обслуговувати продукцію, що задовольняє ці потреби і запити. До економічних методів належать ціноутворення, умови кредитування, економічні санкції за недотримання вимог стандартів і технічних умов, правила відшкодування економічного збитку споживачеві за реалізацію йому неякісної продукції;

– методи матеріального стимулювання, що передбачають, з одного боку, заохочення працівників за створення і виготовлення високоякісної продукції, а з іншого – стягнення за завданий збиток від її низької якості;

– організаційно-розпорядницькі методи, що реалізуються за допомогою обов'язкових для виконання директив, наказів, вказівок керівників. До таких методів управління якістю продукції належать також вимоги нормативної документації;

– виховні методи, які чинять вплив на свідомість, настрій учасників виробничого процесу і спонукають їх до високоякісної праці та чіткого виконання спеціальних функцій управління якістю продукції. До них належать: моральне заохочення за високу якість продукції, виховання гордості за честь заводської марки тощо.

Вибір методів управління якістю продукції і пошук їх найбільш ефективного поєднання – один із творчих моментів у створенні систем

управління, оскільки вони впливають на людей, які беруть участь у процесі розробки та виготовлення продукції, тобто на мобілізацію людського фактора.

Засоби управління включають оргтехніку (в тому числі комп'ютери), засоби зв'язку, тобто все те, що використовують органи й особи, які керують виконанням спеціальних функцій у системі управління.

Як відомо, принципи – це основні правила і норми, які повинні бути виконані при побудові і діяльності для того, щоб СУЯ забезпечувала ефективне досягнення мети управління якістю на підприємстві. До таких принципів відносяться зокрема:

1. Процесний підхід до управління якістю.
2. Комплексний підхід до управління якістю роботи всіх працівників підприємства.
3. Документальне оформлення вимог до якості роботи, методик контролю якості кожного процесу.
4. Постійний контроль якості всіх процесів і документальне віддзеркалення їх результатів.
5. Створення усередині СУЯ механізму самовдосконалення і саморозвитку.

Детальніше ці основні принципи розкриваються у вигляді вимог до СУЯ, які також дозволяють аналізувати ефективність і якість СУЯ. Вони сформульовані у стандарті ДСТУ ISO – 9001: 2001.

2. Діалектика розвитку системи управління якістю на підприємстві.

В умовах розвитку ринкових відносин, що характеризуються постійними змінами, постає проблема переосмислення пріоритетів господарювання. Мочерний С. В. вказує на те, що одним з механізмів ринкової системи господарювання є вільне підприємництво, яке здійснюється на основі економічної самостійності, рівноправності та конкуренції суб'єктів

господарювання у боротьбі за споживача [5, с. 281]. Слід звернути увагу на два аспекти: економічна самостійність та конкуренція у боротьбі за споживача. Економічна самостійність проявляється у незалежному виборі підприємцем методики організації процесу виробництва продукції (наданню послуг) та облікового відображення витрат, понесених в ході його здійснення. В залежності від того, на якому рівні буде побудована дана ланка реалізується другий аспект: конкуренція суб'єктів господарювання у боротьбі за споживача. Тому очевидним є те, що зачіпаються інтереси як виробника так і споживача, та об'єднуються у сфері забезпечення (виробник) і отримання (споживач) належної якості продукції. Тому для підприємців настає час переосмислення пріоритетів: виробляти продукцію високої (належної) якості та отримувати відповідні переваги на ринку або навпаки, що може привести до негативних фінансових наслідків для суб'єкта господарювання.

Підґрунтям для забезпечення, поліпшення та підтримки на високому рівні якості продукції є розробка, впровадження та постійне удосконалення ефективної, дієвої системи управління якістю (СУЯ), ефективне функціонування якої залежить від налагодження внутрішньокорпоративних зв'язків.

Перш за все, це налагодження інформаційно-функціональних потоків, які забезпечують взаємозв'язок і ефективну діяльність СУЯ на всіх рівнях її впровадження. Дані потоки і формують основу для системи, що є замкненим колом. Завдяки цьому СУЯ має можливість постійно удосконалюватись та пристосовуватись до вимог зовнішнього і внутрішнього середовища. Інформаційні потоки повинні забезпечувати потреби у інформуванні відповідних функціональних підрозділів на кожній стадії життєвого циклу продукції.

Відповідно до інвестиційних і стратегічних цілей, мети та завдань, поставлених перед СУЯ, висувають вимоги до її розробки, впровадження та ефективної діяльності. При формуванні вимог керівник, як головний

розпорядник на підприємстві, повинен розуміти та враховувати значення СУЯ для зовнішнього середовища:

- забезпечення населення високоякісними товарами (роботами, послугами), що дозволить споживачу отримати матеріальне і духовне задоволення від споживання продукції;

- підвищення якості продукції, що виробляється, певної галузі, регіону, що дозволить підняти економіку галузі даного регіону або певної економічної системи, та відповідно рівень життя населення в цілому;

- впровадження продуктивної та раціональної системи управління якістю своєю кінцевою метою має забезпечення зростання соціального і економічного розвитку країни.

Слід звернути увагу, що підґрунтям (основою) при розробці та впровадженні системи управління якістю є ДСТУ (Державний стандарт України) ISO 9001: 2000 (ідентичний переклад міжнародного стандарту ISO 9001: 2000), де враховані основні вимоги до побудови СУЯ, спрямовані на забезпечення якості та підвищення задоволеності населення. В жодному пункті стандарту не зазначається, що головною (кінцевою) метою СУЯ є сприяння забезпеченню високих темпів соціального і економічного розвитку країни. В п. 0.1 Загальні положення ДСТУ ISO 9001: 2000 зазначається, що впровадження системи управління якістю слід вважати стратегічним рішенням організації. На розроблення і впровадження системи управління якістю в організації впливають зміна потреб, конкретні цілі, продукція, яку постачають, застосовувані процеси, а також розмір та структура організації. Цей державний стандарт ні в якому разі не передбачає однаковості структури систем управління якістю чи однаковості документації [2]. Вищенаведене дозволяє зробити висновок, що даний стандарт містить лише основні вимоги до розробки, впровадження та функціонування СУЯ, які мають поверхневий характер та є недостатнім джерелом інформації для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Отже, якщо власник прагне до покращення і забезпечення перспективного розвитку свого підприємства, то йому необхідно розробити відповідну стратегію та сформувавши цілі, на основі яких має бути побудована СУЯ, що відповідатиме ринковим умовам господарювання з відповідними інформаційно-функціональними зв'язками з іншими підсистемами управління, зокрема з системою бухгалтерського обліку, економічного аналізу та контролю.

Проаналізуємо розвиток практичного впровадження та функціонування систем управління якістю. Вивчення періодизації та еволюції створення, розвитку та впровадження СУЯ дозволяє прослідкувати основні тенденції та закономірності специфіки розвитку систем.

Систематизуючи дані знання, можна виявити чинники впливу на нього та вирішити ряд завдань, які постають перед нами в ході даного дослідження: з'ясувати завдання, які ставилися перед розробниками даних систем у різні періоди часу; визначити особливості розвитку даних систем з метою виявлення та аналізу їх найкращих здобутків для застосування на практиці; дослідити фактори впливу на розвиток та впровадження СУЯ та чинники, що їх зумовили; на основі синтезу та аналізу отриманих знань виявити (прослідкувати) взаємозв'язок між СУЯ та системами бухгалтерського обліку, аналізу та контролю на підприємстві з врахуванням потреб користувачів у обліковій та управлінській інформації; з'ясувати роль СУЯ в економічному розвитку підприємства та його подальшому існуванні.

На основі узагальнення, систематизації та аналізу підходів до періодизації і вивчення еволюції розвитку та впровадження СУЯ встановлено основні тенденції та закономірності їх розвитку (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Етапи періодизації системи управління якістю та їх характеристика

Джерело	Етапи періодизації та їх характеристика
Карпенко Е. М. Менеджмент качества: [учебное	Перший етап відповідає початковим стадіям розвитку системного підходу в управління взагалі, коли з'явилася перша більш менш структурована система

<p>пособие для студентов специальности “Менеджмент” учреждений, обеспечивающих получение высшего образования] / Е. М. Карпенко, С. Ю. Комков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 208 с.</p>	<p>менеджменту – система Тейлора (1905). Для забезпечення успішного функціонування системи Тейлора в управлінський персонал підприємства були введені перші професійні спеціалісти у сфері якості – інспектори (в Росії – технічні контролери). Діяла система мотивацій персоналу з підвищення якісного рівня роботи, функціонували вимоги встановлені в технічних умовах (ТУ), виконання яких перевірялося при приймальному контролі. Всі властивості системи Тейлора робили її системою управління якістю кожного окремо взятого виробу.</p> <p>Другий етап розвитку систем управління якістю пов'язаний з відходом від продуктивного принципу і переходом до процесно-орієнтованого управління, при якому об'єктом управлінських дій ставали якісні параметри виробничих процесів. В цей період (починаючи з 20-х до 50-ті рр. ХХ ст.) активно велися розробки методів статистичного контролю якості, формувалася інструментарій вибіркового контролю. Ускладнювалися задачі у сфері якості, що вирішувалися конструкторами, технологами і виробничими робочими, оскільки всі вони постійно стикалися з питаннями варіації і мінливості і повинні були знати, якими методами можливо досягнути їх зменшення. У ланцюгу “постачальник – підприємство – споживач” більшу роль почали виконувати стандартизовані методи статистичного приймального контролю.</p> <p>Третій етап пов'язаний з появою в 1950-ті рр. концепції тотального контролю якості – ТҚС. Найбільшого поширення вона досягнула в Японії, де розвивалася з великим акцентом на застосування статистичних методів і</p>
--	---

залученням персоналу в роботу так званих “гуртків якості”. На даному етапі з’явилися документовані системи якості, що встановлювали відповідальність і повноваження, а також визначали взаємодію у сфері якості всього керівництва підприємства, а не тільки спеціалістів служб якості. Все більше уваги приділялось навчанню персоналу. Системи взаємовідносин “постачальник - споживач” також починають передбачати сертифікацію продукції третьою стороною. В даний період великого значення набули системи і методи, що були розроблені в Радянському Союзі.

Четвертий етап пов'язаний з розпочатим в 1970 – 1980-х рр. переходом від системи TQC до системи всезагального менеджменту якості (TQM). В цей час з’явилася серія нових міжнародних стандартів на системи якості, зокрема стандарти серій ІСО-9000 и МС-9000. Головна цільова направленість системи якості, що побудована на основі стандартів серії ІСО-9000, - це забезпечення якості продукції, що вимагає замовник, і представлення йому доказів здатності підприємства дану якість підтримувати.

П’ятий етап розвитку систем управління якістю почався в 90-х рр. ХХ ст. У зв’язку з тим, що підприємства при здійсненні свого функціонування стали у все більшій мірі враховувати інтереси суспільства, з’явилося нове покоління стандартів якості серії ІСО-14000, що встановлюють вимоги до системи менеджменту з точки зору захисту навколишнього середовища і безпеки продукції. В результаті даних процесів суттєво зросла роль споживчих параметрів якості, а також значно посилилась

	<p>увага керівництва підприємств і організацій до задоволення потреб власного персоналу</p>
<p>Управление качеством: [учеб.-метод. пособие] / В. Е. Сыцко; [под общ. ред. В. Е. Сыцко]. – Минск: Вышш. шк., 2008. – 192 с.</p>	<p>Сыцко В.Є. періодизацію ділить на чотири перекриваючі і продовжуючі фази.</p> <p>Фаза відбракування почалась разом з появою ремесла і ввійшла в практику окремих майстрів, що перевіряли свою власну роботу, покупців, які ретельно перебирали вироби, щоб зробити покупку. В 70-х рр. XIX ст. в військовому виробництві з'явилась ідея стандартної якості, при якій вироби збирались із взаємозамінних деталей. Значний внесок в розвиток даної фази внесли американські автомобілебудівники Г. Леланд, і Г. Форд, яким належать ідеї роботи з калібрів і створення збірного конвеєра. Тейлор Ф. запропонував концепцію наукового менеджменту, кадрового менеджменту і наукового нормування праці.</p> <p>Фаза управління якістю починається з 20-х рр. XX ст. і пов'язана з ім'ям американського дослідника В. Шухарта, що запропонував використовувати контрольні карти – інструмент, що дозволяє не тільки знайти і видалити браковані вироби до їх відвантаження покупцю, але і збільшити вихід придатних виробів в технічному процесі. Другим із досягнень цієї фази стало створення аудиторської служби по якості, яка шляхом контролю невеликих вибірок із партії деталей перевіряла працездатність системи забезпечення якості на виробництві.</p> <p>Фаза постійного підвищення якості починається з 1950 р. Демінга Е. з Дж. Джураном розробив для японської промисловості програму забезпечення якості, головна ідея</p>

	<p>якої: основа якості продукції – це якість праці і якісний менеджмент на всіх рівнях. Програма базувалась на удосконаленні системи в цілому, на неопосередкованій участі керівництва компанії в проблемах якості, навчанні всіх працівників компанії зверху донизу методам забезпечення якості, наголос робився на мотивацію працівників на якісну працю. Це дозволило одночасно підвищити якість і знизити затрати на виробництво.</p> <p>Фаза планування якості стала зароджуватися в середині 1960-х рр. як розвиток ідей попередніх фаз в розрізі більш повного задоволення потреб споживачів і пов'язана, з однієї сторони, з розвитком теорії надійності виробу, і з другої – з широким впровадженням обчислювальної техніки в процесі розробки виробів. Основу концепції даної фази складають наступні: більша частина дефектів виробів закладається на стадії розробки із-за недостатньої якості проектних робіт; перенесення центру важкості робіт на математичне моделювання властивостей виробів і процесів їх виробництва; покупцю необхідно надати високу якість за прийнятну ціну, яка постійно знижується, так як конкуренція на ринках дуже висока. Ця фаза знаходиться тільки на стадії зародження і концепція до кінця не сформувалась. В перспективі повинна наступити фаза екології якості</p>
<p>Огвоздин В. Ю. Управление качеством: Основы теории и практики: [учебное пособие.</p>	<p>Перший етап – Зародження і розвиток окремих елементів управління якістю в аспекті управлінської діяльності на підприємстві, по мірі її розвитку.</p> <p>Другий етап – Інтеграція окремих елементів управління якістю, виділення його в самостійне направлення робіт в межах управління підприємством,</p>

<p>– 5-е изд., перераб. и доп.] / В. Ю. Огвоздин. – М.: «Дело и Сервис», 2007. – 288 с.</p>	<p>перехід до комплексного управління якістю. Розробка і застосування перших версій міжнародних стандартів ІСО 9000 в управлінні якістю.</p> <p>Третій етап – Тотальне управління якістю, коли якість, яку вимагає замовник, будучи основою конкурентоспроможності, стає головною метою і основним фактором, що визначає всі напрями діяльності підприємства, коли розвивається і стимулюється участь всього персоналу в забезпечення якості. Впровадження привабливого виробництва, швидко переналагоджуваного обладнання і поставки точно в терміни, розповсюдження діяльності гуртків якості.</p> <p>Четвертий етап – Розвиток і впровадження організаційно-технічних підходів до управління якістю: розробка програми неперервного удосконалення діяльності (кайдзен); використання методики “шість сигм”, що направлена на досягнення “нуля дефектів”; впровадження системи 5S і системи тотального обслуговування обладнання (TPM – Total Productive Maintenance); застосування методу аналізу причин і наслідків відмов – FMEA (Failure Mode Effect Analysis).</p> <p>П’ятий етап – Подальший розвиток і використання стандартизації в управлінні якістю. Новий і Глобальний підходи прийняті в країнах – членах ЄС, направлені на встановлення єдиних вимог до продукції, а також на забезпечення довіри до виробників, випробовуваним лабораторіям і органам по сертифікації продукції.</p> <p>Шостий етап – Розвиток управління якістю з врахуванням галузевих особливостей підприємства шляхом розробки і застосування галузевих національних, а потім і</p>
---	---

	<p>міжнародних стандартів з створення системи якості. Такі системи можуть базуватися на стандартах ІСО 9000, на принципах ХАССП (Hazard Analysis and Critical Control Points – аналіз ризиків і критичні контрольні точки) і принципах GMR (Good Manufacturing Practice – правильна виробнича практика).</p>
<p>Управление качеством: учебник для вузов / [Ильенкова С.Д., Ильенкова Н.Д., Мхитарян В.С. и др.]; под общ. ред. С.Д. Ильенковой. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 334 с.</p>	<p>В історії розвитку документованих систем якості, мотивації, навчання і партнерських відносин можна виділити п'ять етапів і представити їх у вигляді п'яти зірок якості.</p> <p>1. Перша зірка відповідає початковим етапам системного підходу, коли з'явилася перша система – система Тейлора (1905 р.).</p> <p>2. Друга зірка. В 1924 р. в БЕЛЛ Телефоун Леборетриз була створена група під керівництвом д-ра Р. Л. Джонса, яка заклала основи статистичного управління якістю. Це були розробки контрольних карт, виконані В. Шухартом, перші поняття і таблиці вибіркового контролю якості, розроблені Г. Ф. Доджем і Г. Г. Ромінгом. Ці роботи стали початком статистичних методів управління якістю, внаслідок яких, дякуючи д-ру Е Демінгу, отримали дуже широке розповсюдження в Японії і справили суттєвий вплив на економічну революцію в даній країні.</p> <p>3. Третя зірка В 1950-ті роки була висунута концепція Тотального управління якістю (TQC). (автор – А. Фенгенбаум). Розвиток системного, комплексного управління якістю в Радянському Союзі (КАНАРСПИ...).</p> <p>4. Четверта зірка. В 1970 – 1980 роки почався перехід від всезагального управління якістю до всезагального менеджменту якості (TQM). В цей час</p>

	<p>з'явилася серія нових міжнародних стандартів на системи якості – стандарти ІСО 9000 (1987 р.), що справили суттєвий вплив на менеджмент і забезпечення якості.</p> <p>5. П'ята зірка. В 1990-ті роки посилився вплив суспільства на підприємства, а підприємства стали все більше враховувати інтереси суспільства. Це призвело до появи стандартів ІСО 14000, що встановлювали вимоги до системи менеджменту з точки зору захисту навколишнього середовища і безпеки продукції.</p>
<p>Ефимов В. В. Средства и методы управления качеством: [учебное пособие] / В. В. Ефимов. – М.: КНОРУС, 2007. – 232 с.</p>	<p>Етап 1. Поява системи Форда – Тейлора (1905 р.)</p> <p>Етап 2. З 1924 р. система статистичних методів контролю і управління якістю.</p> <p>Етап 3. Японська система “Тотальний контроль якості” (1950 р. А. Фейнгенбаум TQC).</p> <p>Етап 4. На початку 1980-х рр. почався перехід від всеосяжного контролю якості до всеосяжного менеджменту якості (TQM). Поява серії міжнародних стандартів ІСО 9000.</p> <p>Етап 5. В 90-і рр. посилився вплив суспільства на підприємства, що призвело до появи стандартів ІСО 14 000, що встановлюють вимоги до систем менеджменту з точки зору захисту навколишнього середовища і безпечності продукції</p>

Науковці виділяють п'ять періодів у розвитку СУЯ (рис. 2.5)

Етапи розвитку системи управління якістю

Етап 1. Поява системи Форда – Тейлора (1905 р.)

Етап 2. Створення у 1924 р. системи статистичних методів контролю і управління якістю

Етап 3. 1950 р. Виникнення японської системи “Тотальний контроль якості”

Етап 4. Початок 80-х рр., перехід від всеосяжного контролю якості до всеосяжного менеджменту якості (TQM). Поява серії міжнародних стандартів ІСО 9000.

Етап 5. 90-ті рр. поява стандартів ІСО 14 000, що встановлюють вимоги до систем менеджменту з точки зору захисту навколишнього середовища і безпеки продукції.

Рис. 2.5. Етапи розвитку системи управління якістю

Характерним для еволюції розвитку систем було те, що вони створювалися і впроваджувалися в залежності від вимог та потреб, які висувалися до даної системи з врахуванням особливостей виробництва та технології. На початку свого розвитку дані системи були спрямовані на певний напрям виробництва, тобто не охоплювали всі підрозділи підприємства, мали локальний характер (були спрямовані лише на частину виробництва або галузь).

Вищенаведені підходи до періодизації (еволюції розвитку) можна характеризувати як практичні, тобто рушійною силою до удосконалення (розвитку) та переходу на наступний етап є потреба в їх практичній розробці. Однак практика не може удосконалюватись без високих теоретичних розробок.

3. Характеристика існуючих систем управління якістю

У коло заходів, визначених концепцією якості, поряд з вимогами споживачів поетапно були введені вимоги таких груп за інтересами підприємства, як інвестори, співробітники, постачальники, громадські об'єднання і суспільство в цілому. Паралельно з цим були зроблені серйозні зусилля з інтеграції окремих підходів і методів менеджменту в загальну концепцію інтегрованого менеджменту. У зв'язку з цим підвищився значення керівництва підприємством, орієнтованого на процес. Поняття «Загальний менеджмент якості» (TQM) і «Система загального менеджменту якості» (Total Quality Management System (TQMS)) є відображенням цієї фази розвитку управління якістю. Спочатку TQM був введений в Міністерстві оборони США. Термін виник в результаті зміни терміну «Total Quality Leadership» у зв'язку з тим, що слово «leadership» (керівництво) не повною мірою відповідало трактуванню цього терміна військовими, тобто TQM розумілося як керівництво з впровадження «total quality» (тотального якості) . Ініціатива чіткого визначення терміну «total quality» виходила від керівництва дев'яти провідних промислових корпорацій США, і в 1992 р. спільними зусиллями провідних вчених і консультантів, що займаються проблемами якості, було дано чітке визначення цього терміна.

Тотальна якість – Total Quality (TQ) – орієнтована на людей система менеджменту, метою якої є безперервне підвищення задоволеності споживачів при постійному зниженні реальної вартості продукції або послуг. TQ є загальним (тотальним) системним підходом (не окремої областю чи програмою) і невід'ємною частиною стратегії верхнього рівня. TQ присутній у всіх функціях будь-яких підрозділів, залучаючи всіх співробітників зверху донизу і захоплюючи ланцюг постачальників і ланцюг споживачів. TQ ставить в основу вчення та адаптацію до безперервного зміни як ключ організаційного успіху. В основі філософії тотального якості лежать наукові методи. TQ включає системи, методи та інструменти. Системи схильні до змін, філософія

залишається незмінною. TQ базується на цінностях, які підкреслюють значущість індивідуальних дій і одночасно міць колективу.

Отже, TQM – це і всеосяжна філософія адміністрування, і звід інструментів і методів для її застосування. Історичний розвиток ідей якості призвело до необхідності кількісної оцінки відповідності існуючих систем якості підприємств та організацій загальним принципам TQM. У Європі це привело до розробки Європейським фондом менеджменту якості (European Foundation for Quality Management (EFQM)) «Business Excellence» («перевагу в бізнесі») – моделі ділової досконалості, яка сьогодні - одна з визнаних моделей оцінки досягнень з впровадження принципів і методів TQM на підприємстві.

Вона ж є центральною ідеєю в японському механізмі управління якістю. Така система передбачає насамперед відхід від традиційного протиставлення якості продукції та її кількості, вона виключає можливість зниження якісних характеристик продукції з метою збільшення її випуску. У разі необхідності різкого нарощування випуску виробів (що може диктуватися кон'юнктурою ринку) завідомо передбачається вибір будь-яких напрямків та заходів, крім тих, які можуть негативно позначитися на якості виробів.

Аналогічним чином тотальне управління якістю означає відмову від протиставлення якості та ефективності як двох взаємовиключних понять. Звична ринкова стратегія західних фірм включала вибір – або високу якість виробу, або його низька ціна. В результаті при виході на ринок з новим виробом фірми, як правило, орієнтувалися на рівень цін і при проектуванні закладали нові конструкторсько-технологічні параметри, що не перевищують за витратами витрати виробництва.

Тема 4 Роль персоналу підприємства в управлінні якістю.

1. Роль вищого керівного складу підприємства.

Дослідження показали, що керівники вищої ланки підприємства недостатньо уваги приділяють управлінню якістю. Вони набагато здебільшого роблять акцент на питаннях, пов'язаних із реалізацією продукції, що є передумовою для отримання прибутку. А у сфері обслуговування часто вважають, що управління якістю відноситься тільки до виробництва продукції.

В той же час, управління якістю є найважливішим завданням управління підприємством. Від участі вищого керівництва тут залежить дуже багато. Крім того, якість продукції істотно впливає на прибуток й інші економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства.

Основними помилками вищого керівництва дослідники вважають такі.

1. Слабке знання рівня якості своєї продукції (у порівнянні з іншими фірмами і країнами).
2. Вважають, що поліпшення якості вимагає тільки витрат і не приносить додаткового прибутку.
3. Вважають, що високий рівень реалізації продукції і високі ціни «сьогодні» свідчать про високу якість продукції «завтра».
4. Наявності фахівців за якістю на підприємстві достатньо, і керівнику цією проблемою займатися не потрібно.
5. Вимоги керівників до зниження витрат на виробництво деколи суперечать підвищенню якості продукції тощо.

Ці помилки говорять про те, що часто керівники вищої ланки не розуміють сутності проблеми управління якістю і методів управління нею. Тому це складне, комплексне явище трактується односторонньо і спрощено.

Зазвичай керівники вищої ланки вважають, що основним методом є посилення контролю, упровадження стандартизації та уніфікації, а управлінням якістю має займатися тільки відділ технічного контролю.

Такий підхід виявляється малоефективним.

Вірним є твердження, що вище керівництво підприємства відіграє важливу роль в управлінні якістю. Якщо воно не виконує своїх основних обов'язків у цій сфері, то високої якості забезпечити не вдасться. А це, у свою

чергу, призводить до зниження економічних показників діяльності підприємства і втрати ним своїх позицій на ринку.

Керівництво вищої ланки має нести на підприємстві такі обов'язки щодо управління якістю:

1. Приділяти питанням комплексного управління якістю першочергову і постійну увагу.

2. Визначати і формулювати мету і завдання підприємства в області управління якістю. Ці мета і завдання повинні бути доведені до кожного працівника.

3. Організовувати збір інформації про якість продукції підприємства і регулярно аналізувати її в колективі.

4. Виробляти політику підприємства в області якості продукції.

5. Організовувати перебудову свідомості працівників у напрямі досягнення високої якості продукції.

6. Проводити розподіл обов'язків у вищому керівництві задля забезпечення якості продукції.

7. Упроваджувати на виробництві технологічний зв'язок вигляду «наступний етап виробничого процесу – споживач продукції попереднього».

8. Новаторство, пошук та ініціатива керівників вищої ланки – невід'ємна властивість керівника.

Виконання цих обов'язків вищим керівництвом підприємства забезпечить передумови для вдосконалення управління якістю, розвитку СУЯ, необхідної підтримки розвитку й упровадження ініціативи знизу. Окрім цього, це створить внутрішні стимули підвищення якості на підприємстві.

2. Роль керівництва середньої ланки

Успішна діяльність підприємства неабиякою мірою залежить і від керівництва середньої ланки (керівників підрозділів). Ці керівники реалізують свою роль на перехресті горизонтальних і вертикальних зв'язків на

підприємстві. Тут вони можуть відігравати роль «світлофора», регулюючи ці зв'язки по жорсткому алгоритму. А можуть брати активну участь у розрахунку проблем управління якістю, тобто вносити свої пропозиції, добиватися їх реалізації тощо.

У першому випадку керівник є «напівкерівником», оскільки він тільки управляє підлеглими.

Справжнім, повноцінним керівником середньої ланки, він стає лише тоді, коли здатний управляти вищестоящими за посадою. Це означає, що він має бути здатним формулювати свою точку зору, уміти переконати вищестоящу особу прийняти її.

Щоб якість роботи керівника середньої ланки була високою, він має мати такі знання та вміння:

1. Реалізовувати свої відносини з підлеглими не шляхом частих перевірок, лайки, загроз і силового тиску, а ґрунтувати їх на довір'ї, доброзичливому відношенні. Він повинен уміти заражати їх своїми ідеями, стимулювати їх ініціативу, творчу активність, бажання працювати.

2. Мати достатню кваліфікацію і здатність самостійно вирішувати проблеми, приймати рішення в нестандартних ситуаціях.

3. Уміти доводити свої рішення вищестоящим за посадою.

4. Уміти надавати підлеглим права.

5. Бути вихователем і вчителем своїх підлеглих.

6. Не повинен прагнути постійно стежити за реакцією вищестоящого керівництва на результати своїх підлеглих.

7. Відповідально відноситися до достовірної інформації про результати роботи свого підрозділу.

8. Уміти організовувати «гуртки якості».

9. Уміти налагодити співпрацю з іншими підрозділами (горизонтальні зв'язки).

10. Уміти орієнтуватися у своїй роботі на перспективу.

3. Роль «гуртків якості».

Важливу роль у підвищенні якості та поліпшенні організації праці відіграють гуртки контролю якості. Подібний гурток являє собою групу робітників однієї виробничої дільниці: число учасників зазвичай від 4 до 8 осіб. Велика чисельність, як показує досвід, не дає можливості «висловитися» кожному учаснику. Гурток збирається, як правило, 1 – 2 рази на тиждень у робочий час (а часто і в неробочий) на 1 – 1,5 години для виявлення проблем, що впливають на ефективність виробництва і якість продукції, та підготовки пропозицій щодо їх усунення.

Основна відмінність таких гуртків від індивідуального раціоналізаторства не тільки в колективній роботі, але і в її цілеспрямованості, а головне - в існуванні єдиної методичної бази. Всі члени гуртків навчаються методам статистичного контролю якості, аналізу проблем і вироблення оптимальних рішень. У підсумку з'являється можливість змістовно аналізувати виробничі проблеми, оцінювати вплив кожної з них на якість та ефективність роботи, розробляти конкретні рішення і проводити їх у життя за допомогою адміністрації підприємства.

Однак результати діяльності гуртків контролю якості не вичерпуються прямим економічним ефектом. Набагато важливіший непрямий ефект, що виражається створенням морально-психологічного клімату, що сприяє активізації діяльності робочих з удосконалення організації праці на власній ділянці. Використання японськими фірмами системи матеріальних і моральних стимулів і нав'язлива пропаганда сформованих стереотипів поведінки поволі привчають до необхідності інтенсивного праці з високою якістю.

Ефективність управління якістю на підприємстві може бути забезпечено тільки при безпосередній участі майстрів і робітників. Там, де немає «гуртків якості», не може бути комплексного управління якістю.

В Японії з 1949 року були створені курси управління якістю. Спочатку там навчалися інженери, потім керівники вищої і середньої ланки. Проте без підготовки майстрів і робітників не вдавалося досягти високого рівня якості продукції.

З 1962 року став видаватися журнал «Управління якістю для майстрів і бригадирів». При створенні цього журналу до нього пред'являлися наступні вимоги.

1. Зміст журналу повинен бути зрозумілим робітником.
2. Ціна журналу повинна бути доступна кожному.
3. Журнал повинен бути допомогою для занять в кружках якості.

Саме цей журнал поклав початок створенню «гуртків якості» на кожному японському підприємстві.

Гурток якості – невелика група робітників одного цеху, що займаються на добровільних засадах проблемами управління якістю.

Задачі цих гуртків:

- сприяння вдосконаленню і розвитку підприємства;
- створення здорового, творчого і доброзичливого середовища на робочій ділянці;

- всебічний розвиток здібностей працівників.

Основні принципи роботи «гуртків якості»:

- саморозвиток;
- добровільність;
- групова діяльність;
- взаємозв'язок з робочим місцем;
- безперервність функціонування;
- атмосфера новаторства і творчого пошуку;
- усвідомлення важливості підвищення якості продукції.

Тема 5 Система управління якістю на підприємстві.

1. Об'єктивна необхідність систем управління якістю на підприємстві.

Якість продукції, робіт і послуг на сучасному етапі розвитку економічних відносин відіграє дуже важливу роль. Це обумовлено, у першу чергу, розвитком цих відносин, а саме: зростанням купівельної спроможності суб'єктів економіки, розширенням номенклатури товарів і послуг, які виробляє підприємство, розширенням міжнародних економічних зв'язків. У цих умовах споживачі більшою мірою починають віддавати перевагу продукції більш високої якості, придбаваючи її навіть за завищеними цінами.

Оскільки всі ці аспекти економічних відносин будуть і далі розвиватися, роль якості зростатиме. Отже, підприємства, які виробляють якісну продукцію, мають набагато більше шансів перемогти в конкурентній боротьбі, добитися високих економічних результатів своєї роботи. Тому управління якістю на будь-якому підприємстві буде завжди одним із важливих аспектів управління підприємством, тобто праці менеджера.

2. Вимоги до систем управління якістю на підприємстві

Що стосується якості продукції, то її потрібно аналізувати на всіх стадіях життєвого циклу: стадії визначення потреб потенційних споживачів щодо якості, стадії проектування, розробки, виготовлення, реалізації та стадії післяпродажного обслуговування [3, с. 229].

Останнім часом широке розповсюдження отримали стандарти ІСО серії 9000 [6; 8], в яких відображено міжнародний досвід управління якістю продукції на підприємстві. Відповідно до цього документа і виділяється політика в галузі якості – безпосередньо система якості, яка включає забезпечення, поліпшення та управління якістю продукції (рис. 1).



Рис. 1. Управління якістю продукції [4]

Якісна продукція повинна мати певні експлуатаційні властивості: надійність, довговічність, естетичність, масу, габарити, транспортабельність і так далі.

Рівень надійності характеризує коефіцієнт надійності (експлуатаційний), який розраховується за формулою:

$$K_n = (T_p - T_{пр}) : T_p,$$

де K_n – коефіцієнт експлуатаційної надійності;

T_p – час роботи машин, з урахуванням простоїв з організаційно-технічних причин;

$T_{пр}$ – час простоїв машин, які пов'язані з усуненням поломок, несправностей.

Проведення функціонально-вартісного аналізу дозволяє ще на стадії конструкторської і технологічної розробки забезпечити відповідну якість продукції, понизити витрати на її виробництво.

Для характеристики якості продукції, що випускається, визначення сумарного ефекту від зростання якості, розраховується індекс якості (J_k), який

визначається як середньозважена величина між зростанням споживчих властивостей виробів і отриманої ефективності від кожного відсотка зростання споживчих властивостей виробів:

$$J_k = (K_1 \times E_1 + K_2 \times E_2 + \dots + K_n \times E_n) / (E_1 + E_2 + E_n)$$

де K_1, K_2, K_n – коефіцієнт зростання якості за окремими параметрами виробу;

E_1, E_2, E_n – ефект, отриманий від зростання якості на 1 відсоток;

n – кількість параметрів ефективності, що враховуються при оцінці якості.

Схема аналізу якості продукції і виконаних робіт наведена на рис. 2.



Рис. 2. Аналіз якості продукції і виконаних робіт

Поліпшенню якості продукції сприяє атестація якості продукції, що випускається, яку проводять на підприємствах. У процесі аналізу необхідно звернути увагу на виконання плану випуску продукції високої якості, темпи зростання її об'єму. Питома вага продукції високої якості у загальному випуску продукції є одним з важливих показників, за яким можна судити про якість продукції, що випускається цим підприємством. Збільшення питомої ваги високоякісної продукції свідчить про позитивну роботу підприємства, спрямовану на підвищення якості продукції.

Аналіз сортності можна здійснювати за допомогою двох методів:

1) коефіцієнтний метод, при якому вироби другого сорту прирівнюються до першого сорту за допомогою коефіцієнта приведення. Коефіцієнт приведення 1-го сорту дорівнює одиниці, а 2-го сорту залежить від співвідношення оптових цін другого і першого сорту.

Щоб встановити виконання плану по сортності, необхідно планову і фактичну кількість виробів кожного сорту перерахувати шляхом множення на відповідний коефіцієнт.

Плановий коефіцієнт сортності встановлюється шляхом відношення кількості виробів, переведених в перший сорт за планом, до планової загальної кількості виробів. Фактичний коефіцієнт сортності розраховується аналогічно.

Рівень виконання плану по сортності ($\Pi_{\text{сорт}}$) встановлюється відношенням фактичного коефіцієнта сортності до планового коефіцієнта:

$$\Pi_{\text{сорт}} = (K_{\text{сорт ф}} / K_{\text{сорт пл}}) \times 100,$$

де $K_{\text{сорт ф}}$ – фактичний коефіцієнт сортності;

$K_{\text{сорт пл}}$ – плановий коефіцієнт сортності.

Щоб встановити зміну у випуску продукції за рахунок зміни сортності, необхідно перерахувати об'єм випущеної продукції за такою формулою:

$$ТВ_{\text{пер}} = (ТВ_{\text{ф}} \times K_{\text{сорт пл}}) / K_{\text{сорт ф}},$$

де $ТВ_{\text{ф}}$, $ТВ_{\text{пер}}$ – товарний випуск продукції, фактичний і перерахований;

Тоді:

$$\Delta ТП = ТП_{\text{ф}} - ТП_{\text{пер}}.$$

2) метод середньої ціни. Цей метод полягає в розрахунку середньої ціни ($\Pi_{\text{сорт}}$) як середньозваженої за планом і фактично за формулою:

$$\Pi_{\text{ср}} = [(q_1 \times \Pi_1) + (q_2 \times \Pi_2)] / (q_1 + q_2),$$

де q_1 , q_2 – кількість виробів 1-го і 2-го сорту;

Π_1 , Π_2 – ціна виробів 1-го і 2-го сорту.

Рівень виконання плану по сортності на основі середньої ціни ($\Pi_{\text{сорт}}$) розраховується за формулою:

$$\Pi_{\text{сорт}} = (\Pi_{\text{ср ф}} / \Pi_{\text{ср пл}}) \times 100,$$

де $\Pi_{\text{ср ф}}$, $\Pi_{\text{ср пл}}$ – відповідно середня ціна виробів за планом і фактично.

Втрати у випуску продукції за рахунок зміни середньої ціни визначаються за формулою:

$$\Delta \text{ТВ}_{\text{ц}} = (\Pi_{\text{ср ф}} - \Pi_{\text{ср пл}}) \times q_{\text{ф}}$$

де $\Delta \text{ТВ}_{\text{ц}}$ – зміна у випуску проекції за рахунок зміни середньої ціни;

$q_{\text{ф}}$ – фактична кількість виробів 1-го і 2-го сорту.

Аналіз якості продукції зазвичай пов'язують з виробничим браком.

Випуск неякісної продукції і брак – взаємозв'язані явища. Слід мати на увазі, що виробничий брак характеризує головним чином не якість продукції, а якість праці працівників підприємства.

Одним з показників рівня браку є сума втрат від нього, що вказує на недолік в організації виробництва і праці на підприємстві.

Важливим у процесі оцінки рівня браку є визначення долі втрат від нього у виробничій собівартості товарної продукції. Зниження цього показника навіть при деякому зростанні абсолютного рівня втрат від браку свідчить про позитивні тенденції, про підвищення якості праці робітників.

Якість продукції, що випускається, і якість праці працівників характеризує динаміка браку. Аналіз динаміки браку слід проводити для однотипних виробів.

Втрата у випуску за рахунок допущеного браку проводиться в два етапи:

1) визначається відсоток браку;

2) визначаються втрати у випуску за рахунок виявленого браку.

Відсоток браку визначається відношенням суми вартості остаточно забракованих виробів і витрат по виправленню браку до різниці собівартості випущеної продукції і загальнозаводських витрат.

Рівень втрат від браку за витратами (відсоток браку) ($\Pi_{\text{пб}}$) визначається у відсотках за формулою:

$$\Pi_{\text{пб}} = [(C_3 + P_{\text{вб}} - N_{\text{пост}} - N_{\text{в}} - C_{\text{бв}}) / (C_{\text{пр}} - P_{\text{оз}})] \times 100,$$

де C_3 – собівартість остаточно забракованих виробів;

$P_{\text{вб}}$ – витрата по виправленню браку;

$N_{\text{пост}}$ – суми, утримані з постачальників за недоброякісну продукцію

$N_{\text{в}}$ – суми, утримані з винних осіб, з вини яких був допущений брак

$C_{\text{бв}}$ – собівартість браку за ціною можливого використання;

$C_{\text{пр}}$ – собівартість випущеної продукції;

$P_{\text{оз}}$ – загальнозаводські витрати.

Втрати у випуску продукції за рахунок браку ($\Delta\text{ТП}_{\text{б}}$) визначаються за формулою:

$$\Delta\text{ТП}_{\text{б}} = (\text{П}_{\text{б}} \times \text{П}_{\text{ф.пл.ц}}) / 100,$$

де $\text{П}_{\text{б}}$ – відсоток браку;

$\text{П}_{\text{ф.пл.ц}}$ – фактичний об'єм товарної продукції у планових цінах.

Зміни в якості продукції, що випускається, можна встановити за кількістю рекламаций і вартістю гарантійного ремонту. Рекламация – офіційно пред'явлена претензія споживача постачальникові у зв'язку з постачанням продукції, що не відповідає заданим вимогам. Зменшення або відсутність рекламаций свідчить про поліпшення роботи, підвищення якості продукції; їх збільшення означає погіршення на підприємстві справ із забезпеченням випуску якісної продукції. Коефіцієнт якості ($K_{\text{я}}$) в цьому випадку розраховується за формулою:

$$K_{\text{я}} = 1 - (C_{\text{з}} + C_{\text{гр}} + \text{П}_{\text{р}}) / C_{\text{пр}},$$

де $C_{\text{з}}$ – собівартість остаточно забракованих виробів;

$C_{\text{гр}}$ – вартість гарантійного ремонту;

$\text{П}_{\text{р}}$ – вартість продукції, по якій прийняті рекламаций;

$C_{\text{пр}}$ – виробнича собівартість.

У процесі аналізу необхідно зафіксувати не лише зростання або скорочення рекламаций, але і досліджувати причини, що викликали їх, розробити дієві заходи щодо забезпечення якості продукції.

Виходячи з наявної інформації і на основі її аналізу підприємство може ефективніше проводити відповідні заходи щодо зниження невиробничих витрат.

3. Роль керівного складу підприємства в управлінні якістю

Дослідження показали, що керівники вищої ланки підприємства недостатньо уваги уділяють управлінню якістю. Вони набагато більше увагу уділяють питанням, пов'язаним з реалізацією продукції, отриманням прибутку. У сфері обслуговування часто вважають, що управління якістю відноситься тільки до виробництва продукції.

В той же час управління якістю є найважливішою задачею управління підприємством. Від участі вищого керівництва тут залежить дуже багато що. Крім того, якість продукції істотно впливає на прибуток і інші економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства.

Основними помилками вищого керівництва дослідники рахують наступні.

1. Слабе знання рівня якості своєї продукції (в порівнянні з іншими фірмами і країнами).

2. Вважають, що поліпшення якості вимагає тільки витрат і не приносить додаткового прибутку.

3. Вважають, що високий рівень реалізації продукції і високі ціни «сьогодні» свідчать про високу якість продукції «завтра».

4. Наявність фахівців за якістю на підприємстві достатньо і керівнику цією проблемою займатися не потрібно.

5. Вимоги керівників про зниження витрат на виробництво деколи суперечить підвищенню якості продукції і т.п.

Ці помилки говорять про те, що часто керівники вищої ланки не розуміють сутності проблеми управління якістю і методів цього управління. Тому це складне, комплексне явище потрактує односторонньо і спрощено.

Звичайно керівники вищої ланки вважають, що основним методом є посилювання контролю, упровадження стандартизації і уніфікації, а управлінням якістю повинен займатися тільки відділ технічного контролю.

Такий підхід виявляється мало ефективним.

Правильним є твердження, що вище керівництво підприємства грає важливу роль в управлінні якістю. Якщо воно не виконує своїх основних обов'язків в цій сфері, то високої якості забезпечити не вдається. А це, у свою чергу, приводить до зниження економічних показників діяльності підприємства і втрати їм своїх позицій на ринку.

Які ж обов'язки повинне нести керівництво вищої ланки на підприємстві по управлінню якістю?

1. Надавати питанням комплексного управління якістю першочергову і постійну увагу.

2. Визначати і формулювати мету і задачі підприємства в області управління якістю. Ця мета і задачі повинна бути доведений до кожного працівника.

3. Організувати збір інформації про якість продукції підприємства і регулярно аналізувати її в колективі.

4. Виробляти політику підприємства в області якості продукції.

5. Організовувати перебудову свідомості працівників у напрямі досягнення високої якості продукції.

6. Проводити розподіл обов'язків у вищому керівництві за забезпечення якості продукції.

7. Упроваджувати на виробництві технологічний зв'язок вигляду «наступний етап виробничого процесу – споживач продукції попереднього».

8. Новаторство, пошук і ініціатива керівників вищої ланки невід'ємна властивість керівника.

Виконання цих обов'язків вищим керівництвом підприємства забезпечить передумови для вдосконалення управління якістю, розвиток СУЯ, необхідну підтримку розвитку і упровадження ініціативи знизу. Окрім цього, це створить внутрішні стимули підвищення якості на підприємстві.

Модуль 2 Роль стандартизації і сертифікації в управлінні якістю виробництва та обслуговування

Тема 1 Роль стандартизації в управлінні якістю.

Сучасні умови господарювання змушують кожне підприємство запровадити дійовий комплексний механізм управління якістю продукції та суворо дотримуватись його вимог. Визначальними елементами цього специфічного менеджменту, що справляють найбільш істотний вплив на процес постійного забезпечення виробництва й постачання на ринок конкурентоспроможної продукції, є стандартизація та сертифікація виробів.

1. Стандартизація вимог до якості.

Під стандартизацією розуміють встановлення й застосування єдиних правил з метою впорядкування діяльності в певній галузі. Стосовно продукції стандартизація охоплює:

- встановлення вимог до якості готової продукції, а також сировини, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів;
- розвиток уніфікації та агрегування продукції як важливої умови спеціалізації й автоматизації виробництва;
- визначення норм, вимог і методів у галузі проектування та виготовлення продукції для забезпечення належної якості й запобігання невинуватим різноманітності видів і типорозмірів виробів однакового функціонального призначення;
- формування єдиної системи показників якості продукції, методів її випробування та контролю; уніфікація вимірювань і позначень;
- створення єдиних систем класифікації та кодування продукції, носіїв інформації, форм і методів організації виробництва.

Стандартизація продукції здійснюється за певними принципами, головними з яких є:

- урахування рівня розвитку науки і техніки, екологічних вимог, економічної доцільності та ефективності виробництва для виробника, користі й безпеки для споживачів і держави в цілому;
- гармонізація з міжнародними, регіональними, а за необхідності — з національними стандартами інших країн;
- взаємозв'язок і узгодженість нормативних документів усіх рівнів; придатність останніх для сертифікації продукції;
- участь у розробці нормативних документів усіх зацікавлених сторін — розробників, виробників, споживачів, органів державної виконавчої влади;
- відкритість інформації щодо чинних стандартів та програм робіт зі стандартизації з урахуванням вимог законодавства.

Результати стандартизації відображаються в спеціальній нормативно-технічній документації. Основними її видами є стандарти й технічні умови — документи, що містять обов'язкові для продуцентів норми якості виробу і способи їхнього досягнення (набір показників якості, рівень кожного з них, методи й засоби вимірювання, випробувань, маркування, упакування, транспортування та зберігання продукції). Нормативно-технічна документація, що застосовується на підприємствах, охоплює певні категорії стандартів, які різняться за мірою жорсткості вимог до виробів і за сукупністю об'єктів стандартизації:

- Міжнародні стандарти ІСО серії 9000
- Галузеві стандарти
- Державні стандарти України
- Стандарти науково-технічних інженерних товариств та союзів
- Технічні умови
- Стандарти підприємств

Найбільш жорсткі вимоги щодо якості містять міжнародні стандарти, розроблені Міжнародною організацією стандартизації – ІСО, що їх використовують для сертифікації виробів, призначених для експорту в інші

країни і реалізації на світовому ринку. Нині існують міжнародні стандарти ІСО серії 9000:

- 9000-194. Загальне управління якістю та стандарти для забезпечення якості
- 9001-1994. Системи якості. Модель забезпечення якості та проектування, розробки, виробництва, монтажу та обслуговування
- 9002-1994. Системи якості. Модель забезпечення якості за виробництва, монтажу та обслуговування
- 9003-1994. Системи якості. Загальне управління якістю та елементи системи якості.
- 10011-1-1990. Системи якості. Керівні вказівки щодо перевірки систем якості.
- 10011-2-1991. Системи якості. Керівні вказівки. Кваліфікаційні критерії для експортів-аудиторів щодо перевірки систем якості.
- 10011-3-1991. Системи якості. Керівництво програмою перевірок.

Державні стандарти України встановлюють на:

- 1) вироби загально-машинобудівного застосування (підшипники, інструменти, деталі кріплення тощо);
- 2) продукцію міжгалузевого призначення;
- 3) продукцію для населення й народного господарства;
- 4) організаційно-методичні та загальнотехнічні об'єкти (науково-технічна термінологія, класифікація та кодування техніко-економічної та соціальної інформації, інформаційні технології, технічна документація, організація робіт зі стандартизації та метрології, довідкові дані щодо властивостей матеріалів і речовин);
- 5) елементи народногосподарських об'єктів державного значення (транспорт, зв'язок, енергосистема, оборона, навколишнє природне середовище, банківсько-фінансова система тощо);

б) методи випробувань. Вони містять обов'язкові й рекомендовані вимоги. До обов'язкових належать вимоги, котрі гарантують безпеку продукції для життя, здоров'я та майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону.

Галузеві стандарти розробляють на ту продукцію, щодо якої бракує державних стандартів України, або за необхідності встановлення вимог, котрі доповнюють чи перевищують такі за державними стандартами, а стандарти науково-технічних та інженерних товариств – у разі потреби поширення результатів фундаментальних і прикладних досліджень, одержаних в окремих галузях знань чи сферах професійних інтересів. Ця категорія нормативних документів може використовуватись на засадах добровільної згоди відповідних суб'єктів діяльності. Технічні умови містять вимоги, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції. Вони регламентують норми й вимоги щодо якості тих видів продукції, для яких державні або галузеві стандарти не розробляються, тих, які виготовляються на замовлення окремих підприємств, а також щодо якості нових видів виробів на період їхнього освоєння виробництвом.

Стандарти підприємств виокремлюють у самостійну категорію умовно (без правової підстави), їх підприємства розробляють з власної ініціативи для конкретизації вимог до продукції й самого виробництва. Об'єктами стандартизації на підприємствах можуть бути окремі деталі, вузли, складальні одиниці, оснащення та інструмент власного виготовлення, певні норми в галузі проектування й продукування виробів, організації та управління виробництвом тощо. Такі стандарти використовують для створення внутрішньої системи управління якістю праці та продукції.

Стандарти й технічні умови — це документи динамічного характеру, їх треба періодично переглядати й уточнювати з урахуванням інноваційних процесів і нових вимог споживачів до продукції, що виготовляється (проектується).

Сучасні напрямки вдосконалення стандартизації полягають у розробці державних і міжнародних стандартів не для кожного конкретного виробу, а для

групи однорідної продукції, і в обмеженні кількості показників до найбільш істотних. Це дає змогу помітно зменшити кількість чинних стандартів, спростити їхній зміст і здешевити весь процес стандартизації.

1. Сертифікація якості

Коли підприємство веде активну зовнішньоекономічну діяльність, найважливішим елементом виробничого менеджменту взагалі та системи управління якістю зокрема стає сертифікація продукції. Кожний вид товарів, який те чи інше підприємство хоче вигідно продати на світовому ринку, мусить бути сертифікованим, тобто мати документ, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000. Набутий нашими підприємствами досвід зовнішньої комерційної діяльності показує, що так звана безсертифікатна продукція оцінюється на світовому ринку у 3 – 4 рази дешевше, отже, фактично реалізується за безцінь.

В Україні розрізняють обов'язкову і добровільну сертифікацію. Обов'язкова сертифікація здійснюється виключно в межах державної системи управління суб'єктами господарювання, охоплює перевірку й випробування продукції з метою визначення її характеристик (показників) та дальший державний технічний нагляд за сертифікованими виробами. Добровільна сертифікація може проводитись з ініціативи самих суб'єктів господарювання на відповідність продукції вимогам, котрі не є обов'язковими (на договірних засадах).

Суб'єкти господарювання (виробники, постачальники, виконавці та продавці продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації) мають:

- у належному порядку та у визначений термін проводити сертифікацію відповідних об'єктів;
- забезпечувати виготовлення продукції відповідно до вимог того нормативного документа, за яким її сертифіковано;
- реалізовувати продукцію тільки за наявності сертифіката;

- припиняти реалізацію сертифікованої продукції, якщо виявлено її невідповідність вимогам певного нормативного документа або закінчився термін дії сертифіката.

Організаційною основою сертифікації продуктованих підприємствами виробів є мережа державних випробувальних центрів (ДВЦ) для найважливіших видів продукції виробничо-технічного та культурно-побутового призначення, які широко створюються нині.

Протягом останніх років почали формуватися й міжнародні системи сертифікації. Координує заходи зі створення таких систем спеціальний комітет із сертифікації – СЕРТИКО, що діє у складі ІСО. Цим комітетом розроблено:

- правила та порядок здійснення сертифікації продукції;
- критерії акредитації випробувальних центрів (лабораторій);
- умови вступу до міжнародної системи сертифікації (наявність нормативно-технічної документації, що містить вимоги до сертифікованої продукції; високий рівень метрологічного забезпечення виробництва; функціонування спеціальної системи нагляду за діяльністю випробувальних центрів і якістю продукції).

У кількох країнах уже функціонують акредитовані в СЕРТИКО ІСО й визнані світовим співтовариством випробувальні центри, що видають сертифікати на певні види продукції. Зокрема у США діє центр з випробування тракторів і сільськогосподарських машин, у Франції – автомобілів, Чехії та Словачії – електроустаткування та медичної техніки.

На початку 1993 року Україна стала членом ІСО та Міжнародної електротехнічної комісії – ІЕС. Це дає їй право нарівні з 90 іншими країнами світу брати участь у діяльності понад 1000 міжнародних робочих органів технічних комітетів зі стандартизації та сертифікації й використовувати понад 12000 міжнародних стандартів.

Для одержання максимально можливого успіху та створення іміджу надійного партнера на зовнішньому ринку підприємствам бажано створювати й сертифікувати також власні системи якості. Згідно з міжнародним стандартом

ISO 8402 «Якість. Словник» система якості – це сукупність організаційної структури, відповідальності, процедур, процесів і ресурсів, що забезпечують здійснення загального управління якістю. Відповідний рівень такої системи гарантується сертифікатом, який видається підприємству на певний строк – один рік, два роки тощо. Право видачі сертифіката на систему якості має національний орган зі сертифікації; у необхідних випадках йому надається можливість делегувати таку функцію акредитованій для цієї мети іншій організації. Для оцінки системи якості та отримання сертифіката дозволяється залучати будь-яку закордонну фірму, що займається сертифікацією. «Вагомість» сертифіката й рівень довіри до нього залежить від іміджу організації, що видала цей документ.

На підприємствах України такі системи якості ще треба створювати. Вони мають обов'язково передбачати комплексне управління якістю, що потребує колективної діяльності і спільних зусиль. З огляду на це можна головними принципами формування системи якості назвати такі:

- підготовка всіх категорій кадрів найвищого професійного рівня (необхідну якість забезпечують люди, а не машини);
- безпосередня заінтересованість першого керівника та всього керівництва підприємства в повсякчасному позитивному розв'язанні проблем забезпечення якості продукції; підпорядкування поставленій меті організаційної структури системи (наприклад, суміщення посад заступника директора підприємства з питань якості та начальника відділу технічного контролю, що часто трапляється на практиці, є вкрай недоцільним, оскільки технічний контроль – це зовсім не найголовніше в системі);
- управління якістю продукції за участю всіх без винятку працівників підприємства (від директора до робітника); поточний розподіл відповідальності між підрозділами та їхніми керівниками; залучення робітників до повсякденної роботи у цьому напрямку через гуртки якості (виходячи з досвіду Японії, США) тощо.

Дуже важливою і вкрай необхідною є також активна державна політика підтримки ініціативи підприємств щодо розробки, запровадження і сертифікації систем якості продукції.

Тема 2 Розрахунок економічної ефективності стандартизації та підвищення якості

1. Перелік та зміст основних показників ефективності стандартизації

Методики розрахунків економічної ефективності мають свої специфічні риси для різних галузей економіки, окремих підприємств, конкретних видів продукції. Практика і досвід проведення розрахунків економічної ефективності стандартизації показують, що для визначення економічного ефекту від робіт і заходів зі стандартизації доцільно використовувати три групи розрахунків у:

- передвиробничій сфері (на стадії проектно-конструкторських та науково-дослідних робіт, тобто на стадії створення НД);
- сфері виробництва (на стадії створення якості продукції);
- сфері обігу (на стадії обігу й експлуатації продукції).

На стадії проектування витрати зменшуються внаслідок зниження трудомісткості науково-дослідних і проектно-конструкторських робіт, скорочення термінів розробки, кількості розроблюваної документації та впровадження нової продукції, обладнання, технології, що, у свою чергу, дозволяє прискорити отримання ефекту від їх впровадження. До основних джерел економічної ефективності у сфері виробництва слід віднести зниження трудомісткості виготовлення, матеріаломісткості, фондомісткості продукції. А це забезпечує скорочення витрат заробітної плати за рахунок раціонального розміщення трудових ресурсів, економію різних видів ресурсів та підвищення якісних показників виробів, удосконалення методів контролю та випробувань продукції, пакування, транспортування і збереження. Результати у сфері виробництва відбиваються не тільки на собівартості виготовлення продукції,

але й створюють можливість отримання ефекту споживачем та на проміжних стадіях життєвого циклу. У сфері обігу та експлуатації продукції економічний ефект утворюється за рахунок підвищення якості продукції та її надійності, збільшення терміну служби виробів.

Якщо у передвиробничій сфері і сфері виробництва впровадження НД пов'язане з додатковими витратами, то ефект у сфері споживання залежить від якості товарів та послуг, попиту на них, що може привести до зменшення витрат. Як свідчить практика, попит може або стимулювати, або гальмувати розвиток виробництва товарів та послуг, що надаються. Очевидно, максимальний економічний ефект від стандартизації товарів та послуг може бути досягнутий повною мірою тільки у тому випадку, якщо вони користуються попитом. З іншого боку, необхідно враховувати, що попит знаходиться у прямій залежності від якості товарів та послуг. Розрахунок економічного ефекту на кожній стадії дозволяє своєчасно оцінювати результати окремих робіт та робити пошук ефективних рішень.

Вибір методики розрахунку економічної ефективності стандартизації визначається джерелом отримання економічного ефекту, а також наявністю тих чи інших вихідних даних, які використовуються у розрахунках.

Визначення річного економічного ефекту ґрунтується на порівнянні зіставлених витрат до (Z_1) і після (Z_2) проведення робіт зі стандартизації продукції. Величина зіставлених витрат одиниці продукції (робіт) (Z) у грошових одиницях визначається як сума витрат виробництва і нормативного прибутку:

$$Z = C + K_n \cdot K,$$

де C – собівартість одиниці продукції, грн; K – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень, який дорівнює 0,15; K_n – питомі капітальні вкладення в основні та обігові виробничі фонди.

Кращим варіантом буде НД, упровадження якого забезпечить економіці країни мінімальні зіставлені витрати ($C + K_n \cdot K = \text{тіп}$) і термін окупності капітальних вкладень у межах його нормативної величини. Нормативний термін окупності капітальних вкладень визначають за формулою:

$$T_{\text{нн}} = \frac{Z_1}{K_n} \leq 6,6 \text{ грн}$$

Розрахунковий термін окупності капітальних вкладень:

$$T_{\text{нн}} = \frac{K_2 - K_1}{C_{p_1} - C_{p_2}}$$

де K – вартість виробничих фондів, грн; C_p – собівартість річного обсягу випуску продукції, грн; 1 та 2 – відповідно позначаються показники до і після проведення робіт із заходів зі стандартизації.

При проведенні робіт з упровадження нового НД можливі додаткові капітальні вкладення. Для цього визначають термін окупності додаткових капітальних вкладень за формулою:

$$T_{\text{нн}} = \frac{1}{K_{\text{ст}}}$$

Капітальні та поточні витрати виробництва неоднаково розподіляються з часом і суттєво змінюються за роки експлуатації продукції. При розрахунках річного економічного ефекту стандартизації враховують фактор часу шляхом застосування коефіцієнта зведення (приводження) різночасових витрат (α_t) до поточного моменту:

$$\alpha_t = (1 + H_s)^t$$

де N_3 – норматив зведення (приводження), який дорівнює 0,1; t – кількість років, що враховують витрати і результати даного року від другого року впровадження НД.

Величину розрахункового коефіцієнта ефективності капітальних вкладень (K_{KB}) порівнюють з величиною нормативного коефіцієнта (K_H). Розрахунковий коефіцієнт ефективності капітальних вкладень (K_{KB}) визначають за формулою:

$$K_{KB} = \frac{Z_1}{T} = \frac{C_{p_1} - C_{p_2}}{K_2 - K}$$

Питомі капітальні вкладення до проведення робіт та заходів впровадження НД розраховують за формулою:

$$K_1 = \frac{K}{A_1}$$

Де K – середня вартість основних виробничих фондів і нормованих обігових коштів, грн; A_1 – річний обсяг випуску продукції до проведення робіт із заходів зі стандартизації в натуральних одиницях.

Питомі капітальні вкладення після проведення робіт і заходів зі стандартизації:

$$K_2 = \frac{K + \Delta K}{A_2}$$

де ΔK – додаткові капітальні вкладення, які були необхідні для проведення робіт і заходів зі стандартизації; A_2 – річний обсяг випуску продукції після впровадження НД в натуральних одиницях. Коефіцієнт економічної ефективності стандартизації:

$$K_{er} = \frac{A_2(C_2 - C_1) - A_1(C_2 - C_1)}{K}$$

де Ц – ціна одиниці продукції, грн.

Величина річного економічного ефекту визначається за формулою:

$$E_{\text{ст}} = (C_1 + K_n \cdot K_1) - (C_2 + K_n \cdot K_2) \cdot A_2.$$

Величина повного народногосподарського економічного ефекту від упровадження НД розраховується як сума усіх економічних ефектів, які отримані при розрахунках у різних сферах життєвого циклу продукції:

$$E = E_p + E_v + E_o + E_e,$$

де E_p , E_v , E_o , E_e – річний економічний ефект від впровадження НД, який отримано відповідно на стадіях розробки, виробництва, обігу та експлуатації (споживання), грн.

Матеріали з розрахунку економічної ефективності НД щорічно узагальнюються і аналізуються. При розрахунку економічної ефективності стандартизації визначають соціальні результати впровадження НД, які можуть бути виражені у натуральних, умовно-натуральних показниках, індексами чи балами. При неможливості кількісного визначення соціальних результатів наводять їхню якісну характеристику. Соціальними результатами впровадження НД є задоволення потреб населення товарами та послугами; збільшення вільного часу населення, зміна характеру і змісту праці, поліпшення стану навколишнього природного середовища тощо.

Важливим елементом у системах управління якістю продукції є стандартизація — нормотворча діяльність, яка знаходить найбільш раціональні норми, а потім закріплює їх у нормативних документах у вигляді стандарту, інструкцій, методик та вимог до розробки продукції. Стандартизація — незамінний засіб забезпечення сумісності, взаємозамінності, уніфікації, типізації, надійності техніки й інформаційних мереж, норм безпеки і

екологічних вимог, єдності характеристик і властивостей якості продукції, робіт, процесів і послуг.

Вплив стандартизації на підвищення якості продукції реалізується переважно через: комплексну розробку стандартів на сировину, матеріали, напівфабрикати, комплектуюче устаткування, оснащення і готову продукцію; встановлення в стандартах технологічних вимог до показників якості, а також єдиних методів випробування і засобів контролю.

Головне завдання стандартизації — створити систему нормативно-технічної документації, яка визначає прогресивні вимоги до продукції, що виготовляється на потреби народного господарства, населення, оборони країни, експорту, а також контроль за правильністю використання цієї документації.

За існуючою системою стандартизації можна розробляти і підтримувати в діючому режимі:

— єдину технічну мову;

— уніфіковані ряди найважливіших технічних характеристик продукції (допуски і посадки, напругу, частоти та ін.);

— типорозмірні ряди, типові конструкції виробів загальномашинобудівного застосування (підшипники, кріплення, ріжучий інструмент і т. ін.);

— систему класифікаторів техніко-економічної інформації;

— вірогідні довідкові дані про властивості матеріалів та речовин.

Державна система стандартизації України має бути гармонізована з міжнародними, національними системами і спрямована на забезпечення:

— реалізації єдиної технічної політики у сфері стандартизації, метрології та сертифікації;

— захисту інтересів споживачів і держави з питань безпеки продукції і процесів, робіт і послуг для життя, здоров'я та майна громадян, охорони навколишнього природного середовища;

— взаємозамінності та сумісності продукції, її уніфікації;

— якості продукції відповідно до розвитку науки і техніки, потреб населення і народного господарства;

— економії всіх видів ресурсів, поліпшення техніко-економічних показників виробництва;

— безпеки народногосподарських об'єктів з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;

— створення нормативної бази функціонування систем стандартизації та сертифікації продукції;

— обороноспроможності та мобілізаційної готовності країни. Основні принципи стандартизації:

— урахування рівня розвитку науки і техніки, екологічних вимог, економічної доцільності й ефективності виробництва для виробника, користі та безпеки для споживачів і держави в цілому;

— гармонізація з міжнародними, регіональними, а в разі необхідності — з національними стандартами інших країн;

— забезпечення відповідності вимог нормативних документів актам законодавства;

— участь у розробленні нормативних документів усіх зацікавлених сторін (розробників, виробників, споживачів, органів державної виконавчої влади тощо);

— взаємозв'язок і узгодженість нормативних документів усіх рівнів;

— придатність нормативних документів для сертифікації продукції;

— відкритість інформації про діючі стандарти і програми робіт із стандартизації з урахуванням вимог чинного законодавства.

2. Перелік та зміст основних показників економічної ефективності підвищення якості

Організація робіт у системі управління якістю визначається стандартами, які регламентують технічний рівень продукції, її надійність, довговічність, економічні, естетичні й ергономічні характеристики. Отже, стандарт — це документ, що встановлює для загального і багаторазового застосування правила, загальні принципи або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, з метою досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній галузі, та розроблений у встановленому порядку на основі консенсусу.

В Україні використовуються такі категорії нормативних документів із стандартизації:

— державні стандарти України;

— галузеві стандарти;

— стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок;

— технічні умови;

— стандарти підприємств.

До державних стандартів України прирівнюються державні будівельні норми і правила, а також державні класифікатори техніко-економічної та соціальної інформації. Порядок розроблення і застосування державних класифікаторів установлюється Державним комітетом України зі стандартизації, метрології та сертифікації.

Міжнародні, регіональні та національні стандарти інших країн застосовуються в Україні відповідно до її міжнародних договорів.

Як державні стандарти України використовуються також міждержавні стандарти, передбачені Угодою про проведення погодженої політики у сфері стандартизації, метрології та сертифікації, підписані у м. Москва 13 березня 1992 року.

Республіканські стандарти Української РСР (РСТ УРСР) застосовуються як державні до їх заміни чи скасування.

Галузеві стандарти розробляються на продукцію за відсутності державних стандартів України чи в разі необхідності встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів. Обов'язкові вимоги галузевих стандартів підлягають безумовному виконанню підприємствами, установами й організаціями, що входять до сфери управління органу, який їх затвердив.

Функціональні характеристики стандартизації в управлінні якістю продукції підприємства наведено на рис. 3.

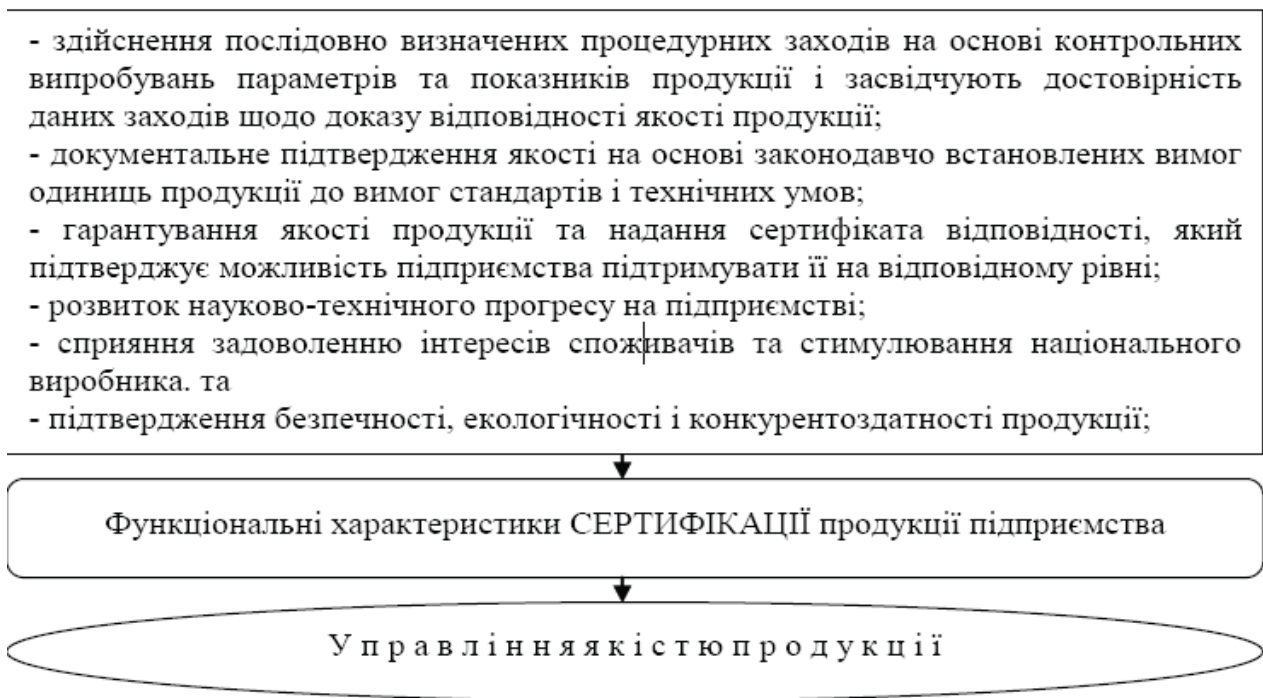


Рис. 3. Функціональні характеристики стандартизації в управлінні якістю продукції підприємства

Стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок розробляють у разі необхідності поширення результатів фундаментальних і прикладних досліджень, одержаних в окремих галузях знань чи у сферах професійних інтересів. Ці стандарти можуть використовуватися на основі добровільної згоди користувачів.

Технічні умови і стандарти підприємств містять вимоги, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції.

Роль та місце стандартизації та сертифікації в управлінні якістю продукції підприємства наведено на рис. 4.



Рис. 4. Роль та місце стандартизації та сертифікації в управлінні якістю продукції підприємства

Для організації інформування споживачів (замовників) про номенклатуру та якість продукції, що випускається, контролю відповідності технічних умов обов'язковим вимогам державних, а в передбачених законодавством випадках – галузевих стандартів, технічні умови на продукцію та зміни до них підлягають державній реєстрації в територіальних органах Державного комітету України зі стандартизації, метрології та сертифікації. Технічні умови та зміни до них, які не пройшли державної реєстрації, вважаються недійсними.

Стандарти підприємств розробляються на продукцію, що використовується лише на конкретному підприємстві.

Майнова частина авторського права на технічні умови і стандарти підприємств належить підприємствам або органам, що їх затвердили.

Залежно від об'єкта стандартизації, його специфіки і змісту вимог до них, стандарти, що розробляються, підрозділяються на такі види:

- стандарти основоположні;
- стандарти на продукцію, послуги;
- стандарти на процеси;
- стандарти на методи контролю, випробувань, вимірювань, аналізу.

3. Методика оцінки ефективності підвищення якості

Загальновідомо, що поліпшення якості продукції, товарів, послуг приносить користь товаровиробникам, споживачам і суспільству в цілому, тобто воно, як прийнято говорити ефективно апріорі.

Відомо також, що слово ефект походить від латинського: *effectus* – виконання, дія. У російській мові слово ефект придбало безліч значень як досить близьких до першоджерела, так і порівняно далеко від нього стоять. Використовуючи слово ефект ми маємо на увазі: результат, наслідок яких-

небудь причин, дій чи сильне враження. Ефект може бути позитивним чи негативним, позитивним чи негативним.

У той же час очевидно, що розуміння розмаїття ефектів ефективності зміни якості недостатньо для визначення ролі якості в широкому, економічному, суспільному значенні, для дій в системах якості, для вибору і встановлення показників якості виробів при проектуванні, виготовленні, продажу, виробленні політики в області якості і т.д. Тому доводиться застосовувати спеціальні класифікації, характеристики, специфічні методи розрахунку, уточнення роз'яснення.

Економічна ефективність якості продукції, її оцінка від застосування систем якості.

Оцінка ефективності являє собою процедуру встановлення економічного переваги конкретного типу або виду продукції, або окремого одиничного виробу в порівнянні з аналогічними діючими або новостворюваними.

Порівняння може здійснюватися по відношенню до досягнутого або нормативному рівню ефективності.

Методи оцінки визначають ефективність в статистиці, в зафіксованих значеннях параметрів якості на конкретний момент часу. Однак вони не дають уявлення про можливі варіанти динаміки процесу створення і застосування продукції, не дозволяють, визначати техніко-економічні наслідки, пов'язані зі зміною якості.

Дослідження ефективності включає в себе визначення рівня ефективності, виявлення причин та факторів, що обумовлюють цей рівень, вивчення можливостей і резервів, а також способів та шляхів підвищення ефективності шляхом поліпшення якості продукції тим чи іншим способом.

Мета дослідження ефективності якості - вивчення зміни різних сторін ефективності, пов'язаних зі змінами параметрів якості продукції і процесів її створення та використання.

У процесі дослідження розробляється, вирішується і аналізується коло взаємопов'язаних проблем і питань, що дозволяє глибше проникнути в природу

створюваних виробів і виявити умови їх функціонування, можливі зміни ефективності і визначити доцільність цих змін.

Дослідити ефективність якості можна на різних стадіях життєвого циклу - при проектуванні, виготовленні, експлуатації. Кожна стадія має свої особливості, які варто враховувати. Проте в них можна виділити ряд загальних методологічних принципів.

Перехід від оцінки ефективності покращення чи погіршення якості до дослідження ефективності якості має принципове значення. На цьому шляху поєднуються, об'єднуються ідеї та методи оцінки ефективності, моделювання та дослідження операцій.

Процес поліпшення якості та її перетворень під впливом особливостей стадій життєвого циклу продукції є типовим об'єктом дослідження операцій.

У теорії дослідження операцій центральним є поняття операція, що означає сукупність умов та обставин, в яких протікає той чи інший процес. При дослідженні операцій вивчаються суттєві елементи процесу та їх взаємозв'язок на користь вибору рішень, які забезпечують найкращі результати перебігу цього процесу. Для постановки завдань, що вирішуються цим методом, важливі також характер, зміст процесів, їх призначення і закони протікання.

Встановити закони протікання будь-якого процесу - це означає, по-перше, визначити необхідні та достатні умови його здійснення і, по-друге, встановити залежність процесу від цих умов. Важливо, щоб параметри, що характеризують процеси, були досить точно визначені, вивчені й описані.

З'ясування законів, яким підкоряються процеси, дозволяє послідовно вирішувати два завдання: обґрунтовано прогнозувати кінцевий результат операції у характерних для неї умовах та раціонально організувати операцію, моделюючи процеси для досягнення наміченого рівня поліпшення якості, бажаної ефективності.

З цих позицій в теорії та практиці управління якістю продукції необхідно розширити понятійний апарат:

1. *Операція щодо поліпшення якості продукції* – це сукупність елементів, умов та обставин, в яких здійснюється процес зміни властивостей продукту праці в інтересах задоволення визначеної потреби в потрібному обсязі і в потрібний час з мінімальними витратами сил і засобів. Операція щодо поліпшення втілює в собі принципову схему механізму управління якістю.

2. *Організація операції з поліпшення якості* - впорядкування за певними правилами і приведення в дію факторів і умов здійснення процесу щодо поліпшення якості. Іншими словами, організація операції по зміні якості – це проектування, запуск та забезпечення функціонування механізму управління якістю.

3. *Раціоналізація операцій по поліпшенню якості продукції* – додання дій і процесів щодо поліпшення якості такого їх складу, змісту, поєднання і послідовності, у яких мета зміни якості буде досягнута в потрібний термін найменших витратах сил і коштів. Раціоналізація операцій, процесів спрямована на підвищення ефективності управління якістю.

4. *Ситуація розробки і здійснення операції щодо поліпшення якості продукції* – це поєднання організаційних, організаційно-технічних, економічних та інших реальних або передбачуваних умов, в яких належить розробити і здійснити операцію – поліпшити якість. Ситуації, в яких доводиться виробляти та здійснювати дії по зміні якості, за своїм змістом і характером надзвичайно різноманітні. Їх варіанти лежать в діапазоні від кон'юнктури ринку, де реалізується продукція, до організації технологічних операцій.

5. *Оптимізація* – створення таких умов здійснення операції при яких процес протікав би найкращим чином і дав би найкращі результати, найбільшу ефективність. Хоча оптимальна організація операцій бажана, вона тим не менш не завжди здійсненна. У більшості випадків через брак часу, коштів та інформації. При управлінні якістю продукції розумно розрізняти ідеальний (теоретичний) рівень оптимізації і реально досяжний. Дослідження операцій не ставить перед собою завдання обов'язково оптимізувати здійснення кожної операції по зміні якості. Основна мета дослідження операцій зводиться до

кількісного обґрунтування і вибору з декількох шляхів і способів раціональної побудови і реально найкращого здійснення операції.

Вибір того чи іншого способу дії прийнято називати рішенням. Тому можна сказати, що мета дослідження - всебічне кількісне обґрунтування для прийняття рішень щодо поліпшення якості.

Дослідження ефективності продукції передбачає:

Чітке з'ясування характеру потреб, для задоволення яких створюється продукція;

Визначення комерційних чи інших цілей, для досягнення яких створюється або застосовується продукція;

Аналіз впливу на ефективність технічних, організаційних та економічних умов та факторів, пов'язаних зі створенням та використанням продукції;

Вироблення рекомендацій щодо вдосконалення продукції або процесів її створення та застосування.

Оцінка економічної ефективності від застосування різних технічних, інформаційних та інших систем та заходів ґрунтується на методології розрахунку економічного ефекту (або передбачуваного, або фактичного), отриманого в результаті роботи системи або виробу, як правило, протягом календарного року.

Річний економічний ефект E можна розрахувати за формулою:

$$\Xi = \Xi_1 - \Xi_2 = (C_1 + K_1 E_n) - (C_2 + K_2 E_n),$$

Де

Ξ_1 – Приведені витрати за базовим варіантом системи або виробу.

Ξ_2 – Наведені витрати з впроваджуваної варіанту системи або виробу.

$C_{1,2}$ – собівартість одиниці продукції,

$K_{1,2}$ – питомі капітальні вкладення у виробничі фонди, р.

E_n – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень.

Оцінку економічної ефективності нової системи виконують з допомогою основних та додаткових показників.

Основними показниками є капітальні вкладення, необхідні для створення і впровадження нової системи, собівартість продукції і термін окупності додаткових капітальних вкладень.

До додаткових показників відносяться підвищення продуктивності праці, полегшення умов і підвищення безпеки праці, поліпшення якості продукції, підвищення надійності та збільшення терміну служби виробу, зростання випуску продукції з одиниці устаткування або 1 м^2 виробничої площі та ін. Показником порівняльної економічної ефективності є мінімум приведених витрат:

$$C = E_n K \rightarrow \min, \text{ Де}$$

C – собівартість одиниці продукції (роботи), р.

K – питомі капітальні вкладення у виробничі фонди.

E_n – нормативні коефіцієнт ефективності капітальних вкладень, що дорівнює 0,15.

При розрахунках економічного ефекту враховують фактор часу, якщо капітальні витрати виробляють протягом ряду років, а також якщо поточні витрати і результати виробництва по роках експлуатації.

Для приведення витрат до єдиної системи обчислення використовують коефіцієнт приведення:

$$\alpha_t = (1 + E)^t, \text{ Де}$$

α_t – Коефіцієнт приведення.

E – норматив приведення, рівний 0,1.

t – Число років від другого року впровадження нових заходів до року здійснення витрат і отримання результатів.

Витрати і результати, відповідно зроблені і отримані до початку розрахункового року, множать на коефіцієнт приведення, а після початку розрахункового року ділять на цей же коефіцієнт. Тоді формула прийме вигляд:

$$\exists = [(K_{,1} + E_n K_1) - (K_{,2} + E_n K_2)], \text{ Де}$$

E - економічна ефективність процесу управління якістю;

$Do_{E1, E2}$ Do – комплексні показники ефективності відповідно замінної і впроваджуваної системи, р.;

Do_1, K_2 – питомі капітальні вкладення відповідно замінної і впроваджуваної системи, р.;

A – число об'єктів контролю якості.

Економічний ефект від поліпшення якості може бути виражений формулою:

$$E = P - Z = P - (Z_d + Z_e), \text{ де}$$

E – економічний ефект,

Z – витрати,

Z_d – витрати на досягнення економічного ефекту,

Z_e – витрати на експлуатацію.

Ефективність виробництва може підвищуватися навіть при скороченні обсягів реалізації, але це можливо, тільки якщо якість продукції зростає швидше, ніж темпи зниження обсягів виробництва і реалізації.

Для визначення економічної ефективності від поліпшення якості продукції, необхідно враховувати:

1. Для поліпшення якості необхідні додаткові поточні та одноразові витрати

2. Економічний ефект від поліпшення якості продукції отримує споживач.

У даному випадку продукція реалізується і виробник збільшує доходи

3. Необхідно враховувати економію від зниження кількості браку

4. підприємство при поліпшенні якості продукції отримує економічну вигоду від збільшення випуску і реалізації продукції, збільшення ціни реалізації, збільшення експорту.

У результаті ці фактори проявляються в отриманні додаткового прибутку, яка визначається за формулою:

$$\Delta \Pi = \Delta \Pi_v + \Delta \Pi_p \pm (C_d - C_{br}), \text{ Де}$$

$\Delta \Pi_v$ – Додатковий прибуток, отриманий від збільшення обсягу виробництва і реалізації.

$\Delta\Pi$ – Додатковий прибуток, отриманий від зростання ціни реалізації.

C_d – додаткові витрати на виробництво і реалізацію продукції, пов'язані з поліпшенням якості продукції.

$Z_{бр}$ – величина зниження витрат на виробництво в зв'язку зі скороченням кількості браку.

Соціальна ефективність поліпшення якості.

Це ефективність, що виникає в результаті взаємодії якості з потребами суспільства в цілому або окремих груп її громадян. Соціальна ефективність високої якості продукції та послуг відображається на стані всього суспільства, його окремих груп і особистостей. Вона виражається у зміцненні почуття власної гідності як споживачів, так і товаровиробників. А головне – висока якість продукції являє собою матеріальну основу якості життя громадян. Високий рівень способу життя є вищий прояв соціальної ефективності якості.

У зв'язку з високою задоволеністю матеріальних і духовних потреб громадян та їх груп на основі високої якості продукції, товарів і послуг істотно зростають практично всі компоненти безпеки, створюються умови для стабільності в суспільстві та сталого розвитку.

При погіршенні якості продукції, що випускається соціальна ефективність перетворюється на свою протилежність: виникають невдоволення, конфлікти, загострюються суперечності між виробництвом і споживанням, розвиток суспільства втрачає стійкість.

Психологічна ефективність поліпшення якості.

Висока якість виробу, наданої послуги доставляє радість, викликає почуття подяки до того, хто доставив цю радість. Психологічний вплив якості – ґрунт, на якій народилися технічна естетика, дизайн. Все наполегливіше до числа властивостей продукції пробивається комфортність. У багатьох видах сучасної промислових виробів естетичні властивості, краса стали не тільки невід'ємними складовими якості, але і висуваються на найперші позиції. Погана якість, некрасивість пригнічують споживача і сумлінного товаровиробника. Виникає психологічний дискомфорт.

Безпекова оцінка якості.

У наш час виникла необхідність оцінки продукції, виробів, особливо продуктів харчування, з точки зору їх безпеки, запобігання різних форм шкідливого впливу на людину.

В багатьох випадках при високій економічній, комерційної ефективності продукції, звично вважається високоякісною, доводиться відмовлятися від її виробництва і використання за критеріями безпеки.

Падіння безпечної ефективності сучасної продукції спонукало багато держав до введення обов'язкової сертифікації на їх відповідність нормам безпеки.

В умовах розширення та поглиблення ринкових відносин, гострої конкуренції на товарних ринках виникає необхідність здійснювати всебічну оцінку ефективності якості. Відсутність економічної ефективності підвищення якості продукції практично не буває. Навіть ті підприємства, які продають продукцію, яка не є високоякісною, можуть бути зацікавлені у підвищенні якості, оскільки це завжди означає завоювання нових ринків збуту, розширення виробництва, збільшення прибутку. У наш час завжди існує можливість модернізації виробництва та поліпшення якості продукції за всіма показниками. Існують підприємства, для яких підвищення якості продукції є другорядним завданням, для яких підвищення якості розглядається як не вигідне вкладення коштів, однак умови конкуренції на ринку зумовлюють те, що такі підприємства рано чи пізно будуть змушені модернізувати своє виробництво, щоб їхня продукція продавалася і далі.

Тема 3 Роль стандартизації в управлінні якістю.

1. Роль стандартизації у формуванні вимог до якості продукції та послуг.

Сучасний стан науково-технічного прогресу характеризується прискореним темпом розвитку науки і техніки, більш тісною взаємодією та впливом їх на виробництво. Розвиток техніки пов'язаний зі значним ускладненням обладнання, використанням різних систем машин і приладів, які взаємопов'язані між собою більш жорстким режимом їх експлуатації, використанням широкої номенклатури речовин і матеріалів. Відбувається процес поширення кооперації і значне ускладнення зв'язків між галузями народного господарства, підприємствами та організаціями. Різко зростають вимоги до сировини, матеріалів, комплектуючих виробів і готової продукції. Першорядне значення набувають питання надійності та безпеки товарів виробничого призначення та товарів народного споживання.

У виконанні народногосподарських завдань, підвищенні ефективності суспільного виробництва і поліпшенні якості продукції стандартизація відіграє суттєву роль, адже вона акумулює найновіші досягнення науки і техніки, органічно з'єднує фундаментальні та прикладні галузі науки, сприяє швидкому впровадженню наукових досягнень в практику, допомагає визначити найбільш економічні та перспективні напрямки розвитку науково-технічного прогресу і народного господарства країни.

Сьогодні різко зростає роль стандартизації як важливої ланки у системі управління технічним рівнем якості продукції - від наукових розробок і до експлуатації та утилізації виробів. Стандартизація поєднує науку, техніку і виробництво, сприяє забезпеченню єдиної технічної політики в різних галузях народного господарства, технічному переозброєнню виробництва, широкому впровадженню сучасної техніки і технологій, інтенсифікації виробництва, механізації і автоматизації виробничих процесів, підвищенню якості товарів. Усе це сприяє розвитку економіки країни.

Характерною особливістю стандартизації є те, що сфера її дії та застосування, рівень розвитку знаходяться у широкому діапазоні. Немає такої сфери діяльності людини, до якої б не була причетна стандартизація. Адже з поширенням і поглибленням пізнання, розвитком науки і техніки,

удосконаленням виробництва масштаби робіт значно зростають і поширюється сфера використання принципів стандартизації.

Основна мета стандартизації – це оптимальне впорядкування об'єктів стандартизації для прискорення науково-технічного прогресу, підвищення ефективності виробництва, поліпшення якості продукції, удосконалення організації управління народним господарством, розвиток міжнародного економічного, наукового і технічного співробітництва.

Стандартизація відповідно до основної мети має різні завдання. Головне завдання - створення системи нормативної документації, яка визначає прогресивні вимоги до продукції, що виготовляється для потреб народного господарства, населення, оборони держави та експорту, до її розробки, вироблення та застосування, а також забезпечення контролю за правильністю використання цієї документації.

Стандартизація є організаційно-технічною основою економічного і науково-технічного співробітництва між країнами, ефективним засобом поширення зв'язків між країнами і ліквідування технічних бар'єрів у міжнародній торгівлі. Зміцнення науково-технічних та економічних зв'язків привертає увагу до стандартизації усіх розвинених країн світу та країн, що розвиваються, а також технічних, економічних, міжнародних, регіональних і національних організацій, фірм і підприємств. Це є наслідком об'єктивної необхідності стандартизації в управлінні економічними і виробничими процесами.

Останнім часом однією з ключових проблем науково-технічного та економічного розвитку країн є проблема якості продукції. Поліпшення якості продукції (процесів, робіт послуг) – це проблема не тільки споживча чи технічна, але й економічна, соціальна й політична проблеми суспільства.

Сучасний рівень розвитку економіки України, потреба у корінних змінах матеріальних і соціальних умов життя народу висувають на перший план проблему якості. Поліпшення якості товарів (процесів, робіт, послуг) можливе

тільки на основі стандартизації. Управляти та підвищувати якість можливо тільки на основі стандартів та іншої нормативно-законодавчої документації. Стандарти встановлюють вимоги до якості та надійності методів контролю і випробовувань продукції, створюють необхідну єдність, без якої неможливий подальший розвиток технічного рівня.

Стандарти та інші нормативні документи складають значну і важливу частину нормативної бази економіки країни. Розробку стандартів здійснюють вчені та спеціалісти головних і базових організацій зі стандартизації усіх галузей народного господарства. На основі результатів науково-дослідних, проектно-конструкторських і дослідницько-технологічних робіт у стандартах встановлюються перспективні вимоги, тобто закладаються не тільки показники, що визначають якість продукції на даному етапі, але й перспективні показники технічного рівня, якості та економічності, відповідно до яких повинна проектуватися і освоюватися нова продукція.

Стандарти з випереджаючими вимогами є своєрідним прогнозом технічного прогресу продукції, що розробляється. При цьому повинні використовуватися найсучасніші методи прогнозування і оптимізації. Математичні методи оптимізації кількісних вимог стандартів дають можливість отримувати найвищий ефект від стандартизації.

Стандарти та інша нормативна документація відіграють важливу роль при вирішенні технічних, економічних і соціальних проблем країни, тому належить постійно підвищувати науково-технічний рівень чинних стандартів, оновлювати їх з метою заміни застарілих показників і своєчасного відображення вимог народного господарства.

Технічними комітетами України зі стандартизації розроблено понад 500 термінологічних стандартів в усіх галузях діяльності, що дозволило сформулювати основи української науково-технічної термінології. В Україні станом на 01.01.99 р. надано чинності 2 160 державним (національним) стандартам, близько 60% з яких гармонізовані з міжнародними. Проблема міжнародної гармонізації стандартів як важливого засобу ліквідування

перешкод у торгівлі та промислового співробітництві знайшла відбиття в Завершальному Акті, який підписали усі європейські держави, Канада й США в серпні 1975 р. у Гельсінкі.

На території України протягом 1998 р. затверджено та впроваджено в різних галузях народного господарства 102 державних стандарти України, з яких 28 - пряме впровадження стандартів міжнародних організацій зі стандартизації ISO та ІЕС. Впровадження міжнародних стандартів дає змогу виробникові не тільки піднести якість вітчизняних товарів до рівня міжнародних вимог, але й забезпечити перебудову виробництва, його організацію, технологію, систему управління якістю відповідно до рівня розвинених країн світу. Наявність сертифіката відповідності міжнародному стандарту забезпечить для українського виробника доступ на міжнародний ринок.

З метою забезпечення ефективного доступу українських виробників (експортерів) до міжнародних, міждержавних (країн СНД) і національних нормативних документів створено Головний інформаційний фонд стандартів. Нормативні документи цього фонду використовуються в усіх галузях суспільного виробництва та споживання продукції (надання послуг). За станом на 01.10.98 р. у Головному інформаційному фонді стандартів Держстандарту України зберігається понад 104 тис. нормативних документів, у тому числі 20 тис. стандартів, що мають статус національних, понад 13 тис. міжнародних стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) та Міжнародної електротехнічної комісії (ІЕС), понад 17 тис. міждержавних стандартів країн СНД, близько 6,6 тис. європейських стандартів.

Фонд галузевих стандартів складає понад 43 тис. нормативних документів. Оновлення Фонду галузевих стандартів здійснюється дуже повільно і складає 0,4% за 5 років (1994 - 1998 рр.). За роки незалежності в Україні зареєстровано 314 галузевих стандартів.

У Національному автоматизованому інформаційному фонді стандартів зберігається понад 100 тис. нормативних документів, які постійно

поновлюються. Працює міжнародна бібліографічна електронна база даних PERINORM.

Протягом 1993-1998 рр. затверджено 18 державних класифікаторів України.

Головний інформаційний фонд взаємодіє з міжнародними і іноземними організаціями зі стандартизації на підставі договорів, укладених Держстандартом України. Протягом року до Головного інформаційного фонду надходить понад 10 000 одиниць нормативних документів. Впроваджено повнотекстову автоматизовану базу даних стандартів Європейського Союзу, що дає змогу будь-якій урядовій установі, підприємству чи організації, незалежно від форми власності та виду діяльності, громадському об'єднанню або приватній особі ознайомитися з необхідними інформаційними матеріалами.

В Україні стандартизація, що має державний характер, спрямована на забезпечення:

- єдиної технічної політики;
- захисту інтересів вітчизняних виробників та споживачів продукції (процесів, робіт, послуг);
- економії всіх видів ресурсів;
- відповідності продукції (процесів, робіт, послуг) світовому рівню якості та надійності;
- гармонізації національних нормативних документів зі світовими аналогами;
- відповідності вимог нормативних документів законодавчим актам;
- сприяння виходу української продукції на світовий ринок.

Поряд з державною широко використовується галузева стандартизація. Так, набуває подальшого розвитку стандартизація на рівні підприємств. Відділи зі стандартизації є у кожному міністерстві (відомстві), об'єднаннях, науково-дослідних інститутах, конструкторських бюро. Роботи по підвищенню ефективності виробництва, технічного рівня і якості продукції проводяться з використанням стандартизації.

Україна перебуває на етапі переходу до ринкової економіки. Складна економічна ситуація, дефіцит державного бюджету не дають змоги знайти необхідні державні кошти на розвиток законодавчої та нормативної бази. У нових умовах господарювання міністерства і відомства України, що відповідають за технічну політику в своїх галузях, мають вишукувати нові шляхи створення та розвитку законодавчої і нормативної бази, яка б відповідала вимогам існуючих ринкових відносин. Фактично більшість міністерств і відомств, посилаючись на важкий економічний стан, втратили можливість керування процесом формування нової нормативної бази і не приділяють належної уваги для її оновлення у своїх галузях діяльності.

Проблеми функціонування, розвитку і удосконалення національної системи стандартизації, метрології та сертифікації слід розглядати лише у тісному зв'язку з політичними, економічними і соціальними перетвореннями, які відбуваються в Україні. Розвиток технічного регулювання має відповідати рівню розвитку національної економіки. Перехідний період до ринкової економіки вимагає здійснення поетапного удосконалення національної системи технічного регулювання. Слепе копіювання зовнішніх атрибутів систем¹ стандартизації та сертифікації розвинених країн світу за умови відсутності ефективного ринкового конкурентного середовища може призвести до фактичного знищення існуючих систем стандартизації, метрології та сертифікації. Це залишить Україну без ключового елемента національного технічного регулювання, тобто створить реальну загрозу для національної економічної безпеки і державного суверенітету.

Основними факторами, які безпосередньо впливають на подальший розвиток національної системи стандартизації, метрології та сертифікації, є багатовекторна зовнішня політика, яка спрямована на інтеграцію України в Європейський Союз, вступ до Світової організації торгівлі (WTO), співробітництво з країнами СНД та іншими країнами світу. Внутрішня політика держави покликана сприяти підйому вітчизняного виробництва, захисту прав українських громадян на споживання продукції, безпечної для життя, здоров'я

та докільля. Подальший розвиток національних систем стандартизації, метрології та сертифікації визначається стратегічним курсом України на інтеграцію до світової економіки.

З 1 березня 1998 р. набула чинності Угода про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Союзом, цілий ряд статей якої передбачають зближення української системи технічного регулювання з європейською. Такий розвиток технічного регулювання відповідає політичному курсу України на інтеграцію до європейських та трансатлантичних структур, приєднання до Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) та вступу до WTO.

Саме з метою зближення системи національного технічного регулювання з європейською Держстандарт України ініціював прийняття Постанови Кабінету Міністрів України від 19.03.97 р. № 244 "Про заходи щодо поетапного впровадження в Україні вимог директив Європейського Союзу, санітарних, екологічних, ветеринарних, фітосанітарних норм та міжнародних і європейських стандартів". Постанова являє собою розгорнений план зближення українського законодавства, норм і правил, що визначають вимоги до продукції, з міжнародними і європейськими та передбачає розробку 25 Законів України, а також підготовку 14 галузевих програм оновлення нормативної бази з урахуванням міжнародних та європейських стандартів.

У 1997 р. набув чинності Закон України "Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції", який забезпечує захист і підтримку вітчизняного товаровиробника. Запропонована цим Законом схема контролю якості та безпеки харчових продуктів повною мірою відповідає вимогам ГАТТУWTO і дає змогу запобігти зростанню бюджетних витрат на здійснення контролю в торгівлі, оскільки ввезення небезпечної продукції буде зупинено на державному кордоні України. Це, своєю чергою, дасть змогу цивілізованим шляхом захистити вітчизняного товаровиробника від недобросовісної конкуренції. Проте реалізація цього потребує виконання значного обсягу робіт

з розробки нормативно-правових документів, з питань конкретизації вимог і забезпечення їх дотримання щодо якості та безпеки харчової продукції.

З метою гармонізації процедур стандартизації і сертифікації з міжнародними та європейськими, створення умов рівної конкуренції, підвищення ефективності механізму контролю на внутрішньому ринку розроблено: проект Закону України "Про відповідальність виробника і постачальника за випуск та реалізацію дефектної продукції"; проект Закону України "Про порядок утилізації та вивезення небезпечної продукції"; проект Закону України "Про маркування продукції знаком відповідності", які стануть законодавчою основою високоефективного механізму нагляду і контролю на споживчому ринку України.

На початку 1998 р. набув чинності Закон України "Про якість і безпеку харчової продукції та продовольчої сировини". У зазначеному Законі вперше чітко визначено перелік і порядок видачі документів, що підтверджують належну якість і безпеку продукції, встановлено правові засади забезпечення якості та безпеки харчових продуктів і продовольчої сировини для здоров'я населення, відрегульовано відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями (постачальниками) і споживачами під час розробки, виробництва, ввезення на митну територію України, закупівлі, постачання, зберігання, транспортування, реалізації, використання, споживання, утилізації харчових продуктів та продовольчої сировини, а також надання послуг у сфері громадського харчування. Законом визначена мета державного регулювання, основні засади державної політики щодо забезпечення якості та безпеки харчових продуктів і продовольчої сировини, вимоги щодо попередження ввезення, виготовлення, реалізації, використання неякісних, небезпечних або фальсифікованих харчових продуктів, продовольчої сировини та супутніх товарів, а також види діяльності спеціально уповноважених органів виконавчої влади щодо цього. Право українських громадян на споживання якісної та безпечної продукції, охорону навколишнього середовища, підтримку вітчизняного товаровиробника гарантується ст. 42, 43, 50 Конституції України.

Особливо швидкими темпами розвивається стандартизація товарів народного споживання, основними напрямками якої є: введення єдиної термінології, уніфікація показників якості, що відображають споживчі властивості товарів, жорсткість вимог нормативної документації до аналогічних виробів, що виробляють підприємства різних галузей народного господарства, комплексний підхід до управління якістю, надійності та безпеки продукції. Стандартизація здійснюється в тісному зв'язку з виробництвом і сферою обігу товарів, що є необхідним елементом цих суспільних процесів.

Стандартизація як одна із проявів суспільно-економічної формації впливає на її розвиток і стан. Розвиток суспільства, високі темпи науково-технічного прогресу, масштабні економічні, соціальні завдання обумовлюють зростання ролі стандартизації. У зв'язку з цим вивчення науково-теоретичних основ, методики і практики стандартизації, метрології та управління якістю повинно стати невід'ємною складовою частиною у підготовці висококваліфікованих спеціалістів для різних галузей виробництва і торгівлі.

Тема 4. Захист прав споживачів в Україні.

1. Виникнення законодавства про захист прав споживачів у світі.

Виникнення руху на захист прав та інтересів споживачів-консьюмеризму (від англ. consumer-споживач)-пов'язують із Сполученими Штатами Америки. Своєю появою він завдячує усвідомленню недоліків операційного (так званого «дикого») маркетингу, згідно з яким попит підводиться під вимоги пропозиції, замість того, щоб забезпечувати відповідність пропозиції очікуванням попиту. По суті консьюмеризм- це організовані дії, акції, спільні програми щодо захисту прав

споживачів від свавілля, що здійснюється недобросовісними товаровиробниками, торговцями, надавачами послуг.

Так, у 1899 р. в США була створена національна Ліга споживачів, а в 1936 р. - перший у світі Союз споживачів США, що і на сьогодні залишається найвпливовішим об'єднанням споживачів.

Після Другої світової війни, тобто з середини 20-го сторіччя, консюмеризм поширюється на країни Західної Європи, а в 1960 р. споживчі організації США, Австралії, Великобританії, Бельгії і Нідерландів створили єдину Міжнародну організацію Союзів споживачів (далі -МОСП), у яку на сьогодні входять понад 200 організацій з 80-ти країн світу.

Спочатку МОСП ставила перед собою завдання бути інформаційним центром для обміну досвідом у відношенні порівняльних іспитів товарів широкого вжитку. Але з 1964 р. ця організація стала брати активну участь у роботі міжнародних організацій по стандартизації. При цьому, основним завданням МОСП визначено захист прав споживачів.

Крім міжнародної організації споживчих союзів є регіональні, наприклад, Європейське бюро споживчих союзів, створене в 1962 р. 9-ма організаціями шести країн: Бельгії, Нідерландів, Франція - по 2 організації, а також організацій ФРН, Італії та Люксембургу.

15 березня 1962 р. було оприлюднено спеціальну постанову Президента США Джона Кеннеді, у якій вперше в історії офіційно було закріплено права людини-споживача. Журналісти назвали цей документ Біллем про права споживачів.

Всього їх було визначено чотири:

право на безпеку товарів - право на захист від продажу товарів, що представляють загрозу для життя і здоров'я людини;

право на інформацію - захист від помилкової інформації, реклами, маркірування, тощо;

право на вибір - забезпечення по можливості доступу до різноманітних товарів за доступними цінами;

право бути вислуханим - право на те, щоб інтереси споживачів у повному обсязі та доброзичливо враховувались при формуванні урядових програм і щоб їх справи неупереджено та оперативно розглядалися в суді.

Пізніше до них додали ще право на освіту споживачів; право на сприяння економічним інтересам споживачів та захист цих інтересів, а також право на створення громадських організацій, спрямованих на захист прав та інтересів споживачів.

З 1983 р. за рішенням ООН 15 березня стало відзначатися як Всесвітній день прав споживачів, що закріпило визнання прав та інтересів споживачів як невід'ємної складової прав людини і дало початок становлення всесвітнього споживчого руху.

Пізніше громадський рух захисту прав споживачів одержав підтримку в країнах Західної Європи. Наприклад, у Франції перший закон з цього питання був прийнятий 27 грудня 1973 р. та отримав назву *Loi Royer*.

У США перші акти про права споживача з'явилися в 60-х роках XIX сторіччя. Станом на другу половину XX сторіччя подібних нормативних актів було прийнято вже кілька (наприклад, *Flammable Fabrics Act 1953 р.*, *Refrigerator Safety Act 1970 р.*). Крім того, у 1970 р. відповідно до рішення Президента США Ліндона Джонсона було створено національну комісію з дослідження якості продуктів в інтересах охорони споживачів (*National Commission on Product Safety*), а в 1973 р. Конгрес прийняв закон про охорону споживачів за назвою *Consumer Product Safety Act*.

У Великобританії з'явилися наступні нормативні акти у визначеній галузі: в 1987 р.- *Consumer Protection Act* та *Unfair Contract Terms Act*; в 1988 р. - *Consumer Arbitration Agreement Act*.

У 1973 р. 25 сесія Консультативної асамблеї Євросоюзу схвалила «Хартію захисту споживачів», а у 1985 році Генеральна Асамблея ООН затвердила «Керівні принципи для захисту інтересів і прав споживачів». Останній з вказаних документ звернений до урядів країн світу та визначає напрями створення або розвитку внутрішнього національного законодавства щодо захисту прав споживачів.

Зазначені Керівні принципи спрямовані на задоволення наступних потреб:

безпека та захист споживачів від шкоди їх здоров'ю;

сприяння економічним інтересам споживачів;

доступ споживачів до відповідної інформації, необхідної для компетентного вибору відповідно до індивідуальних запитів та потреб;

освіта споживачів;

наявність ефективних процедур розгляду скарг споживачів;

вільне створення споживчих й інших відповідних груп або організацій та можливість таких організацій висловлювати свою точку зору під час прийняття рішень, що стосуються їх інтересів.

При цьому, Керівні принципи прямо визначають, що урядам країн світового співтовариства слід створювати та зберігати належну інфраструктуру для розробки, здійснення та контролю політики захисту інтересів споживачів.

Всього з метою реалізації цього документу було видано близько 400 директив.

Так, істотне значення мають Директива № 92/59/ЕЕС від 29 червня 1992 р., яка стосується безпеки продуктів; Директиви №85/374/ЕЕС від 25 липня 1985 р. про відповідальність за неякісні продукт; декілька директив

1992 р., наприклад про допуск товарів до обігу, про рекламу, продаж і застосування ліків, Директиви №76/768/ЕЕС від 27 липня 1976 р. відносно косметичної продукції і Директиви № 88/378/ЕЕС від 3 травня 1988 р. про забезпечення безпеки дитячих іграшок.

З точки зору правового забезпечення питання, важливими є Директива №93/13/ЕЕС від 5 квітня 1993 р. щодо умов угод, які укладаються зі споживачами, і Директива № 84/450/ЕЕС щодо боротьби з рекламою, що вводить в оману.

Так, Угорський Закон «Про заборону несумлінної комерційної практики» від 20.11.1990 р. також забороняє обман споживачів з метою збуту товарів. Законом передбачене припинення не тільки помилкової реклами в ході впровадження товарів і послуг, але і будь-якої інформації, що вводить споживачів в оману.

До такої інформації відносяться:

неточне твердження або неправильне представлення точних фактів щодо істотних властивостей товару, його складу, використання, впливу на здоров'я і навколишнє середовище;

некоректне порівняння товарів;

приховування фактів невідповідності товарів вимогам правових положень, звичаїв;

маркірування товарів товарними знаками, що вводять в оману;

реклама товарів, що не знаходяться в розпорядженні продавців або знаходяться в їхньому розпорядженні в недостатній кількості або в недостатньому асортименті.

Введенням в оману споживача, відповідно до зазначеного Угорського Закону є не тільки повідомлення будь-яких неправдивих відомостей, але і замовчування деяких властивостей товару.

З аналізу вказаних положень вбачається, що не всі п'ять зазначених вище порушень можуть викликати придбання недоброякісного товару, однак неточне твердження або неправильне представлення точних фактів щодо істотних властивостей товару, його складу, використання, впливу на здоров'я і навколишнє середовище; приховування фактів невідповідності товарів вимогам правових положень (в даному випадку мова може йти про невідповідність стандартам або іншій технічній документації); маркірування товарів товарними знаками, що вводять в оману, можуть викликати придбання недоброякісного товару.

Така практика вважається доцільною та такою, що має бути впроваджена українським законодавцем.

2. Загальна характеристика законодавства про захист прав споживачів в Україні.

Споживання і справедлива торгівля - один із основоположних принципів будь-якого демократичного суспільства, а захист прав людини як споживача є об'єктивною, незворотною закономірністю розвитку та однією з найважливіших ознак такого суспільства.

Суспільні відносини в сфері підприємницької діяльності з реалізації товарної продукції на внутрішньому ринку країни суб'єктами господарювання усіх форм власності, що охоплює і обертання засобів виробництва, споживчих товарів і включає в себе оптову торгівлю і посередництво в торгівлі, а також роздрібну торгівлю, потребує правового регулювання.

Розвиток ринкових відносин в Україні на початку 90-х років обумовив необхідність розроблення ефективного механізму захисту прав і законних інтересів громадян-споживачів. Цей механізм передбачав розроблення і прийняття спеціального законодавства у сфері захисту прав споживачів, а також організаційно-управлінських засобів у цій галузі.

Здійснення державної споживчої політики неможливе без відповідного правового регулювання. На сьогодні можна з впевненістю сказати, що в Україні створена і постійно удосконалюється законодавча база в сфері захисту прав споживачів. Її розвиток умовно можна поділити на три етапи.

Перший етап розвитку законодавства України про захист прав споживачів розпочався з прийняттям Верховною Радою УРСР 16 липня 1990 р. Декларації про державний суверенітет України, яка заклала основоположні принципи побудови незалежної Української держави, її соціально-економічної та правової системи. 12 травня 1991 р. Україна першою серед колишніх республік СРСР прийняла Закон України "Про захист прав споживачів" (нині діє в редакції Закону від 15 грудня 1993 р., останні зміни внесені відповідно до Закону України від 28.12.2014 р. № 77-VIII).

Наступного року постановою Кабінету Міністрів України від 1 червня 1992р. "Про створення Державного комітету України у справах захисту прав споживачів" Державну інспекцію України по захисту прав споживачів при Кабінеті Міністрів України було перетворено на Державний комітет України у справах захисту прав споживачів. Саме він до 15 грудня 1999 р. виконував функції спеціалізованого органу із захисту прав споживачів, призначенням якого були розробка і втілення в життя державної політики із захисту прав споживачів.

У липні 2000 р. відповідно до Указу Президента України № 926/2000 "Про Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації України" Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації України став

правонаступником ліквідованого Державного комітету України у справах захисту прав споживачів.

З метою підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів та відповідно до ст. 106 Конституції України Держкомстандарт України було перетворено у Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики - Держспоживстандарт України (див. Положення про Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, затв. Указом Президента України від 18 березня 2003 р. № 225/ 2003). Держспоживстандарт є центральним органом виконавчої влади зі спеціальним статусом та правонаступником вищевказаних двох органів.

Сутністю споживчої політики нашої держави, яку здійснюють Держспоживстандарт України і його територіальні органи, є забезпечення високого правового рівня захисту прав споживачів саме з боку держави, забезпечення реалізації їхніх прав на безпеку, поінформованість, вибір, відшкодування збитків, здійснення контролю за якістю та безпекою товарів, продукції (робіт, послуг), сприяння діяльності громадських організацій споживачів.

Другий етап розвитку споживчого законодавства пов'язаний з прийняттям Основного Закону - Конституції України. З цього моменту право споживача стало одним з основних прав людини, яке гарантоване Конституцією України. Так, згідно зі ст. 42 Конституції держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів. Одним із основних конституційних прав громадянина, реалізація якого вимагає встановлення певних гарантій, є право споживачів-громадян на придбання товарів належної якості. Так, відповідно до ст. 50 Конституції України кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої

порушенням цього права шкоди. Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена. Право громадянина на безпечне для життя довкілля і на інформацію про якість товарів зазвичай є соціально-економічним правом, оскільки його реалізація можлива, насамперед, завдяки відповідному рівню матеріального виробництва та соціальних відносин в суспільстві. Держава бере на себе обов'язок встановлювати для виробників певні вимоги щодо якості товарів та зобов'язати виробників, продавців надавати громадянам всю інформацію щодо властивостей запропонованого споживачам товару. Це вона робить шляхом прийняття відповідних законів, створення спеціальних органів з контролю за якістю продукції та захисту прав потерпілих тощо.

В останні роки в Україні простежується тенденція посилення захисту прав споживачів, забезпечення ефективного контролю за якістю і безпекою продукції та усіх видів робіт і послуг, вдосконалення чинного законодавства про захист прав споживачів. З початком нового століття в Україні розпочався та діє третій етап розвитку законодавства про захист прав споживачів.

Державою та урядом України розроблені та прийняті законодавчі акти стосовно визначення основних напрямів державної та соціальної політики у сфері прав споживачів та їх подальшого розвитку.

Основними напрямами соціальної політики на період до 2004 року, схваленими Указом Президента України від 24 травня 2000 р. № 717/2000, з метою пом'якшення негативних тенденцій на споживчому ринку України і створення в державі сприятливого соціального клімату передбачалося:

- забезпечити здійснення постійного і ефективного державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів центральними, місцевими органами виконавчої влади, суб'єктами підприємницької діяльності;

- активізувати роботу щодо запобігання виготовленню та реалізації на споживчому ринку України неякісної, фальсифікованої та небезпечної для життя і здоров'я людей продукції (товарів) шляхом виявлення такої продукції у виробника, постачальника, вжиття дійових заходів до вилучення неякісної продукції (товарів) з обігу, притягнення порушників до передбаченої законодавством відповідальності;

- посилити контроль за додержанням вимог нормативно-правових актів, що регулюють відносини між громадянами як споживачами і суб'єктами господарювання, передусім у сфері житлово-комунального господарства, зв'язку та транспорту;

- підвищити ефективність використання законодавчих важелів захисту прав споживачів у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг з виконанням узгоджених спільних дій державними органами контролю і нагляду, правоохоронними органами та місцевими органами виконавчої влади;

- установити постійний контроль за додержанням суб'єктами господарювання вимог законодавства щодо забезпечення споживачів у сфері обслуговування населення необхідною, доступною і достовірною інформацією про товари (роботи, послуги);

- забезпечити організацію виробництва і поширення соціальної рекламної інформації про шкоду тютюнокуріння та вживання алкоголю;

- сприяти прискоренню вирішення питання про встановлення адміністративної відповідальності за обман споживачів, що завдає незначних збитків;

- здійснити заходи щодо вдосконалення законодавства з питань захисту прав споживачів та поетапного його наближення до законодавства Європейського Союзу;

- забезпечити проведення експертизи всіх проектів законодавчих та інших нормативно-правових актів щодо їх відповідності законодавству з питань захисту прав споживачів;

- підвищити рівень інформаційно-просвітницької та правової роботи серед населення щодо роз'яснення норм і положень законодавства з питань захисту прав споживачів та забезпечити надання практичної допомоги споживачам у разі порушення їх прав;

- сприяти розвитку та активізації діяльності громадських організацій споживачів.

Указом Президента України від 12 січня 2002 р. № 16/2002 "Про заходи щодо посилення державного захисту прав споживачів" в Україні були створені Міжвідомча рада з питань захисту прав споживачів та Український центр з проблем захисту прав споживачів.

11 грудня 2002 р. Президент України підписав Указ № 1148/ 2002 "Про Програму захисту прав споживачів на 2003-2005 роки", метою якої є розв'язання комплексу проблем у сфері захисту прав споживачів, зокрема шляхом:

- удосконалення захисту прав та інтересів споживачів;

- створення належних умов для насичення споживчого ринку якісними та безпечними товарами, роботами, послугами;

- підвищення рівня захисту здоров'я та безпеки споживачів;

- удосконалення законодавства України у сфері захисту прав споживачів, зокрема адаптація його до законодавства Європейського Союзу;

- створення належних умов для реалізації громадянами-споживачами своїх законних інтересів і прав на території України.

Безперечно, центральне місце в системі споживчого законодавства займає Закон України "Про захист прав споживачів", норми якого складають основний зміст інституту споживчого права. Саме ним встановлюються визначальні принципи правового регулювання відносин за участю громадян-споживачів, а також окреслюються соціально необхідні потреби і юридично допустимі межі їх пільгового захисту. Закон України "Про захист прав споживачів" є спеціальним комплексним законодавчим актом, який містить особливі методи і способи захисту прав споживачів. Ці особливості насамперед полягають у встановленні крім звичайних, ще й додаткових гарантій реалізації споживачами своїх прав та додаткових обов'язків і підвищеної відповідальності зобов'язаних щодо споживачів осіб. Тому вкрай важливо правильно визначати зміст тих чи інших відносин, Що виникли, з метою встановлення правомірності поширення на них дії Закону України "Про захист прав споживачів".

Необхідно зазначити, що цей Закон, як і інші нормативні акти з питань захисту прав споживачів, поширюється на всі підприємства, які обслуговують населення; торговельні, сфери послуг, побутового обслуговування, громадського харчування. Тобто законодавством урегульовано всі випадки, де громадянин є споживачем (особою, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати або замовити товари (роботи, послуги) для особистих побутових потреб).

Закон України "Про захист прав споживачів" поширюється на всіх споживачів, які знаходяться на території України, під час придбання, замовлення або використання товарів (робіт, послуг) для задоволення власних побутових потреб. Відповідно до його положень споживач має право вимагати від продавця (виробника, виконавця), щоб якість придбаного ним товару (виконаної роботи, наданої послуги) відповідала вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товари (роботи, послуги), яку надає продавець (виробник, виконавець). Придбаний товар (робота, послуга) повинен бути якісний і безпечний для життя і здоров'я кожної людини.

Закон України "Про захист прав споживачів" визначив нові принципові підходи до врегулювання відносин за участю громадян - покупців, замовників товарів, робіт та послуг. У ньому міститься ціла система способів захисту прав громадян-споживачів. У цьому ж Законі набуло спеціального юридичного значення поняття "споживач". Споживачем визнається громадянин, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб.

Законом визначаються також спеціальні умови щодо зобов'язаної перед споживачем сторони (виробника, виконавця, продавця). Такою зобов'язаною стороною визнається підприємство, установа, організація або громадянин-підприємець, які виробляють товари для реалізації, виконують роботи або надають послуги, реалізують товари за договором купівлі-продажу. Це означає, що суб'єктами відносин, врегульованих Законом "Про захист прав споживачів", може бути лише певне коло уповноважених і зобов'язаних осіб.

Даючи характеристику Закону України "Про захист прав споживачів" треба зазначити, що норми, з яких складається цей закон, є неоднорідними і їх умовно можна поділити на:

- організаційно-правові, які визначають повноваження органів державної виконавчої влади, обов'язки і відповідальність службових осіб органів у справах захисту прав споживачів та їх правовий захист (ст. ст. 5-7, 9, 10, 10-1);

- правовстановлюючі норми, які визначають права споживачів - переддоговірні, договірні та права у разі порушення умов договору (ст. ст. 3, 11-16, 18-20);

- правозобов'язуючі норми, які зобов'язують продавців, виконавців, виробників забезпечити дотримання певних вимог щодо якості товарів (послуг, робіт), безпеки, гарантійних термінів до вступу в договірні відносини із споживачами (ст. ст. 12, 13);

- праворегулюючі норми, які регулюють відносини, що виникли між продавцями (виконавцями) і покупцями (замовниками) як сторонами договору, та визначають правові наслідки порушення прав споживачів (ст. ст. 14, 15, 17, 20, 23);

- правозахисні норми, які встановлюють організаційно-процесуальні способи захисту порушених прав споживачів (ст. ст. 8, 9, 24).

Такий поділ правових норм сприяє раціональному застосуванню, а також подальшому структурному вдосконаленню законодавства про захист прав споживачів.

Особливе значення в системі споживчого законодавства мають норми ЦК України, які встановлюють правила укладення договорів купівлі-продажу, підряду, перевезення, схову, страхування та інших договорів у сфері торгівлі та побутового обслуговування, юридичну відповідальність за неналежне їх виконання чи невиконання. Дотримання громадянином цих правил є надійною правовою гарантією захисту їх порушених прав як споживачів. В ЦК України чільне місце посідають норми щодо захисту прав споживачів, а саме правове регулювання договору роздрібної купівлі-продажу.

Кодекс України про адміністративні правопорушення також містить норми, які встановлюють засоби адміністративного регулювання у сфері захисту прав споживачів, а саме - перелік адміністративних правопорушень в сфері торгівлі, громадського харчування, послуг, та відповідні санкції.

ГК України визначає основні засади господарювання в Україні і регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання, тобто і ті відносини, що виникають між суб'єктами споживчого права. Правові норми ГК України встановлюють, що держава забезпечує захист прав і законних інтересів

суб'єктів господарювання та споживачів, а кожний суб'єкт господарювання та споживач має право на захист своїх прав і законних інтересів.

Важливе значення для захисту прав споживачів мають також норми інших документів, зокрема, законів від 7 червня 1996 р. № 236/96-ВР "Про захист від недобросовісної конкуренції", від 3 липня 1996 р. № 270/96-ВР "Про рекламу" (в редакції Закону від 11 липня 2003 р.), від 23 грудня 1997 р. № 771/97-ВР "Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини", від 17 травня 2001 р. № 2408-ІІ "Про стандартизацію", декретів Кабінету Міністрів України від 8 квітня 1993 р. № 30-93 "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення", від 10 травня 1993 р. № 46-93 "Про стандартизацію і сертифікацію" та інші, які прямо чи опосередковано спрямовуються на сприяння реалізації споживачами своїх прав.

Не можна недооцінювати значення нормативних актів різних міністерств і відомств, зокрема Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики, Антимонопольного комітету України, Державної митної служби України. Такі нормативні акти мають юридичну силу лише за умови їх державної реєстрації у Міністерстві юстиції України, яка здійснюється відповідно до Указу Президента України від 3 жовтня 1992 р. № 493/92 "Про державну реєстрацію нормативно-правових актів міністерств та інших органів виконавчої влади".

Такі підзаконні акти, як Правила побутового обслуговування населення, затв. постановою Кабінету Міністрів України від 16 травня 1994 р. № 313 (в редакції постанови від 4 червня 1999 р. № 974), Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення, затв. постановою Кабінету Міністрів України від 8 лютого 1995 р. № 108, Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами, затв. наказом Міністерства

економіки та з питань європейської інтеграції України від 11 липня 2003 р. № 185, Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами, затв. наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11 березня 2004 р. № 98, та інші містять широкий спектр адміністративно-організаційних заходів, спрямованих на припинення порушень суб'єктами підприємницької діяльності, які так чи інакше призводять до реалізації споживачам неякісних товарів (послуг).

Захист прав споживачів також має здійснюватися відповідно до вимог міжнародного права. Так, згідно зі ст. 2 Закону України "Про захист прав споживачів" якщо міжнародним договором України встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені в законодавстві України про захист прав споживачів, то застосовуються правила міжнародного договору.

З проголошенням Україною незалежності перед державою постала проблема створення власної системи стандартизації, сертифікації, метрології та акредитації, яка могла б працювати в ринкових умовах, а також сприяла б входженню України до структур світової економіки і торгівлі. Нині основні принципи світової торгівлі сформульовані в Генеральній угоді з тарифів і торгівлі (ГАТТ) та Угоді про технічні бар'єри в торгівлі (ТБТ). За цими угодами кожна країна має право встановлювати власне технічне регулювання в інтересах національної безпеки, запобігання зловживанням, охорони життя, здоров'я та безпеки майна громадян, охорони навколишнього середовища.

В Законі України "Про захист прав споживачів" та інших законодавчих актах у сфері захисту прав споживачів можна виділити певні визначальні принципи, характерні для побудови їх правових норм, зокрема:

- встановлення державних обов'язкових вимог до якості товарів (робіт, послуг), торговельного та інших видів обслуговування населення;

- пріоритету законодавчого регулювання над договірним у відносинах між продавцями (виконавцями) та покупцями (замовниками);

- встановлення додаткових обов'язків для продавців (виробників) та привілеєвих прав для споживачів-покупців (замовників) порівняно із загальними засадами цивільного законодавства;

- встановлення спеціальних способів захисту прав споживачів органами у справах захисту прав споживачів та об'єднаннями споживачів, а також спрощеного судового захисту.

Існування цих принципів обумовлене необхідністю посилення захисту безпосередніх споживачів товарів і послуг в сучасних умовах бурхливого розвитку науково-технічного прогресу та підприємництва, що нерідко супроводжується випуском неякісних товарів, в тому числі небезпечних для життя і здоров'я людей. Саме наявність цих принципів в правових нормах дає підстави стверджувати про формування в Україні комплексного правового інституту споживчого права.

3. Основні права споживачів товарів, робіт, послуг.

Відповідно до ст.4 Закону України «Про захист прав споживачів» споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на:

1) захист своїх прав державою;

2) належну якість продукції та обслуговування;

3) безпеку продукції;

4) необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);

5) відшкодування майнової та моральної шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції (дефекту в продукції), відповідно до закону;

6) звернення до суду та інших уповноважених державних органів за захистом порушених прав;

7) об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

8) інші права, встановлені законодавством про захист прав споживачів.

Розглянемо детальніше основні з них.

3.1. Право споживача на належну якість товарів, робіт, послуг.

Право споживача на належну якість товарів, робіт, послуг передбачено ст. 6 Закону України «Про захист прав споживачів». Відповідно до цієї статті споживач має право жадати від продавця (виробника, виконавця), щоб якість придбаного ним товару, роботи, послуги відповідала вимогам нормативних документів, умовам договору, інформації про товар (послугу).

До споживчих властивостей товарів і послуг, що характеризують якість у техніко-економічному змісті, відносяться, зокрема, надійність, довговічність і ефективність. Ці властивості товарів виявляються в процесі їхнього використання (експлуатації) і полягають у тому, що товари повинні мати властивості, визначені договором або звичайно пропонованим вимогам, не тільки при передачі товару (результату роботи) споживачеві, але і зберігати їх після передачі. Тому Закон України «Про захист прав споживачів» покладає на

виробника (виконавця) визначені обов'язки. Так, згідно з п. 5 ст. 6 Закону, виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити можливість використання товару за призначенням протягом терміну його служби, визначеного нормативними документами, або за домовленістю із споживачем, а якщо термін служби не встановлений, - протягом 10 років.

Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт продукції, а також її випуск і поставку для підприємств, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт, у необхідному обсязі та асортименті запасних частин протягом усього строку її виробництва, а після зняття з виробництва - протягом строку служби, в разі відсутності такого строку - протягом десяти років.

Забезпечення можливості використання товарів протягом терміну служби, а якщо він не встановлений, - протягом 10 років здійснюється різними засобами. По-перше, на виробника покладається обов'язок протягом гарантійного терміну на вимогу споживача безоплатно усунути недоліки в товарі або замінити товар з недоліками на товар, придатний до використання (п. 1 ст. 8 За-кону України «Про захист прав споживачів»). По-друге, виробник зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування і гарантійний ремонт товару, а також випуск і постачання для підприємств, що здійснюють технічне обслуговування і ремонт, у необхідних обсягах і асортименті запасних частин протягом усього терміну його виробництва, а після зняття з виробництва - протягом терміну служби, у випадку відсутності такого - протягом 10 років.

Ще один обов'язок виробника, а відповідно і гарантія якості товару (продукції), був встановлений Постановою КМ України від 25.10.91 р. «Про порядок зняття з виробництва й експлуатації, вилучення з реалізації, відкликання, повернення від споживачів неприпустимо небезпечної продукції». Порядок зобов'язав виробника негайно призупинити виробництво (реалізацію) продукції, якщо встановлено, що використання або збереження такої продукції

заподіює або може заподіяти шкоду здоров'ю, життю або майну споживача, до усунення причин, які викликають таку шкоду. Якщо причини усунути не можна - виробник зобов'язаний зняти таку продукцію з виробництва.

У випадку реалізації неякісної, неприпустимо небезпечної продукції виробник зобов'язаний відкликати продукцію від споживача, а продавець - вилучити з обороту. Крім того, виробник (продавець) зобов'язаний відшкодувати в повному обсязі заподіяні споживачам збитки, пов'язані з відкликанням продукції, а також сплатити штраф у розмірі вартості реалізованої неприпустимо небезпечної продукції.

Як бачимо, вимоги Закону України «Про захист прав споживачів» і ряду інших підзаконних актів спрямовані не тільки на забезпечення прав споживачів, але і на розвиток сумлінної конкуренції на ринку товарів і послуг. Ні в кого не викликає сумніву, що більш конкурентоспроможним буде той товар, який має більш високу якість, для якого організовані ремонт і сервісне обслуговування, запасні частини до якого можна придбати в торговельній мережі. Вибір того або іншого варіанта забезпечення споживачеві можливості використовувати товар протягом терміну служби в умовах ринкової економіки повинний належати виробнику (виконавцю).

3.2. Право споживача на інформацію про продукцію.

Право споживача на інформацію знайшло законодавче закріплення ще в Статуті Великого князівства Литовського 1588 р., що був протягом 250 років діючим законом на території Білорусі, Литви й України. У Статуті, зокрема, передбачалося право споживача на достовірну інформацію про ціну товару. Так, артикул 1 говорить: «А ціна табуну князівському, панському і землянському така повинна бути: за жеребця - вісім коп грошів, за кобилу - чотири копи грошів. Артикул 9 установлює ціну на хліб, сіно і городні культури: жита копиця і пшениці по 20 грошів, бочка жита і копиця льону по 24 гроша, вівса копиця - 8 грошів» і т.д [91].

У статті 4 Закону України «Про захист прав споживачів» встановлено, що право на необхідну, доступну і достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів, є невід'ємним правом будь-якого споживача, який знаходиться на території України.

Виходячи з того, що під інформацією розуміються документовані або привселюдно оголошені відомості (Закон України «Про інформацію», «Про науково-технічну інформацію»), законодавство про захист прав споживачів визначає загальні вимоги, що висувуються до цієї інформації.

По-перше, споживачеві повинна бути надана вся необхідна інформація про товар (послугу) і його якість. Закон виходить з того, що в споживача немає достатніх знань про товар (послугу), яку він хоче придбати. При цьому, продавець (виконавець) передбачається професіоналом, що має повну інформацію і знання про товар (послугу). Тому він повинний надати споживачеві інформацію в такому обсязі, щоб у нього склалося чітке уявлення про властивості товару, його якість і безпеку, правила користування і збереження, і він міг на основі цих відомостей зробити компетентний вибір потрібного і підходящого для себе товару (послуги).

По-друге, інформація повинна доводитися в наочній і доступній формі. Доступна для споживача форма доведення інформації про якість товару (послуги) означає, що інформація повинна бути надана у формі (письмовій або усній), яка дозволяє споживачеві зрозуміти її зміст.

По-третє, інформація про товар (послугу) і його якість повинна бути достовірною, тобто відповідати дійсності.

У даний час ще є випадки, коли інформація про імпортовані товари доводиться до відома споживачів іноземною мовою. Часом і продавці не можуть пояснити, яке призначення товару, як їм користуватися, яка в нього якість. Особливо це відноситься до продовольчих товарів, косметики і т. п.

Зазначені випадки розглядаються як не надання інформації. Тому діюче законодавство вимагає, щоб інформація про товар (послугу) і його якість були перекладені і викладені відповідно до закону про мови.

Інформація повинна доводитися до відома споживачів при укладанні договору. З цього випливає, що за повноту і достовірність інформації, повідомленої в рекламі товару, розміщеної поза місцем продажу товару, наприклад на телебаченні, продавець відповідальності перед споживачем не несе, якщо тільки він не є особою, за замовленням якої реклама розміщена, і при покупці товару споживачеві не повідомлена та ж інформація про товар, який рекламувався. За достовірність інформації, що надається в рекламі, відповідальність несе особа, за замовленням якої реклама розміщується в засобах масової інформації або іншим способом доводиться до відома споживача.

Інформацію про товари (послуги) і їхні якості можна поділити на дві групи:

1) інформація, яка містить загальні вимоги до товару (стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів»);

2) інформація, яка містить спеціальні вимоги до окремих видів товарів (робіт, послуг). (Правила продажу продовольчих товарів, Правила роздрібною торгівлі тютюновими виробами, Правила роздрібною торгівлі алкогольними напоями тощо).

До загальної інформації можна віднести: найменування й адресу виробника (виконавця); дату виготовлення; перелік споживчих властивостей; ціну й умови придбання; термін служби (придатності) й інші.

Спеціальна інформація містить наступні відомості:

1) відносно продуктів харчування: маса (обсяг); складові, включаючи перелік використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок, барвників і т.п.; калорійність; зміст шкідливих для здоров'я речовин, у порівнянні з обов'язковими вимогами нормативних документів; протипоказання до застосування й інші;

2) відносно алкогольних напоїв: загальна і власна назва ви-робу; товарний знак; міцність і зміст цукру; ємність; код підпри-ємства, номер ліцензії на виробництво тощо;

3) відносно тютюнових виробів: найменування загальне і спеціальне; наявність фільтруючого мундштука; кількість одиниць у пачці; попередження про шкідливість для здоров'я тощо.

У даний час Україна зіткнулася з проблемою ввозу на її територію неякісних, фальсифікованих, а іноді і радіоактивних товарів, що прямо загрожують здоров'ю і життю споживачів. Зазначені товари, як правило, не мають сертифікатів відповідності, не містять інформації про їхнього виробника, склад і властивості, гарантійних зобов'язання. Тому необхідно проводити комплексні державні програми, спрямовані на жорсткість заходів для перевірки якості товарів імпортованих в Україну. Особливо це стосується харчових продуктів і добавок, парфумерії, побутової техніки, алкогольних напоїв і тютюнових виробів.

Серед іншої обов'язкової інформації, яка повинна надаватися споживачеві, можна виділити:

1) інформацію про товари (послуги), які підлягають обов'язковій сертифікації (тобто повинна надаватися інформація про їхню сертифікацію);

2) інформацію про товари (послуги), що за певних умов можуть становити небезпеку для життя, здоров'я споживача і його майна (тобто

виготовлювач зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про такі товари і можливі наслідки їхнього впливу).

Уся інформація про товари (послуги) доводиться до відома споживачів виробником (продавцем) у технічній документації, на етикетках, а також маркіруванням або іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів (послуг) або в окремих сферах обслуговування. Крім того, продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, повинні мати інформацію про місце їхнього походження (стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів»).

Отже, обов'язок продавця (виконавця) надати інформацію про товари (послуги), є не тільки гарантією права споживача на інформацію, але і дає йому можливість реалізувати своє право на належну якість товару (послуги). На основі отриманої інформації споживач може вибрати саме той товар (послугу) і такої якості, яка йому дійсно потрібна.

3.3. Права споживача в разі придбання ним товару неналежної якості.

Відповідальність продавця і захист сумлінного покупця від недоліків предмета купівлі-продажу, як зазначається у літературних джерелах, прокладали собі дорогу в правових розпорядженнях ще з давніх століть. Уже в римському праві можна знайти інститути, що охороняли покупця тварини або раба від недоліків купленої речі. Це були *actio empti* і *stipulatio*. У випадку прихованих недоліків можна було вдатися до їх відшкодування. Перший з них означав право вимагати еквівалент за негідну річ і, отже, право повернення цієї речі, про що треба було заявити протягом шести місяців від виявлення недоліків. Другий інститут надавав право вимагати зниження ціни, заявленої протягом одного року. Надалі ці інститути були включені в Кодекс Юстиніана і зберігалися до періоду німецьких і романської великих кодифікацій, за яких знайшли кодифікації національного права, які відносилися до цих систем. З цієї теми існує досить велика кількість літературних джерел .

Річ має недоліки, якщо фізично не відповідає предмету, щодо якого укладений договір купівлі-продажу, або не відповідає загальноприйнятому розумінню про суть даної речі, або продана особою, що не має на неї права, або обтяжена зобов'язанням, про яке покупець не був обізнаний. Це, зокрема, впливає зі змісту статей 1641-1642 Кодексу Наполеона, з нормативних розпоряджень інших країн і літератури.

З цього погляду розрізняють недоліки фізичні і недоліки юридичні.

До недоліків фізичних відносять такі, що або знижують її ціну виходячи з недостатньої придатності речі до її призначення, або річ не має якостей, про існування яких продавець запевнив покупця, або покупцеві передана некомплектна (неукомплектована) річ.

У міжнародній практиці виникли сумніви щодо критерію для визначення відповідності речі її призначенню й умов використання відповідно до договору купівлі-продажу. Судова практика здебільшого виходить із критерію функціональності, зокрема реалізації технічних нормативів речі в процесі її використання. Так, наприклад, Верховний суд Польщі у роз'ясненні від 13 березня 1981 року вказав, що покупка речі, якою вже користувалися, завжди несе погрозу невиправданих чекань. Перебіг часу і користування річчю впливають на виникнення дефектів, хоча їхній рівень може бути різним. Немає підстав для відповідальності за дефекти речі, пов'язані з визначеним часом користування річчю, особливо в тих випадках, коли мова йде про предмети особливої складності. Наприклад, автомобілі.

Іншою формою фізичного недоліку є відсутність тих якостей речі, що повинні були б бути по запевненню продавця. Ця форма недоліку є в сучасній купівлі-продажі найбільш розповсюдженою, особливо в умовах широкої реклами, що обіцяє в пропонованих речах різні достоїнства, яких у дійсності немає. Декларована якість товару може стосуватися енергоємності, безпеки,

сертифікованості і т.п., невідповідність чому виявляється не відразу, а в процесі експлуатації.

Наступною формою фізичного недоліку є неукomплектованість речі. Нерідко це досить важко виявити, оскільки потрібна не тільки відповідна кваліфікація покупця, але і знання комплектації речі. Наприклад, автомашини Волзького автозаводу надходять у продаж з інструментальною сумкою, у якій є набір ключів, викруток і т. п. Імпортні автомашини такої сумки не мають. Покупець, який раніше мав автомашину іноземного виробництва, відсутність інструментальної сумки у ВАЗовському автомобілі може не помітити і не вимагати її надання. У літературі висловлюється думка, що сумлінний продавець, який знає про відсутність, скажімо, інструкції, яка стосується продаваної речі, повинний повідомити про це покупця і відповідно знизити ціну.

Закон України «Про захист прав споживачів» поділяє можливі недоліки в проданому товарі на істотні і несуттєві.

Недолік – це «невідповідність товару стандарту, умовам договору або звичайно пропонованим вимогам до якості товару». Невідповідність товару стандарту може бути встановлено незалежною товарною експертизою. Невідповідність товару умовам договору також можна встановити за допомогою експертів, а якщо невідповідність очевидна, у проведенні експертизи немає необхідності.

Під істотним недоліком товару (роботи, послуги) Закон розуміє такий недолік, що:

- унеможливорює або робить неприпустимим використання товару (роботи, послуги) відповідно до його цільових призначень;
- не може бути усунутий;

- виявляється знову після усунення;
- вимагає великих витрат для усунення;
- у значній мірі позбавляє споживача того, на що він мав право розраховувати при укладанні договору.

Таким чином, якщо товар має хоча б одну з перерахованих вище ознак, якість товару варто вважати неналежною, а товар - таким, що має істотний недолік. Факт неможливості усунення недоліку може бути встановлений тільки експертним дослідженням.

До юридичних (правових) недоліків речі відносяться недоліки, пов'язані з продажем її особою, що не є власником і не уповноважена власником на розпорядження річчю, а також продаж речі, обтяженої зобов'язаннями, у тому числі правами третьої особи.

Слід зазначити, що Закон України «Про захист прав споживачів» говорячи про неналежну якість товару має на увазі тільки фізичні недоліки. Скористатися правами, передбаченими ст. 8 Закону, споживач може тільки в тому випадку, якщо неналежна якість товару не було обговорено продавцем під час продажу. Якщо ж під час продажу товару окремі недоліки були обговорені, це не позбавляє покупця права висунути претензії з приводу інших виявлених недоліків, що не були обговорені при покупці.

Отже, споживач, якому проданий товар неналежної якості, якщо це не було обговорено продавцем, має право за своїм вибором вимагати:

при наявності недоліку:

- безоплатного усунення недоліків товару. Цю вимогу споживач має право пред'явити продавцеві, виробнику або організаціям, що виконують їхні функції на підставі договору;

- відшкодування витрат на їхнє усунення споживачем або третьою особою. Такий спосіб захисту прав споживачів при покупці неякісного товару широкого поширення на практиці не одержав;

- пропорційного зменшення покупної ціни. Цю вимогу споживач має право пред'явити продавцеві або організації, що виконує його функції на підставі договору;

при наявності істотного недоліку:

- заміни на товар аналогічної моделі (марки, артикула). У цьому випадку законодавець має на увазі, що ціни замінного товару, і товару, на який провадиться заміна, однакові, і ніякого перерахунку не провадиться.

У закордонній практиці виникла проблема права вимоги заміни всієї речі на нову у випадку неякісної деталі, що є частиною купленої речі і яку можливо замінити без заміни всієї речі. Судова практика встала на позицію захисту інтересів продавця, якого не можна зобов'язати замінити всю річ, якщо можливо замінити тільки її частину, як це нерідко буває при експлуатації автомобіля. Цим обґрунтовують еквівалентність взаємних зобов'язань сторін у купівлі-продажу.

Подібні питання виникали й у нашій країні. Міністерством промполітики України був прийнятий Порядок гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни дорожніх транспортних засобів, затверджений Наказом № 721 від 29.12.2004 р.. Згодом ці зміни знайшли відображення і в Законі України «Про захист прав споживачів»:

- заміни на такий же товар іншої марки (моделі, артикулу) з відповідним перерахунком покупної ціни. Ця вимога припускає заміну товару на такий же товар, тобто автомобіль на автомобіль, холодильник на холодильник, але іншої, не аналогічної моделі, марки, артикула. Споживчі властивості цих товарів істотно розрізняються, так само істотно відрізняються

їхні ціни. Тому при такій заміні провадиться відповідний перерахунок вартості товарів;

- розірвання договору купівлі-продажу. При розірванні договору купівлі-продажу споживач зобов'язаний повернути товар з недоліками і має право вимагати відшкодування збитків. Наприклад, споживач придбав великогабаритний товар. За доставку товару споживач заплатив. При розірванні договору купівлі-продажу з продавцем споживач має право, разом з іншими збитками, вимагати відшкодування транспортних витрат.

Рішення покупця про звертання з вимогами про захист свого порушеного права виражається односторонньою заявою довільної форми, з очікуванням повернення продавцем сплачених йому грошей (ціни) і з реальним поверненням проданої з недоліками речі.

Особливо слід наголосити про вимогу щодо розірвання договору у випадку виявлення недоліку речі, у якій уже раніше недоліки були виявлені й усувалися продавцем, або річ мінялася з тих же причин. Справа в тому, що в ряді правових систем право на розірвання договору через недоліки може бути обмежено, якщо продавець погодився «негайно» обміняти річ на таку ж, без недоліків. Але «негайна» згода не рятує продавця, якщо він вже один раз усував у цій речі недоліки.

Додаткові правила встановлені для випадків передачі речі частинами (комплектуючими деталями). Якщо продавець за вимогою покупця не поставить йому замість куплених такої ж кількості частин без недоліків, покупець має право розірвати договір, у тому числі і стосовно тих деталей, що підлягають постачанню в майбутньому

3.4. Право споживача на безпеку продукції (товарів, робіт).

Застосування в повсякденному житті різних механізмів, що можуть вийти з-під контролю людини, не дозволяє цілком виключити заподіяння шкоди. Щоб

мінімізувати можливість виникнення шкоди при реалізації товарів, Закон надає великого значення реалізації права споживачів на безпеку.

Право споживачів на безпеку означає, що товар (робота, послуга) при звичайних умовах його використання, збереження, транспортування й утилізації повинний бути безпечним для життя, здоров'я споживача, навколишнього середовища і не заподіювати шкоди майну споживача.

Закон передбачає ряд заходів, спрямованих на запобігання заподіяння шкоди життю і здоров'ю споживачів. Умовно ці заходи можна поділити на дві групи:

- заходи, спрямовані на недопущення надходження в оборот товарів, що можуть заподіяти споживачам шкоду;
- заходи щодо запобігання нанесення шкоди товарами, що вже реалізуються споживачам.

Проводячи заходи першої групи, держава встановлює обов'язкові вимоги, яким повинні відповідати товари, реалізовані споживачам. Ці вимоги містяться в стандартах, вони підлягають обов'язковому дотриманню. Контроль за дотриманням цих вимог покладається на державні органи, насамперед на виконавчі органи зі стандартизації, метрології, органи санітарно-епідеміологічного нагляду тощо. Додатковою перешкодою надходження в продаж небезпечних товарів є державна система сертифікації. Сертифікація - це процес підтвердження уповноваженим державним органом відповідності якості товарів обов'язковим вимогам стандартів.

Ще однією гарантією забезпечення безпеки для життя, здоров'я і майна споживача при використуванні ним товарів, є передбачений Законом обов'язок виробника в необхідних випадках розробити і вказати в супровідній документації на товар, на етикетці, маркіруванням або іншим способом спеціальні правила використання товару, його збереження, транспортування й

утилізації. При цьому, продавець зобов'язаний довести ці правила до відома споживача.

Продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність та/або сертифіката відповідності, виданих згідно із законодавством.

Якщо встановлено, що при додержанні споживачем правил використання, зберігання чи транспортування товарів (наслідків робіт) вони завдають або можуть завдати шкоду життю, здоров'ю, майну споживача чи навколишньому природному середовищу, виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний негайно припинити їх виробництво (реалізацію) до усунення причин заподіяння шкоди, а в необхідних випадках - вжити заходів щодо вилучення їх з обороту та відкликання від споживачів.

Створюючи новий (модернізований) товар, розробник повинний подати технічну документацію відповідному органу для проведення державної експертизи на його відповідність вимогам щодо безпеки для життя, здоров'я і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища.

Виробник (виконавець) зобов'язаний інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання продукції за допомогою прийнятих загальновідомих у міжнародній практиці позначень.

Європейська Рада 27.01.77 р. відкрила для підписання Страсбурзьку конвенцію про відповідальність за продукти у випадку заподіяння ними тілесної шкоди або смерті. Положення цієї Конвенції були сприйняті в Україні

Законом «Про якість і безпеку харчової продукції і продовольчої сировини». Він передбачає обов'язкову вимогу до виготовлювача вказувати на етикетці повне найменування продукції, склад, найменування й адресу виготовлювача, інші реквізити (усього 13 позицій), за якими можна безпомилково визначити, яка це продукція.

Отже, що стосується харчових продуктів, їхня безпека – це відсутність токсичної, канцерогенної, мутагенної, алергенної або іншої несприятливої для організму людини дії харчових продуктів при їхньому споживанні в загальноприйнятих кількостях, межі яких встановлюються Міністерством охорони здоров'я України (ст. 1 Закону України «Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини»).

Можна виділити наступні способи забезпечення безпеки продуктів харчування:

- 1) розробка і затвердження стандартів, екологічних нормативів, технічних умов;
- 2) державна реєстрація пестицидів і агрохімікатів, за умови наявності методик визначення залишкової кількості препаратів у сільськогосподарській продукції, харчових продуктах;
- 3) сертифікація;
- 4) здійснення державного нагляду за дотриманням стандартів, норм і правил у цій сфері;
- 5) здійснення ветеринарно-санітарної експертизи продуктів тваринного і рослинного походження;
- 6) контроль за експортом та імпортом;

7) здійснення радіологічного і токсикологічного контролю продуктів харчування на ринках, м'ясокомбінатах, оптових базах;

8) вилучення, утилізація або знищення продукції у випадку забруднення її радіонуклідами понад встановлені норми.

Як уже згадувалося, відповідальність виготовлювача за зроблений товар обмежується терміном служби або терміном придатності товару, а якщо ці терміни не встановлені, то виготовлювач зобов'язаний забезпечити безпеку товарів протягом десяти років з моменту передачі споживачеві.

У законодавстві ряду закордонних країн встановлено правило, згідно з яким якщо в порушення вимог законодавства виготовлювач не встановив термін служби на товар, на який устанавлення такого терміну обов'язково, він буде нести відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю або майну споживачів незалежно від часу його заподіяння. Даний порядок безперечно збільшує відповідальність виробника, однак представляється, що встановлене українським законодавцем обмеження відповідальності терміном у 10 років цілком виправдано і відповідає здоровому глузду.

4. Роль держави в забезпеченні прав споживачів на отримання безпеки якості.

Відомо, що вихід на ринок залежить від політичних, економічних, науково-технічних та інших факторів, які треба враховувати в комплексі в усій їх складності. Виробники, які добре знайомі з ринком, знають, що купівля-продаж все більше залежить від якості товарів та послуг. Тільки той має шанс продати свої товари та послуги, хто пропонує їх з очікуваною якістю, доступною ціною і в потрібний час.

Покупці-споживачі вважають якість продукції і послуг найголовнішим фактором. Тому стає зрозумілим, що постачальник повинен передвіщати очікування покупців і вражати їх своїми новими товарами та послугами.

На ринку України йде боротьба за збут товарів, за покупців, проводиться політика витіснення конкурентів. Все це приводить до бурхливого розвитку методів та засобів, спрямованих на підвищення якості продукції та послуг. При цьому велике значення має правове регулювання права споживачів на придбання товарів (робіт, послуг) належної якості, кінцевою метою якого є задоволення їх очікувань.

Одним із основних конституційних прав громадянина, передбачених ст. 50 Конституції України, є право споживачів на придбання товарів належної якості (далі - якісних товарів). Кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди. Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення; така інформація ніким не може бути засекречена. Подібної норми не містила жодна з конституцій радянського періоду.

Згідно зі ст. 673 ЦК України продавець повинен передати покупцеві товар, якість якого відповідає умовам договору купівлі-продажу. У разі відсутності в договорі купівлі-продажу умов щодо якості товару продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, придатний для мети, з якою товар такого роду зазвичай використовується.

Якщо продавець при укладенні договору купівлі-продажу був повідомлений покупцем про конкретну мету придбання товару, продавець повинен передати покупцеві товар, придатний для використання відповідно до цієї мети. У разі продажу товару за зразком та (або) за описом продавець повинен передати покупцеві товар, який відповідає зразку та (або) опису. Якщо

законом встановлено вимоги щодо якості товару, продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, який відповідає цим вимогам.

Продавець і покупець можуть домовитися про передання товару підвищеної якості порівняно з вимогами, встановленими законом.

Відповідно до ст. 3 Закону України від "Про захист прав споживачів споживачі мають право на належну якість товарів (робіт, послуг), торговельного та інших видів обслуговування, безпеку товарів та на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів, робіт, послуг, а також про їх виробника (виконавця). Положення Закону доповнюють і конкретизують положення Конституції України, а також формулюють це право, адже за Законом споживач (покупець) має не лише право на інформацію про якість товарів, а й безпосереднє право на належну якість товарів та їх безпеку.

Стаття 3 Закону України "Про захист прав споживачів" зобов'язує державу забезпечити не лише створення інформаційної системи про якість товарів, що реалізуються всіма суб'єктами підприємництва, але й визначити необхідні вимоги, яким мають відповідати ці товари, а також здійснення державними органами контролю за дотриманням суб'єктами підприємницької діяльності цих та інших вимог. Власне в Україні вже існує відповідна державна система захисту прав споживачів. Так, відповідно до ч. 2 ст. 4 зазначеного Закону державний контроль за дотриманням прав громадян як споживачів здійснюють, зокрема, місцеві ради, державні адміністрації, Держспоживстандарт та його територіальні органи, органи і установи державного санітарного нагляду.

Визначення змісту "права на належну якість" неможливе без розкриття змісту самого поняття якості товару (продукції). Це водночас дає змогу визначити поняття належної якості товару (продукції), щодо якого і досі існує неоднозначне тлумачення.

Ознаками якості вважаються:

- сукупність корисних властивостей продукції;
- здатність продукції задовольняти особисті і виробничі потреби.

Практично такі ж ознаки були закладені свого часу в державному стандарті колишнього СРСР: ГОСТ 15467-70. Качество продукции. Термины. Якість продукції в цьому стандарті визначалася як сукупність властивостей продукції, які обумовлюють здатність задовольняти відповідно до її призначення потреби людей.

Від правильного визначення поняття "якість продукції" залежить формування відповідних вимог і правил щодо кількісних і якісних показників, яким має відповідати та чи інша продукція, тому проблема якості продукції (товарів) є предметом і правових досліджень.

Найважливішим критерієм якості продукції є її корисність, висловлена в ступені придатності, а здатність продукції задовольняти відповідні потреби людей обумовлюється її властивостями, зокрема, надійністю, довговічністю, ефективністю, які відповідають нормативним вимогам, плановим приписам і договорам. Узагальнено якість продукції, як правило, розглядалася в радянській юридичній літературі як ступінь відповідності її техніко-економічних властивостей тим соціальним вимогам, які закріплюються в юридичних нормах. Отже, у правових визначеннях якості продукції за основу беруться техніко-економічні властивості продукції, які забезпечують той чи інший ступінь її придатності у використанні за призначенням.

Наукові погляди щодо визначення поняття "якість продукції" певною мірою знайшли своє втілення в Декреті Кабінету Міністрів України від 8 квітня 1993 р. № 30-93 "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення", відповідно до якого якість продукції - це сукупність властивостей, які відображають безпеку, новизну,

довговічність, надійність, економічність, естетичність, екологічність продукції тощо, надають їй здатність задовольняти споживача відповідно до її призначення.

Безперечно, таке визначення містить лише соціально-економічні ознаки, що дає підстави вважати якісною будь-яку продукцію, що задовольняє потреби споживача, адже воно не зобов'язує дотримуватися тих чи інших обов'язкових правил. Подібний підхід притаманний і Закону України від 23 грудня 1997 р. № 771/97-ВР "Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини", в якому якість харчового продукту визначається як сукупність властивостей харчового продукту, що визначає його здатність забезпечувати потреби організму людини в речовинах, безпеку для її здоров'я, стабільність складу і споживчих властивостей протягом строку придатності до споживання. У правовому визначенні поняття якості продукції обов'язково мають поєднуватися його економічні та правові ознаки.

В Україні створена нова власна система, яка забезпечує якість продукції в умовах ринкової економіки. До найважливіших законодавчих актів України в цій сфері насамперед необхідно віднести Декрет Кабінету Міністрів України "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення", а також Декрет від 10 травня 1993 р. № 46-93 "Про стандартизацію і сертифікацію", закони України від 11 лютого 1998 р. № 113/98-ВР "Про метрологію та метрологічну діяльність" та від 17 травня 2001 р. № 2408-Ш "Про стандартизацію". Ці нормативні акти встановлюють:

- правові основи державного нагляду за дотриманням стандартів, норм і правил суб'єктами підприємництва та відповідальність за їх порушення;
- правові і економічні основи систем стандартизації і сертифікації, організаційні форми їх функціонування;

- правові основи забезпечення в Україні єдності вимірювань за допомогою засобів вимірювань за зразками державних еталонів одиниць;

- правові основи захисту прав споживачів в разі порушення їх права на придбання товару (роботи, послуги) належної якості тощо.

Законом України "Про стандартизацію" дається визначення поняття стандартизації. Стандартизація - це діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усуненню бар'єрів у торгівлі і сприянню науково-технічному співробітництву.

Відповідно до ст. 4 Декрету Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію" нормативні документи із стандартизації поділяються на:

- державні стандарти України - ДСТУ;

- галузеві стандарти - ГСТУ;

- стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок - СТТУ;

- технічні умови - ТУУ;

- стандарти підприємств - СТП.

Цим стандартам повинні відповідати товари, які знаходяться в роздрібній торгівлі.

Як державні стандарти України застосовуються міждержавні стандарти і республіканські стандарти колишньої УРСР. Державні стандарти України розробляються і встановлюються, зокрема, на продукцію міжгалузевого

призначення, на продукцію для населення і народного господарства. Вони мають містити обов'язкові вимоги, що забезпечують безпеку продукції для життя, здоров'я і майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону навколишнього природного середовища тощо.

Галузеві стандарти розробляються на продукцію у разі відсутності державних стандартів України та у разі необхідності встановлення вимог, які підвищують чи доповнюють вимоги державних стандартів, а стандарти науково-технічних і інженерних товариств і спілок - у разі необхідності поширення результатів фундаментальних і прикладних досліджень (останні можуть використовуватись на основі добровільної згоди споживачів).

Технічні умови містять вимоги, які регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції, а стандарти підприємств розробляються на продукцію, що використовується лише на конкретному підприємстві.

Стандарти підприємства розробляють на продукцію (процеси, послуги), яку виробляють і застосовують (здійснюють, надають) лише на конкретному підприємстві.

Залежно від рівня суб'єкта стандартизації, який приймає чи схвалює стандарти, розрізняють:

- національні стандарти, кодекси усталеної практики та класифікатори, прийняті чи схвалені центральним органом виконавчої влади у сфері стандартизації, видані ним каталоги та реєстри загальнодержавного застосування;

- стандарти, кодекси усталеної практики та технічні умови, прийняті чи схвалені іншими суб'єктами, що займаються стандартизацією.

У Законі "Про захист прав споживачів" не наводиться конкретний перелік правових форм, які мають забезпечувати якість товарів. У ній лише зазначається, що споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товар, яку надає продавець. В Декреті Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію" конкретизуються види нормативних документів, якими встановлюються необхідні вимоги щодо якості товарів (продукції).

Державні стандарти України містять обов'язкові та рекомендовані вимоги.

До обов'язкових належать:

- вимоги, що стосуються безпеки продукції для життя, здоров'я і майна громадян, її сумісності і взаємозамінності, охорони навколишнього природного середовища, і вимоги до методів випробувань цих показників;

- вимоги техніки безпеки і гігієни праці з посиланням на відповідні норми і правила;

- метрологічні норми, правила, вимоги та положення, що забезпечують достовірність і єдність вимірювань;

- положення, що забезпечують технічну єдність під час розроблення, виготовлення, експлуатації або застосування продукції.

Обов'язкові вимоги державних стандартів підлягають безумовному виконанню на всій території України, а рекомендовані повинні бути виконані, якщо:

- це передбачено чинними актами законодавства;

- ці вимоги включено до договорів на розроблення, виготовлення та поставку продукції;

- виробником (постачальником) продукції документально заявлено про відповідність продукції цим стандартам.

Необхідно зазначити, що Закон України "Про захист прав споживачів" не закріплює право продавця продати товар належної якості, а зобов'язує його передати споживачеві товар, який за якістю відповідає вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товар. Така норма є важливою, але не безумовною гарантією реалізації споживачем права на захист у разі придбання товару неналежної якості.

В 1992 р. в Україні було започатковано самостійну систему "технічного регулювання", яка включає стандартизацію та суміжні види діяльності (сертифікацію, метрологію, акредитацію). В основу національної системи технічного регулювання закладаються міжнародні принципи діяльності впливової Міжнародної організації із стандартизації (ISO), членом якої Україна стала ще в 1993 р., Європейських організацій. Велике значення у підвищенні якості українських товарів безперечно буде мати входження України до міжнародних структур.

Крім нормативно-приписних гарантій, важливу роль у забезпеченні надходження у торговельну мережу якісних товарів відіграють сертифікація та гарантії, які умовно можна назвати організаційними (наприклад, ліцензування, патентування), інформаційними (наприклад, маркування, штрихове кодування, рекламування), контрольно-запобіжними (контрольні перевірки якості, санітарні вимоги до умов продажу, зберігання тощо), правозахисними (санкції за порушення вимог законодавства про якість) заходами.

Іншим засобом, що належить до державного (правового) регулювання питань якості, є сертифікація.

Сертифікація - це комплекс заходів, спрямованих на забезпечення відповідності продукції встановленим або ініційованим вимогам, про що видається відповідний сертифікат.

Сертифікація продукції (процесів, робіт, послуг) в Україні здійснюється з метою:

- запобігання реалізації небезпечної продукції;
- сприяння споживачам у компетентному виборі продукції;
- створення умов для участі суб'єктів підприємництва в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві і міжнародній торгівлі.

Сертифікація продукції може бути обов'язковою чи добровільною. Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, затверджений наказом Держстандарту України від 30 серпня 2002 р. № 498.

Обов'язкова сертифікація передбачає перевірку і випробовування продукції для визначення її характеристик, а також подальший державний технічний нагляд за сертифікованою продукцією. В разі позитивного проходження випробувань компетентний орган видає сертифікат і заявникові надається право маркувати продукцію спеціальним знаком відповідності.

Добровільна сертифікація може здійснюватися за ініціативою виготовлювача, продавця, споживача, органів державної виконавчої влади, громадських організацій і окремих громадян на договірних умовах між заявником і органом із сертифікації на предмет відповідності продукції вимогам, не віднесеним до обов'язкових.

Щодо окремих видів продукції можуть встановлюватися особливі правила сертифікації. Так, наказами Державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації від 13 вересня 1996 р. № 378 та №

379 були затверджені, відповідно, Правила обов'язкової сертифікації тютюнових виробів і Правила обов'язкової сертифікації алкогольних напоїв. Вимоги зазначених Правил та інших нормативних актів у сфері сертифікації є обов'язковими для органів сертифікації, акредитованих в державній системі сертифікації (УкрСЕПРО), а також для підприємств незалежно від форм власності, в тому числі іноземних, які виробляють чи поставляють продукцію.

До створеної Держстандартом України системи УкрСЕПРО входить 131 орган сертифікації, 565 випробувальних лабораторій, 11 органів сертифікації систем якості.

В основу побудови УкрСЕПРО закладені настанови та принципи міжнародних документів, прийнятих в рамках міжнародних інститутів І50/ІЕС і ГАТТ/СОТ. Однак останнім часом українська система сертифікації суперечить міжнародним правилам у сфері сертифікації якості продукції. Зокрема, Угода про технічні бар'єри в торгівлі (ТБТ) не визнає державне регулювання якості продукції, віддаючи перевагу праву покупця вибрати продукцію необхідної йому якості. Ця обставина використовується досить часто при укладенні Україною кредитних угод зі Світовим банком та у відносинах з іншими міжнародними структурами, які обумовлюють укладення угод умовами про непоширення на імпортовані в Україну товари державної системи сертифікації якості продукції (товарів) на стадії імпорту, зберігаючи систему перевірок лише в оптовій та роздрібній торгівлі.

Відповідно до ст. 5 Закону України "Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини" будь-який харчовий продукт (крім виготовленого для особистого споживання), продовольча сировина і супутні матеріали не можуть бути ввезені, виготовлені, передані на реалізацію, реалізовані або використані іншим чином без документального підтвердження їх якості та безпеки. Документами, що підтверджують належну якість та безпеку харчових продуктів, продовольчої сировини і супутніх матеріалів, є:

- сертифікат відповідності;

- Державний реєстр харчових продуктів, продовольчої сировини, супутніх матеріалів або висновок державної санітарно-гігієнічної експертизи;

- ветеринарний дозвіл для харчових продуктів та продовольчої сировини тваринного походження;

- карантинний дозвіл для продукції рослинного походження. Імпортні харчові продукти, продовольча сировина і супутні матеріали допускаються на митну територію України за умови виконання постачальником правил їх реєстрації та сертифікації (ст. 16 Закону).

Незважаючи на те, що сертифікація, на відміну від стандартизації, безпосередньо не містить показників, яким має відповідати продукція, що виготовляється, вона сприяє встановленню фактичної якості виготовленої продукції, знижує можливість реалізації неякісної продукції, дисциплінує суб'єктів підприємництва і, безумовно, виконує для споживача інформаційну функцію щодо властивостей товару. У зв'язку з цим потребує активізації система заходів інформування споживачів стосовно характеристик тих товарів, які не відповідають вимогам стандартів та інших нормативних документів України, що забезпечить вільний вибір товарів.

Ліцензії, сертифікати, патенти, які підтверджують (підтверджували) право займатися тим чи іншим видом торговельної діяльності, самі по собі істотно не впливають на забезпечення якості товарів. Однак не можна недооцінювати вплив на продавців загрози втратити ліцензію, сертифікат, патент у разі застосування санкцій за систематичний продаж неякісних товарів, недотримання санітарно-епідеміологічних та інших правил. Більш ефективним є посилення вимог при наданні дозволу на право займатися окремими видами торговельної діяльності, зокрема шляхом встановлення наявності професійно-технічних можливостей для ведення такої діяльності.

Об'єктивна інформація сприяє вибору покупцем якісного товару. Відповідно до Закону "Про захист прав споживачів" споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари, що забезпечує можливість їх компетентного вибору. Така інформація про товари має містити:

- назву товару;

- зазначення нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати вітчизняні товари (роботи, послуги);

- дані про основні властивості товарів (робіт, послуг), а щодо продуктів харчування - про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів, а також іншу інформацію, що поширюється на конкретний продукт;

- відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин порівняно з вимогами нормативно-правових актів та нормативних документів і протипоказання щодо застосування;

- позначку про застосування генної інженерії під час виготовлення товарів;

- дані про ціну (тариф), умови та правила придбання товарів (виконання робіт, надання послуг);

- дату виготовлення;

- відомості про умови зберігання;

- гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);

- правила та умови ефективного і безпечного використання товарів (робіт, послуг);

- термін придатності (служби) товарів (робіт, послуг), відомості про необхідні дії споживача після його закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

- найменування та адресу виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Інформація про послуги, пов'язані з концертною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, повинна містити дані про використання чи невикористання виконавцями музичних творів фонограм власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору з музичним супроводом або без нього чи фонограм музичного супроводу до власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору.

Стосовно товарів (робіт, послуг), які підлягають обов'язковій сертифікації, споживачеві повинна надаватись інформація про їх сертифікацію. Про товари (роботи, послуги), які за певних умов можуть бути небезпечними для життя, здоров'я споживача та його майна, виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про такі товари (роботи, послуги) і можливі наслідки їх впливу.

Така інформація доводиться до відома споживачів виробником (продавцем) у технічній документації, що додається до товарів, на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів. Якщо ж внаслідок надання недостовірної або неповної інформації про товар та про виробника споживач придбав товар, який не відповідає заявленим властивостям, його неможливо використати за призначенням, він має право в

установленому порядку вимагати розірвання договору та відшкодування збитків, а якщо це заподіяло шкоду життю, здоров'ю або майну споживача, він має право на її відшкодування у повному обсязі.

Окремо у Законі України "Про захист прав споживачів" оговорюється, що продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, мають забезпечуватись інформацією про її походження. Відповідно до п. 2 постанови Кабінету Міністрів України від 9 листопада 1996 р. № 1371 "Про вдосконалення контролю якості і безпеки харчових продуктів" товар, який реалізується в роздрібній торгівлі з 1 січня 1997 р., повинен мати на етикетках (упаковці) інформацію в доступній для сприйняття формі, викладену відповідно до законодавства про мови: щодо загальної назви харчового продукту; маси; складу, в тому числі перелік використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок, барвників тощо; калорійності; дати виготовлення; терміну придатності до споживання та умови зберігання; найменування та адреси виробника. Законом України "Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини" передбачається в маркуванні зазначати ще більш повну інформацію про харчові продукти, яка повинна викладатися державною мовою України. Відповідно до ст. 7 цього Закону маркування має містити інформацію про:

- загальну назву харчового продукту;
- номінальну кількість харчового продукту в установлених одиницях виміру;
- склад харчового продукту, якщо він виготовлений з кількох складників;
- енергетичну цінність (для харчових продуктів, що її мають);
- дату виготовлення;

- строк придатності до споживання чи дату закінчення строку придатності до споживання;
- умови зберігання;
- позначення нормативного документа для харчових продуктів вітчизняного виробництва;
- найменування та адресу виробника і місце виготовлення;
- умови використання (якщо такі передбачені);
- відсоток сторонніх синтетичних (штучних) домішок;
- застереження щодо вживання харчового продукту дітьми, якщо він не є дитячим харчуванням, а підстави для такого застереження є;
- іншу інформацію, передбачену чинними в Україні нормативними документами, дія яких поширюється на певний харчовий продукт.

Такі вимоги є виправданими, адже продаж неякісних продовольчих товарів може завдати непоправної шкоди громадянам. Тому заборонено з 1 січня 1997 р. ввезення на територію України товарів, які не мають на етикетках та пакунках відомостей про товар українською мовою.

Певну інформацію про товар може давати реклама та штрихове кодування товарів. Рекламування товарів в Україні повинно здійснюватися відповідно до Закону України від 3 липня 1996 р. "Про рекламу", а штрихове кодування - відповідно до Положення про штрихове кодування товарів, затв. наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 20 серпня 2002 р. № 255.

Поряд із сертифікацією діють запобіжно-контрольні гарантії, що реалізуються головним чином шляхом створення умов та порядку, які

забезпечують збереження властивостей товарів при їх транспортуванні та зберіганні, а також здійснення контролю за їх дотриманням. Встановлюються вони Правилами роздрібної торгівлі алкогольними напоями, затв. постановою Кабінету Міністрів України від 30 липня 1996 р. № 854, Правилами роздрібної торгівлі продовольчими товарами, затв. наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11 липня 2003 р. № 185, та іншими нормативними актами.

На сьогодні дуже гостро постає питання про гарантії якості продукції, на які може розраховувати споживач. Товари, що надходять у роздрібну торгівлю, мають забезпечувати потреби споживачів упродовж певного проміжку часу. Згідно зі ст. 14 Закону України "Про захист прав споживачів" в разі придбання товару неналежної якості покупцю-споживачу надається право протягом гарантійного терміну в порядку та строки, встановлені законодавством, і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору, за власним бажанням вимагати від продавця або виробника:

- безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою;
- заміни на товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості;
- відповідного зменшення його купівельної ціни;
- заміни на такий же товар іншої марки (моделі, артикулу, модифікації) з відповідним перерахуванням купівельної ціни;
- розірвання договору та відшкодування збитків, яких він зазнав.

Тема 5 Забезпечення прав споживачів на отримання безпечної і якісної продукції.

1. Характеристика методів контролю якості .

Для контролю якості проекту використовують такі методи та засоби, як: технічна інспекція, контрольні карти або графіки контролю (використовуються для відстежування вихідних змінних, для моніторингу вартісних і планових відхилень, похибок у проектній документації або в інших процесах проекту), статистичні методи (статистичні вибірки, аналіз динамічних рядів, створення статистичних моделей із метою перевірки та скорочення витрат і часу на проведення контролю за якістю) та графіки потоків як допоміжний засіб в аналізі проблем, що виникають, діаграму Парето (діаграма, яка ілюструє появу різних причин невідповідності, впорядкованих за рангом виникнення причин) та аналіз тенденцій (передбачає використання математичних методів для прогнозування майбутніх результатів та технічних показників виконання тощо).

Основною складовою контролю якості проекту є технічна інспекція. Здійснюють її на всіх підприємствах, які беруть участь в управлінні проектами. Для цього на підприємствах складають план технічної інспекції, який визначає в деталях види й засоби всіх перевірок і випробувань. У плані технічної інспекції виокремлюють критичні процеси (замовлення основного технологічного устаткування), зазначають умови обслуговування й використання нестандартних матеріалів, необхідний рівень контролю силами постачальників та інші аспекти. Розробляючи план інспекцій, визначають обсяги перевірок, інструментальне оснащення, періодичність та детальність.

Відповідальними за проведення технічного контролю та реалізації плану є: інспекція, відділ технічного контролю (ВТК), лабораторія, а також безпосередньо лінійний персонал.

До основних видів діяльності інспекції належать:

- технічна взаємодія та аналіз технічних характеристик;
- оцінка постачальника (його досвіду) і повноти умов контракту;
- визначення типу контролю й особливих інструкцій для інспекторів;
- ліквідація забракованих виробів або устаткування;
- складання звітів.

Зазвичай технічна інспекція підприємства передбачає такі заходи:

- перевірка ефективності методів контролю якості, які застосовує постачальник;
- оцінка стандартів якості постачальника;
- випробування;
- визначення робочих характеристик;
- аналіз документованих даних про раніше здійснені випробування;
- огляд поверхонь і перевірку розмірів.

Для контролю якості проекту потрібно мати план управління якістю, операційні визначення, контрольні переліки та результати реалізації проекту.

За досягнення необхідної якості відповідає постачальник, але інспектор має сприяти виявленню умов, які негативно впливають на якість продукції, створюють скрутні становища чи затримують виробничий процес.

Результатом контролю якості є прийняття рішень щодо прийняття робіт, продукції проекту, введення змін у процеси, якщо управління якістю не відповідає встановленим вимогам, нормам і стандартам, та прийняття заходів щодо поліпшення якості проекту в цілому.

2. Експертиза якості

Експертиза якості — це оцінка якісних характеристик товару експертами для визначення відповідності вимогам нормативної документації.

Метою експертизи якості є визначення якості товарів партії під час здачі-приймання або після довготривалого зберігання, або виявлення прихованих технологічних дефектів при зберіганні, після закінчення визначених строків висування претензій постачальнику. Крім цього, експертиза за якістю застосовується під час оцінки якості зразків нових товарів перед тим, як їх запускають у серійне виробництво. Для харчових продуктів або кулінарних виробів цей вид експертизи тільки за органолептичними показниками якості називається дегустацією.

Експертиза якості залежно від призначення поділяється на такі різновиди: приймальна експертиза за якістю, експертиза за комплектністю, експертиза нових товарів, дегустація харчових продуктів та експертиза за договорами.

Приймальна експертиза за якістю — це експертна оцінка якості товарів для підтвердження достовірності результатів під час приймання. Підставами для призначення такої експертизи є:

- виникнення протиріч між постачальником і одержувачем за результатами приймального контролю, проведеного одержувачем у відсутність постачальника, те неможливість його прибуття на повторне приймання;
- заздалегідь передбачувана або виявлена під час надходження невідповідність фактичної якості товару зазначеній у документах;
- виявлене пошкодження упаковки (поломка, деформація, роздавлювання, биття тощо);

– наявність значних якісних втрат під час транспортування або зберігання.

Перевірка за якістю і комплектністю піддається вся партія товару,

але згідно з вимогами нормативної документації вона може здійснюватися вибірково.

Експертиза товарів за договорами — це оцінка експертом дотримання вимог якості, встановлених договорами. Експертиза проводиться за такою схемою:

– визначення нормативної документації, вимогам якої повинні відповідати продукція, товар;

– вибір номенклатури показників, які досліджуються в процесі експертизи;

– визначення акредитованої дослідної лабораторії для проведення експертних досліджень;

– підготовка заявки на дослідження;

– відбирання зразків на дослідження, оформлення акта відбору зразків;

– проведення досліджень відібраних зразків і аналіз отриманих результатів;

– оформлення акта.

Основні етапи проведення експертизи наведені на рис. 5.



Рис. 5. Основні етапи проведення експертизи

При проведенні контролю якості вибіркоким методом і визначенні невідповідності якості товарів необхідно відмітити реквізити документів, якими керувалися для проведення контролю з встановленням кількості відібраних місць, маси, техніки відбирання зразків, однорідності тари за видами, місткістю, матеріалами. В результатах перевірки фіксуються наявність нестандартної тари, зниження сортності товару.

Якщо під час надходження виявлено неоднорідність товарної партії, що має товари різної градації якості (стандартні, нестандартні, брак, відходи, 1-го чи інших сортів тощо), то в процесі експертизи експерт повинен виявити відсотковий вміст кожної фракції. Наприклад, при експертизі свіжих фруктів, овочів визначається вміст стандартної, нестандартної продукції, браку, відходів і розподіл за сортами – вищий, перший тощо.

За результатами приймання товарів за якістю і комплектністю складається акт про фактичну їх якість і комплектність. Акт повинен бути складений за відповідною формою в день закінчення приймання товару, в

ньому повинні міститися всі необхідні відомості. До акта додається комплект документів:

- документи постачальника, виготовлювача, що засвідчують якість товару, пакувальні ярлики з тарних місць, у яких виявлено товар неналежної якості;
- транспортний документ;
- документ, що засвідчує повноваження компетентного представника, який брав участь у проведенні експертизи;
- акт про неналежну якість товару з визначенням кількості оглянутих місць;
- акт відбору зразків і висновок за результатами аналізу відібраних зразків;
- інші документи, які свідчать про причини зниження якості, псування товару: відомості про температурний режим зберігання, льодопостачання; відомості про прибуття вагонів тощо.

В акті повинні бути відомості про стан товару, пред'явленого для огляду. Звертається увага на умови зберігання товару, експерт особисто або в присутності представника замовника перевіряє температуру і відносну вологість атмосфери зберігання. За відсутності вимірювальних приладів експерт повинен вимагати їх від підприємства, яке замовило експертизу, і при неотриманні приладів зробити відмітку про відсутність приладів у сховищі в акті. Крім того, в акті необхідно зробити детальний опис умов зберігання.

Перевірка якості повинна проводитись методом суцільного контролю, але частіше за все використовується вибіркового метод з поширенням результатів

перевірки якості відібраних зразків, на всю партію, якщо інше не передбачено умовами нормативної документації — стандартами, технічними умовами тощо.

Норми вибіркового контролю визначені для однорідної партії, яку розглядають як кількість товару одного найменування, одного сорту (товарного, помологічного), виготовленого в одну зміну, упакованого в однакову за місткістю і матеріалом тару. Якщо партія неоднорідна, проводиться її групування за принципом однорідності.

3. Роль держави в забезпеченні захисту прав споживачів на отримання безпечної і якісної продукції.

Захист прав споживачів – це складова частина захисту прав людини. В державах з розвинутою економікою споживач здійснює керівну функцію на споживчому ринку. А це можливо лише за активної життєвої позиції кожного громадянина країни та державної підтримки.

Виходячи з принципу, закріпленого в ст. 3 Конституції України про те, що людина, її життя і здоров'я, честь та гідність, недоторканність і безпека визнані в Україні найвищою соціальною цінністю, права споживачів належать до найголовніших соціальних прав громадян, захист яких покладено на державу. Ці принципи конкретизовано в положеннях ст. 4 Закону України «Про захист прав споживачів», згідно з якою, споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізовується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на

- 1) державний захист своїх прав;
- 2) належну якість продукції та обслуговування;
- 3) безпеку продукції;

4) необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);

5) відшкодування шкоди, завданою дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, а також майнової та моральної (немайнової) шкоди, заподіяної небезпечною для життя і здоров'я людей продукцією у випадках, передбачених законодавством;

6) звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;

7) об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

Цей перелік не є вичерпним, оскільки згідно п. 2 ст. 4 «Інші права споживачів, що витікають з основних задекларованих прав встановлені в низці статей Закону України “Про захист прав споживачів”, а також у постановах Кабінету Міністрів України, правилах і переліках, затверджених відповідними постановами, а також у наказах міністерств і відомств».

Слід відзначити, що частина прав залишається лише задекларованою, інша – розписана із застосуванням елементів процесуального права. Так, згідно зі ст. 5 Закону, «Держава створює умови для здобуття споживачами потрібних знань з питань реалізації їх прав», але при цьому Закон не містить детальних механізмів щодо навчання споживачів. До детально описаних прав з механізмами їх реалізації, можна віднести насамперед права, зазначені в статтях 8 – 13 та 18 Закону України «Про захист прав споживачів». Ці статті встановлюють багато прав і механізмів їх реалізації, якими можна користуватися у повсякденному житті.

Зокрема, ст. 8 Закону визначає права споживача у разі придбання ним товару неналежної якості. У разі виявлення протягом встановленого

гарантійного строку недоліків (будь-яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або пред'явленим до неї вимогам, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем), споживач, в порядку та у строки, встановлені законодавством, має право вимагати

- 1) пропорційного зменшення ціни;
- 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- 3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач, в порядку та у строки, встановлені законодавством, і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору, має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника

- 1) розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- 2) заміни товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар.

Особливе значення у правовідносинах, що виникають між споживачем та виробником, продавцем, виконавцем, має поняття «недолік» та «істотний недолік» товару (роботи, послуги), тому що виявлення недоліку або істотного недоліку є підставою для застосування до виробника, продавця, виконавця різних заходів юридичного характеру, передбачених Законом.

Наприклад, споживачі рідко користуються своїм правом отримання на час гарантійного ремонту товару аналогічної марки (моделі, артикулу,

модифікації) незалежно від моделі. Для цього продавець, виробник (підприємство, що задовольняє споживача), зобов'язані створювати (мати) обмінний фонд товарів. Перелік таких товарів визначається Кабінетом Міністрів України. За кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) та за кожний день затримки усунення недоліків понад установлений строк (чотирнадцять днів) споживачеві виплачується неустойка в розмірі одного відсотка вартості товару.

У разі придбання товару належної якості (ст. 9 Закону) споживач має право обміняти непродуктивний товар належної якості на аналогічний у продавця, в якого він був придбаний, якщо товар не задовольнив його за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням. Споживач має право на обмін товару належної якості протягом чотирнадцяти днів, не рахуючи дня купівлі. Обмін товару належної якості провадять, якщо він не використовувався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром. Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню) з підстав, зазначених у цій статті, затверджується Кабінетом Міністрів України.

Слід зазначити, що остання редакція Закону значно наблизила українські норми до вимог ЄС. Наприклад, в частині захисту прав споживачів в разі придбання ними продукції у кредит (ст. 11), укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями (ст. 12), при укладенні договору на відстані (ст. 13), визнання недійсними умов договорів, що обмежують права споживача (ст. 18), заборона нечесної підприємницької діяльності (ст. 19). Однак ці нововведення поки що широко не застосовуються через концентрацію зусиль державних органів захисту прав споживачів лише на перевірці безпечності та якості товарів і послуг.

Разом з позитивними сторонами нової редакції Закону варто відзначити, що завдяки йому, споживач в Україні став менш захищеним перед суб'єктами недобросовісного бізнесу, обмеженим у своїх правах на якісну та безпечну продукцію. Нова редакція Закону є фактично дискримінаційною стосовно споживача, суттєво звужує його права. Вперше в історії конsumerизму в законі, що захищає права споживачів, закріплені обов'язки споживача, що суперечить основним принципам європейського законодавства. Ця версія Закону робить майже неможливим обмін товару неналежної якості, залишає прогалини в регулюванні сфери робіт і послуг; створює сприятливі умови для діяльності недоброчесних виробників і продавців товарів, розквіту фальсифікації та зловживання незахищеним становищем споживача на ринку.

Загальні засади забезпечення права споживачів на якість і безпечність продукції встановлюються обов'язковими процедурами стандартизації та сертифікації, що вказують на обов'язок виробників та продавців товарів і послуг пропонувати і надавати лише послуги чи вводити в обіг продукцію, які є безпечними для життя і здоров'я людини, забезпечують захист національної безпеки, охорону довкілля та природних ресурсів, запобігання недобросовісній конкуренції.

Слід відзначити, що, на жаль, небагато громадян України знають свої права як споживачів. Як свідчить практика реалізації заходів щодо захисту прав споживачів у сфері торгівлі, ресторанного господарства і послуг, нині часто-густо порушуються законодавчо визначені права громадян як споживачів. Споживчий ринок насичений неякісними, фальсифікованими та небезпечними для життя і здоров'я людей товарами, передусім харчовими продуктами. Не реалізується право споживачів на отримання необхідної доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари, роботи, послуги, частими є порушення правил торговельного обслуговування та порядку надання послуг.

На державному рівні визнання та підтримку конsumerський рух вперше здобув у США після розгляду в конгресі та проголошення 15 березня 1962 року президентом Д. Кеннеді «Білля про права споживачів». У цьому документі задекларовано 4 основні права споживачів:

- на вибір;
- на безпеку товарів та послуг;
- на інформацію;
- бути почутим.

1973 року на 25-а сесії Консультативної асамблеї ЄС (Резолюція 543) ухвалено Хартію на захист прав споживачів, що містить п'ять розділів, відповідно до основних прав споживачів: а) право споживачів на захист і допомогу; б) право на компенсацію в разі збитків; в) право на конsumerську інформацію; г) право на конsumerську освіту; ґ) право на представництво та консультацію. Міжнародна організація споживачів – Конsumerський інтернаціонал (Consumers International, CI), що представляє інтереси споживачів у всьому світі і членами якої є понад 220 організацій з 115 країн світу визнав такі права споживачів:

- право на задоволення основних потреб означає право на основні (базові) товари і послуги, які забезпечують виживання на адекватне харчування, одяг, житло, санітарні умови, охорону здоров'я, освіту;

- право на безпеку означає право бути захищеним від продуктів, виробничих процесів і послуг, шкідливих для здоров'я або життя. Воно передбачає піклування як про повсякденні, так і про довгострокові інтереси споживачів.

- право на інформованість означає право отримувати відомості, необхідні для того, щоб робити обґрунтований вибір або приймати потрібне рішення. Споживачі повинні бути забезпечені інформацією, яка дозволяє їм діяти розумно і відповідально. Вони також повинні бути захищені від неточних або таких, що вводять в оману рекламних відомостей, розміщених в об'явах, на етикетках, упакованні або розповсюджуваних іншими методами;

- право вибору означає право мати доступ до різноманітних товарів і послуг, які продаються за конкурентними цінами, а у випадку монопольної торгівлі – мати за справедливої ціни гарантію задовільної якості;

- право бути вислуханим означає право споживача відстоювати свої інтереси і спонукати урядові й інші органи, що здійснюють державну політику, брати їх до повного і співчутливого розгляду при формуванні і здійсненні економічних та інших напрямків політики. Це право передбачає представництво у вказаних органах, а також участь в розробленні продуктів і послуг до того, як їх почнуть виробляти або реалізовувати;

- право на відшкодування означає право на задоволення обґрунтованих претензій, тобто право отримувати компенсацію у випадку придбання неякісних товарів або отримання незадовільних послуг, а також користуватися прийнятними формами правової допомоги для задоволення як серйозних, так і дрібних претензій;

- право на споживчу освіту означає право на набуття знань і навиків, які дозволяють споживачеві постійно, протягом всього життя підвищувати освіченість в частині відстоювання своїх прав споживача, а також впливу на сфери виробництва та реалізації товарів і послуг;

- право на здорове навколишнє середовище означає право на фізичне оточення, яке здатне підвищувати якість життя. Воно передбачає захист від небезпек, над якими окрема особа не має контролю. Воно визнає необхідність захищати і поліпшувати навколишнє середовище для нинішнього і прийдешніх поколінь.

Беручи до уваги інтереси та потреби споживачів у всьому світі, особливо у країнах, що розвиваються, визнаючи, що споживачі часто знаходяться у нерівному становищі з погляду економічних умов, рівня освіти та купівельної спроможності та враховуючи, що споживачі повинні мати право на доступ до безпечних товарів, а також важливість сприяння справедливому, рівноправному та стійкому економічному та соціальному розвитку 1985 року було прийнято «Керівні принципи ООН для захисту інтересів споживачів» (ухвалені Генеральною Асамблеєю ООН (резолюція XXXIX сесії Генеральної Асамблеї ООН № 248 від 09.04.1985 р.), метою яких визначено

- сприяти країнам у встановленні та подальшому забезпеченні належного захисту свого населення як споживачів;

- сприяти створенню структур виробництва та розподілу, здатних задовольняти потреби та запити споживачів;

- заохочувати високий рівень етичних норм поведінки причетних до виробництва та розподілу товарів та послуг для споживачів;

- сприяти країнам у боротьбі зі шкідливою діловою практикою всіх підприємств на національному та міжнародному рівнях, яка негативно відбивається на споживачах;

- сприяти створенню незалежних груп споживачів;
- розширювати міжнародне співробітництво в галузі захисту інтересів споживачів;
- сприяти створенню ринкових умов, що надають споживачам більший вибір за нижчих цін.

Уряди повинні розробляти, укріплювати або продовжувати активну політику захисту інтересів споживачів з урахуванням викладених нижче керівних принципів. При цьому кожний уряд повинен визначити свої власні першочергові завдання в галузі захисту інтересів споживачів, відповідно до економічних і соціальних умов країни та потреб свого населення, а також з урахуванням витрат і переваг намічених цілей.

Ці керівні принципи направлені на задоволення таких законних потреб:

- а) захист споживачів від шкоди їх здоров'ю та безпеці;
- б) сприяння економічним інтересам споживачів і захист цих інтересів;
- в) доступ споживачів до інформації, необхідної для компетентного вибору, відповідно до індивідуальних запитів та потреб;
- г) просвіта споживачів;
- г) наявність ефективних процедур розгляду скарг споживачів;
- д) свобода створювати споживчі та інші відповідні групи або організації та можливість для таких організацій висловлювати свою думку в процесі прийняття рішень, що порушують їх інтереси.

Водночас урядам належить розробляти політику та завдання, створювати (або) зберігати належну інфраструктуру для розроблення, здійснення та контролю політики захисту інтересів споживачів. Особливу увагу слід

приділяти забезпеченню того, щоб заходи щодо захисту інтересів споживачів проводились на благо всіх верств населення, особливо сільського.

Всі підприємства повинні дотримуватися норм відповідних законів і постанов тих країн, в яких вони ведуть справи та положень міжнародних вимог щодо захисту інтересів споживачів, ухвалених компетентними органами влади відповідної країни.

Розробляючи політику захисту інтересів споживачів, належить враховувати потенційну позитивну роль університетів, а також державних і приватних дослідницьких установ.

4. Модульний контроль

Питання для самодіагностики

1. Визначте сутність категорії якості та конкурентоспроможності.
2. Розкрийте роль якості на сучасному етапі.
3. Проведіть ретроспективний аналіз підходів до управління якістю
4. Розкрийте сутність категорій якості, конкурентоспроможності та їх роль в умовах ринку.
5. В чому полягає сучасний підхід до управління якістю?
6. В чому полягає діалектика розвитку вимог до якості продукції?
7. Розкрийте поняття системи управління якістю, цілі, задачі та принципи організації.
8. В чому полягає діалектика розвитку системи управління якістю на підприємстві.
9. Дайте характеристику існуючих систем управління якістю.
10. В чому полягає роль вищого керівного складу підприємства?
11. В чому полягає роль керівництва середньої ланки?
12. В чому полягає роль «гуртків якості»?

13. В чому полягає об'єктивна необхідність систем управління якістю на підприємстві?
14. Визначте вимоги до систем управління якістю на підприємстві.
15. В чому полягає роль керівного складу підприємства в управлінні якістю?
16. Дайте характеристику методів контролю якості.
17. В чому полягає експертиза якості?
18. Визначте роль держави в забезпеченні захисту прав споживачів на отримання безпечної і якісної продукції.

Розділ 2. Методичні основи управління якістю виробництва та обслуговування

Модуль 3. Методи оцінювання показників якості продукції, процесів виробництва та обслуговування

Тема 1 Методи оцінювання показників якості продукції та обслуговування.

1. Показники якості продукції, класифікація, порядок вибору та обґрунтування.

Кількісна характеристика однієї або кількох властивостей продукції (що складають її якість), яка розглядається до певних умов її створення та експлуатації або споживання, називається показником якості. Вибір показників якості встановлює перелік найменувань кількісних характеристик властивостей продукції, що входять до складу її якості та забезпечують оцінку рівня якості продукції.

Обґрунтування вибору номенклатури показників якості провадиться з урахуванням: призначення та умов використання продукції; аналізу вимог

споживача; завдань управління якістю продукції; складу і структури властивостей, що характеризуються; основних вимог до показників якості (рис. 6).



Рис. 6. Класифікація показників якості

Сучасна наука і практика виробили систему кількісної оцінки властивостей продукції, що характеризують показники якості, які відбиті у стандартах (міжнародних, національних, галузевих, стандартах підприємств) і технічних умовах.

Для оцінки якості продукції використовується система показників, які групуються на узагальнюючі, комплексні та одиничні.

Узагальнюючі показники характеризують загальний рівень якості продукції: обсяг і частку прогресивних видів виробів у загальному випуску, сортність (марочність), економічний ефект і додаткові витрати, пов'язані з поліпшенням якості.

Комплексні показники характеризують кілька властивостей виробів, включаючи витрати, що пов'язані з розробкою, виробництвом і експлуатацією. У кожній галузі промисловості застосовуються свої специфічні комплексні показники (наприклад, комплексним показником якості електродвигуна є відношення кількості корисної механічної енергії, що виробляється двигуном за

весь термін його служби, до сумарних витрат на виробництво та експлуатацію двигуна).

Одиничні показники якості характеризують одну з властивостей продукції (товарів) і класифікуються за такими групами:

- Показники призначення, що відображають корисний ефект від використання виробів за призначенням та обумовлюють сферу їх застосування. Для продукції виробничо-технічного призначення основним є показник продуктивності, що показує, який обсяг продукції може бути випущений за допомогою оцінюваної продукції або який обсяг виробничих послуг може бути наданий за визначений проміжок часу. Наприклад, показники: потужність двигуна, швидкість, продуктивність верстата, вантажопідйомність, пробіг шин до їх зносу, відсоток корисної речовини в сировині та ін.

- Показники економічності використання сировини, матеріалів, палива, пального та енергії характеризують властивості виробу, що відображають його технічну досконалість за рівнем або ступенем споживання сировини, матеріалів, пального, енергії. До таких показників належать: частка маси виробу (на одиницю основного показника якості); коефіцієнт використання матеріальних ресурсів - відношення корисних витрат до витрат на виробництво одиниці продукції; коефіцієнт корисної дії та ін.

- Показники надійності - безвідмовність, збереженість, ремонтоздатність, довговічність виробу. Залежно від особливостей продукції, що оцінюється, для характеристики надійності можуть використовуватися як усі чотири, так і деякі з зазначених показників.

Надійність - це властивість об'єкта зберігати у часі в установлених межах значення всіх параметрів, які характеризують здатність виконувати потрібні функції в заданих режимах та умовах застосування, обслуговування, зберігання та транспортування.

Безвідмовність - властивість об'єкта виконувати потрібні функції в певних умовах протягом заданого інтервалу часу чи наробітку.

Довговічність - це властивість об'єкта виконувати потрібні функції до переходу у граничний стан при встановленій системі технічного обслуговування та ремонту. До показників довговічності відносять: ресурс між середніми (капітальними) ремонтами; середній строк служби.

Ремонтопридатність - властивість об'єкта бути пристосованим до підтримання та відновлення стану, в якому він здатний виконувати потрібні функції за допомогою технічного обслуговування та ремонту. До показників ремонтпридатності належать: імовірність відновлення робочих параметрів; середня трудомісткість ремонту та технічного обслуговування.

Збережуваність – властивість об'єкта зберігати в заданих межах значення параметрів, що характеризують здатність об'єкта виконувати потрібні функції під час і після зберігання та (чи) транспортування.

- Показники технологічності, що характеризують ефективність (економічність) конструкторсько-технологічних рішень для забезпечення високої продуктивності праці під час виготовлення і ремонту продукції. Саме за допомогою технологічності забезпечуються масовість випуску продукції, раціональний розподіл витрат матеріалів, засобів праці і часу в процесі технологічної підготовки виробництва, виготовлення та експлуатації продукції. До них належать показники блочності та агрегатності конструкцій, що вказують на простоту монтажу виробу, питому трудомісткість, матеріало- і енергоємність, коефіцієнт раціонального використання прогресивних матеріалів у виробі і т. д.

- Ергономічні показники, що відображають взаємодію людини з виробом, дають змогу визначати зручність і безпеку експлуатації виробів. Вони

характеризують систему «людина - виріб - середовище використання» і враховують комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних та психологічних властивостей людини, що виявляються при користуванні виробом. До таких показників можна віднести, наприклад, зусилля, необхідні для керування трактором; розташування ручки в холодильнику; кондиціонер у кабіні баштового крана; освітленість, температуру, вологість, запиленість, шум, вібрацію, випромінювання, концентрацію чадного газу і водяних парів у продуктах горіння, розташування і зручність сидінь, органів керування, раціональність інтер'єру і робочого місця. З їх допомогою вимірюються параметри продукції, що впливають на працездатність людини під час експлуатації виробів.

- Естетичні показники характеризують спроможність продукції задовольняти потребу в красі. Вони визначають такі властивості, як зовнішній вигляд, гармонійність, цілісність, інформаційна промовистість, оригінальність, раціональність і краса форм, відповідність середовищу, стилю, моді, досконалість виконання і стабільність товарного виду виробу. З їх допомогою встановлюється художньо-конструкторський рівень виробу. Критерій естетичної оцінки виробу, яку дає експертна комісія, полягає в ранжуванні низки виробів аналогічного класу та призначення, що здійснюється на основі базових оцінок.

- Показники стандартизації та уніфікації визначають ступінь використання в продукції стандартизованих складових частин виробу (складальних одиниць, деталей, вузлів), їх уніфікації, а також рівень уніфікації (конструкційної спорідненості) з іншими виробами. Наприклад, відношення стандартизованих та уніфікованих частин виробу до загальної кількості частин у виробі, коефіцієнти повторюваності, застосовності за типорозмірами і складовими продукції. Усі деталі виробу поділяються на стандартні, уніфіковані й оригінальні. Чим менше оригінальних виробів, тим краще; це важливо як для виготовлювача продукції, так і для споживача.

- Патентно-правові показники характеризують патентний захист і патентну чистоту продукції та є істотним чинником у визначенні конкурентоспроможності. Визначаючи патентно-правові показники, варто враховувати наявність у виробках нових технічних рішень, рішень, захищених патентами в країні, наявність реєстрації промислового зразка і товарного знака як у країні-виробнику, так і в країнах експорту. Основними показниками є такі: патентного захисту, патентної чистоти і територіального поширення.

- Показники транспортабельності визначають пристосованість продукції до перевезень. До них належать середня тривалість і вартість підготовки до перевезень, вантажно-розвантажувальних робіт, середня матеріаломісткість упакування. Найповніше цей показник оцінюється у вартісному вимірі, що дає змогу одночасно врахувати матеріальні і трудові затрати, кваліфікацію і кількість людей, що зайняті транспортними роботами.

- Екологічні показники характеризують рівень шкідливих впливів на навколишнє середовище, які виникають під час експлуатації або споживання продукції. Врахування екологічних показників має обмежити надходження в природне середовище промислових, транспортних і побутових стічних вод та викидів, з метою зниження наявності шкідливих речовин в атмосфері, які не перевищують допустимих концентрацій; забезпечити збереження і раціональне використання біологічних ресурсів і т. д. До екологічних показників належать: наявність шкідливих домішок, можливість викидів шкідливих часток, газів, випромінювань при зберіганні, транспортуванні, експлуатації чи споживанні продукції.

- Економічні показники характеризують витрати на розробку, виготовлення, експлуатацію або споживання продукції, економічну ефективність її експлуатації. Основні з них: ціна, прибуток, собівартість, рентабельність, трудомісткість виробу, експлуатаційні витрати, як в

абсолютному виразі, так і на одиницю основного показника призначення виробу.

- Показники безпеки характеризують особливості продукції, що забезпечують безпеку людини (обслуговуючого персоналу) під час експлуатації або її споживання, монтажу, обслуговування, ремонту, зберігання, транспортування і т. д. Наприклад: імовірність безпечної роботи людини протягом певного часу; час спрацювання захисних пристроїв; електрична надійність високовольтних мереж.

Взаємозамінність – основна властивість сукупності виробів, яка визначає якість продукції і характеризується інтенсивністю, наявністю між елементами виробів з урахуванням їх особливості і специфічності, зовнішніми і внутрішніми проявами.

2. Статистичні методи оцінювання показників якості.

Визначення характеристик показників якості є однією з найважливіших операцій оцінювання якості продукції і, як правило, вимагає використання статистичних методів. Щоб оцінити характеристики показників якості продукції статистичними методами, необхідно розв'язувати такі завдання:

- визначити закони їх розподілу;
- визначити довірчі межі й інтервали для характеристик оцінюваного показника якості;
- порівняти середні значення досліджуваної характеристики якості для двох чи декількох сукупностей одиниць продукції, щоб з'ясувати, якою є відмінність між ними: випадковою чи закономірною;

- порівняти дисперсії досліджуваної характеристики якості для двох або декількох сукупностей одиниць продукції з тією ж метою;
- визначити кореляційний зв'язок між двома характеристиками показників якості;
- визначити параметри залежності досліджуваної характеристики якості від інших характеристик, що впливають на досліджуваний показник якості;
- визначити вплив досліджуваних факторів на зміну оцінюваної характеристики якості.

Оцінювання технічного рівня продукції

Технічним рівнем певного виду продукції називають відносну характеристику якості цієї продукції, яку отримують шляхом порівняння показників, що характеризують її технічну довершеність, з певними базовими значеннями .

При оцінюванні технічного рівня продукції визначають відповідність встановленим нормам:

- характеристикам найважливіших вимірюваних або розрахункових одиничних показників якості продукції;
- характеристикам групового показника якості продукції, отриманого шляхом встановлення функціональної залежності;
- характеристикам органолептичної оцінки;
- характеристикам узагальненого показника якості продукції в частках одиниці або в стабільній шкалі.

При оцінюванні технічного рівня продукції важливе значення має правильний вибір базового зразка, або, як його ще називають аналога.

Базовий зразок (аналог) - це реально досягнута сукупність характеристик показників якості продукції, прийнята для порівняння. Ця сукупність має характеризувати оптимальний рівень якості продукції за певний заданий період часу.

При розробленні продукції важливе значення має оптимізація показників її якості.

Оптимальними називаються такі характеристики показників якості продукції, за яких досягається або максимальний ефект від експлуатації чи споживання продукції при заданих витратах на її створення та експлуатацію чи споживання, або заданий ефект за мінімальних витратах, або максимальне відношення ефекту до витрат.

Якщо за заданих витрат на одиницю продукції визначається найкраща характеристика узагальненого показника якості, який характеризує максимальний ефект від експлуатації чи споживання продукції, його розглядають як критерій оптимізації, а задані витрати є обмеженнями при оптимізації.

Якщо витрати на одиницю продукції за заданого значення узагальненого показника якості мінімізуються, критерієм оптимізації є витрати на одиницю продукції, а задане значення узагальненого показника якості - обмеженням при оптимізації.

Критерій оптимізації інколи називають цільовою функцією.

Оптимальні значення характеристик показників якості не обов'язково стосуються до реально існуючої продукції, вони можуть бути визначені розрахунковим способом для щойно розробленої або навіть гіпотетичної продукції зі значеннями показників якості, яких реально можна досягти. В такому випадку розрахункові значення оптимальних характеристик показників якості використовуються як базові для порівняння з ними відповідних

характеристик показників якості існуючих зразків продукції. З розвитком науки і техніки значення характеристик, що входять до критерію оптимізації, і обмеження з часом змінюються. Це спричиняє зміни оптимальних значень показників якості продукції

3. Експертні методи оцінювання якості.

Експертні методи — методи оцінки, що проводяться групою експертів в умовах невизначеності або ризику.

Експертні методи використовуються для визначення номенклатури показників якості, коефіцієнтів їх вагомості, для вимірювання показників якості і їх оцінки органолептичним методом. Оцінка показників якості вимірювальним, реєстраційним, розрахунковим методами застосовується для визначення комплексних показників якості різних рівнів ієрархії.

Призначені для експертної оцінки товарів у випадках, коли інші, раніше перераховані методи непридатні або неекономічні.

Експертні методи засновані на ухваленні евристичних рішень, базою для яких є знання і досвід, накопичені експертами в конкретній області у минулому.

Експертним методам властиві певні переваги і недоліки.

Перевагами є те, що вони дозволяють ухвалювати рішення, коли об'єктивні методи несприйнятливі. До інших переваг відноситься їх відновлюваність. Сфера застосування цих методів — не лише оцінка якості товарів, але і дослідження операцій технологічного циклу, прийняття рішень, що управляють, прогнозування.

Експертні методи, застосовані кваліфікованими експертами, дозволяють дати точну оцінку товарів. Проведені експерименти свідчать, що при правильній методиці експертної оцінки похибка результатів складає 5—10%, що допускається для вимірювальних методів. Отримані експериментальним шляхом результати експертних оцінок в різних групах експертів показали їх достатньо високу відновлюваність.

До недоліків експертних методів відносяться суб'єктивізм, обмеженість застосування, високі витрати на їх проведення.

Суб'єктивізм експертних методів є наслідком того, що експертна оцінка проводиться кожним експертом індивідуально і представляє, на думку Е. П. Райхмана и Г. Г. Азгальдова "не що інше, як його психологічну реакцію на фізичні і хімічні характеристики продукції". Проте слід мати на увазі, що експертна оцінка складається з думок декількох експертів, кожен з яких є не лише фахівцем в певній галузі знань, але і споживачем. Тому експертна оцінка до певної міри відображає і думки споживачів, що неможливо здійснити при інших методах.

Унаслідок значної частки суб'єктивізму експертні методи мають певні обмеження. їх використання раціональне в двох випадках: по-перше, коли поставлені перед експертами цілі не можуть бути вирішені іншими методами; по-друге, коли наявні альтернативні методи дають менш точні і достовірні результати або пов'язані з більшими витратами.

Для усунення цього недоліку експертні методи при проведенні товарної експертизи поєднуються з іншими методами. Найчастіше разом застосовуються експертний і органолептичний методи. Більш того, при розробці шкал органолептичної бальної оцінки, виборі номенклатури показників якості, визначенні коефіцієнтів вагомості експертні методи незамінні.

Класифікація експертних методів. Експертні методи підрозділяються на три підгрупи: 1) методи групового опиту експертів; 2) математико-статистичні методи обробки експертних оцінок 3) методи експертної оцінки показників якості.

Кожна група експертних методів у свою чергу поділяється на види і різновиди. Класифікація експертних методів представлена на рис. 7

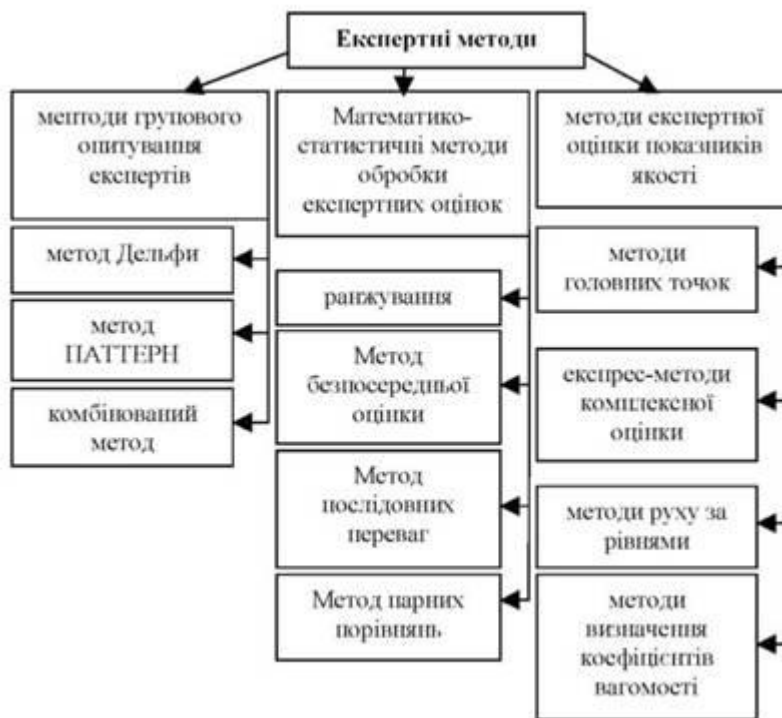


Рис. 7. Класифікація експертних методів

Методи групового опитування експертів — методи, засновані на проведенні опитування групи експертів з подальшим аналізом і обробкою отриманої від них інформації.

Метою цих методів є отримання групової експертної оцінки для приймання остаточних рішень.

Підставою для вибору є необхідність ухвалення складних рішень в ситуації невизначеності або складання науково обґрунтованого прогнозу, що вимагає участі групи незалежних і компетентних фахівців у вузькій області або багатьох галузях знань (наприклад, знань однорідною групи товарів або всіх продовольчих товарів).

Основні переваги групової експертної оцінки полягають в можливості різностороннього аналізу кількісних і якісних аспектів проблем визначення і/або прогнозування окремих характеристик товарів або їх сукупності. Взаємодія між експертами дозволяє значно збільшити обсяг сумарної інформації, якою володіє група експертів, в порівнянні з інформацією будь-якого члена групи. До того ж кількість чинників, врахованих при груповій оцінці і що впливають на результативність ухвалюваного рішення, більше, ніж сума чинників, врахованих одним експертом. При груповій оцінці менша помилка прийняття основних рішень і показників, що не мають суттєвого значення для вирішення проблеми. Тому важливою перевагою групової оцінки є можливість отримання узагальненого результату.

До недоліків групових оцінок відносяться: труднощі в отриманні надійної і узгодженої оцінки; отримання неоднакових відповідей на одне і те ж питання з великою різницею думок із-за різної компетентності експертів; отримання однозначних відповідей не гарантує їх обґрунтованість і достовірності, причому при проведенні експертизи це неможливо перевірити; більша кількість невірної інформації в групі експертів, чим у окремого експерта, може призвести до значних помилок в кінцевих результатах; можливість конфронтації, коли окремі експерти через невпевненість або інші причини можуть погоджуватися з думкою більшості.

Незважаючи на вказані недоліки, експериментально встановлено, що при дотриманні певних вимог групова оцінка надійніша, ніж індивідуальна. До

таких вимог відносяться: прийнятний розподіл оцінок; групова надійність; підготовка експертизи.

Ефективність експертизи залежить від точності і надійності отриманих результатів, тобто від застосованих методів і від кваліфікації експерта. Вибір експерта є складним завданням, частіше за все враховують декілька особистих властивостей: компетентність — професійну і кваліметричну, зацікавленість експерта в результатах експертизи, ставлення до справи, об'єктивність. Майже не враховуються такі риси, як схильність до ризику, інші психологічні особливості.

Не розроблений до тепер системний підхід до оцінки якості експерта; існуючі методи оцінки діляться на п'ять груп:

- евристичні;
- статистичні — оцінки, які отримують в результаті аналізу оцінок експертів з визначенням відхилень від середніх значень;
- тестові — оцінки, отримані в результаті виконання тестових завдань експертами;
- документальні — оцінки компетентності, отримані при аналізі окремих документальних даних експертиз, проведених експертом;
- комбіновані — оцінки, отримані під час аналізу даних, одержаних при поєднанні перерахованих методів.

Евристичні оцінки включають самооцінку і оцінку, зроблену колективом експертів. Самооцінка найчастіше всього суб'єктивна; для зменшення суб'єктивності застосовують балову шкалу за окремими властивостями експерта. Самооцінку проводять відповідно за видами товарів і показниками якості, наприклад, естетичність виробів, експерт оцінює себе анкетуванням.

Анкета включає періодичність ознайомлення з сучасною вітчизняною і зарубіжною літературою, з сучасними зразками продукції, з результатами соціологічних опитувань.

Як різновид самооцінки застосовують метод оцінки за аргументованістю і ознайомлення з продукцією, яка аналізується. Оцінка проводиться за допомогою анкети з визначенням коефіцієнта компетентності.

За допомогою тестових оцінок можливо оцінити такі важливі властивості експерта, як кваліметричну і професійну компетентність, об'єктивність. Кваліметрична компетентність під час проведення органолептичної оцінки полягає в багаторазовому опитуванні експертів для визначення коефіцієнтів вагомості декілька разів і визначення достовірності оцінок.

Професійна компетентність перевіряється у вигляді контролю вміння користуватися різними типами оцінних шкал — порядку, відносин, інтервалів, а також вміння розрізняти значну кількість характеристик, градацій під час оцінки властивостей продукту, що аналізується.

При участі експертів в колективній оцінці і обговоренні спостерігається явище конформізму, тобто потрапляння експерта під вплив висновків інших експертів, що негативно впливає на формування об'єктивної оцінки експерта. Тому вміння дотримуватись своєї думки і відстоювати свої висновки має позитивне значення під час проведення експертизи колективним методом і формування об'єктивної оцінки.

Експертні методи оцінки якості ґрунтуються на використанні висновків експертів. Вони застосовуються за умови неможливості або недоцільності, неекономічності використання вимірювальних або розрахункових методів. Це відбувається при браку інформації, необхідності застосування і розробці спеціальних технічних засобів, під час оцінки естетичних показників якості тощо. Експертні методи можуть поєднуватися з іншими методами або

застосовуватися як самостійний вид під час оцінки якості нормативної документації на продукцію і продукції, визначенні номенклатури показників і коефіцієнтів їх вагомості, при виборі базових зразків і показників якості, під час визначення і вимірювання показників якості органолептичним методом, під час оцінки одиничних і комплексних показників якості, визначених вимірювальним або розрахунковим методом.

Основою експертної оцінки якості є об'єктивна суспільна корисність продукції, яка відображає її сучасність. Думка про якість продукції, яку висловлює кваліфікований експерт, відповідає суспільним потребам і співпадає з думкою масового споживача.

Однак у виборі товару споживач дотримується консервативної позиції і нову продукцію приймає обережно, а іноді і зовсім не сприймає. У висновку експертів про якість товару узагальнюється сукупність думок споживачів продукції. Дослідження показали, що зафіксовані оцінки якості товару експертів співпадають з оцінками якості продукції, які отримали під час масового опитування споживачів. Визначення точності експертних досліджень за дотримання методології проведення експертизи виявило, що вона становить 5-10%.

Стосовно якості продукції, її споживних властивостей експертні методи використовують в таких випадках:

- визначення номенклатури показників під час проведення експертизи;
- вибір критеріїв оцінки продукту або товару і розміщення показників за принципом ієрархії;
- визначення коефіцієнтів вагомості показників якості для визначення рівня якості продукту, товару;

- дослідження показників органолептичним методом із застосуванням методів їх кількісного вираження;

- оцінка показників якості вимірювальним, реєстраційним, розрахунковим методами для визначення комплексних показників якості різних рівнів ієрархії.

Найчастіше застосовуються такі експертні методи:

- провідного експерта (одиночного);

- комісій;

- комбінований.

Метод провідного експерта дає можливість швидко провести експертизу, скоротити час на процедуру узгодження та обговорення, статистичну обробку даних членами групи. Однак результати експертизи, проведеної одним експертом, залежать від рівня його професійних знань, особистості, рівня компетентності.

Метод експертних комісій передбачає участь групи спеціалістів, які проводять аналіз та оцінку. Такий метод дозволяє отримати достовірні, об'єктивні результати, але потребує значних витрат часу на підготовку і організацію експертизи. Кількість експертів, які формують комісію, залежить від необхідної точності та надійності результатів експертизи. Експертна комісія складається з двох груп — робочої і експертної. Робоча група здійснює підготовку, організацію і проведення експертної оцінки якості продукції, подальший аналіз її результатів. До складу робочої групи входять організатор, консультант, який володіє професійними знаннями про продукцію, що оцінюють технічні робітники. Експертна група може складатися з декількох підгруп, кожна з яких спеціалізується на вирішенні відповідних завдань — визначенні номенклатури показників, оцінці окремих груп показників тощо.