

ПРОБЛЕМАТИКА СУЧАСНОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ КАТЕГОРІЇ «ЯКІСТЬ»

ДЕМКІВ Ю. М.

аспірантка

Севастополь

«Тільки бездоганна якість та досконале управління можуть принести необхідні плоди».

У. Едвард Демпінг

Сьогодні споживачі думають, що вони знають, що таке якість, і при необхідності, звичайно ж, дізнаються про її наявність. Важливо, що вони очікують, більше того – вимагають, щоб якість була невід'ємним атрибутом кожної придбаної речі або наданої послуги, настільки суспільно важливе це поняття. Проте, трактування поняття «якість» виробника і споживача розходиться. Для оптимізації замкнутого циклу «виробництво-споживання» першорядним завданням є визначення єдиної компромісної інтерпретації категорії «якість».

Якість визначається здатністю товару або послуги задовольняти потреби споживачів, а не їх відповідністю встановленим стандартам – це сучасне визначення поняття якості. Воно сформувалося всього за 3-4 останні роки. До 2000 року таку позицію висловлювали одиниці. Ще у середині 90-х років минулого століття більшість споживачів автоматично описувало якість, як відповідність стандартам. Сучасна ж інтерпретація приходить до висновку, що якість у загальному вигляді краще розглядати, як здатність задовольняти потреби. Часом це задоволення і зовсім суперечить будь-яким стандартам, у вигляді індивідуального підходу до споживчих потреб. Слід вважати, що причиною такої зміни стало інтенсивне накопичення досвіду життя і роботи в умовах більш-менш стабільної ринкової економіки. Для більш чіткого висновку слід провести дослідження, що таке якість і яке її призначення.

Мета статті – формування поняття «якість» як об'єктивної реальної категорії з урахуванням сучасного етапу економічного розвитку суспільства.

Починати вивчення поняття «якість» необхідно з аналізу філософської точки зору, яка є основоположною і фундаментальною.

Категорію «якість» одним з перших проаналізував давньогрецький філософ Аристотель. Він пояснював якість як «відмінність між предметами» з диференціацією за ознакою протилежностей.

У «Метафізиці» Аристотель зазначив, що «якість» називається видова відмінність суті, наприклад: людина є жива істота такої-то якості, тому що вона двонога істота, а кінь – тварина, тому що чотиринога істота і коло – фігура без кутів, таким чином, те, що відноситься до сутності видової відмінності, і є якість» [1]. Він також писав, що якістю називається «... стани рухомих сутностей, наприклад, тепло і холод, білизна і чорнота,

тяжкість і легкість і все тому подібне, зміна чого дає підставу говорити, що і тіла стають іншими» [1].

Німецький філософ Гегель розглядав якість як логічну категорію, вбачаючи в ній початкову ступінь пізнання речей і становлення світу. Він писав, що «якість є в першу чергу тотожна з буттям визначеності, так те, що перестає бути тим, чим воно є, коли воно втрачає свою якість» [3].

У роботі «Діалектика природи» Ф. Енгельс підкреслював, що існують не якості самі по собі, а речі, що володіють якостями [3].

Істотним у підході російських філософів було те, що якість вони пов'язували насамперед з духовністю. Згідно з таким трактуванням, «духовність – духовна, інтелектуальна природа, сутність людини, протилежна його фізичній, тілесній сутності» [4].

Отже, у філософському сенсі якість – це:

- ✦ ознака, що відрізняє дану сутність від іншої сутності;
- ✦ безпосередня характеристика безпосереднього буття.

Вона не існує сама по собі, але існують предмети, що володіють якістю; проявляється якість тільки у процесі взаємодії одного об'єкта з іншим.

Категорія «якість» відтворює певну ступінь пізнання людиною об'єктивної реальності. Процес такого пізнання нескінченний. Важливою є мінливість якості, її «плинність», що характеризує категорію як історичну [2].

Для відповіді на питання «Що таке якість?» звернемося до думки найбільших в історії фахівців у сфері якості: Філіппа Кросбі, У. Едвардса Демпінга, Арманда В. Фейгенбаума, Х. Дж. Харрінгтона, Каору Ісікава, Геніті Тагучі, Джозефа М. Джурана, Уолтера Шухарта, які зробили у ХХ сторіччі найбільший внесок у розвиток менеджменту якості [3].

Мабуть, одним з перших став вивчати відступ від норми, проблематику появи неякісного продукту і задався питанням управління якістю американський вчений Волтер Шухарт. Шухарт вважав, що «існує два аспекти якості. Один пов'язаний з уявленням про якість речей як об'єктивної реальності, яка не залежить від існування людини. Інший аспект – з тим, що ми думаємо, відчуваємо щодо цієї об'єктивної реальності [5]. Саме його ідеї на початковому етапі досліджень у сфері якості став розвивати відомий у всьому світі Уолтер Едвардс Демпінг, названий «наставником з якості».

Е. Демпінг вважає, що «труднощі у визначенні якості полягають у перенесенні властивостей, необхідних споживачу, у вимірювані характеристики, щоб продукція могла бути спроектована, виготовлена і надана споживачеві за таку ціну, яку він готовий заплатити. Тому якість може бути визначена тільки у термінах конкретної особи» [3]. У той же час він активно заявляв про необхідність зміни мислення щодо розуміння важли-

вості категорії «якість» кожним учасником процесу виробництва.

Послідовники, які розвивали ідеї Демпінга, Фейгенбаума і Джурана, внесли свої корективи у частині розгляду проблеми людського фактора. Думка А. Фейгенбаума: «Якість визначає споживач, а не інженери, служба маркетингу або вище керівництво» [6]. Воно ґрунтується на фактичній оцінці споживачем продукції або послуги по відношенню до його вимог, заявлених або незаявлених, усвідомлених або відчутих, технічно обґрунтованих або суто суб'єктивних – і в умовах конкурентного ринку завжди є рухливою мішенню. Якість продукції та послуги можна визначити так: «... це загальна сукупність характеристик продукції та послуги, що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція і послуга при своєму використанні задовольнить очікування споживача» [3]. Із чотирьох «смертних гріхів», ним сформульованих: «... постійного рівня якості не існує (рівень якості повинен безперервно підвищуватися). Якість виробу або послуги він визначає як загальну сукупність технічних, технологічних, експлуатаційних характеристик виробу або послуги, за допомогою яких вироби або послуги будуть відповідати вимогам споживача при експлуатації» [3].

Дж. Джуран вважав, що домінують два значення слова «якість»:

«1: Якість полягає у тих властивостях продукції, які задовольняють споживачів.

2: Якість полягає у відсутності невідповідностей» [8].

Крім того, важливий перехід від адміністрування (наказів зверху) до планомірного управління всією діяльністю у сфері якості та усвідомлення важливості поняття «якості» як такого.

Відомий американський фахівець в області якості Х. Дж. Харрінгтон визначав якість продукції як задоволення очікувань споживача за ціну, яку він може собі дозволити, коли в нього виникає потреба [7].

Ф. Кросбі вважав, що «хибним уявленням є те, що якість розуміють як доброякісність, або як насолоду, або як щось видатне, або щось вагоме. Слово «якість» застосовують, щоб показати відносну значимість речей. Все це – причина для визначення якості як «відповідність вимогам», якщо ми хочемо керувати нею ... » [2].

Думка К. Ісікави: «Ми займаємося управлінням якістю, щоб виробляти продукцію з такою якістю, яка може задовольнити вимоги споживачів. Проста відповідність національним стандартам або технічним вимогам сьогодні не може влаштувати. У вузькому сенсі якість означає якість продукції. У широкому сенсі – якість роботи, якість послуги, якість інформації, якість процесу, якість підрозділів, якість співробітників, включаючи робітників, інженерів, менеджерів і виконавчу дирекцію, якість системи, якість компанії, якість цілей і т. ін.. Таким чином мова йде про загальність участі в процесі росту якості та врахуванні факторів, що на неї впливають» [8].

Ще один відомий японський статистик, чотири рази лауреат премії Демпінга, Геніті Тагучі висунув теорію підвищення якості з одночасним зниженням витрат [7].

У цілому думки зазначених експертів, що стосуються сенсу терміна «якість», можна розділити на дві групи:

- ★ *перший рівень* якості – виробництво такої продукції або надання таких послуг, чії вимірювані характеристики задовольняють конкретним технічним вимогам, які мають чисельне значення;
- ★ *другий рівень* якості продукції або послуг не залежить від будь-яких вимірювальних характеристик і визначається тим, наскільки задоволені очікування споживача щодо застосування або використання цієї продукції або послуги.

Продовжуючи аналізувати природу поняття «якість», слід розглянути цю категорію як технічну, оскільки поняття якості тісно пов'язане з поняттям технічного рівня продукції. А саме, технічна якість обумовлена необхідністю вивчення закономірностей формування та прояву властивостей об'єктів з інженерно-технічної точки зору (наприклад, фізичних, хімічних, механічних, біологічних та ін.) Технічний аспект якості (технічна якість) проявляється в тому, що у сучасних умовах техніка та технологія, їх досконалість, відповідність вимогам науково-технічного прогресу (НТП) багато в чому обумовлюють рівень якості, беруть участь в оформленні якісних властивостей об'єктів [9].

Окремі фахівці вважають технічну якість нижньою межею соціально необхідної якості, тобто таким її рівнем, при якому об'єкт ще володіє споживчою вартістю, а нижче цього рівня не задовольняє жодної з потреб індивіда та суспільства. Верхньою межею соціально необхідної якості може бути максимальна величина суспільної потреби, при якій якість об'єкту повністю виступає як суспільна корисність [12]. Кожному об'єкту притаманна сукупність властивостей. Об'єкт, який використовується у процесі споживання, повинен володіти корисними властивостями. Корисність, що встановлюється споживачем, має об'єктивний характер. «Запропонований продукт, – зазначав К. Маркс, – корисний не сам по собі. Його користь устанавлюється споживачем» [3]. К. Маркс зазначав, що «кожну корисну річ, як, наприклад, залізо, папір і т. іу., можна розглядати з двох точок зору: з боку якості і з боку кількості» [3]. Якісна сторона споживної вартості характеризується здатністю даної речі (продукту) задовольняти певну потребу. «Корисність речі робить її споживчою вартістю» [3].

Безумовно, категорія «якість» є соціальною категорією і має узагальнююче значення, оскільки вона визначає для людини якість об'єктів, з якими він вступає у взаємодію у всіх сферах і аспектах свого існування. Ця категорія представляється у вигляді складної багаторівневої системи, пов'язаної з сукупністю властивостей системи «людина – середовище життєдіяльності». Якість життєдіяльності пов'язують, по-перше, з об'єктивно існуючими факторами, які людина споживає і використовує, по-друге, з суб'єктивними факторами для кожної конкретної людини [10].

Об'єктивні чинники умовно можна об'єднати в такі групи: якість освіти, якість довкілля, якість охорони здоров'я; якість комунікацій; якість продукції (по-

слуг). Усі вони входять до поняття «якість життя». Усі ці об'єктивні потреби реалізуються у вигляді конкретних потреб. Держава має бути гарантом забезпечення якості життя свого населення [13].

Об'єднуючи технічні та соціальні аспекти та враховуючи економічні позиції, якість формується як результат споживання або споживчої вартості досліджуваного об'єкта, під якою розуміється його корисність – здатність задовольняти яку-небудь потребу.

Існує ряд теорій, що описують види і взаємини потреб. Одна з найбільш відомих – теорія ієрархії потреб англійського вченого А. Маслоу, висунута ним у 50-ті рр. XX ст. (рис. 1), що дозволяє свідомо керувати поведінкою людини на основі аналізу ступеня задоволення його потреб, де:

- ✦ перший рівень (нижчий) утворюють основні, або фізіологічні, потреби, які визначаються біологічної природою людини;
- ✦ більш високий другий рівень складають потреби у захищеності від «ударів долі», які можуть знищити потреби попереднього (першого) рівня. Це хвороби, нещасні випадки, убогість і т. ін.;
- ✦ наступний, третій рівень включає соціальні потреби, пов'язані з прагненням до спілкування, взаємин з іншими людьми;
- ✦ четвертий рівень утворюють потреби визнання – прагнення до поваги оточуючих, престижу;
- ✦ найвищий, п'ятий рівень становлять потреби розвитку, що виражаються у прагненні до самовираження, самовдосконалення [11].

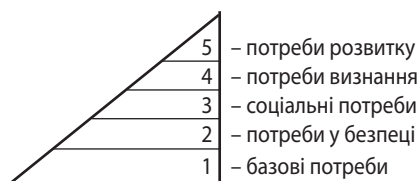


Рис. 1. Піраміда потреб по теорії А. Маслоу

Сучасні психологи внесли уточнення в теорію А. Маслоу, вважаючи, що перехід до потреб більш високого рівня відбувається, якщо потреби попереднього рівня задоволені на 70% і менше (по А. Маслоу – 100%) [12].

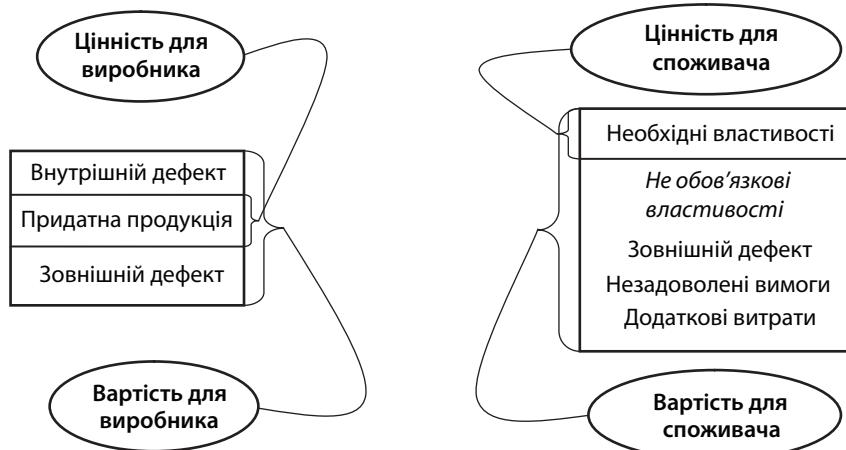


Рис. 2. Якість продукції з точки зору виробника та споживача

Конкретно-економічних трактувань поняття якості існує також досить велика кількість. Найбільш чітке та структурне дає американський професор Х. Д. Харрінгтон. Він пише, що якість – це задоволення очікувань споживача за ціну, яку він може собі дозволити, коли у нього виникне потреба, а висока якість – це перевищення очікувань споживача за нижчу ціну, ніж припускає (9).

Поняття якості як ступеня задоволеності споживача – це сучасний варіант визначення цього терміна, обумовлений вимогами нового ринку, яке визначається співвідношенням вартості, наприклад продукції, та її цінності – споживчої вартості (рис. 2). Це співвідношення для виробника та споживача виробів показує таке:

- 1) для виробника вся продукція, яка не має дефектів, які перешкождали б її продажу, має цінність;
- 2) для споживача цінність мають тільки ті якості продукції, які відповідають його відчуттям.

Еволюція поняття «якість», визначеного у вітчизняних і міжнародних стандартах, також схильна до тенденції переходу на новий рівень визначення цього поняття.

Якщо поняття якості продукції, регламентоване ГОСТом 15467-79, визначалося як сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення [13], то останні положення згідно з міжнародним стандартом ISO 9000:2000 визначають якість як сукупність властивостей і характеристик продукції, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби (14), тим самим без згадки про споживача продукції, повідомляють про його вирішальне значення.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки аналізу поняття якості, варто зазначити фундаментальність категорії і важливість як загальноекономічну, так і соціально-технічну. Особливе значення правильності розуміння категорії набуває у сучасних умовах розвитку суспільства, коли рівень життєдіяльності виходить на якісно новий рівень, а якість представляється у вигляді складної багаторівневої системи, пов'язаної з сукупністю властивостей системи «людина - середовище життєдіяльності».

Фундамент поняття «якість» базується на сутнісних ознаках, будучи початком пізнання речей, виступа-

ючи безпосередньо характеристикою буття і проявляючись у процесі взаємодії одного об'єкта з іншим, що формує філософську думку стосовно категорії.

Підходячи до аналізу категорії з технічного боку, необхідно зазначити, що якість – є відповідність нормативним технічним стандартам.

З економічної точки зору, якість – це задоволення очікувань споживача за ціну, яку він може собі дозволити.

З соціальної позиції – якість, у першу чергу – корисність – здатність задовольняти будь потребу.

Різняться сприйняття категорії «якість» з боку виробника та споживача. Для першого – це відсутність дефектів. Для другого – тільки певні якості, які відповідають його індивідуальним інтересам.

Важливою є мінливість якості, що пояснює в тому числі і зміну визначення поняття у часі. Таким чином, враховується вже не тільки об'єктивна реальність, але і що ми думаємо і відчуваємо щодо неї. Думка споживача, задоволення його очікувань – найважливіший фактор якості.

Таким чином, категорія «якість» – це загальна сукупність характеристик продукції (послуги, роботи), що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція (послуга, робота) при своєму використанні задовольнить потреби споживача у кожній із сфер його життєдіяльності за ціну, яку він може собі дозволити. Висока якість – це перевищення очікувань споживача за нижчу ціну, ніж він припускає.

Вузько категорію «якість» слід визначити як відповідність вимогам. Вимоги, у свою чергу, можуть виходити від різних учасників процесу «виробництво – споживання»: суб'єктивні від споживача, стандартизовані від конкретної держави або міжнародного органу, конкретно визначені від виробника. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Ребрин Ю. И.** Управление качеством: Учебное пособие.– М: Издательство ТРТУ, 2004.– С. 210 – 215.
2. **Девид Бодди.** Основы управления качеством.– Санкт-Петербург: Питер, 1999.
3. **Роберт Хойер, Брук Хойер.** Что такое качество? // Стандарты и качество.– 2002.– № 3.– С. 97 – 102.
4. Управление качеством под редакцией д.э.н. Ильенковой С. Д.– М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1998.
5. **Калита П.** У бізнесі, як у спорті перемагає найсильніший // Стандартизація, сертифікація, якість.– 2003.– № 1.– С. 45 – 51.
6. **Майдебура Е. В.** Маркетинг услуг.– Киев: ВИРА-Р, 2001.
7. **Ричард Кох.** Менеджмент и финансы от А до Я.– Санкт-Петербург: Питер, 1999.
8. **Тони Бенделл, Тед Марра, Джонатан Сиверанс.** Модернизация методики "Шесть сигм" – ориентация на потребителя. // Европейское качество.– 2001.– № 5.– С. 121 – 126.
9. **Фатхутдинов Р. А.** Стратегический маркетинг.– М.: Питер. 2003.
10. **Момот А. И.** Менеджмент качества: Учебное пособие для ВУЗов.– Донецк: ДонГТУ, 2000.– С. 1 – 52.
11. **Пименов В., Березин В.** Формирование конкурентной стратегии предприятия // Стандарты и качество.– 2002.– № 6.– С. 62 – 66.
12. **Ситниченко В.** Модель конкурентоспособного підприємства XXI сторіччя // Стандартизація, сертифікація, якість.– 2000.– № 2.– С. 46 – 48.
13. **Миронюк Г.** Державна політика в сфері якості. // Стандартизація, сертифікація, якість.– 2001.– № 4.– С. 32 – 34.
14. **Братчиков В.** Міжнародні стандарти ISO 9000 версії 2000 року. Основа, структура і практика застосування (Частина 1. Принципи побудови) // Стандартизація, сертифікація, якість.– 2000.– № 2.– С. 53 – 57.