

ЛЕКЦИЯ 1 КАЧЕСТВО КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ И ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ¹

1.1. СУЩНОСТЬ КАТЕГОРИИ «КАЧЕСТВО»

1.2. ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О КАЧЕСТВЕ

1.3. КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ В АПК

1.4. КАЧЕСТВО КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

1.1. СУЩНОСТЬ КАТЕГОРИИ «КАЧЕСТВО»

Категория «качество» издавна привлекала внимание мыслителей и ученых, представителей разных научных направлений. Впервые характеристику этой категории дал Аристотель, определивший ее как видовое отличие сущности. Он отмечал текучесть качеств как состояние вещей, их способность превращаться в противоположное. Галилей, Локк и другие философы различали качества объективные, присущие природным вещам, и субъективные, существующие только в человеческом восприятии. Гегель определил качество как логическую категорию, составляющую начальную ступень познания вещей и становления мира, непосредственную характеристику бытия объекта.

Качество объекта обнаруживается в совокупности его свойств. При этом объект не состоит из свойств, не является своего рода «пучком свойств», а обладает ими.

Под **свойством** понимают способ проявления определенного качества объекта по отношению к другим объектам, с которыми он вступает во взаимодействие. Категория «качество» выражает целостную характеристику функционального единства существенных свойств объекта, его внутренней и внешней определенности, относительной устойчивости, отличия от других объектов или сходства с ними. Благодаря неотделимой от бытия объекта существенной определенности он является именно таким, а не иным.

Качество отражает устойчивые взаимоотношения составных элементов объекта, которые характеризуют его специфику. Именно благодаря качеству объект существует и воспринимается как нечто, отграниченное от других объектов. Вместе с тем качество выражает и то общее, что характеризует весь класс однородных объектов.

В. Даль в «Толковом словаре живого великорусского языка» определяет качество как «свойство или принадлежность, все, что составляет сущность лица или вещи».

Словарь русского языка в четырех томах дает несколько толкований понятия «качество»: существенный признак, свойство, отличающее один предмет или одно лицо от другого; степень достоинства, ценности, пригодности вещи, действия и т. п., соответствия тому, какими они должны быть; существенная определенность предмета, явления или процесса, в силу которой он является данным, а не иным предметом, явлением или процессом.

Качество как социально-экономическая категория носит двоякий характер. С одной стороны, это совокупность объективно существующих свойств и характеристик, уровень которых обусловлен показателями, определяющими потребительную стоимость продукции; с другой – субъективное представление потребителя о продукции.

Качество – комплексная категория, отражающая эффективность всех сторон деятельности предприятия. В связи с этим следует различать предметное и функциональное качество. Приобретая товар, мы сначала определяем, как будем его использовать. Затем смотрим, насколько данный товар подходит для наших целей. В первом случае мы рассуждаем не о конкретном предмете, а о его функции, во втором нас интересуют свойства конкретного предмета. Отсюда *предметное качество* — это качество определенного предмета, вещи, их способность удовлетворять ту или иную потребность; *функциональное качество* — уровень удовлетворения потребности независимо от предметного, вещественного воплощения.

¹ Управление качеством, Семенова Е. И., Коротнев В. Д., Пошатаев А. В. УЧЕБНИК, - ИЗДАТЕЛЬСТВО КолосС. – 2003. - 184 с.

Различают также *общее и специфическое качество*. В различных регионах сложились разные представления о важности и качестве товаров; однако есть хорошие товары, которые пользуются спросом во всем мире. В первом случае мы имеем дело со специфическими представлениями о качестве отдельных групп покупателей, отражающими культурно-исторические, социальные, хозяйственные особенности этих групп, во втором — со всеобщим признанием товаров. Ярким примером специфического качества является региональное качество. Учет регионального качества важен при анализе отдельных рынков сбыта, для понимания запросов потребителей, а также при построении систем управления качеством, в большей мере соответствующих местным, региональным условиям.

Принято выделять пять подходов к определению качества в зависимости от поставленных задач.

По восприятию: «Вы поймете, когда увидите», или «качество сразу видно». Такой подход характерен для системы потребления и удобен при обсуждении общего качества или в случае, когда группа потребителей определена. Но он может привести к непониманию между представителями различных групп покупателей.

С ориентацией на продукцию: «Превосходные характеристики». Основан на представлении, что качество закладывается на этапе разработки, что оно точно определено и может быть измерено.

Подход свойствен проектировщикам, коммивояжерам и людям, верящим в марку фирмы.

С ориентацией на конечного потребителя: «Пригодность для использования, как это представляется потребителю». Этот вариант Подхода отражает мнение специалистов по маркетингу и сбыту, «читающих», что именно потребитель решает, качественна продукция или нет. Дает положительные результаты при работе с отдельным потребителем, но при попытке обобщить мнения многих и сформировать некий единый взгляд возникают проблемы.

С точки зрения производства: «Соблюдение требований нормативно-технической документации». В данном случае опираются на внутренние факторы, принцип «делай все правильно с самого начала». Из этого вытекает представление, что для обеспечения качества достаточно выполнить все операции без дефектов (ошибок). Это точка зрения технологов и контролеров ОТК.

Ценностная ориентация: «Наибольшая польза от израсходованных денег». Этот подход учитывает интересы конечного потребителя, цена выступает в роли одного из факторов качества.

Определение качества продукта с позиций конечного потребителя сформировалось в условиях рыночной экономики. В планово-административной системе качество оценивалось только с позиций производителя.

Организация не всегда может иметь общепризнанный и понятный всем подход к качеству, особенно в разнородных подразделениях. Отдел сбыта, например, скорее всего примет ориентацию на конечного потребителя, проектировщики — на продукцию, а производственные подразделения подойдут с точки зрения производства.

Итак, **качество продукции** — это совокупность свойств, обуславливающих ее пригодность для удовлетворения определенных потребностей в соответствии с назначением (ГОСТ 15467—79). Оно формируется на различных этапах производства и характеризуется рядом показателей: надежностью, долговечностью, функциональностью, эстетичностью.

Качественная продукция обладает высокими потребительскими свойствами, становится предметом повышенного спроса, полно удовлетворяет потребности. Поскольку показатели качества затрагивают интересы как производителей продукции, так и ее потребителей, которые могут не совпадать, оно должно оцениваться с точки зрения интересов общества, когда приоритет остается за потребителем. Общество признает только реальное повышение качества, то есть реализуемое в потреблении. Нет смысла, например, бесконечно работать над

удлинением срока функционирования отдельного узла машины, если в целом ее долговечность не возрастает из-за несовершенства других узлов.

Качество пищевой продукции в основном определяется химическими, физическими и биохимическими показателями. В одних случаях оно проявляется в содержании полезных веществ (белка в кормах, жира в молоке и т. д.), в других — обнаруживается при использовании, эксплуатации (машин, оборудования и др.).

В пищевой промышленности утраченное качество, как правило, не восстанавливается, то есть брак устранить невозможно (в отличие от промышленности), поэтому первостепенное значение приобретает сохранение качества. По некоторым видам продукции его формирование завершается производством; по другим — качество является потенциальным, для его реализации нужны усилия тех отраслей АПК, которые занимаются хранением, переработкой и реализацией. Задача этих отраслей сводится к недопущению потерь полезных веществ. Например, показателем качества семян подсолнечника является масличность, то есть выход масла в расчете на единицу израсходованного сырья. При производстве стоит задача получить больше семян с высоким содержанием масла, при переработке — масла, пригодного для потребления. Проблема качества в перерабатывающем производстве связана не только с качеством сырья, но и с условиями его хранения и переработки.

Продукция одного и того же назначения (например, зерно), характеризующаяся одной и той же совокупностью свойств (содержание клейковины, примесей, масса в натуре, влажность, запах, цвет, зараженность вредителями), в различной мере удовлетворяет конкретные потребности. Каждый продукт должен удовлетворять потребности в соответствии со своим назначением.

Решать проблему повышения качества какого-либо вида продукции отдельному предприятию сложно, так как на этот процесс оказывают влияние не только внутренние (внутрипроизводственные), но и внешние факторы, так называемое «качество общества». Без совершенствования всех элементов, входящих в блок «качество общества», трудно рассчитывать на высокое качество продукции. В то же время высококачественная продукция гарантирует успех предприятию, а успех предприятия приводит к успеху общества. Этот процесс можно представить в виде «пирамиды качества» (рис. 1).

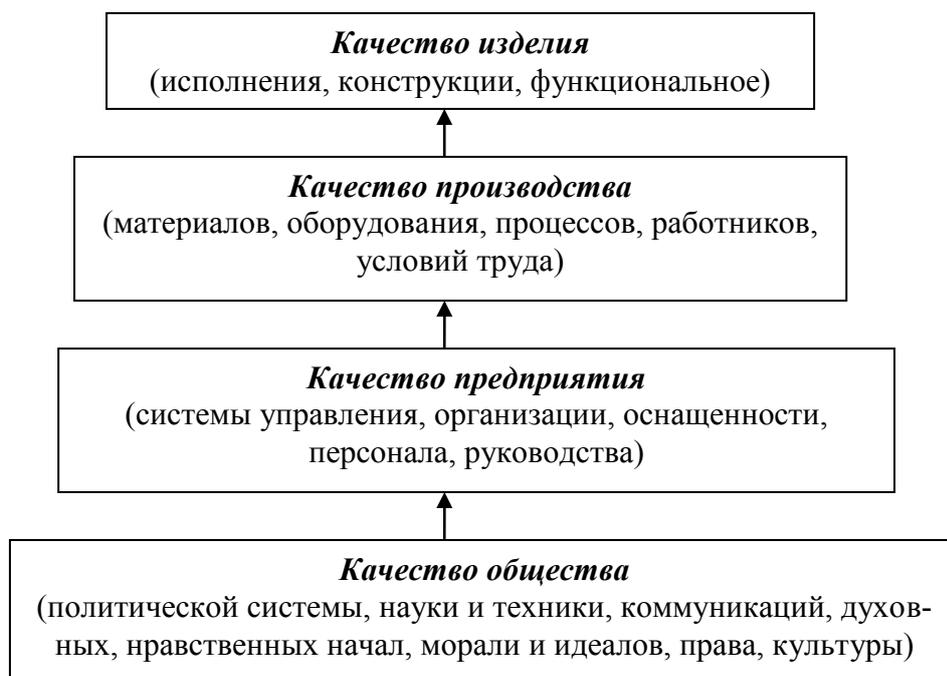


Рис. 1. Пирамида качества

Рассматривают три аспекта качества.

Качество исполнения — предусматривает производство продукции или услуг в соот-

ветствии с требованиями ГОСТов, соблюдение требований технологического процесса (для сельскохозяйственной продукции, например, соблюдение сроков уборки, санитарно-гигиенических требований при производстве и первичной переработке молока и т. д.).

Качество конструкции — соответствие готовой продукции определенным параметрам — форма, цвет, удобство и т. д. (для картофеля—содержание крахмала, зерновых — клейковины, засоренность и т. д.).

Функциональное качество — соответствие требованиям спроса (для овощей — однородность продукции, одинаковый размер, цвет, спелость, наличие в течение всего года независимо от сезона, содержание нитратов и т. д.).

Все три аспекта качества одинаково важны, в комплексе обеспечивают создание качественной продукции.

Качество жизнедеятельности как социально-экономическая категория — субъективная и объективная характеристика, рассматриваемая через степень удовлетворения постоянно изменяющихся входящих и исходящих потребностей человека. Его определяют субъективно существующие составляющие — качество окружающей среды, предлагаемых услуг и товаров. Качество жизнедеятельности нельзя рассматривать без учета субъективных факторов — индивидуальных запросов, вкусов, образа мышления, интересов.

Рассматривая качество жизнедеятельности, можно выделить следующие аспекты.

Национальный — определенные национальные черты, влияющие на предъявляемые к качеству требования. Чтобы качество стало для России национальной идеей, необходимы не только заинтересованность, но и привлечение средств массовой информации, воспитание работников.

Политический — качество тесно связано с конкурентоспособностью, спросом, то есть влияет на уровень доходов населения, безработицу, политическую ситуацию внутри страны, ее международный статус.

Технический — научно-технический прогресс приводит к совершенствованию качества продукции, а совершенствование качества продукции и других составляющих, в свою очередь, воздает предпосылки для ускорения научно-технического прогресса.

Социальный — высокое качество жизнедеятельности способствует повышению уровня образованности, интеллектуального развития, благосостояния нации.

Экономический — ее решения в области качества связаны с экономическими затратами и имеют смысл только в том случае, если приводят к экономическому эффекту.

Моральный — некачественный труд аморален.

Таким образом, увеличение производства высококачественных изделий российскими предприятиями в конечном итоге приведет к росту жизненного уровня населения, повышению конкурентоспособности российских товаров на внутреннем и мировом рынках. Предприятия должны научиться более эффективно использовать экономические, организационные и правовые рычаги воздействия на процесс формирования, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества на всех стадиях жизненного цикла товара.

1.2. ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О КАЧЕСТВЕ

Исторически понятие «качество» прошло путь от примитивной дифференциации предметов на «хороший—плохой» через философский подход — тождественной с бытием определенности, когда нечто перестает быть тем, что оно есть, если теряет свое качество, до маркетинговой концепции, которая рассматривает качество как средство индивидуального удовлетворения фактических и скрытых потребностей (табл. 1).

Таблица 1 – Эволюция понятия «качество»

Источник	Формулировка понятия «качество»
Аристотель, III в.	Видовое отличие сущности, дифференциация по признаку «хороший—плохой»

до н. э.	
В Древнем Китае	Иероглиф, обозначающий качество, состоит из двух элементов — «равновесие» и «деньги», следовательно, качество тождественно понятию «дорогой»
Гегель, XIX в.	Тождественная с бытием определенность: нечто перестает быть тем, что оно есть, когда теряет свое качество
В. Шухарт, 20-е годы XX в.	Качество имеет два аспекта: объективные физические характеристики и субъективную сторону (насколько вещь хороша). Качество обеспечивается циклом непрерывных технологических изменений на основании статистического контроля: планировать — выполнять — контролировать — действовать (цикл Шухарта)
А. Фейгенбаум, 40—50-е годы	Всеобщий контроль качества, состоящий из этапов его разработки, поддержания и улучшения, понятие «затраты качества»
Э. Деминг, 40—50-е годы	Распространение области применения цикла Шухарта и статистических методологий управления производством на сферу продаж и оказания услуг (цикл Деминга). 14 принципов управления качеством
Дж. Джуран, 50-е годы	Качество — пригодность для использования (соответствие назначению). Субъективная сторона — степень удовлетворения потребителя (для реализации качества производитель должен знать требования потребителя и сделать свою продукцию такой, чтобы она удовлетворяла эти потребности). Разработал идею триады качества: планирование — контроль — улучшение
К. Исикава, 50-е годы	Свойство, реально удовлетворяющее потребителей, включающее также послепродажное обслуживание, качество управления, качество компании и человеческой жизни
Дж. Эттингер, Дж. Ситтиг, 60-е годы	Качество может быть выражено цифровыми значениями, если потребитель в состоянии группировать свойства по их важности. Оно — величина измеримая, и, следовательно, несоответствие продукта предъявляемым к нему требованиям может быть выражено через какую-либо постоянную меру, которой обычно являются деньги. Разработана специальная наука — квалиметрия — о способах измерения показателей качества
Тагути, 70-е годы	Кач-во товара измеряется совокупными затратами (потерями) общества, связанными с производством и использованием этого товара. Чем меньше потери, тем выше качество
ГОСТ 15467-79	Качество продукции — совокупность свойств, обуславливающих ее пригодность для удовлетворения определенных потребностей в соответствии с назначением
Международный стандарт ИСО 9000	Качество — совокупность свойств и характеристик изделий, услуг и процессов, обеспечивающих удовлетворение обусловленных или предполагаемых потребностей

Международная организация по стандартизации ввела стандарт ИСО 8462, включающий такие понятия, как «обеспечение качества», «управление качеством», «спираль качества». Требования к качеству на международном уровне определены стандартами ИСО серии 9000. Первая редакция этих стандартов была принята в конце 80-х годов XX в. и ознаменовала выход международной стандартизации на новый уровень. Стандарты вторглись непосредственно в производственные процессы, сферу управления, были установлены четкие требования к системам обеспечения качества. Они положили начало сертификации систем качества. Возникло самостоятельное направление менеджмента — **менеджмент качества**.

Сегодня ученые и практики за рубежом связывают современные методы менеджмента качества с методологией *TQM (total Quality management)* — всеобщим (всеохватывающим, тотальным) менеджментом качества.

Стандарты ИСО 9000 установили единый международный подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями продукции. Иными словами, стандарты ИСО — жесткая ориентация на потребителя при строгом соблюдении культуры производства.

Различия в восприятии качества могут привести к проблемам в его обеспечении. Парасваман и др. разработали модель, которая выявляет потенциальный разрыв между восприятием и действительностью. Несмотря на то, что эта модель первоначально была создана для сферы обслуживания, она пригодна для всех случаев (табл. 2, рис. 2).

Таблица 2 – Расхождения в представлениях о качестве у производителей и потребителей

Сущность расхождений	Причина расхождений
Неверные представления производителя об ожиданиях потребителя	Недостаточно тщательные маркетинговые исследования
Несоответствие технических характеристик продукции тому, как менеджеры представляют себе ожидания потребителей	Проблемы в разработке и производстве товара
Фактическое восприятие товара потребителем не соответствует его техническим характеристикам	Неудачный дизайн, упаковка или методика продвижения товара
Несоответствие характеристик товара заявленным в рекламе	Непродуманная рекламная политика
Потребитель ожидает не то, что ему предлагают	Слабое изучение спроса или ошибки в позиционировании товара

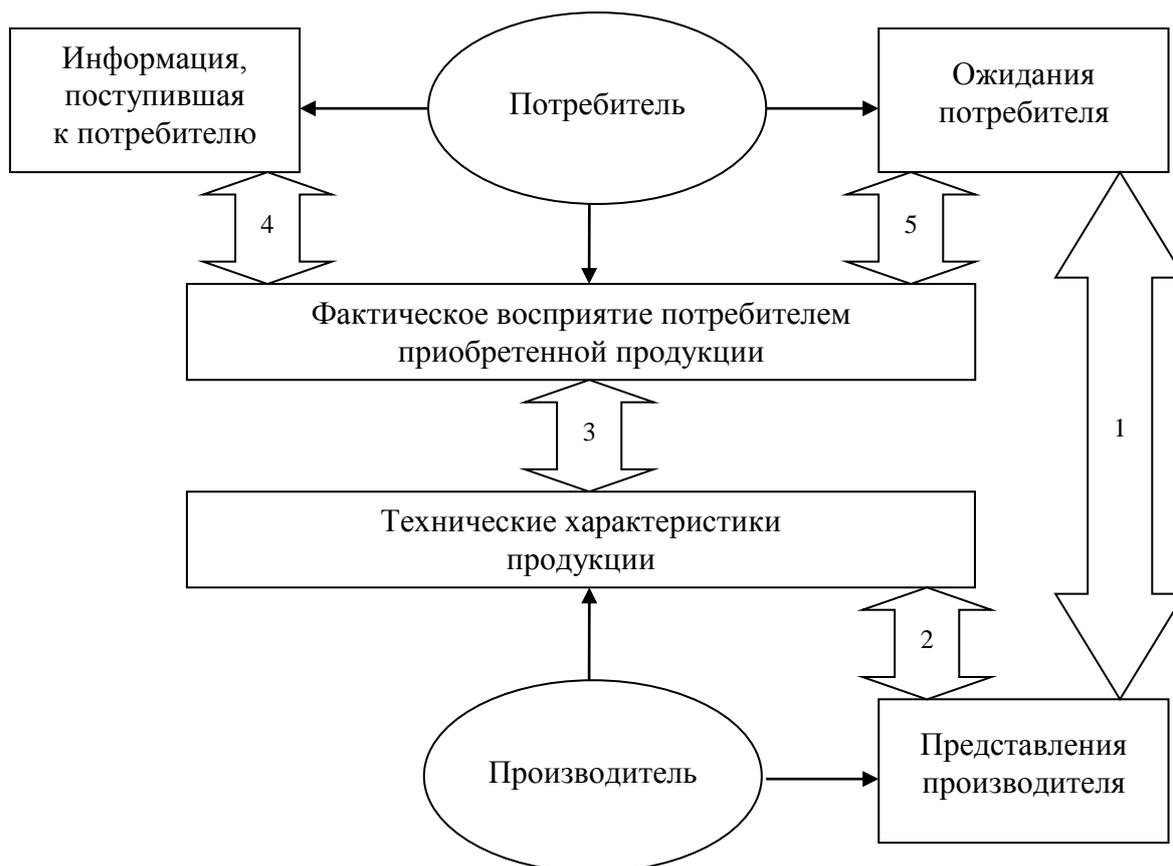


Рис. 2. Расхождение представлений о качестве у производителей и потребителей (по Парасваману)

Расхождение 1 появляется в тех случаях, когда менеджеры не имеют точного представления о том, что в товаре или услуге потребитель считает главным.

Расхождение 2 возникает, если менеджеры не составляют технические требования с высокой степенью детализации, из которых было бы видно, какие, по их мнению/товары или услуги нужно получить. В результате сотрудники, которые в конечном итоге оказывают услуги или производят продукцию, не знают точно, что изначально предполагалось. Аналогичная ситуация складывается, если вид продукции продуман, но процесс производства не отработан (в том числе не обеспечен ресурсами).

Расхождение 3 наблюдается тогда, когда полученная продукция не соответствует заявленным техническим характеристикам. Существует множество причин, по которым производство дает не то, что предполагалось, например, ограниченность ресурсов и слишком вы-

сокий спрос. Следует помнить, что на потребителя могут влиять многие нематериальные факторы, особенно в сфере обслуживания.

Расхождение 4 возникает, если организация не может предоставить то, что обещала в рекламе, и т. д. Вероятно, обещания превышали ее возможности. Лучше обещать меньше и получить результат сверх ожиданий.

Расхождение 5. Ожидания потребителя формируются под действием его собственного опыта, рекомендаций других людей и рекламы организации-поставщика.

Эта модель дает возможность выяснить причины возникновения проблем с качеством, найти пути к его повышению.

Большую роль в формировании современного представления о качестве сыграла Академия проблем качества Российской Федерации. В результате деятельности Академии сформировалось концептуальное видение качества как одной из фундаментальных категорий, определяющих образ жизни, социальную и экономическую основу успешного развития человека и общества.

Можно выделить четыре уровня качества:

- 1) соответствие стандарту (техническим условиям, договору);
- 2) соответствие использованию (стандарту и эксплуатационным требованиям);
- 3) соответствие фактическим требованиям рынка (выполнение требований покупателей о высоком качестве и низкой цене товара);
- 4) соответствие скрытым потребностям покупателей.

1.3. КАЧЕСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Продукты питания составляют важнейшую группу товаров конечного потребления. От безопасности и качества этих товаров существенным образом зависят наша жизнь и здоровье, а также продовольственная безопасность России.

Данные о структуре потребления основных продуктов питания населением в последние годы свидетельствуют о существенном ее ухудшении. В то же время значительные резервы заключены в расширении ассортимента и повышении качества товаров. Высоко-развитый агропромышленный комплекс, производящий продукцию в ассортименте и качестве, адекватно отражающих структуру и величину общественных потребностей, а также структуру платежеспособного спроса населения на конечные продукты продовольственного и непродовольственного назначения, будет способствовать обеспечению устойчивости рубля и прочности валютного баланса.

Совершенствование качества продукции тесно связано со структурными изменениями. Уровень качества определяет требования к качеству орудий труда, материалов и технологий изготовления.

Открытие продовольственного рынка для импортных товаров породило жесткую конкуренцию. В этих условиях качество продукции отечественного производства становится важнейшим фактором, определяющим не только удовлетворенность потребителя, но и возможность существования предприятий отрасли.

Качество обеспечивает конкурентоспособность товара. Оно складывается из технического уровня продукции и полезности товара для потребителей, выражающейся через функциональные, социальные, эстетические, эргономические, экологические его свойства. Высокое качество способствует увеличению спроса, росту прибыли.

Для достижения определенного качества товара необходимы соответствующие условия производства, на него влияют различима факторы.

<i>Основные факторы, влияющие на качество</i>	<i>Основные условия, влияющие на качество</i>
Качество машин, оборудования	Характер производственного процесса, его интенсивность, ритмичность, продолжительность
Профессиональное мастерство, знания, навыки, психофизиче-	Состояние окружающей среды и производственных помещений Интерьер и производственный дизайн

ское здоровье работников	Система материальных и моральных стимулов Морально-психологический климат в производственном коллективе Формы организации информационного обслуживания и уровень оснащенности рабочих мест Состояние социальной и материальной среды работающих
--------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Взаимосвязь производительности труда и качества средств производства в отраслях пищевой промышленности выражается в том, что совершенство конструкции техники, прочность материала, из которого она изготовлена, прогрессивные технологии и т.д. непосредственно оказывают влияние на затраты живого и овеществленного труда. Качество техники и биологических средств производства — один из резервов экономии сырья и вспомогательных материала в АПК.

Низкое качество изделий повышает общественные издержки на их воспроизводство. Это прежде всего сказывается на увеличении затрат в процессе эксплуатации (ремонт, обслуживание и т. д.). Например, совокупные затраты на ремонт сельскохозяйственных машин при низкой их надежности и недолговечности в несколько раз выше первоначальной цены этих машин.

Основные концепции и методы управления качеством применимы ко всем отраслям человеческой деятельности. В то же время следует учитывать и специфику различных отраслей.

В Общероссийском классификаторе продукции (ОКП 005— 93), т. 2, продукция пищевой промышленности идет под кодом 91 0000; мясной, молочной, рыбной, мукомольно-крупяной, комбикормовой и микробиологической — 92 0000; растениеводства, сельского и лесного хозяйства — 97 0000; животноводства — 98 0000.

Продовольственные товары с учетом общности происхождения или химического состава, особенностей производства и способов использования делят на 9 групп, к каждой из которых предъявляются особые требования качества:

- 1) зерномучные — зерно, мука, крупа, хлебобулочные и макаронные изделия;
- 2) мясные — мясо различных животных и птиц, продукты их переработки (колбасные изделия, мясокопчености, мясные консервы, полуфабрикаты и кулинарные изделия);
- 3) рыбные — рыба свежая, соленая, вяленая, копченая, сушеная, рыбные консервы, рыбная икра, нерыбное сырье (раки, крабы, моллюски, водоросли и др.);
- 4) молочные — молоко и продукты его переработки (кисломолочные изделия, сметана, творог, сливки, масло, сыры и др.);
- 5) пищевые жиры — растительные масла, животные жиры, маргарин, кулинарные, кондитерские и хлебопекарные жиры, майонез;
- 6) яичные — яйца птиц и продукты их переработки (меланж, яичный порошок);
- 7) сахар, мед, крахмал и крахмалопродукты, кондитерские изделия;
- 8) плодоовощные — свежие плоды, овощи, грибы и продукты их переработки;
- 9) вкусовые — алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, чай, кофе, пряности, соль, пищевые кислоты, а также условно табак и табачные изделия.

Формирование и обеспечение высокого качества продукции в АПК имеют ряд особенностей, вытекающих из специфики комплекса. К ним прежде всего следует отнести необходимость:

- обеспечения параметрических свойств конечной продукции, которые соответствуют требованиям безопасности и здравоохранения, качества продуктов питания, их питательности, адаптированности к сезонному характеру производства основных отраслей АПК, повышенному влиянию фактора времени на осуществление циклов производства, переработки и реализации продукции;
- учета локализации агропромышленного производства в определенных географических зонах и микроразнообразиях с различными природными условиями;

- учета действия тормозящих производство и зачастую неуправляемых факторов (засухи, наводнения, эпидемии, нашествие вредителей растений и т. д.).

Выход продукции в сельском хозяйстве зависит от погоды и других природных условий, сезонности производства, длительности производственного цикла. Не всегда сразу можно оценить качество труда при выполнении отдельных операций (*заделка семян, внесение удобрений и т. д.*). Брак в этой отрасли можно устранить только частично, так как иначе будут упущены оптимальные сроки, необходимые для нормальной вегетации растений. Это касается и животноводства (плохое качество кормов, воды, недостаточный уход трудновосполнимы). Особое место в системе стандартов сельскохозяйственных предприятий занимают специальные (технологические стандарты). Они определяют типовую технологию механизированного возделывания культур и типовые технологические процессы в животноводстве, правила товарной обработки и упаковки продукции, условия ее транспортировки и хранения, методы контроля технологических процессов и др.

Рассредоточенность производства затрудняет организацию контроля и оперативное управление качеством. Кроме того, условия производства связаны с социально-демографической и экономической ситуацией в регионе. Для сельского хозяйства характерны низкая техническая оснащенность и слабое применение информационных технологий, методов контроля.

Качество сельскохозяйственных товаров функционально зависит как от производства продукции, так и от ее хранения, переработки.

Во-первых, получению продукции высокого качества способствуют создание благоприятных условий для выращивания растений и животных, хорошая работа сельскохозяйственных предприятий.

Во-вторых, качество определяют предприятия и организации, обеспечивающие заготовку, транспортировку, хранение, переработку и реализацию продукции потребителям. Все этапы прохождения продукции тесно связаны. *Например, неправильное использование минеральных удобрений, средств защиты растений существенно снижает качество зерна, картофеля, овощей, что создает сложности при их последующем хранении и т. д.*

Основными причинами низкого качества продукции АПК могут быть:

- 1) отсутствие необходимой материально-технической базы;
- 2) несвоевременное проведение технологических операций, недостаточный уровень профессиональных знаний исполнителей, слабая ответственность за выполняемую работу;
- 3) отсутствие четких критериев оценки качества труда и продукции, эффективной системы контроля за их выполнением;
- 4) отсутствие действенной системы мер материального и морального стимулирования работников за достижение высоких качественных показателей;
- 5) несовершенство системы управления производством;
- 6) другие факторы (низкое качество почв, недостаточное применение средств защиты растений, непродуктивный породный состав животных, недостаточное количество и плохое качество кормов, нехватка технических средств, неотработанная технология и т. д.).

Для повышения качества товаров отрасли необходима система мероприятий:

- создание органов управления качеством труда и продукции;
- прогнозирование и планирование качества;
- разработка нормативов и внутрихозяйственных стандартов;
- использование достижений науки и передового опыта, обеспечивающих повышение качества;
- подготовка квалифицированных кадров;
- регулярная оценка и контроль качества труда и продукции;
- материальное и моральное стимулирование работников предприятия за повышение качества труда и продукции.

1.4. КАЧЕСТВО КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Управление качеством — это установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня качества продукции при ее разработке, производстве, обращении, эксплуатации и потреблении, осуществляемые путем систематического контроля качества и целенаправленного воздействия на условия и факторы, влияющие на него (ГОСТ 15467—79). Управлять качеством — значит проводить экономические, организационные, технические и другие мероприятия, направленные на обеспечение высокого качества продукции на всех стадиях жизненного цикла товара (внедрение, рост, зрелость, поддержание спроса).

В современном понимании деятельность по управлению качеством не может быть эффективной после того, как продукция уже произведена; она должна осуществляться непрерывно в ходе производства продукции, а также предшествовать самому процессу производства.

Управление качеством строится на следующих принципах:

- целенаправленность — необходимо иметь четкую цель в отношении качества;
- плановость — планируется совокупность мероприятий в области качества, которые подлежат осуществлению;
- непрерывность;
- интенсивность — повышение качества относится к интенсивным факторам развития экономики;
- системный подход;
- комплексность — решение проблем качества с учетом всех аспектов, от которых оно зависит;
- оптимальность — стремление к точному соответствию качества запросам потребителей;
- постоянное совершенствование — способствует конкурентоспособности предприятия.

Управление качеством продукции — составная часть управления производством в целом, одна из его ветвей, функций. Поэтому она развивается и выполняется в рамках действующей системы управления и заключается в выработке политики в области качества, четкой и хорошо организованной работе по выявлению спроса, созданию, изготовлению и обслуживанию проекции. Эта отрасль науки в соответствии с общей теорией управления оперирует понятиями «система», «среда», «программа» и др.

На качество кроме основных факторов и условий производства влияют многие случайные, местные и субъективные факторы. Чтобы воздействовать на все эти факторы, поддерживать соответствующий уровень качества, необходима **система управления**, то есть совокупность мер постоянного воздействия на процесс создания продукта.

Различают управляющую и управляемую системы. *Управляемая система* представлена различными уровнями управления организацией, фирмой, другими структурами; *управляющая* — создает и обеспечивает менеджмент качества.

Рассмотрим основные категории управления качеством продукции.

Система управления качеством продукции опирается на следующие взаимосвязанные категории: объект, субъект, цель, методы, средства, функции, характер управленческих отношений и др.

Объект управления — качество продукции, совокупность ее свойств или какая-то их часть, группа, отдельное свойство. Для эффективной организации управления качеством продукции не вредимо, чтобы не только был выделен объект управления, но и четко определены другие категории, позволяющие лучше осознать и организовать весь процесс.

Субъект управления — управляющие органы всех ступеней и лица, призванные обеспечить достижение и поддержание планируемого уровня качества продукции.

Цель управления — определенный уровень и состояние качества продукции с учетом экономических интересов производителя и потребителя, а также требований безопасности и экологичности; совокупность свойств и уровень качества, которые следует задать, достичь и

обеспечить, чтобы они соответствовали характеру потребности и при этом обеспечивали эффективность производства и потребления, доступность цены для потребителя, нормальная себестоимость и достаточная прибыльность продукции.

Методы управления качеством — пути, которыми органы управления воздействуют на производственный процесс, обеспечивая достижение и поддержание планируемого состояния и качества продукции.

Методы управления качеством можно разделить на четыре группы: организационные, социально-психологические; экономические организационно-технологические.

1) Организационные методы — совокупность методов, способствующих такой организации управляемой подсистемы, которая обеспечит требуемое качество. К данной группе методов относят распорядительные (приказы, директивы, постановления, указания, распоряжения), дисциплинарные, обеспечивающие мотивацию (установление ответственности и форм поощрения), стабилизирующие, основанные на общеорганизационном и линейно-функциональном регламентировании на основе норм, нормативов, объяснений, консультаций, ознакомлений, предостережений.

2) Социально-психологические методы — совокупность способов воздействия на духовные интересы работников, формирование их мотиваций, связанных с обеспечением соответствующего качества. К таким методам относятся: воспитание и пропаганда преданности предприятию, уважения к себе как работнику данного предприятия, гордости за его достижения, формы морального стимулирования.

3) Экономические методы управления качеством — способы воздействия, основанные на применении экономического стимулирования и создании материальной заинтересованности в достижении заданной цели в области качества. В группу экономических методов также включают: финансирование деятельности в области управления качеством; экономическое стимулирование производства, предоставления потребителям продукции и услуг, соответствующих их требованиям; планирование создания новых и модернизированных видов продукции и услуг; ценообразование на продукцию и услуги с учетом их уровня качества; образование фондов экономического стимулирования качества, применение системы оплаты труда и материального поощрения с учетом его качества на каждом рабочем месте производственной системы и системы управления качеством в целом; использование экономических мер воздействия на поставщиков в зависимости от качества поставляемых ими продукции и оказываемых услуг.

4) Организационно-технологические методы подразделяются на методы контроля качества процесса и продукции и методы регулирования качества процесса и продукции. Основное место в организационно-технологических методах занимают статистические методы управления качеством.

Средства управления качеством включают:

- оргтехнику, средства связи, которые используют органы управления и лица, управляющие выполнением специальных функций в системах управления качеством;
- банк нормативной документации, регламентирующей показатели качества продукции и организующей выполнение специальных функций по управлению качеством;
- метрологические средства, включающие государственные эталоны средств измерений;
- регламентирующие документы государственной системы обеспечения единства измерений (ГСИ);
- базу государственной службы стандартных справочных данных о свойствах веществ и материалов (ГССД).

Функции, выполняемые предприятием в отношении качества ЦК Объекта управления, следующие:

нормирование (стандартизация, сертификация, аттестация);

технологическая подготовка производства (достаточное материально-техническое снабжение, сортовые семена растений, элитные породы животных, высокий уровень обслуживания и др.);

повышение квалификации кадров, стимулирование, усиление ответственности за качество;

контроль за ходом производственных процессов с помощью информационного и метрологического обеспечения.

Управленческие отношения в области качества — это отношения субординации (подчинения) и координации (сотрудничества).

Отношения субординации характеризуются вертикальными связями руководителей с подчиненными и определяются степенью централизации и децентрализации функций и задач управления качеством продукции. На уровне предприятия отношения субординации строятся в зависимости от его производственной структуры и структуры системы управления качеством. Управленческие отношения базируются на сочетании единоначалия, коллегиальности, стимулирования инициативы членов трудового коллектива, использовании экономических, моральных и материальных стимулов.

Отношения координации строятся с помощью горизонтальных связей между отдельными работниками и организациями, вступающими во взаимодействие ради обеспечения определенного уровня качества продукции или его повышения.

На уровне предприятия управление качеством продукции может быть организовано путем распределения функций и задач между подразделениями и работниками или создания специального отдела управления качеством. В организационной структуре могут быть предусмотрены подразделения, занимающиеся координацией работ по управлению качеством. Распределение функций управления качеством между подразделениями зависит от объема и характера деятельности предприятия. В любом варианте общее руководство системой управления качеством должен осуществлять глава предприятия, отвечающий за всю его деятельность и экономические результаты, которые не могут быть высокими при плохом качестве продукции.

Руководителям следует исходить из того, что предприятие способно на большее по сравнению с прошлым опытом.