

Толтавець
М.О.

Система управління якістю продукції в будівництві

План

2.1 Сутність управління якістю в будівництві

2.2 Контроль якості будівельної продукції, критерії та показники ефективності

2.3 Відповідальність керівництва в визначенні цілей та задач в області якості



ВЛАСТИВІСТЬ ПРОДУКЦІЇ – це об'єктивна особливість продукції, яка може проявлятися при її створенні, експлуатації або споживанні.

Голуб
М.О.

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ – це сукупність властивостей продукції, придатність, що обумовлює її, задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. Найважливіший показник діяльності підприємства.

Підвищення якості продукції значною мірою
визначає

ЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ВИЖИВАТИ

в умовах ринку, темпи науково-технічного прогресу, зростання ефективності виробництва, економію усіх видів ресурсів, які використовуються в підприємстві.



**Зростання якості
продукції**

- характерна тенденція
роботи провідних фірм
світу



Не можна розглядати якість ізольовано з позицій виробника і споживача.

Різноманітні фізичні властивості, які важливі для оцінки якості, сконцентровані в **споживчій вартості.**



Без забезпечення

техніко-
експлуатаційних

експлуатаційних

та інших
параметрів якості

ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬСЯ ТЕХНІЧНИМИ УМОВАМИ (ТУ)

не може бути здійснена сертифікація продукції

тобто її оцінка на відповідність вимогам.

Важливими властивостями для оцінки якості є:

- **Технічний рівень**, що матеріалізує в продукції науково-технічні досягнення;
- **Естетичний рівень**, що характеризується комплексом властивостей, пов'язаних з естетичними відчуттями і поглядами;
- **Експлуатаційний рівень**, пов'язаний з технічною стороною використання продукції (догляд за виробом, ремонт і тому подібне);
- **Технічна якість** – гармонійна ув'язка передбачуваних і фактичних споживних властивостей в експлуатації виробу (функціональна точність, надійність, тривалість терміну служби).

Переважаюча частина сучасного світового виробництва представлена виробництвом товарів, тому виготовлення того або іншого виробу утілює в собі як споживну вартість, так і вартість товару.

Отже, якість

є комплексним поняттям,

яке відображає ефективність усіх сторін діяльності виробничої фірми



Посилення конкуренції вимагає від керівників усіх рівнів цілеспрямованого рішення проблеми підвищення якості продукції і процесів її проектування, виробництва і реалізації.

Для досягнення цих цілей широко використовуються ідеологія і положення міжнародних стандартів серії ISO 9000



Вказані стандарти:

- орієнтовані на ринкові стосунки;
- акумулюють позитивний досвід організації управління (менеджменту) в промисловості провідних індустріальних держав;
- універсальні для застосування підприємствами різних галузей промисловості і до різних видів діяльності;
- визнані практично усіма розвиненими країнами як основа для організації взаємовигідних торговельно-економічних взаємин підприємств.

Головна ідея методології забезпечення якості

заснована на тому, що поняття **"покращення якості"** повинне вживатися стосовно будь-якої сфери діяльності, оскільки якість продукції - наслідок якісного виконання усіх видів робіт.

ЯКІСТЬ – це не абстрактна категорія, а відчутний кожною людиною конкретний вимірник корисності, доцільності і ефективності будь-якої праці.



ПІДВИЩЕНН ЯКОСТІ



обов'язково  призводить до

зниження витрат (втрат) на усіх етапах життєвого циклу продукції

маркетинг - розробка - виробництво - споживання - утилізація

а відповідно

до зниження
собівартості, ціни

підвищенню життєвого рівня
людей

Розробка і впровадження системи
управління якістю

це

одна з найважливіших сфер
діяльності підприємств

Сьогодні якість стає політичною, економічною і моральною категорією.

ЯКІСТЬ – це здоров'я, гроші, рівень духовного комфорту і гідність нації і держави.

ОБ'ЄКТИВНЕ СВІДОЦТВО - дані, що підтверджують наявність або істинність чого-небудь. Воно може бути отримане шляхом спостереження, виміру, випробування або іншими способами.

КОНТРОЛЬ - процедура оцінювання відповідності шляхом спостереження і суджень, що супроводжуються відповідними вимірами, випробуваннями або калібруванням.

ВИПРОБУВАННЯ - визначення однієї або декількох характеристик згідно зі встановленою процедурою.

ВЕРИФІКАЦІЯ - підтвердження на основі представлення об'єктивних свідчень того, що встановлені вимоги були виконані. Термін **«верифіковано»** використовується для позначення відповідного статусу. Діяльність по підтвердженню може включати здійснення альтернативних розрахунків, порівняння наукової і технічної документації за новим проектом з аналогічною документацією за апробованим проектом, проведення випробувань і демонстрацій, аналіз документів до їх випуску.

ВАЛІДАЦІЯ - підтвердження на основі представлення об'єктивних свідчень того, що вимоги, призначені для конкретного використання або застосування, були виконані. Термін **«підтверджено»** використовується для позначення відповідного статусу. Умови застосування можуть бути реальними або змодельованими.

ПРОЦЕС КВАЛІФІКАЦІЇ - процес демонстрації здатності виконати встановлені вимоги. Кваліфікація може поширюватися на працівників, продукцію, процеси або системи.

АНАЛІЗ - діяльність, що робиться для встановлення придатності, адекватності, результативності даного об'єкту для досягнення встановлених цілей. Він може включати визначення ефективності.

Приклади: аналіз з боку керівництва, аналіз проектування і розробки, аналіз вимог споживачів і аналіз невідповідності.

Аналіз як вид дослідження узгоджується з синтезом і контролем.



АУДИТ (ПЕРЕВІРКА) - систематичний, незалежний і документований процес отримання свідчень аудиту і об'єктивного їх оцінювання з метою встановлення міри виконання узгоджених критеріїв аудиту.

КРИТЕРІЙ АУДИТУ (ПЕРЕВІРКИ) - сукупність політики, процедур або вимог, які застосовуються у вигляді посилань.

ЕКСПЕРТИЗА - дослідження експертами певних питань, рішення яких вимагає спеціальних знань в галузі науки, техніки, менеджменту. Вона оформляється у вигляді ув'язнення.

ОРГАНІЗАЦІЯ - група працівників і необхідних засобів з розподілом відповідальності, повноважень і взаємин.

Організація може бути державною або приватною, розподіл зазвичай буває впорядкованим.

Визначення «організація» дійсне стосовно стандартів на системи менеджменту якості.

Розподіл відповідальності, повноважень і взаємин між працівниками утворює організаційну структуру.

Розподіл зазвичай буває впорядкованим, а офіційно оформлена організаційна структура часто міститься в керівництві за якістю або в плані якості проекту.

Сфера застосування організаційної структури може включати відповідні взаємодії із зовнішніми організаціями.



Сукупність будівель, устаткування і служб забезпечення, необхідних для функціонування організації, називають **ІНФРАСТРУКТУРОЮ**.

Сукупність умов, в яких виконується робота, утворює **ВИРОБНИЧЕ СЕРЕДОВИЩЕ**.

Умови включають:

- фізичні,
- соціальні,
- психологічні
- і екологічні чинники (такі, як температура, системи визнання і заохочення, ергономіка і склад атмосфери)

Організацію або особу, яка одержує продукцію, іменують **СПОЖИВАЧЕМ** (клієнт, замовник, кінцевий користувач, роздрібний торговець і покупець).

СПОЖИВАЧ може бути внутрішнім або зовнішнім по відношенню до організації.



Організацію або особу, яка представляє продукцію, іменують **ПОСТАЧАЛЬНИКОМ** (виробник, оптовик, підприємство роздрібної торгівлі або продавець продукції, виконавець послуги, постачальник інформації). У будівництві постачальника називають **ПІДПРЯДНИКОМ**.

Постачальник може бути внутрішнім або зовнішнім по відношенню до організації.

Особа або група, які зацікавлені в діяльності або успіху організації, представляють **ЗАЦІКАВЛЕНУ СТОРОНУ** (споживачі, власники, працівники організації, постачальники, банкіри, асоціації, партнери або суспільство).

Група може складатися з організації, з декількох організацій і навіть віртуальних колективів (при географічній роз'єднаності), об'єднаних єдиним інформаційним простором.



4.3 Категорії і властивості якості продукції

Як **ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ** якість продукції розглядається як матеріалізований результат виробничої діяльності людей, зв'язаний з відповідними витратами.

Будь-які речі створюються для задоволення певних потреб людини і суспільства в цілому. Це призначення речей повністю відноситься і до їх якості. Враховуючи це соціальне значення якості продукції, можна охарактеризувати його як **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ КАТЕГОРІЮ**.

Міра задоволення особистих і громадських потреб конкретною річчю визначається її властивостями.

А якість речі визначається сукупністю її властивостей. Властивості речі визначаються її технічною досконалістю, яка закладається при проектуванні і забезпечується при виробництві.



Таким чином, як сукупність властивостей якість є **ТЕХНІЧНОЮ КАТЕГОРІЄЮ** і вивчається технічними дисциплінами.

ЯКІСТЬ – складна, багатоаспектна і одночасно універсальна категорія об'єкту.

Залежно від цілей використання і призначення можна виділити наступні **аспекти якості**:

- філософський,
- соціальний,
- технічний,
- економічний,
- правовий.



З **філософських позицій** якість означає істотну визначеність даного об'єкту, завдяки якій він стає специфічним і відрізняється від іншого об'єкту. Категорія якості виражає відповідний ступінь пізнання людиною об'єктивної реальності.

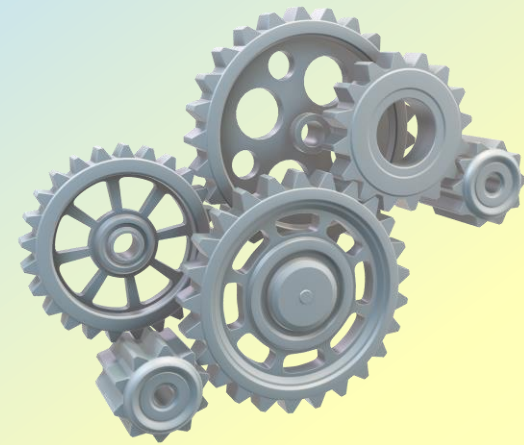
Соціальний аспект якості об'єкту пов'язаний з суб'єктивним відношенням споживачів до цього об'єкту. Цей суб'єктивний погляд на якість залежить від багатьох чинників, до яких відносяться не лише фізіологічні особливості суб'єкта, але і соціальні: рівень культури, рівень прибутків, становище в суспільстві та ін. Соціальний аспект якості значно більше, чим інші аспекти, пояснює наявність великого числа сегментів ринку товару.

Технічний аспект якості обумовлений кількісними значеннями і змінами певних показників об'єкту, які в сукупності надають йому якісний характер. На відміну від філософського аспекту технічні показники якості дозволяють об'єктивно порівнювати характеристики якості різних об'єктів і вибирати (за показниками) якісніший об'єкт.

Економічний аспект якості характеризує споживчу вартість об'єкту. Споживча оцінка якості вирішується в конструктивному протиборстві між економічною і технічною сторонами якості. Це протиріччя з філософської точки зору визначає одночасно нерозривну єдність між економічною і технічною стороною якості (одна без іншої не може існувати).

Проте економічний аспект якості є вирішальним серед інших, і дослідження інших аспектів матимуть практичне значення тільки у тому випадку, якщо вони **здійснюватимуться на економічній основі.**

Тому вирішення проблеми забезпечення якості продукції вимагає чіткого уявлення про якість як **предмет економічної науки.**



Правовий аспект якості характеризується нормативним віддзеркаленням якості в стандартах і нормативах, тобто має місце така сукупність властивостей і показників якості об'єкту, нижче за яку не можна опуститися при виготовленні або використанні об'єкту.

Якість продукції

– це сукупність властивостей продукції

що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

Визначення якості як сукупності властивостей продукту, спрямованих на задоволення певних потреб, можна віднести і до споживної вартості.



Споживча вартість є цілісною сукупністю властивостей продукту, завдяки яким він здатний задовольняти ту або іншу людську потребу, тобто визначає **корисність цього продукту**.

Категорія якості означає міру, в якій ця споживна вартість здатна задовольняти ту або іншу потребу, тобто виражає **міру корисності цієї споживної вартості**.



Іншими словами, **СПОЖИВЧА ВАРТІСТЬ ВИРАЖАЄ** взагалі корисність речі, а **ЯКІСТЬ ОЗНАЧАЄ** міру, в якій вона об'єктивно здатна задовольняти конкретні потреби.

Такому розумінню якості відповідає визначення, що дається міжнародним стандартом ISO 9000-2005:

«Якість – це міра відповідності властивих характеристик вимогам».

Конкурентоспроможність



Якість



Собівартість

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ – властивість об'єктів, що характеризує міру задоволення конкретної потреби в порівнянні з кращими аналогічними товарами, представленими на цьому ринку. Товаром може бути не лише продукція, але і технічна документація, технологія, інформація, робоча сила і так далі.

Якість є однією з найважливіших властивостей продукції, тому воно також бере участь в конкуренції представлених на ринку товарів.





КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ

є поняттям імовірнісним

і при однакових цінах на товари аналогічного призначення конкуренція між ними йде практично тільки по рівню якості.



Але не об'єктивної, фактичної якості, а тієї якості, яка склалася у покупця в результаті усіх своїх відчуттів, у тому числі під дією реклами, моди, думки знайомих, особи продавця і т.д.



Конкурентоспроможність виражається



Конкурентоспроможність підприємства на ринку виражається через якість і ціну.

Усередині підприємства конкурентоспроможність виражається через якість і собівартість продукції.

Управління якістю як чинник успіху підприємства в конкурентній боротьбі.



Ринкова економіка включає конкуренцію між суб'єктами і об'єктами ринку.

Конкуренція – це суперництво між окремими особами або господарськими одиницями, зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети на якому-небудь терені.

З конкуренцією тісно пов'язано і поняття конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – здатність витримувати конкуренцію, протистояти їй. При цьому поняття конкурентоспроможності застосовують як до товарів (послугам), так і до підприємств, фірм і інших організацій.

Конкурентоспроможність товару – це його відносна характеристика, яка відбиває відмінність цього товару від товару конкурента, по-перше, по мірі відповідності однієї і тієї ж громадської потреби, а по-друге, за витратами на задоволення цієї потреби.

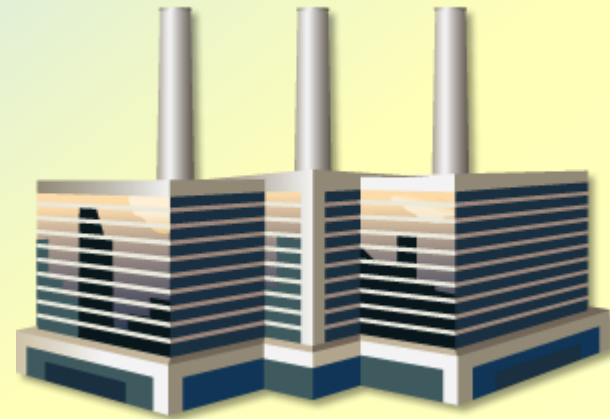
Під **витратами** розуміється ціна споживання, що включає витрати покупця, пов'язані з придбанням товару, і усі витрати, що виникають при його споживанні або використанні

Конкурентоспроможність товару характеризується

трьома групами показників:

- **корисністю** (якість, ефект від використання і тому подібне);
- **визначальними витратами споживача** при задоволенні його потреб за допомогою цього виробу (витрати на придбання, використання, технічне обслуговування, ремонт, утилізацію і тому подібне);
- **конкурентоспроможністю пропозиції** (спосіб просування продукції на ринок, умови постачання і платежу, канали збуту, сервісне обслуговування і так далі).

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИРОБНИКА – це його здатність зберігати і розширювати ринки збуту за рахунок цілеспрямованої діяльності як по відношенню до якісних характеристик продукції, так і по відношенню до виробників-конкурентів.



Параметри конкурентоспроможності продукції

