

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут "Українська інженерно-педагогічна академія"
Кафедра Харчових технологій, легкої промисловості і дизайну

Кваліфікаційна магістерська робота

на тему: «ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ З
ТЕХНОЛОГІЙ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЛЯ АНАЛІЗУ
ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА
БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В ЦЬЙ СФЕРІ»

Виконала: студентка 2 курсу, групи ДІТ-ПОТ23мг
Спеціальності 015.36 «Професійна освіта
(Технологія виробів легкої промисловості)»

РОМАНЧЕНКО Вікторія Ярославівна
(прізвище та ініціали)

Керівник: д.ф.-м.н., проф. Литвин О.О.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: д.т.н., проф. Рябчиков М.Л.
(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: Відмінно

кількість балів: 90

Голова Екзаменаційної комісії



Нечіпор С.В.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.КАРАЗІНА

Навчально-науковий інститут "Українська інженерно-педагогічна академія"
Кафедра Харчових технологій, легкої промисловості і дизайну
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий (магістерський)
Спеціальність 015.36 Професійна освіта (Технологія виробів легкої промисловості)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри
Харчових технологій, легкої
промисловості і дизайну
проф. Олег ЛИТВИН

О. Литвин

" 1 " 12 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)

РОМАНЧЕНКО Вікторія Ярославівна

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи: Професійна підготовка фахівців з технологій швейної промисловості для аналізу впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в цій сфері

керівник роботи Литвин Олег Олегович, д. ф.-м.н, професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від "12"10. 2024 року 4801-5/3345

2. Строк подання студентом роботи 1 грудня 2024 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити: дослідити актуальність підготовки фахівців з технологій швейної промисловості для аналізу впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в цій сфері, проаналізувати стан залучення загального управління якістю українського швейного підприємства та надати рекомендації для підвищення репутації компанії, розробити дидактичний проєкт факультативного заняття на тему «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості».

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТЕХНОЛОГІЙ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЛЯ АНАЛІЗУ ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В ЦЬЙ СФЕРІ
2	РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ЗАЛУЧЕННЯ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ УКРАЇНСЬКОГО ШВЕЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА НАДАННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ.
3	РОЗДІЛ 3. ОПИС ПОСАДИ «ПРОФЕСІЙНИЙ ФАХІВЕЦЬ ІЗ ШИТТЯ»
4.	РОЗДІЛ 4. ДИДАКТИЧНИЙ ПРОЄКТ З ТЕМИ «АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В СФЕРІ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ»

5. Дата видачі завдання 12 жовтня 2024 року

Студент (ка)


підпис

Романченко В.Я.
ініціали, прізвище

Керівник роботи


підпис

Литвин О.О.
ініціали, прізвище

Керівник роботи


підпис

Бакатанова В.Б.
ініціали, прізвище

РЕФЕРАТ

Робота містить: 81 с., 6 рис., 18 табл., 48 посилань.

Загальне управління якістю (TQM) спрямоване на постійне покращення якості продукції та задоволення очікувань клієнтів. Мета цього дослідження полягає в тому, щоб проаналізувати, як TQM (Total Quality Management) застосовний у процесі виробництва одягу та його вплив на формування репутації компанії у випадку українського виробника.

Об'єкт дослідження – процес професійної підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів в закладі вищої освіти.

Предмет дослідження – професійна підготовка фахівців з технологій швейної промисловості фахівців з загального управління якістю швейних виробів для аналізу впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в цій сфері.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та розробити дидактичний проєкт факультативного заняття на тему «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості».

Завдання дослідження: 1. Здійснити аналіз психолого-педагогічної, науково-методичної та спеціальної літератури з метою виявлення особливостей процесу професійної підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів. 2. Розробити дидактичний проєкт факультативного заняття «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів.

Методи дослідження:

– теоретичні методи – аналіз наукової, психолого-педагогічної та методичної літератури з досліджуваної проблеми, класифікація та проєктування для обґрунтування теоретичних засад і методичних аспектів розроблення дидактичного проєкту заняття.

Новизна одержаних результатів полягає у тому, що знайшли подальшого розвитку положення щодо змісту та технологій реалізації дидактичного проєкту з теми «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для фахівців з загального управління якістю швейних виробів.

Практичне значення одержаних результатів у тому, що розроблено дидактичний проєкт з теми «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для фахівців з загального управління якістю швейних виробів. Розроблений дидактичний проєкт доцільно використовувати у закладах вищої освіти та навчальних курсах підприємств, організацій.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: якість, загальне управління якістю, репутація, діаграма причин і наслідків, аналіз Парето

ABSTRACT

The work contains: 81 pages, 6 figures, 18 tables, 48 references.

The object of the study is the process of professional training of specialists in the general management of the quality of sewing products in a higher education institution.

The subject of the research is the professional training of specialists in the technologies of the garment industry and specialists in general quality management of sewing products to analyze the impact of general quality management on building the company's reputation in this area.

The purpose of the research is to theoretically substantiate and develop a didactic project of an optional class on the topic "Analysis of the impact of total quality management on building the company's reputation in the field of the garment industry."

Tasks of the research: 1. To carry out an analysis of psychological-pedagogical, scientific-methodical and special literature in order to identify the peculiarities of the process of professional training of specialists in the general management of the quality of sewing products. 2. To develop a didactic project of the optional class "Analysis of the influence of general quality management on building the company's reputation in the field of the garment industry" for the training of specialists in general quality management of sewing products.

Research methods:

– theoretical methods – analysis of scientific, psychological-pedagogical and methodical literature on the researched problem, classification and design to substantiate the theoretical foundations and methodological aspects of the development of the didactic lesson project.

The novelty of the obtained results lies in the fact that they found further development of the provisions regarding the content and technologies of the didactic project implementation on the topic "Analysis of the influence of total quality management on building the company's reputation in the field of the garment industry" for specialists in general quality management of sewing products.

The practical significance of the obtained results is that a didactic project was developed on the topic "Analysis of the influence of total quality management on building the company's reputation in the field of the garment industry" for specialists in general quality management of sewing products. The developed didactic project should be used in higher education institutions and training courses of enterprises and organizations.

KEY WORDS: quality, total quality management, reputation, cause and effect diagram, Pareto analysis

СКОРОЧЕННЯ

DHU: – Дефекти на сто одиниць (Defects per hundred units)

FOMO: – Страх пропустити (Fear of Missing Out)

HR: – Людські ресурси (Human Resources)

ISO: – Міжнародна організація стандартизації (International Organization for Standardization)

PDCA: – План–виконання–перевірка–дія (Plan–do–check–act)

QA: – Гарантія якості (Quality assurance)

QC: – Контроль якості (Quality control)

QM: – Управління якістю (Quality Management)

TQM: – Повне управління якістю (Total quality management)

SPC: – Статистичний контроль процесів (Statistical Process Control)

SOP: – стандартна операційна процедура (standard operating procedure)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1 АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ШВЕЙНИХ ВИРОБІВ	13
1.1 Аналіз системи управління якістю в швейній промисловості	13
1.2. Особливості професійної підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів	16
Висновок до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В ШВЕЙНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ	19
2.1. Огляд літератури за темою дослідження	19
2.1.1. Визначення якості	19
2.1.2. Визначення загального управління якістю	19
2.1.3.Філософія TQM:	21
2.1.4. Основи впровадження TQM.....	21
2.1.5. Якісні інструменти та методи.....	22
2.1.6. Огляд процесу виробництва одягу	25
2.2. Емпіричний огляд.....	28
2.3. Концептуальна основа дослідження	29
2.4 Методологія дослідження	30
2.4.1 Дизайн дослідження.....	30
2.4.2 Популяційне дослідження та визначення розміру вибірки	31
2.4.3 Тип даних і джерела даних.....	32
2.4.4 Вторинні джерела даних.....	33
2.5 Аналіз даних	34
2.6 Результати	35
2.6.1 Характеристика респондентів.....	35
2.6.2 Практики TQM у КОМПАНІЇ	36
2.6.3 Розширення прав і можливостей співробітників	38
2.6.4 Клієнтоорієнтованість	38

2.6.5 Постійне вдосконалення.....	39
2.6.6 Причини неякісної продукції в КОМПАНІЇ	40
2.6.7 Інструменти SPC (Statistical Process Control), що використовуються для вимірювання якості.....	44
2.7 Репутація КОМПАНІЇ в очах її співробітника	47
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3 ОПИС ПОСАДИ «ПРОФЕСІЙНИЙ ФАХІВЕЦЬ ІЗ ШИТТЯ»	54
3.1 Ключові маркери швейної компанії	54
3.2 Про вакансію (позицію)	54
3.3 Обов'язки та відповідальність	54
3.4 Лідерство та участь у команді:.....	55
3.5 Кваліфікація та компетенція.....	56
Висновки до розділу 3.....	56
РОЗДІЛ 4 ДИДАКТИЧНИЙ ПРОЄКТ З ТЕМИ «АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В СФЕРІ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ» ДЛЯ ФАХІВЦІВ З ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ШВЕЙНИХ ВИРОБІВ.....	58
4.1. Постановка цілей факультативного заняття (оперативних цілей)	59
4.2. Перелік літературних джерел з теми	60
4.3. Конструювання дидактичних матеріалів: аналіз структури навчального матеріалу факультативного заняття	60
4.4. Аналіз базових умов навчання	61
4.5. Проєктування мотиваційних технологій навчання (характеристика і текст мотивації, використання якої доцільно при викладі навчального матеріалу).....	63
4.6. Проєктування технології формування орієнтовної основи діяльності на факультативному занятті	65
4.7. Проєктування технології формування виконавчих дій на факультативному занятті.....	65
4.8. Проєктування контрольних дій з теми.....	66
4.9. Розробка сценарію факультативного заняття	67
Висновки до розділу 4.....	70
ВИСНОВКИ	71

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72
ДОДАТОК 1.....	77
ДОДАТОК 2.....	81

ВСТУП

Актуальність досліджуваної теми.

Порівняно з конкурентоспроможними країнами швейний сектор України все ще перебуває на початковій стадії, і більшість продуктів обробної промисловості не задовольняють клієнтів. Загальне управління якістю (TQM) спрямоване на постійне покращення якості продукції та задоволення очікувань клієнтів. Мета цього дослідження полягає в тому, щоб проаналізувати, як TQM (Total Quality Management) застосовний у процесі виробництва одягу та його вплив на формування репутації компанії у випадку українського виробника. Дані були отримані з даних звіту про статут якості, контрольного списку, інтерв'ю та анкети, результати були записані, представлені за допомогою таблиць, діаграми Парето, кругової діаграми та графіків. Відповідно до результатів швейна компанія запровадила TQM як систему для покращення якості своєї продукції, але це дослідження показує, що існують проблеми якості, які можна легко усунути за допомогою TQM. TQM не повністю впроваджено в галузі, і основними причинами є відсутність зобов'язань щодо впровадження TQM, відсутність мотивації, комунікаційний розрив між різними сторонами всередині організації та за її межами, а також дефіцит кваліфікованих людських ресурсів. Швейні компанії України можуть впроваджувати TQM, використовуючи основу TQM шляхом гарного підходу до створення середовища управління якістю QM, ознайомлення працівників з TQM, заохочення співпраці та командної роботи, орієнтованого на клієнта продукту та дизайну процесу та, нарешті, вибору правильної сировини для виробництва, що все призводить до покращення репутації та завоювання величезної довіри своїх клієнтів.

Об'єкт дослідження – процес професійної підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів в закладі вищої освіти.

Предмет дослідження – професійна підготовка фахівців з технологій швейної промисловості фахівців з загального управління якістю швейних

виробів для аналізу впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в цій сфері.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та розробити дидактичний проєкт факультативного заняття на тему «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості».

Відповідно до мети, об'єкту, предмету дослідження сформульовані і вирішувалися **наступні завдання**:

1. Здійснити аналіз психолого-педагогічної, науково-методичної та спеціальної літератури з метою виявлення особливостей процесу професійної підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів.

2. Розробити дидактичний проєкт факультативного заняття «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів.

Для досягнення сформульованої мети та завдань використано комплекс взаємодоповнюючих **методів дослідження**:

– теоретичні методи – аналіз наукової, психолого-педагогічної та методичної літератури з досліджуваної проблеми, класифікація та проєктування для обґрунтування теоретичних засад і методичних аспектів розроблення дидактичного проєкту заняття.

Новизна одержаних результатів та їх теоретичне значення полягає у тому, що уточнено та конкретизовано теоретичні та експериментальні положення в галузі дизайн одягу; знайшли подальшого розвитку положення щодо змісту та технологій реалізації дидактичного проєкту з теми «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для фахівців з загального управління якістю швейних виробів.

Практичне значення одержаних результатів у тому, що розроблено дидактичний проєкт з теми «Аналіз впливу загального управління якістю на

будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для фахівців з загального управління якістю швейних виробів. Розроблений дидактичний проєкт доцільно використовувати у закладах вищої освіти та навчальних курсах підприємств, організацій.

Структура та загальний обсяг роботи. Робота складається з української та англійської анотацій, списку умовних скорочень, вступу, чотирьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи 81 сторінка, обсяг основного тексту 71 сторінка. Робота містить 18 таблиць, 6 рисунків. Список використаних джерел має 48 найменувань, з них 33 іноземною мовою.

РОЗДІЛ 1

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ШВЕЙНИХ ВИРОБІВ

1.1 Аналіз системи управління якістю в швейній промисловості

Повне управління якістю (TQM) – це інтегративна загально організаційна філософія, яка спрямована на безперервне покращення якості продуктів/процесів і задоволення/перевищення очікувань клієнтів. Управління якістю – це акт нагляду за всіма діями та завданнями, які необхідно виконати для підтримки бажаного рівня досконалості. Це включає визначення політики якості, створення та впровадження планування та забезпечення якості, а також контроль якості та її покращення. Його також називають загальним управлінням якістю (TQM). (Адам Бароне, 2020).

Визначення, надане ISO9001:2000, таке: «Якість – це ступінь, до якого низка властивих характеристик відповідає вимогам», що є вимогою наших клієнтів.

Система управління якістю – це набір бізнес-процесів, які впроваджуються, щоб допомогти організації постачати продукцію, яка постійно задовольняє споживачів. Це підвищить ім'я (бренд) організації; ефективна система управління якістю перетворює мету та цілі організації в політику та ресурси, які допомагають кожному члену організації прийняти стандартні операційні процедури (SOPs) (Роберт Фентон, 2019 р.).

Загальне управління якістю (TQM) – це загальнофірмова філософія управління безперервним покращенням якості продуктів/послуг/процесів, зосереджуючись на потребах і очікуваннях клієнтів, щоб підвищити задоволеність клієнтів і продуктивність фірми (Esin Sadikoglu та Hilal Olcaу, 2014).

Наявність якісного продукту чи послуги матиме вплив на купівельну поведінку споживачів, і вважається, що назва нашої організації – це репутація організації. Крім того, життєво важливо вбудовувати якість в основний

продукт. Основний продукт повинен відповідати основним функціональним вимогам, які від нього очікуються. Бренди вищої якості досягають більшої частки ринку та вищої прибутковості, ніж їхні нижчі конкуренти (Смріті Чанд, 2016).

Тож у цьому дослідженні показано, як компанії впроваджують (TQM) і створюють своє ім'я на ринку.

Український швейний сектор все ще перебуває на початковій стадії порівняно з конкурентними країнами. Він не може конкурувати на світовому ринку через нездатність виробляти дійсно якісну продукцію за конкурентноспроможною ціною. Причини низької якості одягу, виробленого в Україні різноманітні, і вони поширюються вертикально через ланцюг постачання від невідповідної сировини до поганої обробки. Аналізуючи практики TQM у галузях виробництва одягу, дослідження намагатиметься показати, як TQM допомагає подолати проблеми якості продукції та як ми можемо створити репутацію виробника, для цього дослідження вибрана українська швейна компанія. Це приватна компанія з обмеженою відповідальністю, заснована в Харкові, Україна. Була заснована у липні 2002 року. З міркувань приватності власник надав можливість проводити дослідження на його підприємстві за умов не розповсюдження інформації про назву та місцезнаходження компанії. Тому в подальшому підприємство, на якому будуть проводитись дослідження будемо називати «КОМПАНІЯ». КОМПАНІЯ здебільшого займається виробництвом різних видів одягу та текстилю для експортного ринку, таких як сорочки поло, футболки. Але зараз КОМПАНІЯ в основному виробляє сорочки. У КОМПАНІЇ є деякі практики TQM, які використовуються для управління якістю продукту, багато дослідників визначили внутрішні фактори, включаючи погану практику вимірювання продуктивності, низькі фінансові можливості, низьку продуктивність, високу вартість виробництва, низьку якість одягу, погане логістичне обслуговування, а також поганий зворотній зв'язок з клієнтами і відносини з постачальниками, тим самим знижуючи продуктивність і

конкурентоспроможність українських швейних підприємств.

У виробництві одягу, розподіл праці застосовується для виготовлення повного виробу за допомогою кількох людей і машин відповідно до послідовних операцій, має певний термін і умови для підтримки задовільного рівня клієнта, наприклад якості та продуктивності. Коли виробництво продукції відбувається у великих масштабах, деякі змінні існують, як-от оператор, навички, процес, машина тощо. Оскільки у швейній промисловості більшість операцій виконує оператор (людина), тому відхилення вимог щодо якості є високими, що здебільшого відбувається від оператора, машини, методу, матеріалу та робочого середовища. У зв'язку з проблемою якості фабрика повинна виконати значну переробку, яка збільшує вартість виробництва, а також знижує продуктивність.

Було проведено порівняльний аналіз українських швейних підприємств з Туреччиною, Румунією та Бангладеш і з'ясовано, що український швейний сектор відстає від своїх конкурентів з точки зору конкурентних переваг, таких як якість, технології та ціна. Погана якість є результатом поганого розуміння якості працівниками, меншої прихильності керівництва щодо забезпечення якості, а не кількості. Крім того, клієнти не залучені до етапу розробки продукту, а промисловість не проводить належним чином дослідження ринку, отже існує розрив між вимогами клієнта та виробленим одягом, що призводить до низької ефективності діяльності на ринку та меншого задоволення клієнтів. Контроль якості здійснюється за допомогою візуального огляду, який не є ефективним, і здебільшого увага приділяється виявленню дефектів продукції, а не запобіганню їм під час виробництва.

Отже, аналіз не проводиться за допомогою методів контролю якості, що дозволяє галузям контролювати свої процеси та визначати, чи знаходяться вони під контролем чи поза ним. Вважається, що місцеві фабрики забезпечують низький рівень якості порівняно з імпортованою продукцією, що призводить до того, що клієнти втрачають інтерес до продукту, що є великою невдачею для організації, що призводить до створення поганого іміджу та

репутація в організації. Загальне управління якістю (TQM) - це підхід, який організації використовують для вдосконалення своїх внутрішніх процесів і підвищення задоволеності клієнтів.

Найбільш складним завданням під час проведення дослідження є вільне пересування та збір даних шляхом опитування співробітників через війну в Україні.

Крім того, небажання керівників виробництв, керівників і деяких працівників приймати участь в дослідженні через те, що вони не можуть відповісти під час роботи.

1.2. Особливості професійної підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів

Розвиток професійних закладів освіти в сучасній Україні спрямовано на удосконалення масової освіти, як становиться фундаментом нового кругозору, адекватного реаліям світу, який швидко змінюється. Функціонування вищої освіти пропонує внесення змін у зміст підготовки фахівців, що неможливо без проектування кваліфікаційних вимог для забезпечення відповідності особистісних, суспільних потреб перспективам розвитку науки, техніки, економіки, культури.

Професійна освіта у вищій школі спрямована на підготовку фахівців вищої ланки, які готові до повної реалізації усіх здібностей в умовах зародження економіки. Швейна промисловість в сучасних економічних умовах є рентабельною тільки на малих підприємствах, а фахівець швейного виробництва сприяє комфортному існуванню іншої особистості в сучасному світі.

На фахівців з загального управління якістю швейних виробів покладається відповідальність за забезпечення якості життя, що потребує значення важливості для суспільства випуску якісної швейної продукції.

Новий тип особистості фахівців з загального управління якістю швейних виробів характеризується соціально-технологічною мобільністю, яка проявляється здібностями пристосовуватися до будь-яких змін в професійній діяльності; уміння приймати самостійні і нестандартні рішення, проєктувати та виготовляти одяг з використанням інформаційних технологій. Доведено, що для виконання різних видів професійної діяльності необхідні властивості, які важливі практично для усіх видів діяльності, хоча особливості професійної діяльності вимагають проявлення спеціальних властивостей, які розвиваються в процесі професійної підготовки, метою якого є формування фахівця, здібного адаптуватися до постійних умов, які змінюються на ринку економіки і виробничої галузі.

Для обґрунтування значущості цього виду мобільності нам необхідно звернутися до структури професійної діяльності, в якій виділяють когнітивний (професійні знання), креативний (творчі здібності), проєктувальний (технологічні уміння), комунікативний (уміння спілкуватися) і рефлексивний (здатність до самоаналізу та оцінки) компоненти. Обґрунтуванням сукупності цих компонентів є основні види діяльності: конструкторсько-технологічна (когнітивний, креативний, проєктувальний компоненти) і організаційно-управлінська (комунікативний і рефлексивний компоненти). Таким чином, професійна діяльність фахівців з загального управління якістю швейних виробів представляється єдинством двох видів діяльності (конструкторсько-технологічний та організаційно-управлінський), виконання яких обумовлено сформованою мобільністю фахівців в процесі навчання в ЗВО.

Когнітивний компонент конструкторсько-технологічної діяльності включає в себе знання в галузі основних напрямків моди і положень нормативної документації; знання технік моделювання і конструювання виробів, сучасних методів і технологій виготовлення швейних виробів тощо.

Основним джерелом креативного компоненту є естетичний, художній досвід, досвід сприйняття естетичної реальності життя. Формування

креативного компоненту проходить через образно-асоціативне мислення, емпатію, інтуїцію.

Проектульний компонент конструкторсько-технологічної діяльності пов'язаний з уміннями розробки виконання і контролю художньо-конструкторського проекту швейного виробу різного призначення.

Організаційно-управлінська діяльність фахівців з загального управління якістю швейних виробів базується на спілкуванні, багатоплановому процесі встановлення та розвитку контактів між людьми, задоволення потреб в сумісній діяльності.

Таким чином, соціально-технологічна мобільність фахівців з загального управління якістю швейних виробів можна розглядати як діяльність, яка містить два її види (конструкторсько-технологічна та організаційно-управлінська діяльність); як особистісна характеристика, яка інтегрує два види мобільності (вертикальна та горизонтальна мобільність)» як властивість особистості, що складає внутрішній механізм розвитку фахівця.

Висновок до розділу 1

В першому розділі магістерської роботи ми проаналізували проблему підготовки фахівців з загального управління якістю швейних виробів і розглянули специфіку його професійної діяльності. В якості професійно важливої інтегрованої властивості особистості фахівця виділяють соціально-технологічну мобільність фахівця з загального управління якістю швейних виробів, яка спрямована на швидку адаптацію випускника до виконання професійної діяльності до умов, які постійно змінюються.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В ШВЕЙНІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ

2.1. Огляд літератури за темою дослідження

2.1.1. Визначення якості

Просте визначення якості – це задоволення вимог замовника. Крім того, прагнучі підвищити задоволеність клієнтів, багато організацій зосередилися на якості та скоротили свої витрати, щоб отримати максимальне задоволення клієнтів, прикладами цього є Toyota в Японії, Samsung у Південній Кореї. Крім того, термін якості був визначений багатьма експертами з якості. Якість відноситься до різного виконання різних видів діяльності. Отже, кожен бізнес або вид діяльності має різні визначення якості, наприклад, у сфері продажів термін «якість» більше зосереджений на послугах, які надаються клієнту, тоді як у виробництві термін «якість» більше зосереджений на процесі виробництва, а у виробництві одягу, якість стосується як послуг, що надаються, так і продукції (R. Fukui et al, 2012). Якість - це «сукупність властивостей і характеристик продукту або послуги, які впливають на його здатність задовольняти заявлені чи неявні потреби». Таким чином, більшість концепцій якості, згаданих вище, зосереджені на забезпеченні продукту, який задовольняє потреби клієнтів. Таким чином, якість є надзвичайно необхідною для організацій, щоб гарантувати, що вони постачають свої продукти чи послуги відповідно до очікувань і вимог споживачів.

2.1.2. Визначення загального управління якістю

Загальне управління якістю (TQM) було надано численними визначеннями гуру якості, практиками та академіками. Визначають TQM як філософію та набір керівних принципів, які є основою організації, що постійно

вдосконалюється. Він об'єднує фундаментальні методи управління, існуючі зусилля з удосконалення та технічні інструменти в рамках дисциплінованого підходу. Використовуючи визначення з трьох слів, визначають TQM так: Загальний: задіяна кожна особа (її клієнти та постачальники). Якість: вимоги клієнтів виконуються точно. Керівництво: керівники вищої ланки повністю віддані справі визначив процес TQM як загальний корпоративна зосередженість на задоволенні та перевищенні очікувань клієнта та значному зниженні витрат, спричинених низькою якістю, шляхом прийняття нової системи управління та корпоративної культури. У цьому контексті TQM з'явилася як цілісна модель управління завдяки концепції TQM набагато ширший за традиційні концепції якості. Він охоплює не лише вдосконалення продукту, послуг і процесів, але й ті, що стосуються витрат і продуктивності, а також залучення людей і розвитку. Про TQM було проведено багато досліджень. Проте з літератури очевидно, що різні дослідники прийняли різні визначення та рамки на основі контексту програми або теми дослідження.

2.1.3.Філософія TQM:

Таблиця 2.1

Концепція	Головна ідея
Клієнтоорієнтованість	Мета – визначити та задовольнити потреби клієнтів.
Постійне вдосконалення	Філософія нескінченного вдосконалення.
Розширення прав і можливостей співробітників	Очікується, що працівники будуть шукати, виявляти та виправляти проблеми з якістю.
Використання якісних інструментів	Постійне навчання співробітників використанню якісних інструментів.
Дизайн продукту	Продукти повинні бути розроблені таким чином, щоб відповідати очікуванням клієнтів.
Управління процесами	Якість має бути вбудованою в процес; Джерела проблем якості повинні бути виявлені та виправлені.
Управління якістю постачальника	Концепції якості повинні поширюватися на постачальників компанії.

2.1.4. Основи впровадження TQM

Визначення TQM може здатися простим, але впровадження його на практиці вимагає організаційної культури та клімату. Щоб завершити процес, потрібен час і терпіння. Процес не відбувається відразу, результати можуть бути не помітними протягом тривалого часу. Деякі експерти стверджують, що для повної реалізації результатів впровадження управління якістю потрібно до десяти років. Існує кілька кроків, які необхідно зробити в процесі переходу до управління якістю в організації (MMRahman і AKM Masud, 2011).

Існує шість атрибутів успішного впровадження програми TQM. Це: орієнтація на клієнта, орієнтація на процес, перевірка правил профілактики, розширення можливостей і компенсація працівників, прийняття рішень на

основі фактів, сприйнятливість до зворотного зв'язку.

З літератури, де було зібрано ґрунтовні знання про основи TQM. Деякі автори пропонують чотири стовпи, тоді як інші пропонують дев'ять стовпів для успішного впровадження TQM. Проте, беручи до уваги рекомендації вчених щодо визначення основ впровадження TQM, було обрано 9 основ, які представлені:

- ☐ Створення середовища управління якістю (QM).
- ☐ Ознайомлення працівників із загальним управлінням якістю (TQM).
- ☐ Використання методів статистичного контролю для вимірювання якості.
- ☐ Обмін інформацією з усіма для прийняття рішень.
- ☐ Заохочення співпраці та командної роботи.
- ☐ Клієнтоорієнтованість як елемент дизайну.
- ☐ Вибір правильної сировини.
- ☐ Бенчмаркінг
- ☐ Безперервне вдосконалення мети.

2.1.5. Якісні інструменти та методи

Щоб забезпечити підвищення якості, результати повинні вимірюватися за допомогою методу статистичного контролю, коли компанія просувається до своїх цілей якості. Це вимагає, щоб співробітники були навчені використовувати інструменти та методи статистичного контролю процесів (SPC). Без знання використання кількісних інструментів організація не може досягти запланованих результатів TQM. (MMRahman і AKM Masud, 2011) Можна сказати, що ми не можемо керувати тим, що не можемо виміряти. Отже, існує потреба в створенні процесу для вимірювання продуктивності системи управління якістю, спрямованого на моніторинг даних щодо поточного та кінцевого споживача задоволеності всіх основних процесів. Тому

організації необхідно встановити достатній і працездатний процес. Інструменти TQM – це технічні засоби, які використовуються для роботи в програмах якості, і часто включають діаграми, статистичні графіки, які також використовуються для вдосконалення процесів або розробки продуктів у будь-якій організації шляхом виявлення, аналізу та оцінки даних, які мають відношення до їхнього бізнесу. Таким чином, використовуючи інструменти та методи, можна досліджувати проблеми, визначати рішення та впроваджувати їх у практиці роботи, вимірюючи та аналізуючи результат. Сім інструментів контролю якості, зазвичай сприймаються як надто спрощені та невідповідні. У дослідженні, проведеному раніше, інструменти, класифіковані як якісні інструменти, включають блок-схеми, причинно-наслідкові діаграми, багатоголосування, діаграми спорідненості, команди процесів, мозковий штурм, таблиці виборів і список завдань), тоді як кількісні інструменти включають Цикл Шеваріта (PDCA), діаграми Парето, контрольну діаграму, гістограму, циклічну діаграму та вибірку. Інструменти TQM – це практичні методи, навички, засоби або механізми, які можна застосувати до конкретних завдань. Техніка має ширше застосування, що часто призводить до потреби в розумінні, навичках і навчанні для ефективного використання, наприклад SPC, порівняльний аналіз, розгортання функцій якості.

Нижче наведено найпопулярніші набори інструментів TQM:

- ☐ Контрольний аркуш.
- ☐ Принцип Парето: визначення ключових проблем.
- ☐ Контрольні діаграми: контроль варіацій.
- ☐ Причина та наслідки, риб'яча кістка, діаграма Ісікави.
- ☐ Гістограма або Бар-граф.
- ☐ Світлофорна система.

Контрольні аркуші

Контрольні аркуші використовуються для організації інформації з метою полегшення збору даних. Контрольні аркуші особливо ефективні для проведення інспекцій, дозволяючи зосередитися на конкретних атрибутах, які

можуть сприяти потенційним або виявленим проблемам якості.

Парето діаграми

Діаграма або діаграма Парето – це особливий тип гістограми, який базується на принципі Парето, який стверджує, що велика кількість дефектів або проблем спричинена невеликою кількістю причин. Принцип Парето, який часто називають правилом 80/20. Це означає, що вісімдесят відсотків витрат на дефекти викликані двадцятьма відсотками проблем? Діаграма Парето - це впорядкована стовпчаста діаграма, що показує кількість дефектів та їх причини, упорядковані за частотою. Стовпчики на діаграмі графічно показують кількість і відсоток причин окремо, а лінія показує кумулятивне значення. Діаграми Парето допомагають зосередити увагу на найважливіших питаннях, щоб отримати найбільшу користь.

Контрольні діаграми

Контрольні діаграми використовуються для визначення того, чи знаходяться процеси під статистичним контролем чи поза ним. Більшість процесів мають певний ступінь нормальних варіацій (або варіацій загальної причини); тобто більшість процесів не завжди досягають цільової продуктивності. Контрольні діаграми забезпечують механізм для встановлення статистично об'єктивного діапазону прийнятних варіацій навколо цільової продуктивності, таким чином дозволяючи зосередити увагу на варіаціях із особливою причиною (тих, що виходять за межі встановлених меж продуктивності).

Причинно-наслідкові діаграми

Причинно-наслідкові діаграми, або діаграми Ісікави, були розроблені Каору Ісікава, щоб проілюструвати та допомогти визначити, як різні фактори пов'язані з потенційними проблемами. Причинно-наслідкові діаграми також називають діаграмами риб'ячої кістки, оскільки вони нагадують скелет риби. Голова риби є наслідком, а кожна кістка риби є причиною, яка призводить до цього наслідку. Кістки можуть розгалужуватися на менші кістки, коли ви визначаєте причинно-наслідкові зв'язки нижчого рівня. Коли всі кістки

заповнено, на діаграмі можна переглянути всі можливі причини (окремі чи комбінації) ефекту (або проблеми), щоб ви могли розробити рішення для пом'якшення цього ефекту. Діаграма дозволяє організовано думати та спонукає до впорядкованого розгляду факторів, які призводять до певного результату.



Рис. 2.1 Діаграма «Риб'яча кістка».

Гістограми

Гістограма - це вертикальна гістограма, яка представляє частоту кожної виміряної категорії (відомої як біни) змінної. Іншими словами, графік представляє приблизний частотний розподіл даних. Гістограма особливо корисна для визначення поширених причин. Гістограма може бути впорядкованою, подібною до діаграми Парето, або невпорядкованою

2.1.6. Огляд процесу виробництва одягу

КОМПАНІЯ була створена 22 роки тому, але має нову будівлю, яка робить робоче середовище придатним для працівників. Має організаційну структуру, в якій генеральні менеджери (власники) здійснюють адміністрування існуючої організаційної структури, має відповідне робоче середовище для працівників. Такі, як: крою, шиття, якості, оздоблення, експериментальний, магазин (склад), кадри (людські ресурси), маркетинг/продажі та фінанси класифікуються як відділи, які працюють разом

для виробничого процесу, що створює простоту для управління. і позитивно впливає на продуктивність галузей.

Тут ми можемо побачити процес виробництва одягу в кожному відділі. Крім того, відсутні такі відділи, як інформаційні технології та юридичний, які важливі для конкурентоспроможності світового рівня на поточному світовому ринку.

Відділ експериментального виробництва і дизайну

У цьому відділі як проектування (розробка нових продуктів), так і вибірка виконуються, починаючи з виготовлення викрійки, сортування викрійки, а також зшивання зразка. Відбір зразків є одним із ключових елементів процесу підготовки до виробництва в швейній промисловості для отримання дозволу на початок масового виробництва. У цьому розділі вибірка призначена не тільки для отримання схвалення замовником або покупцем, але також для виробника важливо отримати оцінки споживання пряжі для розробки тканини, фарбування, друку та витрат на зшивання для певного стилю чи візерунка, наданого компанією. покупець. Після того, як викройки розроблені, а зразки одягу прийняті покупцями, викройки надсилаються до розкрійного відділу для масового виробництва.

Розкрійне відділення

У цій секції основними завданнями є виготовлення маркерів, розкладання, розрізання тканини, зв'язування, сплавлення та вишивання. І більшість із цих завдань виконуються вручну.

Виготовлення маркерів: маркування стосується процесу розміщення частин візерунка, щоб максимізувати кількість візерунків, які можна вирізати з певного шматка тканини. Виготовлення маркера враховує ширину тканини, довжину, тип тканини та подальший метод розкрою. Маркери можна виготовляти вручну або за допомогою програмного забезпечення, де комп'ютеризований метод ефективніший. Але в КОМПАНІЯ це робиться вручну.

Розстилання тканини: це відноситься до розкладання тканини на столах

операторами вручну або за допомогою машини для розкидання. Кількість шарів тканини залежить від необхідної потреби виробу. Після правильного розкладання папір для викрійок належним чином укладається на тканини. Розкрій тканини: після виготовлення маркера з тканини вирізають шматки візерунка. В даний час, крім використання традиційних інструментів, для різання широко використовуються комп'ютеризовані системи різання. Специфікації викрійки враховуються під час розкрою, що гарантує, що виготовлений одяг точно схожий на виготовлений зразок.

Після завершення всіх цих процесів розкроєні панелі будуть відправлені в швейний цех.

Швейне відділення

Процес пошиття – це кріплення різних частин викроєних деталей, отриманих з розкрійного цеху. Під час процесу шиття на фабриці дотримується типу ланцюгової роботи, що означає, що на цьому робочому місці є багато операторів, які виконують одну операцію. Це основний етап складання виробничого процесу, на якому тканина зшивається разом і збирається одяг. При цьому виробляється кінцевий продукт. Після цього кінцева продукція відправляється у відділ обробки

Оздоблювальний відділ

Оздоблення в швейній промисловості – це процес, який складається з пресування або прасування, складання та пакування одягу. Пресування сприяє завершенню зовнішнього вигляду одягу та його привабливості на місці продажу. Пресування виконується, щоб розгладити небажані складки та роздавлені сліди, а також зробити складки, якщо цього вимагає дизайн одягу.

Відділ якості

У відділі є команда з якості одягу, яка працює над контролем якості та відповідає за контроль якості та забезпечення якості. Ця команда має перевіряльників якості в кожному відділі, крім відділу відбору зразків і дизайну. Вони мають право будь-коли зупинити виробництво, якщо якість значно впаде. У відділі якості КОМПАНІЇ є контролери якості у відділах крою,

шиття, оздоблення, які переконуються, що вихід усіх відділів не містить дефектів, а вироби придатні. У швейній сфері існує 2 типи контролю якості: поточний контроль якості (пересувний контроль якості), який забезпечує якість шляхом перевірки того, що зробили швейні оператори, і контроль якості на кінцевій лінії, який перевіряє кінцевий продукт на відсутність у нього дефектів.

2.2. Емпіричний огляд

Якість як вплив на формування репутації швейної компанії

Якість є однією з головних, якщо не найважливішою рушійною силою довіри споживачів. Є бренди, які є синонімами якості, оскільки вони знають, як забезпечити якість протягом усього життєвого циклу продукту, і, як наслідок, можуть впевнено рекламувати це своїй аудиторії.

З іншого боку, є бренди з заплямованою репутацією через низьку якість або неправильне відкликання продукції. Деякі з цих брендів можуть ніколи не повернути довіру споживачів або навіть частку ринку. (Ніна Макінтайр, 2019)

Якість відображається на репутації вашої компанії. Зростаюча важливість соціальних медіа означає, що клієнти та потенційні клієнти можуть легко ділитися як позитивними думками, так і критикою якості вашої продукції на форумах, сайтах оглядів продукції та сайтах соціальних мереж, таких як Facebook і Instagram. Сильна репутація щодо якості може бути важливою відмінною рисою на ринках з високою конкуренцією. Низька якість або брак продукту, що призводить до кампанії відкликання продукту, може призвести до негативної реклами та завдати шкоди вашій репутації.

Можна зазначити, що лише 5% усіх незадоволених клієнтів скаржаться. Ця кількість фактично не змінилася за останні 30 років, незважаючи на інвестиції мільярдів доларів у системи відновлення послуг. Більшість тих, хто не скаржиться, змінюють постачальника послуг або тимчасово залишають старого постачальника з міркувань зручності, шукаючи інші альтернативи. У

той час як менеджери вважають, що відсутність новин – це хороша новина, існує хвиля негативної реклами, яка загрожує серйозно збиткувати компанії. (Моше Шарабі, 2014). Крім того, якщо задоволений клієнт ділиться своїми почуттями з 1–2 людьми, незадоволений клієнт ділиться своїми негативними почуттями з 9–10 людьми. Таким чином, навіть якщо лише 1 із 10 клієнтів незадоволений, їхній негативний вплив затьмарює позитивний вплив інших дев'яти клієнтів. Чи придбав би хтось послуги чи продукти від організації, про яку чув як позитивні, так і негативні відгуки в однаковій кількості? Напевно, можна було б шукати іншу організацію, де позитивні відгуки переважають над негативними.

Якщо ваш бізнес постійно виконує те, що він обіцяє, ваші клієнти з більшою ймовірністю співатимуть вам хвалу в соціальних мережах. Це не тільки сприяє підвищенню впізнаваності вашого бренду, але й створює бажаний ефект FOMO, що означає «страх втратити». Користувачі соціальних мереж, які бачать сильну репутацію вашої компанії, захочуть стати частиною продукту чи послуги, які ви пропонуєте, що може збільшити ваші продажі. (Семпсон Куейн, 2019)

Надання послуг створить особисті стосунки, якщо вони надаються значно, то відносини покращать довіру споживачів, і навпаки. Кілька досліджень показують, що якість послуг впливає на довіру клієнтів. Вищий рівень якості наданих послуг; вищий рівень довіри, прийнятий компанією. Успішність і стійкість компанії в конкурентному середовищі залежить від здатності компанії надавати послуги відповідно до потреб клієнтів. (Parthiban, 2011).

2.3. Концептуальна основа дослідження

У цьому розділі досліджуються зв'язки між TQM і репутацією компанії. Існує багато корпоративних і промислових екологічних філософій і практик, які тісно пов'язані з філософією TQM (загальне управління якістю) і

підтримують її.

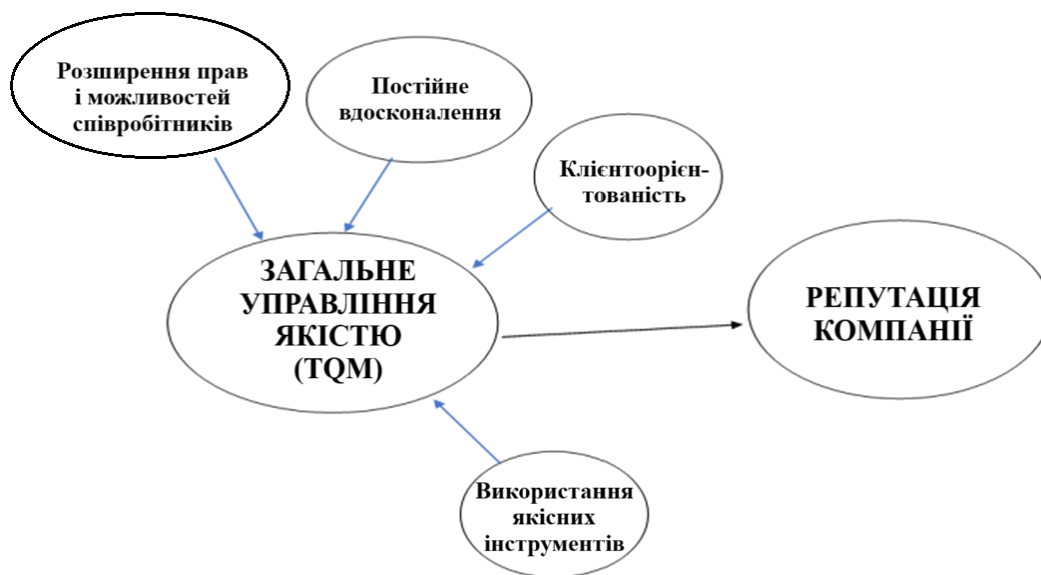


Рис. 2.2 Концептуальна основа

2.4 Методологія дослідження

Це дослідження проведено в українській швейній КОМПАНІЇ. У дослідженні аналізується загальне управління якістю та його вплив на формування репутації організації. Для досягнення мети дипломної роботи дослідник застосував наступні методики. Було проведено повний огляд літератури щодо концепції загального управління якістю, а також того, як якість продукту є одним із способів створення репутації організації та огляду ефіопської швейної промисловості. Після огляду літератури, щоб проаналізувати загальне управління якістю та його вплив на створення репутації КОМПАНІЇ, здійснюється збір даних; як первинні, так і вторинні дані збираються за допомогою анкети, контрольних списків, особистих інтерв'ю та особистих спостережень та огляду попередніх дослідницьких робіт.

2.4.1 Дизайн дослідження

Дослідницький дизайн для цього дослідження – описове дослідження.

Описове дослідження намагається систематично описати ситуацію, проблему, явище, послугу чи програму, або надає інформацію про, скажімо, умови життя громади, або описує ставлення до проблеми. (Сем Гундар, 2012). У цьому дослідженні дослідник описав, чи застосовується будь-який вид TQM, як організація застосовує TQM, ставлення до співробітників і керівництва щодо якості їхньої продукції. З метою аналізу дослідження зібрало назву дефекту та кількість дефекту на виробництві, а також найпоширеніші проблеми якості, з якими стикається організація.

2.4.2 Популяційне дослідження та визначення розміру вибірки

Популяційне дослідження

У цьому дослідженні в дизайні дослідження були прийняті кількісні та якісні дані. Для збору даних були використані анкета, контрольний список та інтерв'ю. В організації є різні відділи (ділянки), які є експериментальним, розкрийним, пошиття, оздоблення, контролю якості і складом. У цих секціях є 256 працівників на поточний час, який може час від часу коливатися. Для формування вибірки в цьому дослідженні використовується метод стратифікованої випадкової вибірки з урахуванням відбору працівників із цих секцій.

Визначення розміру вибірки

В принципі, точну інформацію про дане населення можна було отримати лише за допомогою перепису. Однак, через обмеження часу, у багатьох випадках повне охоплення населення неможливе; таким чином, вибірка є одним із методів, який дозволяє досліднику вивчати відносно невелику кількість одиниць, що представляють всю сукупність, наразі в швейному підприємстві, що досліджується «КОМПАНІЯ» є 256 постійних працівників, які призначені в різні відділи компанії.

Для визначення кількості респондентів, які будуть залучені до опитування та інтерв'ю, дослідник використовує метод імовірнісної

стратифікованої вибірки. З кожної секції вибірка, відібрана випадковим чином, служить основою загальної вибірки.

У цьому дослідженні застосовувалася спрощена формула, надана Ямане (1967), для визначення необхідного розміру вибірки при 95% рівні довіри, ступінь варіабельності = 0,5.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2},$$

де n - Бажаний розмір вибірки, N - Загальний розмір популяції, e - допустима межа похибки (0,05) на основі 95 відсотків ступенів достовірності в десятковій формі

$$m = \frac{256}{1 + 256 \cdot (0,05)^2} = \frac{256}{1,64} \approx 156.$$

На даний момент компанія має 6 різних підрозділів. Для справедливого розподілу між секціями використовується метод стратифікованої випадкової вибірки.

Таблиця 2.2 Частка розміру вибірки

№	Респонденти, що відповіли на запитання	Пропорційний розмір вибірки
1	Експериментальний відділ	3
2	Магазин і склад	3
3	Відділ крою	16
4	Відділ пошиття	110
5	Відділ контролю якості	12
6	Оздоблювальний відділ	15

2.4.3 Тип даних і джерела даних

Тип даних: для цього дослідження використовується як якісні, так і кількісні дані.

Первинні джерела даних

Первинні дані збираються у співробітників відповідних відділів організації та керівництва за допомогою анкети для оцінки їх обізнаності та ставлення до якості. Для заповнення анкети вибираються професійні співробітники цих компаній. Це допоможе отримати неупереджену та більш точну відповідь, а також підготовлено контрольний список, який допоможе легко визначити проблеми якості в організації.

Безпосереднє спостереження

Метод використовувався для збору даних про різні методи, дослідники відвідували організацію та записували виробничий процес, а також процедури забезпечення та контролю якості.

Інтерв'ю

Для збору інформації від операторів, керівників підрозділів та керівництва було використано структуроване інтерв'ю. Інтерв'ю включає загальну обізнаність щодо якості та TQM, репутацію, яку вони мають щодо КОМПАНІЇ.

Анкетне опитування

Для збору інформації від співробітника та керівництва КОМПАНІЇ було використано структуроване опитування. Анкета, як правило, включає дані про практику якості в компанії, причини неякісної продукції та репутацію КОМПАНІЇ.

2.4.4 Вторинні джерела даних

Щоб підвищити надійність даних досліджень та інформації, зібраної під час опитування, інформація збирається з інших пов'язаних досліджень, журналів, процедур і політики компанії та інших відповідних документів або звітів компанії.

2.5 Аналіз даних

Дані, зібрані за допомогою інтерв'ю, анкетування, прямого спостереження та контрольних списків, аналізуються та інтерпретуються. Для аналізу даних використовуються як якісні, так і кількісні методи аналізу даних, особливо тому, що ми маємо як якісні, так і кількісні дані. Дані з анкети подаються в розповідній формі за допомогою таблиць. Описова статистика використовується для представлення. Частотні таблиці, діаграми, графіки, цифри, відсотки використовуються за потреби для аналізу, інтерпретації, таблиці та представлення результатів дослідження.

Валідність вказує на точність приладів по відношенню до того, що вони мають намір вимірювати. Перевірка валідності інструментів збору даних перед наданням фактичному суб'єкту дослідження є основою для забезпечення якості даних. Щоб забезпечити обґрунтованість змісту інструменту, дослідник посилався на анкети попередніх дослідників, які відповідають меті, перегляньте інструмент перед розповсюдженням респондентам.

Щоб досягти надійності, респондентам було надано інформацію про цілі дослідження та про те, що зворотний зв'язок має бути узгодженим, якщо дослідження було повторено, як і той самий час, коли висновок, зроблений на основі зворотного зв'язку, вважався середнім або зведеним.

Етичні міркування

Дослідницька етика важлива в нашому повсякденному дослідницькому житті та вимагає від дослідників захищати гідність своїх піддослідних і добре публікувати інформацію, яку досліджують (Fouka & Mantzourou, 2011). Тому в цьому дослідженні зібрана інформація та дані не використовуватимуться для інших цілей. Під час дослідження дослідник повинен захистити конфіденційну інформацію, надану респондентом, а також особу респондента. Анонімність означає збереження таємниці шляхом невстановлення етнічного або культурного походження респондентів, утримання від згадування їх імен або

розголошення будь-якою іншою конфіденційною інформацією про учасника. Таким чином, дослідник звернеться до етичних міркувань конфіденційності та приватності. Дослідник завжди докладатиме рішучих і свідомих зусиль, щоб підтримувати цю обіцянку. Респондентам надається гарантія, що їхні імена не будуть розкриватися у звіті про дослідження. Крім того, учасники отримають усний та письмовий опис дослідження, а інформована згода не буде отримана перед опитуванням. Участь у дослідженні є добровільною, і всі відповіді учасників є конфіденційними, і вони можуть спокійно відповісти на запитання будь-коли. Нарешті, копія підсумкового звіту доступна для шкіл, якщо це необхідно.

2.6 Результати

Цей розділ присвячено аналізу, інтерпретації та представленню даних. Мета дослідження полягала в аналізі загального управління якістю в швейній промисловості та його впливу на формування репутації компанії: приклад КОМПАНІЯ. Дослідження оцінювало, як виглядає існуюча практика загального управління якістю в організації, загалом було розповсюджено 80 анкет, з яких респонденти заповнили 58 анкет, що становить 73% відповідей. Найчастішими причинами відсутності відповіді були брак часу та небажання. Загалом було заплановано провести 75 інтерв'ю, але через брак часу вдалося взяти участь у 35 співбесідах, усі вони з різних розділів.

2.6.1 Характеристика респондентів

Більшість респондентів у цьому дослідженні працюють у різних відділах і мають різні посади, це вважається важливою ознакою. Особлива причина полягає в тому, що ефективно показати, що TQM практикується в усіх відділах.

У наведеній нижче таблиці показано, що 90% респондентів – жінки та

10% чоловіки, а решта – з різних відділів, тобто 50% із відділу шиття, 28% із відділу якості, 10% із відділу крою, 9% із відділу обробки та 3% від експериментального відділу зразків і дизайну. Інша справа, що посада, на якій 31% операторів, 22% перевіряльників, 22% контролерів, 10% помічників, 9% прасувальників, 7% начальників відділів.

Таблиця 2.3 Характеристика респондентів

Стать		ВІДДІЛ					ПОСАДА					
Чоловіки	Жінки	експериментальний	розкрою	пошиття	якості	обробки	голова відділу	керівник, помічник керівника	оператор	контролер, обліковець	оператор ВТО	помічник
10%	90%	3%	10%	50%	28%	9%	7%	22%	31%	21%	9%	10%

2.6.2 Практики TQM у КОМПАНІЇ

Таблиця 2.4 Практика якості

Запитання	Відповіді	
	Так	Ні
Чи є на підприємстві система управління якістю?	83%	17%
Чи компанія визнає та вирішує проблеми, пов'язані з якістю?	86%	14%
Чи є перевірка та випробування для вхідної, виробничої та кінцевої продукції?	74%	26%
Чи є в компанії процедура оцінки субпідрядників або постачальників?	81%	19%

З наведеної вище таблиці 83% респондентів вважають, що компанія має систему управління якістю, а 17% респондентів не погоджуються, 86% респондентів сказали, що компанія визнає та вирішує проблеми якості, а інші 14% відповіли що вона не розпізнає і не вирішує.

Коли 74% респондентів сказали, що існує перевірка та випробування для вхідного, виробничого та кінцевого продукту, інші 26% не вірять, що компанія проводить перевірку та випробування для вхідного, виробничого та кінцевого продукту. Також 81% респондентів сказали, що у компанії є процедура оцінки постачальників, а інші 19% сказали, що її немає.

Після інтерв'ю топ-менеджмент і відділ якості припускають, що TQM впроваджено на виробництві, але факти на місці показують, що це не повністю впроваджено, загалом більшість методів якості, які використовує відділ якості, використовують деякі SPC такі інструменти, як контрольний список, відсоток DNU (дефектів на сто одиниць) і визначення трьох дефектів, що найбільш часто зустрічаються.

Концепція якості та розуміння на заводі

Таблиця 2.5

	поганий	задовільний	гарний	дуже гарний
Який рівень поінформованості про якість в компанії?	12%	31%	49%	8%

З вищезазначеного респонденти сказали, що 8% дуже добре, 49% добре, 31% задовільно та 12% погано. Рівень обізнаності щодо якості. Загальне розуміння концепції якості на фабриці є вищим на верхньому рівні організації, тобто керівнику операцій, відділу керівників, наглядачів, перевіряючих якості (QC) та наглядачів допомоги, але стає менше, оскільки це опускається до

операторів, помічників і прасувальників. Особлива причина сказати, що це 41% респонденти займають робоче положення оператора, помічника та прасувальника. Усі керівники операцій, керівники відділів, наглядачі, наглядачі допомоги, особливо перевіряючі якості (QC) думають і вірять, що вони несуть відповідальність і обов'язок виробляти продукт відповідної якості, а також зменшувати кількість повторних робіт і бракованих деталей. Але більшість операторів, помічників і прасувальників вважають, що вони не несуть відповідальності за нездатність отримати продукт без дефектів, і вважають, що обов'язок забезпечення та контролю якості лежить лише на відділі якості.

2.6.3 Розширення прав і можливостей співробітників

На думку респондентів, наявність міцної співпраці та командної роботи також не є задовільною. Це полягає в тому, що коли на підприємстві є проблеми з якістю, лише відповідальні сторони будуть стурбовані якістю, це активно демонструє, що повноваження працівників низькі, і виправити ситуацію буде непросто. Ми знаємо, що розширення можливостей працівників зміцнює довіру працівників, показуючи їм, що компанія впевнена в їхній здатності приймати рішення самостійно.

2.6.4 Клієнтоорієнтованість

З наведеної нижче таблиці 87% респондентів сказали, що організація визначає вимоги споживачів, а 13% сказали, що вони не мають, з інтерв'ю керівництво сказало, що цілі компанії пов'язані з потребами та очікуваннями клієнтів, але 43% респондентів сказали, що підприємство не має механізму розгляду скарг споживачів, а 57% – що має.

Таблиця 2.6 Орієнтація на клієнта

	Так	Ні
--	-----	----

Чи визначила компанія вимоги клієнтів?	87%	13%
Чи є в компанії механізм розгляду скарг клієнтів?	57%	43%

Більшість стилів продукту КОМПАНІЇ вибирає замовник, а іноді навіть організація надає власні продукти. Наразі у КОМПАНІЇ є два клієнти, один місцевий, а інший іноземний, і підприємство не загрожує рівню якості місцевої та експортної продукції однаково, здебільшого через ціну та вимоги клієнта.

2.6.5 Постійне вдосконалення

Таблиця 2.7 Частота навчання

	Так		Ні		
Чи проходили ви якусь форму навчання з моменту приєднання до організації?	100%		0%		
Чи впливають методи, які використовуються під час навчання, на вашу майстерність?	100%		0%		
Як часто ви проходили навчання?	Кожні 3 місяці	Кожні 6 місяців	Раз на рік	Кожні 2 роки	Немає конкретного розкладу
	0%	14%	22%	24%	40%

Згідно з першою категорією запитань, 100% респондентів сказали, що вони проходили навчання, а також вважали, що методи, які використовуються під час навчання, позитивно впливають на їхні навички. Також частота тренінгів для працівників є дуже низькою. Як наслідок, загальна кваліфікація більшості працівників низька, але є деякі співробітники, які мають різну кваліфікацію та гарну освіту, яка пов'язана з тим, чим вони займаються, а також майже всі керівники відділів є випускниками університету у своїй робочій сфері. Зазвичай індустрія проводить навчання лише при наймі, і якщо деякі інші організації, що допомагають швейній промисловості, готують певні навчальні програми. Під час співбесіди спеціалісти з контролю якості

проходять підготовку на робочому місці, що означає, що вони не мають жодної базової освіти щодо якості та TQM. Під час співбесіди та спостереження було зрозуміло, що підприємство не має програм покращення якості та проводить більшу частину свого часу в виявленні дефектів продукції, а не запобігання дефектам і планування їх удосконалення. Як наслідок, діяльність з контролю якості більше ґрунтується на перевірці, а не на профілактиці. Методи візуального контролю не є ефективними методами, а низька обізнаність щодо якості та застосування інструментів SQC не є сильною.

2.6.6 Причини неякісної продукції в КОМПАНІЇ

Практика забезпечення якості в компанії розкриває причини неякісної продукції на підприємствах. Відсутність необхідних знань і навичок працівників, низька якість сировини, недостатня підготовка працівників також суттєво впливають на якість продукції. Посилаючись на суб'єктивні відповіді, причиною проблем, пов'язаних з якістю, з якими стикаються підприємства, є недостатня обізнаність щодо якості, неналежне навчання, некваліфікована робоча сила, відсутність мотивації працівників і неналежні методи перевірки.

Причини неякісної продукції



Рис. 2.3 Причини поганої якості

Інші проблеми включають низький технологічний рівень, невдоволення клієнтів через запізнілу доставку, високий рівень переробок/відмов, низьку якість тканини, проблему внутрішнього зв'язку та погане розуміння вимог клієнтів.

Респондент другої категорії повинен був перерахувати всі недоліки, з якими працівники стикалися у своїй повсякденній діяльності, і, якщо можливо, назвати всі можливі першопричини кожного дефекту. Причому 31% респондентів з різних підрозділів підприємства змогли відповісти на запитання, а 12% респондентів змогли назвати дефект та його причини.

Дефекти розкрійного відділення

Більшість дефектів, перелічених у таблиці нижче, є дефектами, з якими стикаються респонденти в розкрійному цеху, які спричинені машиною, людьми (оператором), методом роботи та відповідністю матеріалу чи тканини, як показано для можливої першопричини дефекту.

Таблиця 2.8 Дефекти розкрійного відділення

Ліст дефектів крою	Можливі першопричини дефектів
Помилка крою	Недостатня вправність і навички оператора
Неправильний натяг шарів	Помилка поширення
Кількість і комплектація	Недбалість і відсутність зосередженості
Дефект викройки	Пошкодження викройки
Виїмка (велика, непомітна та неправильне розташування)	Поводження та навички оператора, проблема ріжучого леза
Проблема маркера (відсутні частини)	Недбалість і відсутність зосередженості

Грубий крій	поводження та навички оператора, проблема ріжучого леза
Перекося	Проблема з тканиною та помилка розповсюдження
Неправильний спосіб викладання тканини	Поширення помилок, недбалість і відсутність уваги
Проблема вимірювання	Проблема з шаблоном, помилка маркера та помилка різання
Проблема заправлення	Проблема з машиною та якість матеріалу для плавлення
Пляма	Проблема з тканиною, чистота кімнати для розкрою

Дефекти швейного відділу

Більшість дефектів, перелічених у таблиці нижче, є дефектами, з якими зіткнулися респонденти у швейній секції та групі якості, спричинені машиною, людьми (оператором), методом роботи та відповідністю матеріалу чи тканини, як показано для можливої основної причини дефекту .

Ці дефекти можуть бути виявлені під час перевірки процесу контролером якості, супервайзером лінії, контролером або оператором, а також вони можуть бути виявлені під час перевірки кінцевого продукту.

Таблиця 2.9 Дефекти швейного відділення

Список швейних дефектів	Можливі першопричини дефектів
Нерівний стібок	Поводження оператора та проблеми з машиною
Нерозривний стібок	Проблема керування оператором і проблема керування машиною
Нерівна лицева строчка	Проблема з машиною та низька кваліфікація

	оператора
Нерівна задня строчка	Проблема з машиною та низька кваліфікація оператора
Зморщування	Нерівномірне розтягування шарів тканини під час шиття та неправильне натягнення нитки
Розірваний стібок	Неправильне обрізання або використання машини
Пропущений стібок	Неправильне налаштування та синхронізація між голкою та ножицями чи гачком тощо
Відкритий стібок	Неправильне поводження з частинами одягу
Помилка розміру	Недбалість і відсутність зосередженості
Необрізана нитка	Неправильна обрізка або обробка
Дефект прихватки	Поводження оператора та проблеми з машиною
Масло / Бруд	Машинна чистота
Необроблений край	Помилка обробки
Пошкодження	Проблеми з тканиною, машиною та оператором
Позначка голки / виріз	Зламана голка
Нерівний край	Поводження оператора та проблеми з машиною

Дефекти відділу обробки

Більшість дефектів, перелічених у таблиці нижче, є дефектами, з якими зіткнулися респонденти на ділянці фінішної обробки та команда якості, які викликані машиною, людьми (оператором), методом роботи та відповідністю матеріалу або тканини, як показано для можливої основної причини дефекту. Ці дефекти виявляються при остаточній або презентаційній перевірці.

Таблиця 2.10 Дефекти відділу обробки

Перелік дефектів обробки	Можливі першопричини дефектів
Проблема із праскою (блиск і зміна	Неправильне використання праски

кольору)	
Розрив шва	Неправильний нагрів на прасувальній машині
Пілінг	Груба ділянка на прасувальній машині
Складки	Відсутність навичок оператора
Плями та інші небажані сліди на тканині	Чистота прасувальної машини

2.6.7 Інструменти SPC (Statistical Process Control), що використовуються для вимірювання якості

На підприємстві команда відділу якості використовує контрольний список на кінцевій лінії, щоб перевірити та записати дефекти кінцевого продукту, а на фінішній обробці QC використовує контрольний список для перевірки та запису презентації чи зовнішнього вигляду кінцевого продукту та визначення відсотка браку та запису найчастіших трьох дефектів для виявлення та зосередження на них.

Зі списку перевірки якості, заповненого перевіряючими на кінцевій лінії, ми можемо отримати кількість загальних перевірених одиниць виробів, пропущених одиниць, дефектних одиниць, а також типи дефектів і частоту появи дефектів. Використовуючи контрольний лист, було зібрано частоту дефектів. Всі дефекти виникають не з однаковою частотою, деякі дефекти з'являються дуже часто, а інші – рідше. Інструменти TQM повністю допомагають проаналізувати проблеми якості, як видно з літератури, діаграма Парето є одним із методів. Аналіз Парето - це статистичний метод прийняття рішень, який використовується для вибору обмеженої кількості завдань, які дають значний загальний ефект. Він використовує принцип Парето, згідно з яким, виконавши 20% роботи, можна отримати 80% переваги виконання всієї роботи. Або з точки зору покращення якості, переважна більшість проблем

(80%) спричинена декількома ключовими причинами (20%). Усі дані, зібрані за допомогою контрольного аркуша, було нанесено на діаграму Парето та виявлено 20% дефектів, які викликають 80% проблем. 20% дефектів – це відкритий шов, пропуск стібка, відсутній гудзик і пляма. Згідно зі спостереженнями, команда якості не використовує діаграму Парето для визначення 20% дефектів, перелічених вище, що є корисним для усунення інших 80% як принцип.

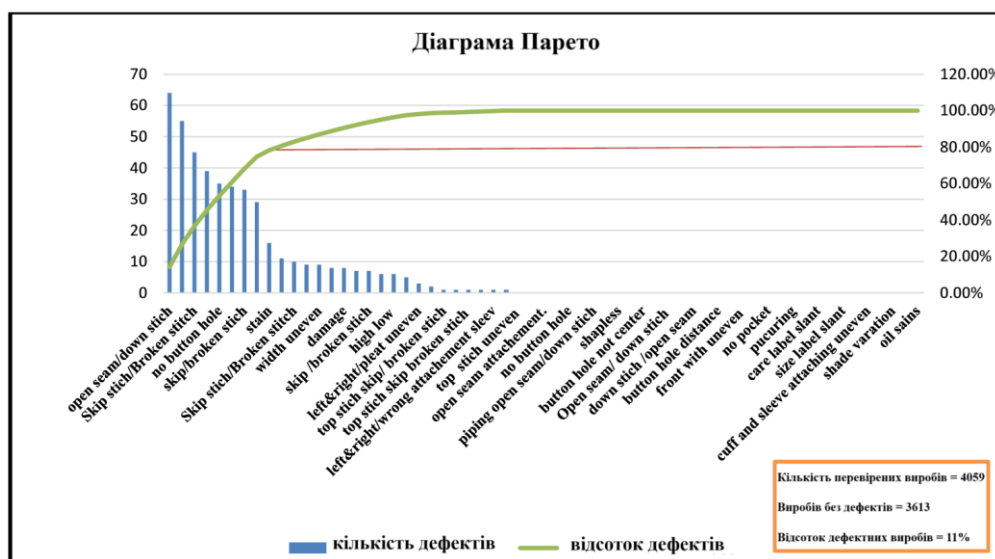


Рис. 2.4 Діаграма Парето

Тут, на рисунку 2.4 зображена діаграма Парето, зроблена на основі даних, зібраних за один місяць, яка полягає в тому, що 20% від кількості загальних дефектів є дефектом лицевого шву / внутрішнього шву. І трійка найпоширеніших дефектів – це відкритий шов / низ, пропущений стібко, відсутність гудзика. Якщо ми визначимо дефекти, ми зможемо знайти причину цих дефектів і розробити план запобігання та мінімізувати або усунути ці дефекти.

Дефектність підприємства

Графік рівня дефектів (рис. 2.4) показує, що перевірені одиниці, пройшли або задовольнили одиниці та DHU кожного дня, протягом одного

місяця QC перевірів 22 749 футболок і з цих футболок 24 058 без дефектів, а середній DNU становить 5,4%. Що показує, що з кожної сотні виготовлених футболок 5–6 штук браковані.

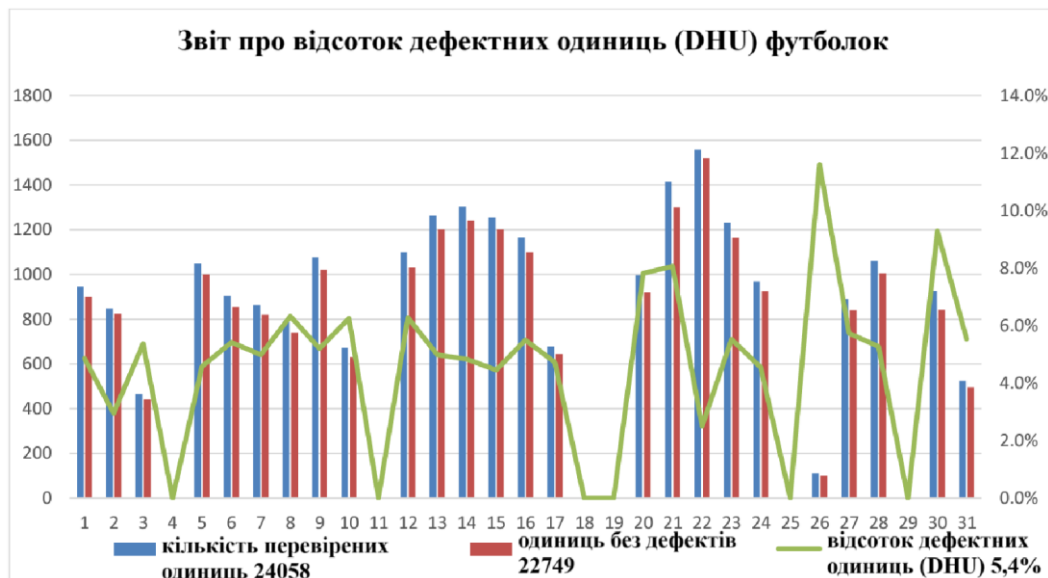


Рис. 2.5 Рівень дефектів компанії

Діаграма причина-наслідок

Причинно-наслідкова діаграма – це діаграма, яка визначає потенційні причини певних проблем із якістю. Їх часто називають діаграмою риб'ячої кістки.

Як видно з аналізу Парето, 20% дефектів – це відкритий шов, пропуск стібка, відсутність гудзика та пляма, тому, щоб вирішити проблему, ви повинні спочатку знати причину, а діаграма риб'ячої кістки – це найпростіший спосіб знайти «корінь зла». наприклад, ми можемо побачити, які причини найбільш частого дефекту, яким є «відкритий шов».

ДІАГРАМА РИБ'ЯЧОЇ КІСТКИ



Рис. 2.6 Діаграма риб'ячої кістки для відкритого шва

2.7 Репутація КОМПАНІЇ в очах її співробітника

Співробітникам було поставлено 15 запитань, щоб дізнатися їхню думку про КОМПАНІЮ як організацію, яка покаже репутацію організації в очах її співробітників і клієнтів.

Таблиця 2.11 Репутація КОМПАНІЇ

	повністю не згоден		не згоден		нейтральний		згоден		повністю згоден			
	кількість	відсоток, %	кількість	відсоток, %	кількість	відсоток, %	кількість	відсоток, %	кількість	відсоток, %	середнє	STD
1. Підтримує свої продукти та послуги	0	0	0	0	3	5	47	81	8	14	4,086	0,4306
2. Розробляє інноваційні продукти	0	0	0	0	7	12	25	43	26	45	4,328	0,6854

3. Пропонує високоякісні продукти та послуги	0	0	0	0	3	5	40	69	15	26	4,207	0,52176
4. Пропонує продукти/послуги з хорошим співвідношенням ціни та якості	0	0	0	0	12	21	36	62	10	17	3,966	0,6203
5. Має чітке бачення свого майбутнього	0	0	3	5	30	52	20	34	5	9	3,483	0,7549
6. Визнає та використовує ринкові можливості	0	0	3	5	40	69	10	17	5	9	3,293	0,7011
7. Добре керований	0	0	4	7	20	34	26	45	8	14	3,655	0,8068
8. Хороша компанія для роботи та співпраці	0	0	2	3	6	10	40	69	10	17	4	0,6489
9. Це компанія, яка має хороших працівників	0	0	0	0	16	28	40	69	2	3	3,759	0,5065
10. Має соціальну відповідальність перед громадою / довкіллям	0	0	2	3	25	43	31	53	0	0	3,5	0,5697
11. Дотримується високих стандартів у тому, як ставиться до людей	0	0	8	14	30	52	7	12	13	22	3,431	0,9932
12. Має серйозну історію якості	0	0	0	0	7	12	39	67	12	21	4,086	0,5708

13. Прагне перевершити своїх конкурентів	0	0	2	3	36	62	20	34	0	0	3,31	0,5366
14. Розумно використовує корпоративні активи	0	0	8	14	40	69	10	17	0	0	3,207	0,8936
15. Має хорошу репутацію в ЗМІ	17	29	38	66	3	5	0	0	0	0	1,759	0,54

Середній рівень згоди між групами класифікується за шкалою Лейкерта. Відповідно до шкали Лайкерта, щоб визначити мінімальну та максимальну довжину 5-бальної шкали типу Лайкерта, перший числовий відрізок обчислюється як $5 - 1 = 4$, а потім ділиться на п'ять, оскільки це найбільше значення шкали ($\frac{4}{5} = 0,80$). Після цього було додано число один, яке є найменшим значенням на шкалі, щоб визначити максимум цього відрізка. Таким чином, буде отримано від 1 до 1,80, що означає зовсім не згоден, від 1,81 до 2,60 означає (не згоден), від 2,61 до 3,40 означає нейтральне значення, від 3,41 до 4,20 означає згоду і від 4,21 до 5,00 означає повну згоду. Тому за допомогою цієї шкали респондентів запитують, та вказують рівень згоди з твердженням, як правило, у п'яти категоріях відповідей. (Повністю згоден = 5, згоден = 4, нейтрально = 3, не згоден = 2, зовсім не згоден = 1).

Підприємство, на думку респондентів, має добру репутацію. Особливою причиною стверджувати, що КОМПАНІЯ має гарну репутацію, є те, що респондент повністю погоджується з тим, що КОМПАНІЯ розробляє інноваційні продукти, пропонує високоякісні продукти та послуги, із середнім значенням = 4,21. Також респондент погоджується, що підприємство пропонує продукти / послуги з хорошим співвідношенням ціни та якості, хорошу компанію для роботи та співпраці, підтримує добрі справи, несе соціальну відповідальність перед громадою / довкіллям і має високу якість. Середній

рівень згоди між групами становить від 3,41 до 4,20. Як згадувалося вище, КОМПАНІЯ наразі працює з двома клієнтами, і обидва клієнти сказали під час співбесіди, що вони згодні з тим, що підприємство пропонує продукцію високої якості, відмінне керівництво, має високі показники якості та має добру репутацію за словами попередніх клієнтів через причини, зазначені вище.

Але респонденти не погоджуються з тим, що КОМПАНІЯ має добру репутацію в засобах масової інформації, причиною цього є те, що середнє значення для цієї відповіді становить 1,759, але менеджери сказали, що підприємство показало телевізійну рекламу на центральному телебаченні про компанію та її продукт, і також планує розміщувати таку саму рекламу на інших телеканалах та інших платформах, яка демонструватиме якість продукту та приверне увагу місцевих клієнтів до продукту.

Висновки до розділу 2

Резюме основних висновків

На основі аналізу, зробленого в попередньому розділі, основні висновки дослідження підсумовані таким чином:

- 83% респондентів вважають, що компанія має систему управління якістю, а також 86% респондентів сказали, що компанія визнає та вирішує проблеми якості

- Рівень поінформованості про якість у компанії, як респонденти сказали 8% дуже добре, 49% добре, 31% задовільно та 12% погано стає меншим, оскільки переходить до операторів, помічників і прасувальників.

- 100% респондентів сказали, що вони проходили навчання, а також вважали, що методи, які використовуються під час навчання, позитивно вплинули на їхні навички. Частота тренінгів для працівників дуже низька

- 87% респондентів сказали, що організація визначає вимоги клієнтів, а 43% респондентів сказали, що підприємство не має механізму розгляду скарг клієнтів. Це свідчить про те, що рівень спілкування з клієнтами

для розуміння їхніх вимог і втілення їх у продукцію такий, що Наявність сприятливої системи для вираження почуттів клієнтами дуже низька

□ З відповідей респондентів причинами неякісної продукції є 23% низька обізнаність працівників компанії про якість, 20% через недбалість працівників компанії, 14% неякісна сировина, що постачається від постачальників та інші проблеми включають низький технологічний рівень, невдоволення клієнта через пізню доставку, високий рівень переробок/відмов, тканина низької якості, проблеми внутрішнього зв'язку та погане розуміння вимог клієнтів

□ Підприємство, на думку респондентів, має добру репутацію. Особливою причиною стверджувати, що КОМПАНІЯ має гарну репутацію, є те, що респондент повністю погоджується з тим, що КОМПАНІЯ розробляє інноваційні продукти, пропонує високоякісні продукти та послуги, із середнім значенням = 4,21. Але респонденти не погоджуються з тим, що КОМПАНІЯ має хорошу репутацію в засобах масової інформації. Причиною цього є те, що середнє значення цієї відповіді становить 1,759

У цьому дослідженні я намагалася побачити, як організація впровадила TQM і як покращилась якість шляхом його впровадження. Якість – це те, що потрібно клієнту, а TQM – це загальнофірмова філософія управління, яка полягає в постійному вдосконаленні якості продукції шляхом зосередження уваги на потребах і очікуваннях клієнтів, щоб підвищити задоволеність споживачів і продуктивність фірми, що є хорошим способом побудови хорошої репутації, як кажуть: «Сьогоднішня якість - завтрашня репутація».

На сьогоднішньому конкурентному ринку жодна організація не може вижити без постійного вдосконалення якості продукції та процесів, зосереджуючись на кінцевому споживачі. Навіть незначне відхилення від вимог замовника може призвести до низької якості дизайну. Тому дуже гостро стоїть питання, як забезпечити промислову якість виробництва. Ось чому; багато успішних повноцінних підприємств доклали величезних зусиль, щоб розробити чітко визначену структуру або структуру для впровадження

інструментів якості, зокрема впровадження TQM у промисловості одягу. КОМПАНІЯ також запровадила TQM як систему для покращення якості продукції, але це дослідження показує, що існують проблеми якості, які можна легко усунути за допомогою TQM. Але TQM не повністю реалізовано в галузі через такі причини: підтвердження відданості впровадженню TQM, відсутність мотивації, комунікаційний розрив між різними сторонами всередині організації та за її межами та дефіцит кваліфікованих людських ресурсів.

КОМПАНІЯ може впроваджувати TQM, використовуючи основу TQM, і може підвищити якість, задовольнити працівника, забезпечивши хороший підхід до створення середовища QM, ознайомлення працівників з TQM, заохочення співпраці та командної роботи, орієнтованого на клієнта продукту та дизайну процесів і, нарешті, правильного вибору сировина для виробництва. Все це веде до гарної репутації та створює величезну довіру до своїх клієнтів і робить його вибором номер один серед клієнтів, домінуючим становищем, великою часткою ринку та лідером на ринку.

Рекомендації

Проаналізовані дані вказують на те, що швидкість переробки є високою, якщо її оцінити за цільовою якістю компанії. Щоб покращити якість продукції, компанія зосередилася на контролі якості за допомогою QC. Виробництву необхідно усунути критичні причини дефектів, щоб покращити якість на основі наступних рекомендацій.

☐ Розширення прав і можливостей працівників: Розширення повноважень зміцнює довіру працівників, показуючи їм, що компанія впевнена в їхній здатності приймати рішення самостійно. Уповноважені працівники пишаються своєю роботою та продуктами чи послугами, які вона виробляє. Це допомагає створити прихильність до організації та розвинути почуття гордості

☐ Компанія повинна мати план постійного вдосконалення

☐ Навчання розумінню TQM і посиленню відданості всієї організації.

☐ Необхідно встановити ефективний комунікаційний ланцюг для потоку інформації за допомогою інформаційні технології

☐ Регулярні якісні зустрічі з усіма зацікавленими особами, звіти повинні обмінюватися та аналізуватися

☐ Необхідно використовувати інструменти TQM, такі, як: –

1. Принцип Парето: Визначення ключових проблем
2. Контрольні діаграми: Варіаційний контроль
3. Причина та наслідки, риб'яча кістка, діаграма Ісікави
4. Гістограма або стовпчаста діаграма
5. Світлофорна система
6. 5S
7. Розгортання функції якості
8. Аналіз режиму та наслідків відмови.

☐ Необхідно провести внутрішній аудит і запровадити належним чином організовані процедури контролю якості.

☐ Вартість якості повинна стати основним інструментом управління інформацією.

☐ Підприємство має покращити свою репутацію в ЗМІ, показуючи свій продукт за допомогою різних методів, таких як телебачення, веб-сайт чи інша платформа. Ставши більш помітним і прозорим, можна навіть покращити загальний імідж компанії. Керований інформаційний потік створить настільки необхідну обізнаність і збереже або навіть покращить сприйняття компанії людьми.

РОЗДІЛ 3

ОПИС ПОСАДИ «ПРОФЕСІЙНИЙ ФАХІВЕЦЬ ІЗ ШИТТЯ»

3.1 Ключові маркери швейної компанії

- Місце географічного положення компанії
- Позиція компанії до ланцюгів постачання
- Основні цінності компанії
- Уява компанії про сучасне виробниче робоче місце
- Підходи компанії до підвищення кваліфікації працівників
- Відношення керівництва компанії до прагнення кар'єрного росту працівників
- Позиція компанії щодо атмосфери у трудовому колективі

3.2 Про вакансію (позицію)

Швейні компанії шукають професійних швейних спеціалістів, які внесуть досвід, енергію, пристрасть і зусилля в стратегічне виробниче виконання їх організації. Незалежно від того, висококваліфікований чи початківець, очікування полягають у тому, щоб докласти 100% ЗУСИЛЬ ... спочатку до навчання, а потім до застосування отриманих навичок.

3.3 Обов'язки та відповідальність

Професійний фахівець із шиття повинен:

- Підпорядковується керівнику виробництва.
- Співпрацювати з керівником виробництва щодо навчання та постійного вдосконалення.
- Активно брати участь у програмах безпеки компанії.
- Негайно вирішувати виявлені проблеми безпеки.

- Дотримуватися Кодексу поведінки компанії і стандартів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

- Безпечно керувати всім обладнанням і механізмами, пов'язаними з вимогами роботи.

- Для того, щоб забезпечити найбажаніші витрати та якість, співпрацювати з менеджером із шиття та директором з виробництва та інновацій, щоб навчатися, розвиватися та постійно вдосконалюватися як професійний фахівець із шиття щодо методів, продуктивності і виконання.

- Виконувати інспекції в процесі виробництва, усувати несправності та регулювати машини, щоб забезпечити виробництво високоякісної продукції.

- Виконувати прибирання, якщо це необхідно для обслуговування обладнання.

- Підтримувати чисту, організовану та безпечну робочу зону.

- Виявляти дисбаланс та працювати, щоб мінімізувати виробничі помилки, ремонти та нерегулярні дії.

- Переконатися, що вихідна якість відповідає стандартам досконалості компанії і перевищувати їх.

- Допомогати найняти нових співробітників відділу, які працюватимуть, щоб бути успішними... що сприятиме успіху організації.

- Підтримувати та розширювати базові знання про швейні ремесла та відповідні нові рухи.

3.4 Лідерство та участь у команді:

- Підходьте до посади зі смиренністю та випромінюйте бажання та зусилля навчатися.

- ПІДТРИМУЙТЕ своїх колег-спеціалістів і колег, щоб досягти успіху.

- ПІДТРИМУЙТЕ своє керівництво, щоб досягти успіху.

- ПІДТРИМУЙТЕ свою організацію, щоб досягти успіху.

3.5 Кваліфікація та компетенція

Щоб успішно виконувати цю роботу, особа повинна вміти задовільно виконувати кожен основний обов'язок. Наведені нижче вимоги відображають необхідні знання, навички та/або здібності. Можуть бути зроблені розумні пристосування, щоб дозволити особам з обмеженими можливостями виконувати основні функції.

- Здатність читати, писати та розмовляти базовою англійською мовою
- Основні математичні навички та вміння користуватися калькулятором, навички роботи з комп'ютером
- Може знадобитися вміння вводити базові дані у робоче середовище
- Рівень шуму в навколишньому середовищі різний, необхідно вміння користування засобами індивідуального захисту

Особисті якості

- Особисті якості цілісності, надійності та відданості місії компанії і пристрасті до неї
- Відданість соціальній та екологічній справедливості

ВІДНОСИНИ Підпорядковується: Керівнику виробництва Колегам: Керівникам групи та колегам-операторам

Фізичні вимоги

Під час виконання службових обов'язків працівник повинен сидіти, стояти, ходити та мати можливість підтримувати хорошу рухливість протягом зміни

Висновки до розділу 3

В цьому розділі перелічено основні позиції, що потрібно знати потенційному найманому працівнику про швейну компанію, у якій він хоче працювати. До цього входять як вимоги до робітника, так і пункти соціальної відповідальності компанії перед своїми робітниками. Тільки маючи повну

картину виробництва та взаємодії між ланками всередині виробничої організації потенційний спеціаліст може обрати ту чи іншу виробничу компанію та бути ефективним та щасливим на своєму робочому місці.

РОЗДІЛ 4

ДИДАКТИЧНИЙ ПРОЄКТ З ТЕМИ «АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В СФЕРІ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ» ДЛЯ ФАХІВЦІВ З ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ШВЕЙНИХ ВИРОБІВ

Стратегічні цілі підготовки:

- здатний застосовувати знання в галузі історії та теорії мистецтв, історії та теорії дизайну в професійної діяльності;
- розглядати твори мистецтва, дизайну та техніки в широкому культурно-історичному контексті в тісному зв'язку з релігійними, філософськими та естетичними ідеями конкретного історичний період;
- здатний працювати з науковою літературою; збирати, аналізувати та узагальнювати результати наукових досліджень;
- оцінювати отриману інформацію; самостійно проводити науково-дослідну роботу брати участь у науково-практичних конференціях;
- здатний виконувати пошукові ескізи образотворчими засобами та способами проектної графіки; ідею, засновану на концептуальному, творчому підході до рішення дизайнерської завдання; синтезувати набір можливих рішень та науково обґрунтовувати свої пропозиції при проектуванні дизайноб'єктів, що задовольняють утилітарні та естетичні потреби людини (поліграфія, товари народного споживання);
- здатний проектувати, моделювати, конструювати предмети, товари, промислові зразки та колекції, художні предметно-просторові комплекси, використовуючи лінійно-конструктивне побудова, колірне рішення композиції, сучасну шрифтову культуру та способи проектної графіки;
- здатний організовувати, проводити та брати участь у виставках, конкурсах, фестивалях та інші творчі заходи;
- здатний вирішувати завдання професійної діяльності на основі інформаційної та бібліографічної культури з застосуванням інформаційно-

комунікаційних технологій та враховуючи основні вимоги інформаційну безпеку.

4.1. Постановка цілей факультативного заняття (оперативних цілей)

Оперативні цілі – це проекти чи програми, які забезпечуватимуть досягнення стратегічних цілей. Вони визначають стратегічні цілі кількісно та мають терміни виконання.

Оперативні цілі – це обов’язкові знання і вміння, що необхідно сформувати в процесі вивчення теми для успішного здійснення професійної діяльності.

Формулювати стратегічні цілі будемо користуючись теорією В.П. Беспалька.

Відповідно до теорії В.П. Беспалько, існують чотири рівні засвоєння навчального матеріалу:

В таблиці 4.1 представимо оперативні цілі з теми.

Таблиця 4.1

Постановка цілей факультативного заняття (оперативних цілей)

Цілі факультативного заняття	Рівні	Умови досягнення	Результат у вигляді дій здобувачів освіти
1	2	3	4
Сформувати вміння називати складові загального управління якістю: розширення прав і можливостей співробітників; постійне вдосконалення, клієнтоорієнтованість, репутація компанії, використання якісних інструментів.	I-III	Базові знання з дисципліни «Сутність конструювання одягу.	Сформовані вміння називати складові загального управління якістю: розширення прав і можливостей співробітників; постійне вдосконалення, клієнтоорієнтованість, репутація компанії, використання якісних інструментів.

4.2. Перелік літературних джерел з теми

1. Цуканова М. Таємне братство: колекція RCR Khomenko весна-літо 2017 [Електронний ресурс] / Марія Цуканова // Vogue UA. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://vogue.ua/article/fashion/brend/taynoe-bratstvokollekciya-rcr-khomenko-vesna-leto-2017.html>.

2. Кісіль М. В. Формотворчі експерименти в сучасному дизайні одягу / М. В. Кісіль // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції —Особистість митця в культурі / за ред. Білик А.А. — Херсон, 2016. — С.183-185.

3. Кісіль М. В. Фактурне формоутворення в сучасному дизайні одягу : дис. канд. мистецтвознавства : УДК 7.05; 746.4 / Кісіль Марина Володимирівна – Харківська педагогічно-гуманітарна академія Україна, 14.03.2016 – 96 с.

4.3. Конструювання дидактичних матеріалів: аналіз структури навчального матеріалу факультативного заняття

План – це набір коротких найменувань логічно завершених частин навчальної теми, послідовністю яких враховуються як особливості самого змісту, так і рівень знань студентів (базовий і той, що необхідно сформувати).

В результаті виявлення змістовних елементів по темі і встановлення їх взаємозв'язків утворюється логіко-семантична структура навчального матеріалу. Логіко-семантична структура, забезпечує уявлення про різноманіття змістовних елементів з теми, їх ролі і значення в темі, дозволяє на наступному етапі вибрати послідовність їх вивчення і, тим самим, зробити другий крок на шляхи конструювання такого дидактичного матеріалу, як план.

План.

1. Розширення прав і можливостей співробітників.
2. Клієнтоорієнтованість.
3. Постійне вдосконалення.
4. Причини неякісної продукції в «КОМПАНІЇ».

5. Дефекти розкрійного відділення.
6. Дефекти швейного відділу.
7. Дефекти відділу обробки.
8. Інструменти SPC (Statistical Process Control), що використовуються для вимірювання якості.

4.4. Аналіз базових умов навчання

Базові знання - це початкова умова, яка необхідна для вивчення нового матеріалу. Вони відображують ті мінімальні вміння та здатності, якими повинні володіти ті що навчаються до того як вони почали програмне навчання.

Міжпредметні зв'язки – це педагогічна категорія для позначення синтезуючих, інтеграційних відносин між об'єктами, явищами та процесами реальної дійсності, які знайшли своє відображення у змісті, формах та методах навчально-виховного процесу та виконують освітню, розвиваючу та виховну функції у їх обмеженому єдності.

В таблиці 4.2 приведено вибір базових понять, визначення способів перевірки та формування базових знань

Таблиця 4.2

Вибір базових понять, визначення способів перевірки та формування базових знань

Перелік базових понять, законів, способів дій	Назва дисциплін і тем, в яких формуються опорні знання і дії	Способи (методи, форми, засоби) перевірки рівня сформованості базових знань і способів дій	Способи актуалізації або поповнення базових знань і способів дій
1	2	3	4
Сутність конструювання одягу. Розмірні	Конструювання одягу	Фронтальне опитування, за допомогою тестових питань: Виберіть правильні	Якщо базові знання знаходяться на незадовільному

1	2	3	4
ознаки фігури		варіанти відповіді на запитання. Правильних варіантів у відповіді питання може бути кілька. 1.Конструювання одягу – це:а) процес створення об'ємної оболонки, що покриває тіло людини, із плоского матеріалу б) процес створення форм, із плоского матеріалу в) процес створення одягу з об'ємного матеріалу г) процес створення об'ємної оболонки, що покриває тіло людини, з об'ємного матеріалу 2. Одяг, що одягається через голову, називається: а) драпірована б) не орна в) орна 3.Назвіть функції одягу, що мають суспільну значимість: а) естетичні б) соціальні в) захисні 4. Вимоги одягу, що враховують відповідність одягу статури та зовнішності людини – це: а) експлуатаційні вимоги б) гігієнічні вимоги в) естетичні вимоги 5. Співвідношення розмірів окремих частин тіла людини це: а) статура б) пропорції в) постава г) конституція	рівні, то необхідно нагадати головні аспекти шляхом нагадування та повторення матеріалу з теми

1	2	3	4
		6. Що, окрім скелета, а також кількості та характеру розподілу жировідкладень, є основним фактором зовнішньої форми тіла людини? а) вік б) темперамент в) ступінь розвитку мускулатури 7. Назвіть види фігури людини залежно від типу постави а) ненормальна б) нормальна в) сутулий г) перегибальна 8. Статура людини залежить від: а) статі та віку б) форми та розміру скелета в) вірні обидва варіанти 9. Захист тіла людини від механічних та хімічних ушкоджень – це: а) експлуатаційні вимоги до одягу б) гігієнічні вимоги до одягу в) естетичні вимоги до одягу 10. Назвіть силуети одягу: а) прямий, напівприлеглий б) прилеглий, трапецієподібний в) овальний, кривий г) безформний, трикутний	

4.5. Проєктування мотиваційних технологій навчання (характеристика і текст мотивації, використання якої доцільно при викладі навчального матеріалу)

В таблиці 4.3 наведено способи реалізації мотивації, передбачаючи, що здобувачі освіти, для яких розробляється факультативне заняття очікують від цього заняття не оцінок, а поповнення та поглиблення знань, тому будемо використовувати внутрішню мотивацію на вступному етапі заняття.

Таблиця 4.3

Визначення способів реалізації мотивації

Способи реалізації мотивації	
1	2
Вступна, внутрішня мотивація	Доброго дня, шановні присутні! У нашій країні з'являється багато виробничих галузей, і одна із них – це текстильна та швейна промисловість. Відомо, що продукція для місцевого та експортного виробництва не задовольняє споживачів порівняно з тими, що імпортуються, а також вартість якості є додатковою ціною для цих галузей, і важливим у цьому дослідженні є те, що воно показує, як TQM впроваджується та використовується як інструмент для покращення іміджу продукції в очах наших клієнтів, і як ми можемо створити профіль компанії, будучи компанією, яка пропонує бажаний продукт на ринку. Це дослідження є аналізом системи управління якістю в швейній промисловості, що означає те, як ця організація впроваджує та використовує інструменти цієї системи для виробництва продукту, який відповідатиме бажаному рівню для клієнтів, і спосіб створення імені цього організації. Незважаючи на те, що дослідження може бути проведено для виробничих галузей на загальному рівні країни, через часові та фінансові обмеження дослідження зосереджено на швейній промисловості в Харкові на виробництві, що ми умовно називаємо «Компанія».

4.6. Проектування технології формування орієнтовної основи діяльності на факультативному занятті

Проектування технологій формування орієнтовної основи діяльності (ООД) включає вибір типу навчання, його структурних елементів, а також методів і прийомів їх реалізації.

Істотною складовою педагогічних технологій є методи навчання – способи упорядкованої взаємозалежної діяльності викладача та учнів.

Вибір методів, форм та засобів формування ООД наведено в таблиці 4.4.

Таблиця 4.4

Способи формування ООД на факультативному занятті

Рівні засвоєння навчального матеріалу теми заняття	Форми	Методи	Засоби
1	2	3	4
I- III	Фронтальна	Лекція-дискусія, пояснення елементами мозкового штурму, ілюстрація	Презентаційні слайди з теми, плакати.

4.7. Проектування технології формування виконавчих дій на факультативному занятті

Після того, як у здобувачів освіти сформовані необхідні уявлення про об'єкти, що вивчаються, процеси або явища навколишньої дійсності, настає етап формування умінь, навиків або, по-іншому, виконавчих дій.

Головна закономірність процесу засвоєння дійсності в тому, що пізнавальна діяльність і введення в неї знання набувають розумової форми, стають узагальненими не відразу, а пройшовши через ряд етапів. Якщо

викладач будує процес навчання з урахуванням їх послідовності, він істотно підвищує можливість досягнення мети всіма здобувачам освіти.

Вибір методів, форм та засобів формування виконавчих дій наведено в таблиці 4.5.

Таблиця 4.5

Способи формування виконавчих дій з теми

Рівні засвоєння навчального матеріалу теми заняття	Форми	Методи	Засоби
1	2	3	4
I, II, III	Фронтальна	Рішення задач	Завдання 1. Опишіть головну ідею наступних концепцій: - Клієнтоорієнтованість- постійне вдосконалення - розширення прав і можливостей співробітників - використання якісних інструментів - дизайн продукту - управління процесами - управління якістю постачальника

4.8. Проектування контрольних дій з теми

Проектування системи контролю є одним з важливих видів діяльності викладача. Контроль дає можливість визначити, наскільки чітко досягнута мета навчання, які недоліки процесу навчання і що слід зробити, щоб застосувати нові технології навчання

Вибір методів, форм та засобів формування контрольних дій наведено в таблиці 4.6

Таблиця 4.6

Засоби контролю з теми факультативного заняття

Рівні засвоєння навчального матеріалу	Форми	Методи	Засоби
1	2	3	4
I-IV	Групова за варіантами	Усне опитування	Питання. 1. Яким чином можна створити середовище управління якістю (TQM)? 2. Дайте формулювання загальним управлінням якістю (TQM) 3. Назвіть методи статистичного контролю для вимірювання якості. 4. Опишіть клієнтоорієнтованість як елемент дизайну. 5. Що таке бенчмаркінг? 6. Назвіть інструменти TQM. 7. Опишіть діаграму «Риб'яча кістка».

4.9. Розробка сценарію факультативного заняття

Сценарій навчання з теми заняття на тему: «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» наведено в таблиці 4.7.

Таблиця 4.7

Сценарій навчання з теми заняття

№ з/п	Структурні елементи заняття	Зміст структурних елементів
1	2	3
1	Організаційний момент	Викладач вітає, фіксує відсутніх, перевіряє зовнішню обстановку в аудиторії. здобувачі освіти вітають викладача, підтверджують присутність у момент переклички, готуються до заняття.

1	2	3
2	Повідомлення теми і мети заняття	Повідомлення теми заняття: «Вплив загального управління якістю на будівництво репутації компанії». Мета: вміння називати складові загального управління якістю: розширення прав і можливостей співробітників; постійне вдосконалення, клієнтоорієнтованість, репутація компанії, використання якісних інструментів.
3	Актуалізація базових знань	Перевірка базових знань – фронтальне опитування у вигляді тестових завдань: 1. Конструювання одягу – це: а) процес створення об'ємної оболонки, що покриває тіло людини, із плоского матеріалу б) процес створення форм, із плоского матеріалу в) процес створення одягу з об'ємного матеріалу г) процес створення об'ємної оболонки, що покриває тіло людини, з об'ємного матеріалу 2. Одяг, що одягається через голову, називається: а) драпірована б) не орна в) орна 3. Назвіть функції одягу, що мають суспільну значимість: а) естетичні б) соціальні в) захисні 4. Вимоги одягу, що враховують відповідність одягу статурі та зовнішності людини – це: а) експлуатаційні вимоги б) гігієнічні вимоги в) естетичні вимоги 5. Співвідношення розмірів окремих частин тіла людини це: а) статура б) пропорції в) постава г) конституція
4	Формування ООД	Викладач викладає новий матеріал за планом: 1. Розширення прав і можливостей співробітників. 2. Клієнтоорієнтованість. 3. Постійне вдосконалення. 4.

1	2	3
		1. Причини неякісної продукції в «КОМПАНІЇ». 2. Дефекти розкрійного відділення. 3. Дефекти швейного відділу. Дефекти відділу обробки. 4. Інструменти SPC (Statistical Process Control), що використовуються для вимірювання якості. В межах викладення використано наступні методи та засоби: метод лекції з елементами пояснення, розповідь, ілюстрація, демонстрація. Студенти сприймають інформацію, конспектують.
5	Формування ВД	Проводить для закріплення навчального матеріалу рішення задач: Завдання 1. Опишіть головну ідею наступних концепцій: - Клієнтоорієнтованість- постійне вдосконалення - розширення прав і можливостей співробітників - використання якісних інструментів - дизайн продукту - управління процесами - управління якістю постачальника Процес отримання форми ділиться на три етапи: сканування фігури, обробка скана в програмі до індивідуального манекена, та виготовлення лекал. Відповідно до малюнків поясніть кожен етап.
6	Формування КД	Викладач проводить усне опитування. Здобувачі освіти відповідають на запитання викладача. При необхідності доповнюють відповіді один одного. Питання. 1. Яким чином можна створити середовище управління якістю (TQM)? 2. Дайте формулювання загальним управлінням якістю (TQM) 3. Назвіть методи статистичного контролю для вимірювання якості. 4. Опишіть клієнтоорієнтованість як елемент дизайну. 5. Що таке бенчмаркінг? 6. Назвіть інструменти TQM. 7. Опишіть діаграму «Риб'яча кістка».

Продовження табл. 4.7

1	2	3
7	Підбиття підсумків	Узагальнення засвоєного шляхом нагадування в узагальненому вигляді основних питань, розглянутих на занятті. Відновлення в пам'яті основних моментів матеріалу заняття

Висновки до розділу 4

В четвертому розділі магістерської кваліфікаційної роботи було проаналізовано професійну діяльність фахівців з загального управління якістю швейних виробів та розроблено дидактичний проєкт факультативного заняття з теми «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для фахівців з загального управління якістю швейних виробів. Були сформульовані цілі факультативного заняття, обрані літературні джерела з теми, проведено конструювання дидактичних матеріалів, аналіз структури навчального матеріалу факультативного заняття, розроблений план з теми «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості», проаналізовані базові поняття, визначені способи перевірки та формування базових знань, розробили характеристику і текст мотивації, використання якої доцільно при викладі навчального матеріалу, були спроектовані технології формування орієнтовної основи діяльності, виконавчих розроблений сценарій факультативного заняття.

ВИСНОВКИ

В роботі була розглянута та досліджена дуже важлива проблема репутації швейної компанії та вплив на неї інструментів загального управління якістю. В якості професійно важливої інтегрованої властивості особистості фахівця виділяють соціально-технологічну мобільність фахівця з загального управління якістю швейних виробів, яка спрямована на швидку адаптацію випускника до виконання професійної діяльності до умов, які постійно змінюються.

У цьому дослідженні я намагалася побачити, як українська швейна виробнича організація впровадила TQM і як покращилась якість шляхом його впровадження.

Стосовно розглядуваної компанії можна відзначити, щоб покращити якість продукції, компанія зосередилася на контролі якості. Виробництву необхідно усунути критичні причини дефектів, щоб покращити якість. Було надано рекомендації для цього.

В третьому розділі розглянуто основні навички і компетенції, якими повинен володіти оператор швейного обладнання.

В четвертому розділі магістерської кваліфікаційної роботи було проаналізовано професійну діяльність фахівців з загального управління якістю швейних виробів та розроблено дидактичний проєкт факультативного заняття з теми «Аналіз впливу загального управління якістю на будівництво репутації компанії в сфері швейної промисловості» для фахівців з загального управління якістю швейних виробів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Головенкін В. П. Інженерна педагогіка [Електронний ресурс] : підруч. / В. П. Головенкін. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. Режим доступу: http://psy.kpi.ua/wp-content/uploads/2017/02/Injenerna_pedagogika.pdf
2. Коваленко О. Е., Брюханова Н. О., Корольова Н.В. Методика професійного навчання: дидактичне проектування: Підручник для студентів інженерно-педагогічних спеціальностей. – Харків: УПА, 2019. – 204 с.
3. Коваленко О. Е., Брюханова Н. О., Корольова Н.В. Методика професійного навчання: основні технології навчання: Підручник для студентів інженерно-педагогічних спеціальностей. – Харків: УПА, 2019. – 174 с.
4. Лебедик Л.В., Стрельніков В.Ю., Стрельніков М.В. Сучасні технології навчання і методики викладання дисциплін: Навчально-методичний посібник для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних працівників закладів середньої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти / Л. В. Лебедик, В. Ю. Стрельніков, М. В. Стрельніков. – Полтава : АСМІ, 2020. – 303 с.
5. Методика професійної освіти : навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 015 «Професійна освіта» галузі знань 01 «Освіта / Педагогіка» / Д. О. Чернишев, К. І. Почка, Г. Л. Корчова, Ю. С. Красильник, М. В. Руденко. – Київ : Компринт, 2024. – 224 с.
6. Методичні вказівки до виконання магістерської кваліфікаційної роботи для здобувачів освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізацією) / Укр. інж.-пед. акад.; упоряд.: О. Е. Коваленко, Н. О. Брюханова, Н.В. Божко, Н.В. Корольова – Харків: УПА, 2024. – 82 с.
7. Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (Машинобудування)» першого (бакалаврського) рівня. Затверджена вченою радою Української інженерно-педагогічної академії від 28.06.2024 року №13.

8. Освітньо-професійна програма «Професійна освіта (Машинобудування)» другого (магістерського) рівня. Затверджена вченою радою Української інженерно-педагогічної академії від 28.06.2024 року №13.
9. Семенова А.В. Професійна педагогіка: Підручник. / Авт. : О.В. Грабовський, Л.В. Коломієць, О.С. Савельєва, А.В. Семенова, В.Ф. Яні; за заг. ред. А.В. Семенової. – Одеса: Бондаренко М.О., 2020. – 575 с.
10. Сайт дистанційної освіти Університету – Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua>
11. EdEra – студія онлайн-освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ed-era.com/>
12. Український освітній онлайн-портал для вчителів «На Урок» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naurok.com.ua/>
13. «Освіторія Медіа» – онлайн медія про освіта та виховання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvitoria.media/>
14. Освіта.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua>
15. Всеосвіта – освітня платформа для професійного зростання педагогічних працівників та підвищення їх педагогічної майстерності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vseosvita.ua/>
16. Adam Barone, 2020). «Управління якістю» на «www.investopedia.com/terms/q/quality-management.asp»
17. Alem Demissie, Weihang Zhu, Daniel Kitaw, AmareMatebu 2017. Оцінка та покращення якості для ефіопських швейних підприємств
18. Бромлі, Д. Б. 1993. Репутація, імідж та управління враженнями. Західний Сассекс, Англія: John Wiley & Sons Ltd.BS4778. (1987). «Якісна лексика» (Т. 1). Лондон: Британський інститут стандартів.
19. БаМфорд, ДР, і Грейтбенкс, РВ (2005). Використання інструментів і методів управління якістю: дослідження застосування в повсякденних ситуаціях. Міжнародний журнал управління якістю та надійністю, 22(4), 376–392
20. Д. Х. Бестерфілд, (1995). Total Quality Management, Нью–Джерсі,

Prentice Hall Inc.

21. КМНo, Samuel (1999) Зміна на краще через ISO 9000 і TQM, Рішення менеджменту 37/4, MCB University Press, стор. 381–385.
22. РАХЕЛЬ СОРРІ, (2010) «ВИМІРЮВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА ПОКРАЩЕННЯ ЕФІОПІЙСЬКОЇ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ» Капон, Н., Кей, М. і Вуд, М. (1995) «Вимірювання успіху програми TQM», Міжнародний журнал управління якістю та надійністю, вип. 12, № 8, стор. 8–22.
23. Чен, FT (2003). Вимірювання продуктивності в ланцюзі поставок. Міжнародний журнал передових технологій виробництва, 21(7), 534–548.
24. Кресвелл, JW (2009). Дизайн дослідження: підходи якісних, кількісних і змішаних методів (3rd ed). Sage Publication, Каліфорнія.
25. Есін Садікоглу та Хілал Олджай (2014). Вплив практик загального управління якістю на ефективність та причини та перешкоди для практик TQM у Туреччині
26. яonele R. Оцінка швейного сектора Ефіопії, ЮНІДО, № проекту: YA. ETH/08/002. 2010 рік.
27. Шойерманн Л., Чжу З. та Шойерманн С.Б. (1997). Зусилля TQM для досягнення успіху: використовувати більше кількісних чи якісних інструментів? Промислове управління та системи даних, 97 (7), 264–270.
28. МакКуатер Р.Е., Скарп Ч.Х., Дейл Б.Г. та Хіллман П.Г. (1995). Успішне використання якісних інструментів і методів. Журнал TQM, 7(6), 37–42.
29. Карп, Д.К., Літман, І.Д. (1997). Досконалість в уряді: тотальне управління якістю в 1990–х роках. Арлінгтон, Вірджинія: Coopers & Lybrand.
30. Гудман, Дж. (1999). Основні факти про поведінку клієнтів, які скаржаться, і вплив обслуговування на кінцевий результат. Конкурентна перевага, 1–5 черв
31. Гленн Д. Ізраїль, (1992). Визначення розміру вибірки
32. Грейнер, М. (2003). Турбота про клієнтів – багатомільярдна

воронка: випадок негамовного гніву клієнтів. Лекція, прочитана в жовтні,
Customer Care Measurement and Consulting

33. Моше Шарабі (2014). Сьогоднішня якість – це завтрашня репутація (і успіх бізнесу наступного дня)

34. Prajogo, DI та McDermott, CM (2005), «Взаємозв'язок між практикою загального управління якістю та організаційною культурою»,

35. Р. Фукуї, Ю. Хонда, Х. Іноуе, Н. Канеко, І. Міяуті, С. Соріано та Ю. Ягі, (1995). «Посібник з TQM і QCC, посібник для менеджерів» (том 1). Японія.

36. яВажливі принципи тотального управління якістю
<http://managementhelp.org/quality/total-quality-management.htm>

37. Лікерт, Р. (1932). Техніка вимірювання ставлення, Archives of Psychology, 140, 1–55

38. Ніна Макінтайр, (2019). Якість має значення: чому якість, яку ви надаєте, визначає ваш бренд

39. Fouka G. & Mantzourou M. (2011). «Які основні етичні питання при проведенні досліджень? Чи існує конфлікт між дослідницькою етикою та природою медсестринства?»

40. Мугенда А.Г. (2011). Методи дослідження соціальних наук: теорія та практика, ARTS Press: Найробі.

41. (Роберт Фентон, 2019), Як досягти ефективного забезпечення якості

42. (MMRahman і AKM Masud, 2011, ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ В ШВЕЙНІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ ЗА ДОПОМОГОЮ ПІДХОДУ TQM

43. Сміті Чанд (2016) «Розбудова бренду»

44. Семпсон Кудейн (2019), чому якість важлива для бізнесу?

45. Джан Bamford and Katerina Sergiou , 2005 «Міжнародні студенти та плагіат: аналіз причин плагіату серед студентів International Foundation»

46. Сарантакос, С. (1998) Соціальні дослідження. 2–е видання, MacMillan Education Australia, South Melbourne.

47. Yusof, SRM, & Aspinwall, E. (1999). Критичні чинники успіху впровадження тотального управління якістю на малих і середніх підприємствах. *Total Quality Management*, 10(4–5), 803–809
48. Ямане, Тапо. 1967. *Statistics, an Introductory Analysis*, 2nd Ed., New York: Harper and Row.

ДОДАТОК 1

ЦЯ АНКЕТА РОЗРОБЛЕНА ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ «АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА БУДІВНИЦТВО РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ У ШВЕЙНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ».

Ваші відповіді розглядатимуться конфіденційно, оскільки ми використовуватимемо лише результати опитувань у цілому, а не окремо

ОСОБИСТІ ДАНІ:

1. ПІБ _____
2. Стать
а) Чоловік б) Жінка
3. Відділ: _____
4. Посада: _____
5. Чи проходили ви будь-яку форму навчання з моменту приєднання до організації?
а) Так б) Ні
6. Як часто ви проходили навчання?
а) Щокварталу
б) Кожні півроку
в) Раз на рік
г) кожні два роки
е) Немає конкретного розкладу
7. Чи впливають методи, які використовуються під час навчання, на вашу майстерність?
а) Так б) Ні

Практика якості в компанії

8. Який рівень поінформованості про якість в компанії? _____

9. Наскільки висока ваша роль і участь у якісних заходах? _____

10. Як визначається якість на підприємстві? _____

11. Чи визнає та вирішує компанія проблеми, пов'язані з якістю?

☐Так ☐Ні

12. Чи визначила компанія вимоги клієнтів? ☐Так ☐Ні

13. Чи однаково загрожує компанія рівню якості місцевої та експортної продукції? ☐Так ☐Ні

Якщо ваша відповідь Ні, чому? _____

14. Чи пов'язані цілі компанії з потребами та очікуваннями клієнтів?

☐Так ☐Ні

15. Чи існує в компанії процедура оцінки субпідрядників або постачальників?

☐Так ☐Ні

16. Чи проводяться перевірки та випробування для вхідної, виробничої та кінцевої продукції? ☐Так ☐Ні

17. Чи є на підприємстві система управління якістю (TQM, QMS,)?

☐Так ☐Ні

18. Чи є в компанії механізм розгляду скарг клієнтів? ☐Так ☐Ні

19. Які причини появи неякісних виробів (одягу)?

☐Бракована сировина від постачальників

☐Невідповідна підготовка працівників на підприємстві

☐Через погане обслуговування машин на підприємстві

☐Брак відданості вищого керівництва якості

☐Низька якість обізнаності працівників компанії

☐Через неувважність працівників підприємства

Інше _____

Репутація КОМПАНІЇ

	повністю не згоден	не згоден	нейтральний	згоден	повністю згоден
1. Підтримує свої продукти та послуги					
2. Розробляє інноваційні продукти					
3. Пропонує високоякісні продукти та послуги					
4. Пропонує продукти/послуги з хорошим співвідношенням ціни та якості					
5. Має чітке бачення свого майбутнього					
6. Визнає та використовує ринкові можливості					
7. Добре керований					

8. Хороша компанія для роботи та співпраці					
9. Це компанія, яка має хороших працівників					
10. Має соціальну відповідальність перед громадою / довкіллям					
11. Дотримується високих стандартів у тому, як ставиться до людей					
12. Має серйозну історію якості					
13. Прагне перевершити своїх конкурентів					
14. Розумно використовує корпоративні активи					
15. Має хорошу репутацію в ЗМІ					

ДЯКУЮ ЗА ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ!

ДОДАТОК 2

Анкета 2

1. Респондент № _____

2. Стать

а) Чоловік б) Жінка

3. Відділ: _____ посада: _____

№	Перелічіть усі дефекти, з якими ви стикаєтесь у щоденному виробництві, наскільки це можливо	Якщо можливо, згадайте всі можливі першопричини кожного дефекту