

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Балюк А.С.

студентка,

Науковий керівник: Власенко Т. Ю.

викладач першої категорії,

Лозівська філія

Харківського державного автомобільно-дорожнього коледжу

НЕОБХІДНІСТЬ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Фінансово-господарська діяльність українських підприємств в сучасних економічних умовах характеризується переглядом підходів до якості як пріоритетного чинника конкурентоспроможності, методу забезпечення зростання вартості капіталу. Підвищення якості продукції - невід'ємна складова частина стратегії підприємства, необхідна умова підвищення ефективності виробництва і збільшення суми прибутку.

Якість продукції – найважливіший показник діяльності підприємства. Підвищення якості продукції – одне з найважливіших засобів конкурентної боротьби, завоювання і утримання позицій на ринку. Завдання технічної політики підприємства полягає у прискоренні створення нових прогресивних виробів, що відповідають за своїми техніко-економічними параметрами поточним і потенційним вимогам споживачів.

Раціональне та збалансоване управління кількісними та якісними аспектами господарської діяльності підприємств забезпечується впровадженням і постійним вдосконаленням системи управління якістю продукції і ефективним використанням ресурсів. Значний внесок в розвиток теорії управління якістю зробили А. Глічев, В. Панов, Г. Азгальдов, В. Версан, Ю. Адлер, Р. Бичківський, П. Калита, А. Вакуленко, М. Шаповал, Ю. Койфман.

Велике місце в цьому механізмі займає управління якістю, так як існує зв'язок між якістю продукції і якістю навколишнього середовища: чим вище якість продукції, тим вище якість навколишнього середовища. Визначення терміна «якість», що використовується в стандартах ISO серії 9000, звучить наступним чином: якість – сукупність властивостей і характеристик продукції або послуг, які дають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Потреби можуть бути обумовлені, тобто 30 виражені у вигляді певних вимог і умов в стандартах, технічних умовах, договорах на поставку продукції (Послуг) [1, с. 651].

Якість продукції виражається системою показників, серед яких для економіки природокористування найважливіше значення мають такі:

1. Конструктивні показники, що включають матеріаломісткість виробу і перелік конструкційних матеріалів. Зниження матеріаломісткості за рахунок

застосування прогресивних, піддаються утилізації матеріалів, зменшує навантаження на навколишнє середовище.

2. Експлуатаційні показники, що включають ресурсні потреби, відображають питоме споживання виробом паливно-мастильних та інших витратних матеріалів, електроенергії, води і т.п. Більшість з них вимагають застосування невідновлюваних природних ресурсів. Оскільки показники ресурс споживання зазвичай не обумовлені, а передбачувана, то основне завдання керівництва підприємства-виготовлювача – сформулювати політику в області якості так, щоб в своєму класі виріб мав мінімальні показники ресурс споживання. З одного боку, це підвищує конкурентоспроможність продукції, так як зменшує експлуатаційні витрати споживача, з іншого боку, це зменшує споживання невідновлюваних природних ресурсів [2, с. 47-48].

3. Показники надійності (зазвичай нормується частина показників) відображають властивість продукції виконувати задані функції і зберігати експлуатаційні показники протягом заданого терміну і (або) напрацювання. Особливо важливо поліпшувати і дотримуватися ці показники для виробів, що становлять підвищену небезпеку при експлуатації. До них відносяться тепло - і електростанції, магістральні трубопроводи, хімічні та металургійні установки, транспортні засоби та т.д. Політика державних органів та керівництва підприємств-виробників повинна виражатися в випереджаючої стандартизації в галузі надійності згаданих виробів.

4. Окрема група показників надійності, звана показниками довговічності, зазвичай не нормується. Вона виражається у властивості виробу зберігати працездатність до граничного стану з перервами на ремонт і технічне обслуговування. Очевидно, що чим вище довговічність виробу, тим рідше потрібно його заміна, тобто тим більше економія невідновлюваних природних ресурсів [3, с. 253].

Наслідки підвищення якості продукції:

- високоякісна й конкурентоспроможна продукції завжди повніше та краще задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній;
- підвищення якості продукції є специфічною формою прояву закону економії робочого часу, тобто загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення й використання продукції більш високої якості, навіть якщо досягнення такої пов'язане з додатковими витратами, істотно зменшується;
- конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість, а також одержання нею максимально можливого прибутку;
- підвищення якості продукції впливає на зростання продуктивності суспільної праці та позитивно мотивує працівників;
- покращує структуру виробництва та функціональний розподіл потужностей, темпи й ефективність науково-технічного прогресу.

Основні шляхи підвищення якості продукції:

- 1) використання досягнень науки та техніки в процесі проектування виробів;
- 2) запровадження новітньої технології виробництва і суворе дотримання технологічної дисципліни;

3) поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості, адже саме стандарти й технічні умови відображують сучасні вимоги споживачів до технічного рівня;

4) збільшення випуску сертифікованої продукції, покращення окремих показників якості продукції, що випускається на підприємстві;

5) запровадження сучасних форм та методів організації виробництва та управління;

6) удосконалення методів контролю й розвиток масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції;

7) використання ефективної мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства, що є одним із головних факторів підвищення якості продукції;

8) всебічна активація людського чинника та проведення кадрової політики, адаптованої до ринкових умов господарювання.

Отже, слід зазначити, що в процесі підвищення якості продукції слід приділяти увагу не тільки розвитку виробничих технологій, а й технологій управління виробничим процесом.

Список використаних джерел:

1. Савицька Г.В. Економічний аналіз: навч. Г.В. Савицька. – 11-е изд., Испр. і доп. – М.: Нове знання, 2005. – 651 с.

2. Статистичне управління якістю. – М.: Машинобудування, 1995.

3. Стивен Б. Вардеман, Дж. Маркус Джоуб. Статистичні методи забезпечення якості. Перекл. англ. мов. Р. Грігоренко, А. Півторака, С. Яблонського. – К.: ВЦ Київ. нац. торговельно-екон. ун-ту, 2003. – 253 с.

Беспалова Н.В.

старший викладач;

Гомола М.М.

старший викладач;

Яковлева Т.І.

викладач,

Університет імені Альфреда Нобеля

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ З ШОКОЛАДУ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

В Україні зростає попит на споживання шоколадних кондитерських виробів, виготовлених за власними рецептами закладів громадського харчування, що пояснюється розвитком сировинної бази та перевагами у смакових потребах споживачів стосовно кондитерських виробів за рецептурним складом. Ресторатори вже давно користуються прихильністю споживачів до