

**КОРНІЄНКО**  
Тетяна Миколаївна



здобувач,  
старший викладач  
Відкритий міжнародний  
університет розвитку  
людини «Україна»  
м. Київ

УДК 658.562

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

### EVALUATION OF EFFECTIVENESS OF THE DIRECTIONS OF INCREASE OF PRODUCTS QUALITY

*Статтю присвячено дослідженню оцінки ефективності напрямів підвищення якості продукції для удосконалення процесу управління якістю на хлібопекарських підприємствах. Розглянуто основні показники економічної ефективності якості продукції, а також внутрішні фактори, що впливають на формування та динаміку її зміни.*

*Статья посвящена исследованию оценки эффективности направлений повышения качества продукции для усовершенствования процесса управления качеством на хлебопекарных предприятиях. Рассмотрены основные показатели экономической эффективности качества продукции, а также внутренние факторы, которые влияют на формирование и динамику ее изменений.*

*The performance evaluation of the rise of product quality improvement, aimed at quality management perfection in bakery sector, is researched in the article. The main economic efficiency indexes of product quality considered along with the internal factors which influence its formations and time history.*

**Ключові слова:** якість, якість продукції, підприємство, хлібопекарське підприємство, показники, внутрішні фактори, ефективність.

**Ключевые слова:** качество, качество продукции, предприятие, хлебопекарное предприятие, показатели, внутренние факторы, эффективность.

**Key words:** quality, quality of products, enterprise, bakery sector, indexes, internal factors, efficiency.

#### ВСТУП

Управління якістю готової продукції – багатопланова проблема, розв'язок якої передбачає застосування системного підходу до вирішення задач із забезпечення належної якості сировини й матеріалів, відповідного технічного стану обладнання та високої кваліфікації людських ресурсів. Багато уваги науковці приділили окремим аспектам функціонування хлібопекарського виробництва, а не системному їх вивченню в сучасних умовах.

Дослідниками питань управління якістю продукції в харчовій промисловості прийнято вважати таких зарубіжних учених: Е. Демінга, Дж. Джурана, К. Ісікаву, Г. Доджа, В. Шухарта, А. Фейгенбаума, Ф. Тейлора. Серед вітчизняних учених вагомий внесок у розвиток теорії і практики управління якістю зробили: А.В. Глічев, Л.В. Дейнеко, А.О. Заїнчковський, В.А. Огвоздін, О.В. Глудкін, В.А. Лапідус, Ж.К. Сіднева, Д.С. Львов, Т.Л. Мостенська, І.В. Нойтенко, які ґрунтовно розглядають організаційні, методичні й методологічні питання підвищення якості продукції та управління нею.

**МЕТОЮ СТАТТІ** є оцінка ефективності напрямів підвищення якості продукції.

#### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Вітчизняні хлібопекарські підприємства на території України створюють передумови для появи нових напрямів підвищення якості. Тому на ринку постійно спостері-

гається розвиток тенденцій у випуску високоякісної продукції. Успішна реалізація хлібобулочних виробів покращує економічні показники рентабельності, а це свідчить про те, що підприємство правильно обрало напрями для підвищення якості продукції. Як свідчить практика, якість продукції для споживачів – це один із основних факторів, яким вони керуються при купівлі продукту.

#### РЕЗУЛЬТАТИ

За допомогою оцінки ефективності напрямів удосконалення якості продукції можливо дізнатися правильність обраного шляху її розвитку підприємством. Для цього необхідно деталізувати причини, які мають коригуючий вплив на підвищення ефективності якості продукції, на які впливає низка факторів. На основі дослідження питань із даної проблематики автором виділено зовнішні та внутрішні фактори. До зовнішніх віднесено: соціально-економічні характеристики споживачів; потреби споживачів; їх динаміку; нормативні та законодавчі вимоги, їх зміна; умови конкуренції та діяльність конкурентів у напрямку якості продукції; якість продукції конкурентів; діяльність постачальників та оцінка якості поставок; розвиток науково-технічного прогресу. Щодо внутрішніх факторів, то вони впливають на формування якості виробів і є техніко-економічним аспектом. До таких факторів відносять сировину, проведення й контроль технологічних процесів, санітарно-гігієнічний стан виробництва, упаковку, умови зберігання та реалізації [3, с. 471].

У результаті маркетингового дослідження виробнику необхідно виділити показники якості, які є важливими для споживача, та об'єднати в технічні. Необхідно звертати увагу на такі показники ефективності якості: органолептичні, фізико-хімічні, безпечності. Вони є взаємопов'язаними та визначають термін зберігання продукту.

Досвід останніх років показав актуальність проведення оцінки показників ефективності якості, що підтверджуються правильно обраними стратегічними шляхами вдосконалення якості та, як наслідок, позитивними відгуками покупців про продукцію.

Дослідження автором якості як одного з важливих резервів підвищення прибутковості роботи підприємства, ефективності виробництва, продуктивності праці й конкурентоспроможності продукції, потребує уточнення всіх видів ефективності від підвищення якості продукції, а саме [4, с. 162]:

- економічна (комерційна) ефективність полягає у збільшенні прибутку та зменшенні собівартості продукції, забезпеченні її конкурентоспроможності на ринку, збільшенні попиту;

- соціальна ефективність, виникає в результаті відповідності якості продукції вимогам окремих споживачів і суспільства в цілому, адже висока якість продукції є основою високоякісного життя населення. Через це соціальний ефект для підприємств, що виробляють продукцію повсякденного попиту, відіграє дуже важливу роль і відображає стан усього суспільства;

- ефективність безпеки полягає в тому, що недосить висока якість через технічні, фізичні й фізіологічні причини може зменшувати безпечність продукту в процесі споживання.

Напрями ефективності підвищення якості продукції: економічний – ріст прибутку підприємства; збільшення об'ємів продажу та реалізації продукції; підвищення частки ринку; підвищення конкурентоспроможності підприємства; соціальний – підвищення задоволення потреб споживачів; підвищення активності працівників в управлінні якості; покращення репутації на ринку; підвищення якості життя; безпеки – попередження негативного впливу на здоров'я людини; підвищення довіри населення до виробника продукції; покращення збалансування споживання продукції.

Необхідно зазначити, що для вітчизняних підприємств основним завданням є підвищення економічної ефективності роботи. Це можливо завдяки впровадженню комплексу заходів для підвищення рівня якості продукції. Для оцінки економічної ефективності важливо правильно визначати методику розрахунку отриманого результату й охарактеризувати цілеспрямованість витрат на якість.

Аналіз літературних джерел показує, що оцінку економічної ефективності доцільно здійснювати за такими напрямками [6, с. 329]: розрахунок економічної ефективності розробки та впровадження систем управління якістю продукції на основі їх стандартизації; розрахунок економічних ефектів від впровадження окремих заходів для підвищення якості.

У деяких джерелах виділено також такий напрямок економічної ефективності як розрахунок ефекту від підвищення якості на стадії експлуатації продукції [1, с. 23].

На нашу думку, така спрямованість справедлива для продукції технічного призначення, яка має ефект у сфері експлуатації за рахунок загальної економічної ефективності від споживання та включається в розрахунок загальної економічної ефективності від впровадження системи управління якістю на всіх стадіях життєвого циклу продукції.

З урахуванням такої пропозиції, на нашу думку, розрахунок економічної ефективності необхідно обмежити першими двома напрямками оцінки.

Розрахунок економічної ефективності, розробки та впровадження системи управління якістю продукції на основі їх стандартизації:

- ефективність на стадії розробки: а) витрати на стадії розробки продукції; б) витрати на підготовку персоналу;
- ефективність на стадії виробництва продукції;
- ефективність на стадії споживання;
- загальна ефективність від впровадження стандартів на всіх стадіях життєвого циклу.

Розрахунок економічної ефективності впровадження окремих заходів для підвищення якості продукції включають: ефективність окремих заходів; внутрішні витрати від браку; додаткові витрати на виправлення внутрішнього браку.

Вважаємо за доцільне запропонувати провести оцінку ефективності заходів із підвищення якості продукції для вдосконалення процесу управління нею та запропонувати власний напрям оцінки, а саме:

- оцінка зміни економічних показників виробництва під впливом зміни якості продукції: зміна обсягів продукції за рахунок зміни якості; зміна фондомісткості за рахунок зміни якості продукції;

- зміна фондівіддачі за рахунок зміни якості продукції; зміна матеріаломісткості за рахунок зміни якості продукції; розрахунок зміни чисельності працівників за рахунок зміни якості продукції; розрахунок зміни продуктивності праці за рахунок зміни якості продукції; розрахунок зміни величини прибутку за рахунок зміни якості продукції; розрахунок зміни рентабельності виробництва за рахунок зміни якості продукції;

- оцінка ефекту від підвищення якості продукції за рахунок: \* розширення частки ринку, внаслідок появи нових споживачів продукції за рахунок підвищення рівня якості продукції та збільшення попиту на продукцію вже існуючими споживачами; підвищення ціни на продукцію більш високої якості; зменшення собівартості внаслідок підвищення ефективності виробництва та зменшення втрат від випуску неякісної продукції.

Економічну оцінку нової або вдосконалення продукції на етапі вибору напрямку розвитку якості пропонуємо провести за допомогою розрахунку відносного річного приросту прибутку від ефекту розвитку прибутку. При цьому пропонуємо не враховувати зміну постійних витрат на управління якістю продукції [2, с. 477].

Таким чином, під час проведення економічної оцінки на даній стадії вважаємо за необхідне враховувати ефекти від розвитку якості за трьома напрямками: розширення частки ринку, внаслідок появи нових споживачів продукції за рахунок підвищення рівня якості продукції та збільшення попиту на продукцію вже існуючими споживачами; підвищення ціни на продукцію більш високої якості; зменшення собівартості внаслідок підвищення ефективності виробництва та зменшення витрат від випуску неякісної продукції.

Оцінку ефекту від розвитку якості автором пропонується проводити за такою формулою:

$$\Delta \text{Пр} = (Q_{\text{баз.р}} + \Delta Q) * (C_{\text{нов.}} - C_{\text{нов.}}) * 100\% / \text{Пр}_{\text{баз.р}} - 100\% \quad (1)$$

де:  $\Delta \text{Пр}$  – річний приріст прибутку, %;

$\text{Пр}_{\text{баз.р}}$  – прибуток при фактичному рівні якості, обсязі продажу й собівартості продукції у грошовому вираженні;

$Q_{\text{баз.р}}$  – об'єм продажів у натуральному вираженні при фактичному рівні якості й ціни;

$\Delta Q$  – динаміка об'єму продажів у натуральному вираженні, розрахована на основі прогнозу зміни об'єму продажів нової або удосконаленої продукції;

$C_{нов.}$  – ціна нової або удосконаленої продукції відповідно до програми маркетингу;

$C_{нов.}$  – собівартість нової або удосконаленої продукції, розрахована за результатами розробки виробничого процесу.

Далі, використовуючи результати оцінки й аналізу якості продукції відповідно до нового планового рівня якості для виробленого виду продукції, встановлюються стратегічні цілі в площині якості [5].

Стратегічні цілі в області якості являють собою бажаний рівень показників якості в напрямку розвитку (зростання або зменшення), або необхідний рівень витрат на якість продукції, що підлягають зменшенню.

### ВИСНОВКИ

Необхідно зазначити, що оцінка ефективності заходів для підвищення якості продукції є одним із провідних питань сьогодення.

За допомогою аналізу можна встановити стратегічні цілі в рамках управління якістю продукції, що є основою для успішності роботи хлібопекарських підприємств в Україні.

### Література:

1. Аналіз фінансової звітності / Кононенко. – Х.: Фактор, 2002. – с. 23.
2. Каталог нормативних документів. – Київ: Держстандарт України, 2001. – 477 с.
3. Менеджмент якості: Підручник / М.І. Шаповал. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 471 с.
4. Системи управління якістю. Збірник нормативно-правових документів. Випуск – Львів: ЛВРДЦСМС, 2001. – 162 с.
5. Словарь основных терминов и определений: Качество продукции и ее сертификация / Н.А. Смирнов. 2003.
6. Управління якістю: Навчальний посібник / Р. Бичківський. – Л.: ДУ «Львівська політехніка», 2000. – 329 с.

## КОНСУЛЬТАЦІЇ

### ЩО ПОТРІБНО ЗНАТИ ПРО СПЛАТУ АВАНСОВИХ ВНЕСКІВ ПЛАТНИКАМИ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК

Роз'яснення надається відповідно до Узагальнюючої податкової консультації, затвердженої Наказом Державної податкової служби України від 21.12.2012 № 1171.

Згідно з пунктом 57.1 статті 57 Кодексу (з доповненнями, внесеними Законом №5083) платники податку на прибуток щомісяця сплачують авансовий внесок з податку на прибуток у порядку і в строки, які встановлені для місячного податкового періоду, у розмірі не менше 1/12 нарахованої до сплати суми податку за попередній звітний (податковий) рік без подання податкової декларації.

**Які платники податку на прибуток не повинні сплачувати авансових внесків?** Не повинні сплачувати авансові внески:

- новостворені платники податку на прибуток;
- платники, що пройшли державну реєстрацію та взяті на облік як платники податку на прибуток в органах державної податкової служби протягом IV кварталу року, що передує звітному;
- виробники сільськогосподарської продукції.

Відповідно до статті 155 та з урахуванням вимог п.209.6 ст.209 Кодексу для цілей оподаткування податком на прибуток до підприємств, основною діяльністю яких є виробництво сільськогосподарської продукції, належать підприємства, дохід яких від продажу сільськогосподарської продукції власного виробництва, вироблених ними на власних або орендованих основних фондах, а також на дачальницьких умовах, за попередній звітний (податковий) рік перевищує 50 відсотків загальної суми доходу;

- неприбуткові установи (організації);
- платники податків, у яких оподатковувані доходи за останній річний звітний податковий період є меншими або становлять 10 мільйонів гривень;
- платники податку на прибуток, у яких доходи, що враховуються при визначенні об'єкта оподаткування, за останній річний звітний податковий період перевищують 10 мільйонів гривень і за підсумками такого звітного періоду не отримали прибутку або отримали збиток, податкові зобов'язання не нараховували і не мали базового показника для визначення авансових внесків у наступному році.

Якщо платники, у яких доходи за останній річний звітний податковий період перевищують 10 мільйонів гривень і які за підсумками такого звітного періоду не отримали прибутку або отримали збиток, і за I квартал наступного року отримують прибуток, вони повинні подати податкову декларацію за перше півріччя, три квартали звітного (податкового) року та за звітний (податковий) рік для нарахування та сплати податкових зобов'язань.

Платники податку, які зареєстровані протягом звітного (податкового) року (**новостворені**), сплачують податок на прибуток на підставі річної податкової декларації за період діяльності у звітному (податковому) році без подання податкової декларації за звітні (податкові) періоди (календарний квартал, півріччя та дев'ять місяців) та не сплачують авансового внеску.

Платники податку, у яких доходи, що враховуються при визначенні об'єкта оподаткування, за останній річний звітний (податковий) період не перевищують 10 мільйонів гривень, та неприбуткові установи (організації) сплачують податок на прибуток на підставі податкової декларації, яку подають до органів державної податкової служби за звітний (податковий) рік, і не сплачують авансових внесків.

### Який порядок сплати авансових внесків?

У разі якщо платник податку, який сплачує авансовий внесок, за підсумками I кварталу звітного (податкового) року не отримав прибутку або отримав збиток, він має право подати податкову декларацію та фінансову звітність за I квартал. Такий платник податку авансових внесків у II – IV кварталах звітного (податкового) року не здійснює, а податкові зобов'язання визначає на підставі податкової декларації за підсумками першого півріччя, трьох кварталів та за рік, яка подається до органу державної податкової служби в порядку, передбаченому Кодексом.

Платник податку, який за підсумками минулого звітного (податкового) року не отримав прибутку або отримав збиток, податкові зобов'язання не нараховував і не мав базового показника для визначення авансових внесків у наступному році, а за підсумками I кварталу отримує прибуток, має подати податкову декларацію за перше півріччя, три квартали звітного (податкового) року та за звітний (податковий) рік для нарахування та сплати податкових зобов'язань.

У складі річної податкової декларації платником податку подається розрахунок щомісячних авансових внесків, які мають сплачуватися у наступні дванадцять місяців. Визначена в розрахунку сума авансових внесків вважається узгодженою сумою грошових зобов'язань.

При цьому дванадцятимісячний період для сплати авансових внесків визначається починаючи з місяця, наступного за місяцем, в якому встановлено граничний строк подання річної податкової декларації за попередній звітний (податковий) рік, до місяця подання податкової декларації за поточний звітний (податковий) рік.

Згідно з пунктом 2 підрозділу 4 Розділу XX „Перехідні положення” Кодексу (з доповненнями, внесеними Законом №5083) платники податку на прибуток підприємств, які починаючи з 2013 року подають річну податкову декларацію відповідно до пункту 57.1 статті 57 цього Кодексу, сплачують у січні - лютому 2013 року авансовий внесок з цього податку в розмірі 1/9 податку на прибуток, нарахованого у податковій звітності за дев'ять місяців 2012 року, протягом 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця.

**Анна Туманян**

Юристконсульт ТОВ "ІКГ"Проект-А"  
ao.tumanian@gmail.com