

Висновки

Отримані результати проведення рейтингової оцінки за полікритеріальною методикою на базі таксонометричного підходу та за запропонованою системою показників свідчить, що рейтингова оцінка суднобудівних–судноремонтних заводів на основі формування рейтингових оцінок за групами показників (фінансові, виробничі, споживчі, соціально–корпоративні) та узагальненого рейтингу сприяють оптимальному вибору якісних робіт та послуг серед конкуруючих підприємств; поширенню передового досвіду кращих підрозділів підприємства або інших підприємств; ідентифікації і аналізу процесів, що потребують покращення; визначенню обсягу змін, що відбулися з моменту проведення попередньої рейтингової оцінки; визнанню досягнень і стимулюванню підприємств (працівників).

Список використаних джерел

1. Коблош М.О. Комплексна оцінка результативності реструктуризації суднобудівних підприємств / М.О. Коблош. – К.: Науковий світ, 2001. – 57 с.
2. Єфімова Г.В. Удосконалення методики оцінки інвестиційної привабливості / Г.В. Єфімова, О.В. Пащенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №5. – С. 139–142.
3. Головина Т.А. Методика оцінки рівня конкурентоспособности підприємств судостроительно–судноремонтной отрасли [Електрон. ресурс] / Т.А. Головина, С.В. Погонев // Вопросы современной экономики. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://economic-journal.net/2013/06/1162/>.
4. Мостовая Ю.В. Формирование механизма оценки конкурентного потенциала судостроительно–судноремонтных предприятий: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Мостовая Ю.В. – Астрахань, 2009. – 22 с.

Ю.Л. ТРУШ,

к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій,
Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,

к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій

Комплекс заходів для удосконалення системи управління якістю продукції

На підприємствах з виробництва хлібопекарських виробів управління якістю здійснюється вибірково, без чіткого взаємозв'язку всіх функцій системи управління якістю, в умовах недостатнього врахування впливу на якість основних організаційно–економічних факторів, а також адміністративних важелів. Комплексне вирішення цих питань у галузі дозволить підвищити якість та конкурентоспроможність продукції підприємств зазначеного виду діяльності.

Ключові слова: маркетингова політика, організація виробництва, праця, підприємство, якість, система.

Ю.Л. ТРУШ,

к.э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий,
Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,

к.э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий

Комплекс мероприятий по совершенствованию системы управления качеством продукции

На предприятиях по производству хлебобулочных изделий управление качеством осуществляется выборочно, без четкой взаимосвязи всех функций системы управления качеством, в условиях недостаточного учета влияния на качество основных организационно–экономических факторов, а также административных рычагов. Комплексное решение этих вопросов в отрасли позволит повысить качество и конкурентоспособность продукции предприятий указанного вида деятельности.

Ключевые слова: маркетинговая политика, организация производства, труд, предприятие, качество, система.

Y. TRUSH,

candidate of economic sciences, National University of Food Technologies,
Y. LEVCHENKO,

candidate of economic sciences, National University of Food Technologies

The set of measures for the improvement of quality management system

In the production of bakery products quality control is carried out selectively, without a clear relationship of all functions of a quality management system in low taking into account the impact on the quality of major organizational and economic factors, as well as administrative tools. Integrated address these issues in the area will improve the quality and competitiveness of products of this type of activity.

Keywords: marketing strategy, production, labor, enterprise quality system.

Постановка проблеми. Питання, що пов'язані з удосконаленням системи управління якістю продукції, мають прямий зв'язок з необхідністю пропозицій заходів, які впливають на покращення функціонування системи якості. Своєю чергою, висока якість виробленої продукції, що залежить від ефектив-

ності функціонування системи управління якістю продукції на підприємствах хлібопекарської галузі, і є важливим фактором підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Аналіз літературних джерел свідчить, що на конкурентоспромож-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ність продукції впливає ціна на продукцію, її якість, сервіс та маркетингове оточення. Дослідження діяльності підприємства хлібопекарської галузі в Україні показали, що основними напрямками підвищення функціонування системи управління якістю продукції є удосконалення її складових.

Метою статті є обґрунтування основних дій для управління якістю продукції на підприємствах хлібопекарської галузі за рахунок підвищення рівня матеріально-технічної бази виробництва, удосконалення маркетингової політики підприємства та удосконалення організації виробництва і праці.

Виклад основного матеріалу. Виходячи з основних проблем в напрямі підвищення ефективності функціонування системи управління якістю хлібопекарської продукції, напрями для її удосконалення представлені на рис. 1 [3, 4]. Таке обґрунтування напрямів у системі управління якістю продукції дасть змогу практично удосконалити управління якістю продукції на підприємстві хлібопекарської галузі.

1. Підвищення рівня матеріально-технічної бази виробництва

Дослідження показують, що рівень матеріально-технічної бази відіграє вирішальну роль для забезпечення високої якості і, як наслідок, конкурентоспроможності продукції, оскільки він викликав на підприємствах галузі у середньому 43% дефектів і браку протягом 2010–2012 років (досліджено автором).

Результати досліджень дають всі підстави стверджувати, що внаслідок наявності вузьких місць у роботі обладнання на рівні матеріально-технічної бази виникають періодичні простої технологічного процесу, пов'язані із зупинкою печей, нестачею пари в печі, порушенням часового режиму випікання, що призводить до появи дефектів.

Актуальність запропонованого заходу підтверджується динамікою зниження витрат від дії фактора з 2012 року. Це зумовлено технічним переоснащенням виробництва поступово, за рахунок проведення організаційно-технічних заходів. Тим більше на кінець 2010 року на підприємствах галузі рівень втрат від нього залишається високим, що потребує застосування відповідних заходів.

Про необхідність підвищення рівня матеріально-технічної бази виробництва свідчить динаміка показників ефективності використання основних засобів на галузевих підприємствах, за даними Державної служби статистики України.

Так, коефіцієнти зносу основних засобів на кінець 2009–2011 років на підприємствах становлять у середньому майже 72%, причому за період з 2010 по 2012 рік спостерігається зростання показників оцінки ефективності використання основних засобів на підприємствах, що свідчить

про погіршення стану матеріально-технічної бази виробництва і, як наслідок, зменшення продуктивності праці та якості продукції, що виробляється.

Для покращення впливу фактора на процес управління якістю продукції вважаємо раціональним впровадити заходи, що спрямовані на підвищення рівня використання матеріально-технічної бази виробництва:

1) ввести систему щомісячних профілактичних оглядів обладнання з ціллю виявлення несправностей та своєчасного їх усунення для забезпечення безперебійності технологічного циклу;

2) ввести практику щотижневого контролю за станом виробничого обладнання;

3) посилити увагу щодо систематичного змазування та налагоджування обладнання;

4) систематично проводити якісний ремонт обладнання для відновлення втрачених внаслідок фізичного зносу характеристик;

5) проводити щорічне відновлення 10–12% морально застарілого обладнання, як прийнято в міжнародній практиці, для підвищення прогресивності матеріально-технічної бази.

Вищезазначені заходи в сукупності дадуть змогу забезпечити безперебійність технологічного процесу, а також приведуть до підвищення рівня прогресивності матеріально-технічної бази виробництва в цілому і рівня зростання якості продукції, що виробляється.

2. Удосконалення організації виробництва та праці

Рівень організації виробництва на підприємствах хлібопекарської галузі у загальному високий, втрати від негативного прояву даного фактора за період 2010–2012 років становили в середньому 14%, при цьому на кінець періоду, що аналізується, значення фактора рівно 15%.

Основні причини появи дефектів унаслідок впливу даного фактора пов'язані з перебоями в роботі обладнання, постачання сировини, що викликані зовнішніми причинами (віддаленість регіону, відсутність нормальної конкуренції на ринку сировини та інше), порушенням безперервності технологічного процесу виробництва через високу зайнятість печей, несвоєчасного звільнення печей для огляду та ремонту.

Значною причиною необхідно враховувати порушення рецептури та форми виробів у зв'язку з нечіткою організацією виробничого процесу та відсутністю суворого закріплення функцій між працівниками (наприклад, можливі випадки закладання хліба в піч тістомісами та інші).

Для удосконалення організації виробництва та праці необхідно, перш за все, встановити чіткий контроль за про-

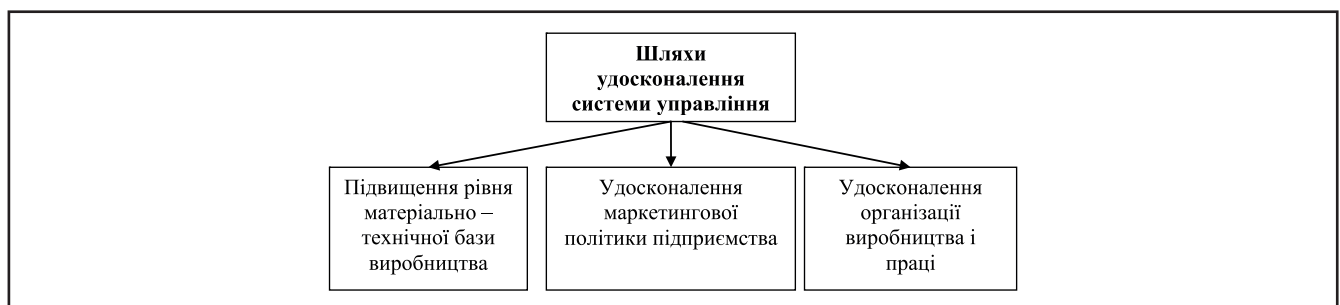


Рисунок 1. Комплекс заходів для удосконалення системи управління якістю продукції на підприємстві хлібопекарської продукції

ходженням технологічного процесу виробництва з боку майстрів та позмінних технологів на основі розподілу і закріплення у внутрішніх документах функцій кожного працівника у виробничому циклі.

Також цілеспрямовано доповнити виробничий контроль підприємств детальним описом етапів процесу виробництва хліба з відображенням функцій окремих працівників на кожному із вказаних етапів та осіб, відповідальних за той чи інший етап виробництва, що дозволяє методично забезпечити контролерів (технологів, майстрів) і підвищити ефективність контролю. Схема виробничого процесу з розподілом функцій контролю представлена на рис. 2.

Такий підхід дозволить оперативно реагувати на зміни у технологічному процесі та усувати неорганізованість у роботі. Крім цього, важливим для безперебійності виробничого процесу є складання графіків поставки сировини на робочі міста та їх суворе дотримання працівниками, що приведе до усунення несвоечасності відпуску сировини у виробництво і дотримання повного технологічного циклу. Для цього раціонально ввести відповідальність контролерів у вигляді зменшення додаткової частини заробітної плати при виявленні браку на підконтрольному місці, що дозволить забезпечити більш відповідальне відношення до виконання своїх обов'язків та підвищити ефективність заходів, спрямованих на підвищення функціонування системи управління якістю.

3. Удосконалення маркетингової політики підприємства

Важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств хлібопекарської галузі є удосконалення маркетингової політики, що включає широкую діяльність у практиці ринку товарів, послуг і здійснюється в цілях стимулювання збуту продукції, розвитку та прискорення обміну, на благо кращого задоволення споживачів й отримання прибутку [1].

Дослідження існуючої маркетингової діяльності підприємств хлібопекарської промисловості проводилося на основі узагальнення якісних й цільових характеристик основних видів хліба, що випускається досліджуваними підприємствами та складених за даними маркування хліба і офіційного сайту в мережі Інтернет.

Накопичена інформація дозволяє відмітити, що асортимент продукції, яка випускається на підприємствах, досить високий та представлений трьома основними групами виробів: основні, лікувально-профілактичні та елітні хліба. Кожна з названих груп, своєю чергою, включає від 10 до 15 найменувань хліба, які постійно поновлюються, що є хорошим показником розвитку підприємств і їх великої уваги до асортименту хліба. Важливо відмітити, що при розробці нових видів хліба підприємства орієнтуються на споживчий попит, ураховують побажання споживачів продукції, що відображає принцип орієнтації на споживачів, і відповідають вимогам ринку [2, 5].

Вважаємо, що в діяльності підприємств можна відмітити ряд недоліків і вузьких місць, а також розробити заходи для їх усунення, що узагальнені в таблиці.

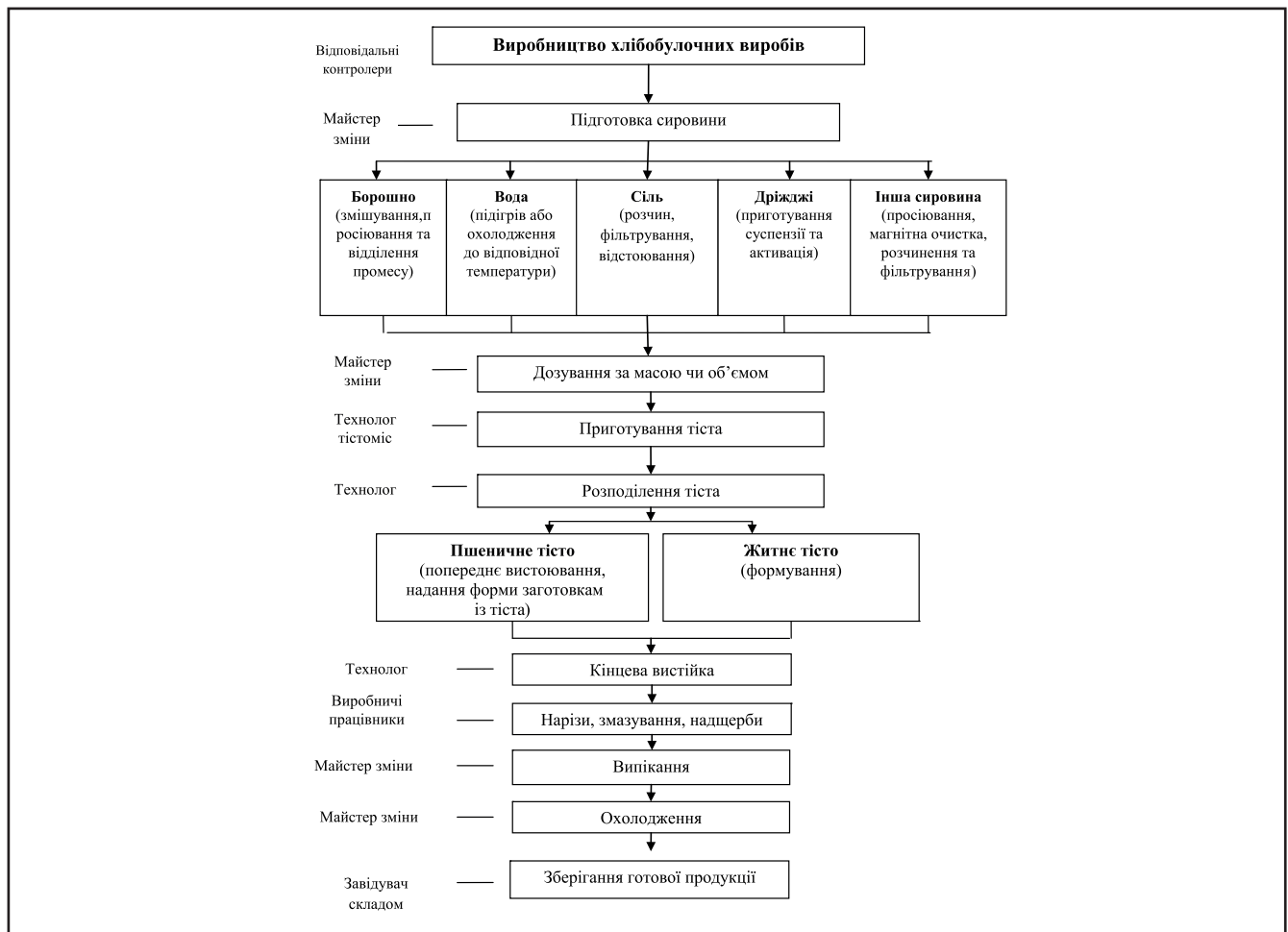


Рисунок 2. Схема процесу організації виробництва хлібобулочних виробів та розподіл функцій контролю його етапів

Основні недоліки маркетингової політики досліджуваних підприємств

Недоліки маркетингової політики підприємств	Шляхи удосконалення маркетингової політики підприємств
1. Виробники недостатньо інформують споживачів про свої технології виробництва, що вигідно відрізняються від конкурентів	1. Необхідно в рекламі та маркуванні товару приділяти особливу увагу технологіям виробництва, що вигідно відрізняють дослідні підприємства від інших (наприклад, технологія виробництва хліба «Білоруський»), тим самим займаючи позицію лідера в області високої якості товару та кращих смакових характеристик. Особливу увагу необхідно приділяти сортам хліба, рецептура яких розробляється та покращується технологіями підприємств, як фірмової продукції, яку може виробляти тільки підприємство, що має високу якість товару та прагне до його постійного покращення
2. Недостатня реклама новинок продукції в засобах масової інформації. Повідомлення про випуск нової продукції постійно проводиться тільки на офіційних сайтах підприємств, через це нові сорти хліба не сприймаються більшою частиною населення (так як інформація на маркуванні не відображає принципових особливостей нового сорту хліба, а також не містить вказівки на те, що це новинка) та не користується високим попитом. Це може призвести до невиправданого зниження виробництва окремих сортів хліба як реакції виробника на споживчий попит	2. Відображення особливостей нових видів хліба на марці товару, при цьому вони повинні бути виділені на загальному фоні для кращого сприйняття споживачами. На клеймі вперше розроблених видів хліба доцільно розміщувати яскраву на погляд цитату «НОВИНКА», що буде допомагати проявляти більшу зацікавленість зі сторони споживачів
3. Недостатню увагу в рекламі та на клеймі товару приділено корисним властивостям хліба. Серед виробів досліджуваних підприємств галузі вплив хліба на життєдіяльність людини відмічено тільки на профілактично-лікувальних видах хліба та частково на елітних видах сортах. Хліба основного асортименту не мають такої інформації	3. Клеймо товару має відображати корисний ефект від споживання хліба, місткість в ньому вітамінів, мінеральних та інших властивостей. На нашу думку, таке маркування має бути притаманним на основних видах хліба, оскільки хліб – це основне джерело вітамінів та мінеральних характеристик, про які необхідно інформувати споживачів

Авторська розробка.

Запропоновані заходи вплинуть на покращення маркетингової політики підприємств, підвищення попиту на продукцію.

У комплексі запропоновані заходи охоплюють вплив основних засад на якість хлібопекарської продукції і дозволять підприємствам підвищити її рівень й закріпити отриманий ефект на майбутній період.

Висновки

Дослідження управління якістю продукції на підприємствах хлібопекарської галузі дозволило виявити проблеми, що потребують удосконалення системи управління якістю. Внаслідок цього розроблено систему напрямів для вдосконалення системи управління якістю хлібобулочними виробами, що охоплюють такі напрямки: підвищення рівня матеріально-технічної бази виробництва; удосконалення організації ви-

робництва і праці та вдосконалення маркетингової політики підприємства.

Список використаних джерел

1. Глічев А.В. Основи управління якістю продукції [2-ге видав., перероб. і доп]. – М.: «Стандарти та якість», 2001. – 424 с.
2. Львов Д.С. Качество та эффективность производства / Львов Д.С. – М.: «Знание», 1974. – 64 с.
3. Львов Д.С. Стандарт і якість (економічний аспект проблеми). – 2-ге видав., допов. і перероб. / Львов Д.С., Сєдов В.І., Сиськов В.І. – К.: Видавництво стандартів, 1975. – 368 с.
4. Огвоздин В.Ю. В дебрях терминологии / В.Ю. Огвоздин // Стандарты и качество. – 2005. – №7. – С. 79.
5. Сірохман В.І. Якість і безпечність зерноборошних продуктів / В.І. Сірохман, Т.М. Лозова. – К.: Центр навчально-видавничої літератури.

УДК 622.013:553 (477)

А.В. БОДЮК,

к.е.н., с.н.с., в.о. завкафедрою, Київський університет управління та підприємництва

Вартісні аспекти надро-ресурсного виробництва

Дано обґрунтування суті та складових надро-ресурсного виробництва. Проаналізовано економічні та технологічні особливості вивчення надрових ресурсів і їх вилучення з природного середовища. Поділено на види виробничі процеси з пошуку і розвідки в природному середовищі автогенезних ресурсів. Запропоновано обліковувати види витрат на організоване надро-розвідувальне виробництво.

Ключові слова: потреби, суспільне виробництво, надра, ресурси, надрокористування, процесори, витрати.

А.В. БОДЮК,

к.э.н., с.н.с., и.о. завкафедрой, Киевский университет управления и предпринимательства

Стоимостные аспекты надро-ресурсного производства

Дано обоснование сути и составных надро-ресурсного производства. Проанализированы экономические и технологические особенности изучения ресурсов недр и их извлечения из природной среды. Разделены на виды производственные