

УДК.

Аспірант кафедри Економіки і права Ю.Л.ТРУШ

Національний університет харчових технологій м.Київ.

## ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .

**Анотація:** Розглянуто основні проблеми підвищення управління якістю продукції в сучасних економічних умовах , що є основою створення конкурентоздатної продукції , збільшення ефективності діяльності підприємств.

**Ключові слова:** якість, система якості, конкуренція, споживачі продукції, населення, сертифікація, стандартизація, ринки збуту, науково-технічний прогрес.

В міру розвитку економічних реформ в Україні все більша увага приділяється якості. В даний час однією із серйозних проблем для українських підприємств є створення системи якості, що дозволяє забезпечити виробництво конкурентоздатної продукції. Саме система якості важлива при проведенні переговорів із закордонними замовниками ,що вважають обов'язковою умовою наявність у виробника системи якості і сертифіката на цю систему, виданого авторитетним сертифікаційним органом.

Значення якості продукції зводиться до того,що тільки якісна продукція відкриває експортну дорогу на платоспроможні західні ринки. Велику роль у забезпеченні якості продукції українських виробників і її успішної конкуренції на світових ринках покликані зіграти спеціальні конкурси. Різного роду конкурси з присудженням їхнім переможцям почесних нагород широко використовуються у світовій практиці.

Випуск якісної,недорогої, конкурентоздатної продукції й послуг в порівнянні з аналогами – головне завдання будь-якої фірми в будь-якій країні.

Якість є важливим інструментом у боротьбі за ринки збуту. Значення підвищення якості досить багатомірне. Вирішення цієї проблеми на мікрорівні важливо і для економіки в цілому, тому що дозволить установити нові і прогресивні пропорції між її галузями й усередині галузей.

Забезпечення пропорцій може бути забезпечене шляхом удосконалювання технології виробництва продукції та підвищення її економічності.

Якщо не приділяти серйозну увагу якості, будуть потрібні значні засоби на виправлення дефектів. Набагато більший ефект буде досягнутий шляхом розробки довгострокових програм по запобіганню дефектів.

Донедавна вважалося, що якістю повинні займатися спеціальні підрозділи. Перехід до ринкової економіки обумовлює необхідність вивчення досвіду ведучих фірм світу по досягненню високої якості. Ведучі фірми країн з розвинутою ринковою економікою вважають, що на досягнення якості повинні бути націлені всі служби. Ключову роль у підвищенні якості відіграють вимоги споживачів, інформація про несправності, прорахунки і помилки оцінки споживачів.

Дослідження, проведені в ряді країн, показали, що в компаніях, що мало приділяють уваги якості, до 60% відсотків часу може йти на виправлення браку.

Значення підвищення якості добре ілюструється на прикладі Японії. Після другої світової війни японські промисловці активно займалися пошуками шляхів підвищення ефективності виробництва і якості продукції. Групи японських керуючих вивчали досвід по усьому світі. Вони зустрічалися з керівниками ведучих промислових фірм США і Європи. Усе раціональне переносилося на національний ґрунт. Увага японських керуючих залучили такі поняття, як статистичний контроль якості і комплексне керування якістю.

Японські робітники та службовці вивчали нові методи в робочий час. Вивчаючи досвід різних країн, японські керуючі звернули увагу на те, що

процвітаючі фірми висувають високі вимоги до своїх працівників і якості продукції.

З розвитком науково-технічного прогресу проблема якості не спрощується, а навпаки, стає складнішою. Тому вирішувати її традиційним методами, тобто лише шляхом контролю якості готової продукції, практично неможливо. Повинен бути комплексний, системний підхід, реалізація якого можлива лише в рамках системи управління якістю. Відомий американський спеціаліст Едвард Демінг ще в 1950 році писав, що на 85% вирішення проблеми якості продукції залежить не від людей, а від системи управління якістю.

Значну роль в підвищенні якості продукції відіграють стандарти, які є організаційно-технічною основою систем якості. В останні десятиліття одним із важливих механізмів гарантії якості стала сертифікація, яка переросла в норму торгових відносин будь-якого рівня. Якщо на ранніх етапах появи і розвитку сертифікації в її проведенні був зацікавлений головним чином виробник (з метою одержання гарантій відповідності певних характеристик виробів) і споживач, то зараз до вирішення задач сертифікації залучені громадські і приватні виробники, споживачі та науково-технічні організації, уряди більшості країн і навіть міжурядові організації. При цьому сертифікація з продукції поширилась на системи якості.

Сертифікація продукції пов'язана з оцінкою показників її якості, тобто вимірюванням їх з використанням певних засобів вимірювання, достовірність і точність яких вивчає метрологія. Тому значно зростає роль метрологічного забезпечення якості продукції.

Таким чином, проблема забезпечення якості продукції є комплексною: науковою, технічною, економічною і соціальною, і у вирішенні її повинні приймати участь висококваліфіковані спеціалісти, які вільно володіють сучасними методами управління якістю, незалежно від того, в якому секторі вони працюють: державному чи приватному, на великих підприємствах чи в малому і середньому бізнесі, тому що загальні принципи організації і

забезпечення високої якості продукції та послуг не залежать від розміру підприємства.

Зараз виготовляється багато продукції, яка б могла стати конкурентоспроможною на світовому ринку, але їй не вистачає забезпечення якості. Це може бути обумовлено тим, що підприємці не знають як досягти більш високої якості без великих витрат, або допускаються деяких помилок при забезпеченні якості своєї продукції. Тому я вважаю що ця тема потребує детального обговорення.

Сучасні умови господарювання вимагають від кожного підприємства запровадження і дотримання належного (дійового) комплексного механізму управління якістю продукції. Визначальними елементами цього специфічного менеджменту, що справляють найбільш істотний вплив на процес постійного забезпечення виробництва і постачання на ринок конкурентоспроможної продукції, є: стандартизація і сертифікація, державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил, і відповідальність за їх порушення, внутрішньовиробничий технічний контроль якості.

Підвищення якості продукції впливає на :

- 1) темпи і ефективність науково-технічного прогресу;
- 2) структуру виробництва і функціональний розподіл потужностей;
- 3) краще використання основних фондів.

Забезпечує:

- 1) економію сировини, матеріалів, палива, енергії;
- 2) зростання ефективності інвестицій;
- 3) повнішому задоволенню різноманітного попиту споживачів.

Сприяє:

- 1) виходу підприємства на світовий ринок, збільшенню експорту;
- 2) налагодження економічних зв'язків.

Необхідно зазначити, що вступ України до Світової Організації Торгівлі(далі по тексту - СОТ), відкриває нові можливості, розширює потенціал підприємств, та максимально дозволяє вийти на нові ринки збуту. Але й умови та вимоги до нашої країни зростають, а також зростає і залежність від країн-членів СОТ.

Постає питання: « Чи вдасться вижити українським підприємствам в умовах жорсткої конкуренції , а особливо світової кризи, яка, на жаль, пройде за прогнозами вітчизняних та зарубіжних економістів ще не скоро?» На сьогодні це чи не одне з найактуальніших питань вчених, та не лише. Адже головним «експертом» оцінки якості продуктів харчування ,все ж таки, залишається споживач, а його основною властивістю- купівельна спроможність, від якої і залежить прибутковість українських підприємств(основна місія підприємства).

Згідно соціологічних опитувань на сьогоднішній день 40% населення є прихильником більш якісних продуктів харчування (відоміших марок) , хоча вони і дорожчі в порівнянні з товарами-аналогами , тому що відповідають всім міжнародним стандартам ISO, а значить більше надійніші та корисніші.

Інші 60% населення купують ті продукти харчування на які вистачає коштів, адже всі причини пов'язані ,насамперед із тяжким фінансовим станом.

Необхідно зробити висновок та зазначити головне: незважаючи на тяжку ситуацію в державі, підприємства повинні прикладати всіх зусиль та удосконалювати управління системою якості на підприємствах, що необхідно для встановлення правильних пріоритетів і знаходження ефективного співвідношення складових елементів маркетингу,які відповідають певним умовам , з якими пов'язана ринкова діяльність підприємства , що підвищить рівень серед конкурентів, та надасть стійкості до зовнішніх перешкод та зменшить тиск з боку держави.

### **Список використаної літератури**

- 1.»Економіка підприємства» Під ред. Проф.. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А.Швандара.- М.:ЮНИТИ, 2001.
- 2.Липсиц И.В. «Комерційне ціноутворення»- М.: БЕК, 1997.
- 3.Котлер Ф.»Основи маркетингу» - М.: Ростинтер, 1996.
- 4.Баканів М.И., Шеремет А.Д. Теорія економічного аналізу – М.: Фінанси й статистика, 1996.
- 5.Робертсон А. Управление качеством.- М.: Прогресс, 2001- 423 с.
6. Алферов Н.П. Управление качеством. Учебник.- М.: ИНФРА –М, 2003.- 374 с.
- 7.Алехин П.П. Подходы к созданию систем управления качеством продукции //Экономика, №4, 2003.- с. 10-12.
- 8.Єськов П.О, Українська асоціація якості – запорука якості в Україні. Факти ,25.10.2002 р. с.3-4

**Annotation:** the main problems of quality management improvement are research in modern economic conditions, which is the basis of product competitiveness, an increase of enterprise efficiency.

**Keys words:** quality, quality of management, competition, customers, population, certification, and standardization, marketing outlets, scientific and technical progress.

/ТРУШ Ю.Л./

\_\_\_\_\_ лютого 2009

## **Особисті відомості про автора**

**Труш Юлія Леонідівна** , народилася 1986 року 22 липня .

2008 рік- закінчила Національний університет харчових технологій

2008 рік – вступила в аспірантуру в Національний університет харчових технологій, зі спеціальності Економіка і управління підприємствами.

Науковий керівник –Заїнчковський А.О.

З 2008 р.-викладач кафедри Економіки і права.

Домашня адреса:

Вул. Чапаєва ,19а

смт. Лисянка

Лисянський район

Черкаська область

Індекс 19300

моб.тел.8(097)817-49-00

моб.тел.8(093)907-93-94

дом.тел.8(04749)6-13-20