

# НАПРЯМ 3 : КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

## ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

**Ю.Л. Труш, канд. екон. наук**

*Національний університет харчових технологій*

Глобалізація ринку кондитерських виробів, не залишає без уваги проблему безпеки продуктів харчування й необхідності зменшення ризику їхнього негативного впливу на здоров'я людини. Проблема має настільки серйозний і масштабний характер, що уряди країн і провідні асоціації виробників харчової продукції, все частіше займаються питаннями безпеки харчової продукції й пошуками шляхів її забезпечення й контролю, що спонукало до зацікавленості розглянути основні принципи управління якістю продукції на підприємствах кондитерської галузі.

Їх дослідження проведемо на прикладі підприємства Виробничий цех № 12 ПАТ «Київхліб» як зразкового підприємства з управління якістю продукції, оскільки на ньому впроваджена система управління якістю та безпечності продукції.

Для розроблення та впровадження системи необхідно, реалізувати принципи, які являють собою узагальнене формулювання вимог, а для того щоб підвищувати їх ефективність, варто повне розуміння всіх процесів організації та основної діяльності підприємства.

Проаналізуємо принципи управління якістю продукції за міжнародним стандартом ISO серії 9000, за яким функціонує підприємство з виробництва кондитерських виробів Виробничий цех № 12 ПАТ «Київхліб», на якому впровадження системи управління якістю було успішно проведено у 2003 році.

1. *Орієнтація на споживача.* Сутність принципу полягає в тому, що діяльність підприємств залежить від споживачів. Виробники повинні знати

теперішні й передбачати майбутні потреби, виконувати їхні вимоги та прагнути перебільшити їхні очікування.

Обговорення вимог споживачів щодо продукції здійснюється на зборах при підписанні договорів купівлі-продажу кондитерської продукції. У договорі безпосередньо визначаються асортимент і кількість необхідної продукції, її якість, вимоги до маркування й упаковки. Для оптимізації та забезпечення ефективної спільної роботи в договорі, зазначаються порядок замовлень, умови та графіки постачання продукції.

Цілодобові замовлення на продукцію передаються покупцям згідно асортименту, електронною поштою або телефоном. Координація збутової діяльності підприємства здійснюється Департаментом продажу та маркетингу ПАТ «Київхліб».

Зв'язок із споживачами проходить через різні канали, зокрема: зустрічі із представниками замовників, участь у виставках, організаціях «фокус-груп», дегустаціях. На підприємстві реалізований процес зворотного зв'язку із замовниками, а документи необхідні для його супроводу, класифікують у дві групи: відгуки про досягнутий рівень якості та претензії. До них належить: скарга і претензія, рекламація, зауваження та пропозиції, відгуки споживачів про якість продукції.

*2. Лідерство або відповідальність керівництва.* Керівники встановлюють цілі та напрямки діяльності підприємства й повинні створювати і підтримувати таке внутрішнє середовище, в якому персонал підприємства буде повністю задіяний у їхньому досягненні.

*3. Заохочення працівників.* Працівники всіх рівнів складають основу роботи підприємства, а 100 % заохочення дає можливість використовувати їх потенціал та здібності на користь і благо підприємства.

*4. Процесний підхід.* Бажаний результат буде ефективніший, якщо підприємством, та пов'язаними з ним ресурсами, керувати як цілісним процесом. Перевага полягає в безперервності управління, яке він забезпечує за допомогою поєднання окремих процесів у межах системи.

В процесі реалізації принципу відзначається важливість виконання вимог і необхідність розгляду процесу з точки зору доданої вартості.

5. *Системний підхід до управління.* Встановлення, розуміння та управління взаємопов'язаними процесами як системою, зумовлює результативне й ефективне досягнення цілей підприємства.

6. *Постійне покращення.* Постійне удосконалення діяльності підприємства доцільно вважати головною метою.

7. *Прийняття рішень на основі фактів.* Ефективні рішення приймаються за допомогою аналізу даних та інформації, що отримано в процесі господарської діяльності.

8. *Взаємовигідна співпраця з постачальниками.* Підприємство, яке досліджується, та його постачальники є залежними, а вигідні відносини між ними збільшують можливість двох сторін і примножують їхні цінності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Системи менеджменту якості. Принципи та словник: Міжнародний стандарт ISO 9000:2000 // [www.iso.ru](http://www.iso.ru).

2. Система менеджменту якості. Керівництво по якості РК 01 – 2009. «Документація системи менеджменту якості і управління документацією», Документаційна процедура ДП 4.2.3-09, 5 с.

3. Система менеджменту якості. Керівництво по якості РК 01. – 2009. «Управління закупками», Документаційна процедура, ДП 7.4 – 09.

4. Шаповал М. Менеджмент якості: Підручник. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 32 - 300 с. – (Вища освіта ХХІ століття).