

Магістр 1 року навчання
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ "ХЛІБОЗАВОД "САЛТІВСЬКИЙ")

Анотація. Розглянуто теоретичні засади й особливості забезпечення якості продукції підприємства та її вплив на ефективність виробництва. Виявлено основні складові якості продукції підприємства "Хлібозавод "Салтівський". Сформуовано висновки і подано рекомендації щодо підвищення якості продукції та конкурентоспроможності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы и особенности обеспечения качества продукции предприятия и ее влияние на эффективность производства. Выявлены основные составляющие качества продукции предприятия "Хлебозавод "Салтовский". Сформулированы выводы и предоставлены рекомендации по повышению качества продукции и конкурентоспособности предприятия.

Annotation. The theoretical principles and features of providing company product quality and its impact on production efficiency have been studied. The basic components of the product quality of the enterprise "Bakery "Saltovskiy". Conclusions have been drawn and recommendations for improving product quality and competitiveness of the enterprise have been provided.

Ключові слова: якість продукції, конкурентоспроможність підприємства, стандартизація, сертифікація, технологічний процес, модернізація устаткування.

У сучасних умовах господарювання, коли конкурентна боротьба між підприємствами стала особливо гострою, одним із критеріїв конкурентоспроможності хлібопекарського підприємства є висока якість продукції. У свою чергу, загострення конкурентної боротьби, з одного боку, постійно примушує застосовувати кращі технології, раціонально використовувати ресурси, швидко реагувати на зміну попиту. З іншого – конкуренція дає підприємствам певну нестабільність, створює умови для безробіття, інфляції і банкрутства. З огляду на це, проблема забезпечення високої якості продукції вимагає особливої уваги.

Відповідність якості продукції до сподівань та потреб споживачів необхідна для завоювання лідерства на ринку, тому особливої актуальності набуває забезпечення високої якості продукції як один зі способів підвищення конкурентоспроможності підприємства [1, с. 68].

Проблемою підвищення конкурентоспроможності підприємства, якості продукції та її впливу на розвиток підприємства присвячено багато наукових праць учених-економістів. Дослідженням конкурентоспроможності підприємства займалися такі вчені, як: С. Брю, Ф. Котлер, К. Маконнел, М. Портер, Д. Рікардо, Л. Азаров, А. Градов, Ю. Іванов, Р. Фатхутдінов та ін. Найбільш відомими науковцями, які висвітлювали проблеми щодо поліпшення якості продукції, є: Ю. Адлер, Г. Азгальдов, Г. Азоєв, Л. Бадалов, П. Орлов, М. Шаповал, Є. Лемінг, А. Фейгенбаум, К. Ішікава та ін.

Метою дослідження є якість продукції та її підвищення як фактор конкурентоспроможності підприємства на прикладі ПРАТ "Хлібозавод "Салтівський".

Для дослідження проблеми підвищення якості продукції доцільним є вивчення змісту поняття "якість". У деяких теоретичних джерелах "якість" визначають як "придатність для використання", "відповідність цілі", "задоволення потреб споживача" чи "відповідність вимогам". Усе це відображає тільки окремі аспекти якості [2, с. 446].

На думку автора, доцільним є таке визначення поняття "якість продукції": якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, що надають йому здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби. Встановлені потреби зафіксовані у правових нормах, стандартах, замовленнях, угодах, технічних умовах та інших документах. Передбачувані потреби – це ті очікування, які споживач зазвичай не формує конкретно, але відносить до стійких побажань (наприклад, відповідність продукту звичкам споживачів, національним або культурним особливостям споживання тощо) [1, с. 156].

Забезпечення і підвищення якості на прикладі хлібобулочної продукції має велике значення як для підприємств галузі, так і для споживачів (рисунок).

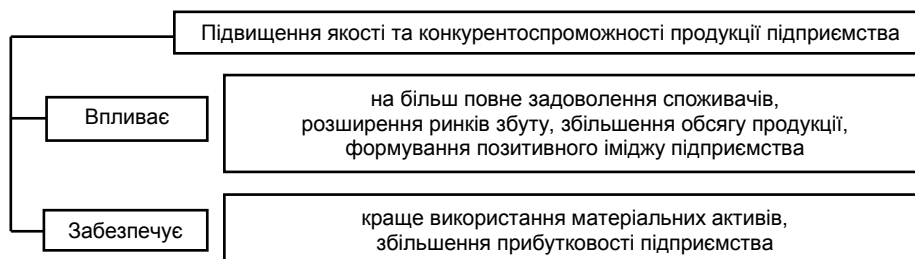


Рис. Вплив підвищення якості продукції на ефективність підприємства

Слід проаналізувати якість продукції на прикладі ПрАТ "Хлібозавод "Салтівський".

Сьогодні "Хлібозавод "Салтівський" є одним із найбільших спеціалізованих підприємств із виробництва хлібобулочних та кондитерських виробів у Харкові та Харківській області. Підприємство хоча й пропонує споживачеві якісну продукцію, але конкурентність із боку існуючих хлібозаводів та приватних пекарень достатньо велика. Для того, щоб підвищити конкурентоспроможність підприємства, необхідно поліпшувати якість продукції.

Відомо, що до основних причин зниження якості продукції відносять: низьку якість сировини, низький рівень технології та організації виробництва, недостатню кваліфікацію виробників, неритмічність виробництва тощо [4]. Аналіз діяльності виробництва "Хлібозаводу "Салтівський" показав, що великою проблемою в підвищенні якості продукції є низька якість сировини. З року в рік спостерігається зниження вмісту білка в зерні, це призводить до збільшення кількості борошна з низькими хлібопекарськими властивостями, а саме: до низької якості клейковини та зниженого вмісту харчових волокон.

Покращення якості продукції тісно пов'язане з технічним переоснащенням підприємства. У першу чергу, це стосується печей, тістомісильних машин та тістоподільників. Щодо підприємства, то нещодавно було встановлено нове устаткування, що забезпечує високу продуктивність і відмінну якість виробів, що випікаються. Протягом останніх трьох років на хлібозаводі "Салтівський" проведена ціла низка робіт, які були спрямовані на модернізацію виробництва, особливо на впровадження раціональних ресурсо- та енергозберігаючих технологій:

- реконструйовано відділення для приготування тіста, відділення холодильних машин і компресорів;
- введено друге автономне джерело водозабезпечення;
- введена установка фільтрації, що значно поліпшило якість води, яка подається на виробництво;
- впроваджені новітні системи подання гарячої води і пару.

Новий комплекс енергозберігаючих технологій вже дав можливість отримати значну економію ресурсів.

Важливу роль у забезпеченні високої продукції також відіграють стандартизація, сертифікація та системи управління якістю. На підприємстві технологічною службою проводиться цілодобовий контроль за проведенням технологічного процесу, якості сировини і готової продукції. Система контролю якості відповідає рівню світових стандартів, головний принцип якої – попереджати помилки, а не виявляти їх на стадії контролю готової продукції. Таким чином, контроль якості здійснюється ще на етапі відбору продуктів, необхідних для випічки кращих і смачних виробів.

Після проведеного дослідження якості продукції ПрАТ "Хлібозавод "Салтівський" можна зробити висновки і надати такі рекомендації. Сучасні умови роботи хлібозаводів вимагають, щоб печі були придатні для випікання широкого асортименту виробів, мали поліпшені експлуатаційні характеристики, електронні пристрої для регулювання температури і тривалості випікання, гнучку систему парозволоження. Все це притаманне підприємству "Хлібозавод "Салтівський", можна лише порадити подальше впровадження розробок у технічні та технологічні процеси для забезпечення високої якості продукції. Якщо існує проблема низької якості сировини, то необхідно ретельно обирати постачальників і впровадити більш надійне пакування, що захистить продукцію від мікробіологічного пошкодження.

Таким чином, підвищення якості продукції – одна із суттєвих форм завоювання і втримання лідерства на ринку. Її високий рівень сприяє підвищенню попиту на продукцію і збільшенню прибутку за рахунок обсягів продажів. Підвищення якості продукції залежить не тільки від якості сировини, з якої виготовляється продукція, але й від удосконалення управління виробництвом, освоєння передових технологій та модернізації обладнання.

Наук. керівн. Рожко В. І.

Література: 1. Холодний Г. О. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Г. О. Холодний. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 323 с. 2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабань та ін. – К. : ХНЕУ, 2009. – 520 с. 3. Азоев Г. Конкуренція: анализ, стратегия, практика / Г. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 4. Зимовець Г. О. Підходи до створення системи управління якістю промислових підприємств / Г. О. Зимовець // Вісник економічної України. – 2008. – № 1. – С. 33.