

59
23.06.2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

ЦАРЮК Владислав Леонідович
(студент групи МО-61)

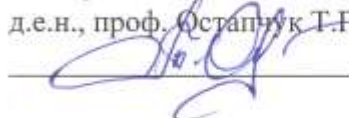


БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»**

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності
073 «Менеджмент»)

Допущено до захисту
протокол № 4
від 25.05.2021
зав. кафедри менеджменту
і підприємництва
д.е.н., проф. Остапчук Т.Н.



Керівник роботи:
к.е.н. доц. Пашенко О. П.
(наукове звання, прізвище та ініціали)



(підпис)

Рецензент
к.е.н. Бірюченко С. Ю.
(прізвище та ініціали)



(підпис)

Житомир, 2021

ЗМІСТ

<i>Вступ</i>	3
<i>Розділ 1. Теоретичні засади управління якістю продукції на підприємстві</i>	6
1.1. Поняття якості продукції	6
1.2. Система управління якістю продукції.....	11
1.3. Методичні засади оцінки якості продукції на підприємстві.....	19
1.4 Нормативно правове та інформаційне забезпечення якості продукції на підприємстві.....	25
<i>Висновки до розділу 1</i>	33
<i>Розділ 2. Аналітична оцінка стану та напрямки удосконалення якості продукції на підприємстві тов «ЕКОМ'ЯСО полісся»</i>	35
2.1. Організаційно-управлінський аналіз підприємства.....	35
2.2 Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» ..	43
2.3 Оцінка системи управління забезпеченням якості продукції на підприємстві	49
2.4 Напрями підвищення ефективності забезпеченням якості продукції на підприємстві.....	54
<i>Висновки до розділу 2</i>	58
<i>Висновки</i>	59
<i>Список використаних джерел</i>	60
<i>Додатки</i>	65

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасних умовах проблема якості продукції є дуже важливою, тому що лише якісна продукція буде конкурентно-спроможною. Для виробників продукції якість є так званим гарантом та вирішальним фактором забезпечення їх конкурентоздатності, стійкості, авторитету та успішності функціонування; для споживачів підвищення якості є умовою задоволення їх потреб.

Стан справ в області управління якістю для підприємств України не можна визначити як задовільний. Розвиток експортних відносин показав, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку саме по якості. У цьому зв'язку набуває особливого значення проблема розробки та впровадження дійових методів управління витратами на забезпечення якості продукції.

Актуальні проблеми управління якістю, формування та впровадження систем якості в організаціях розглядалися як в працях вітчизняних вчених, так і зарубіжних. Зокрема, серед вітчизняних науковців можна виокремити таких: Вахрушева В., Литвиненка В., Куценка К., Момота О., К. Ісікаву, Ф. Кросбі, Й. Кондо, Я. Мондена, Дж. Харрінгтона, Е. Крайєра, Фатхудинова Р., Фомічова С., Шаповала М., Швеця В., а серед зарубіжних слід відзначити: Бредє Х., Демінга Е., Джурана Дж., Кондо Й., Крайєра Е., Кросбі Ф., Мондена Я., Робертсона Б., Фейгенбаума А., Шугарта В. та ін.

Зазначене обумовило вибір теми, постановку мети та завдань бакалаврської кваліфікаційної роботи. Обрана тема повністю відповідає проблемам напряму підготовки за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Мета бакалаврської кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка методичних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення аналізу та управління витратами на забезпечення якості продукції ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

Поставлена мета обумовила вирішення *наступних завдань*:

- проведення теоретичного аналізу понять “якість”, “система

забезпечення якості”, “витрати на забезпечення якості продукції”;

- конкретизувати сутність категорії «якості продукції», визначити її основні показники та методи оцінки;
- проаналізувати техніко-економічний стан ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»;
- охарактеризувати стан діючої системи управління якістю на досліджуваному підприємстві;
- виявлення особливостей забезпечення якості продукції та їх впливу на ефективність виробництва;
- розробити пропозиції по вдосконаленню системи управління якістю для ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»;
- надати рекомендації із впровадження методики контролю витрат в системі управління якістю.

Об'єкт дослідження бакалаврської кваліфікаційної роботи – управління якістю суб'єктів підприємницької діяльності.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та прикладні засади підвищення якості продукції на підприємстві.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження є положення сучасної економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері управління витратами на забезпечення якості. Для досягнення поставленої в роботі мети було використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення та порівняння - для уточнення понятійного апарату управління витратами на забезпечення якості продукції; статистичного аналізу - для проведення аналізу емпіричних даних і дослідження особливостей забезпечення якості продукції в умовах трансформаційної економіки; системного підходу формалізації та економіко-математичного моделювання - для обґрунтування і розробки основних шляхів підвищення ефективності управління витратами на забезпечення якості продукції на підприємстві.

Інформаційною базою дослідження виступили наукові фахові, навчальні та методичні публікації провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, чинне законодавство України, статистичні дані, дані фінансової та управлінської звітності досліджуваного підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні резервів підвищення якості продукції на підприємстві ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Поняття якості продукції

Якість продукції - сукупність її взаємопов'язаних характеристик і здатностей задовольняти визначені запити певних груп споживачів. Різні товари забезпечують різний ступінь задоволення потреб споживачів. У першу чергу споживачами будуть сприйматися товари, що забезпечують їм більший ступінь задоволення за весь період споживання. Поняття якості включає цілий комплекс характеристик товару: доступність, постачання, техніко-економічні характеристики, дизайн, надійність, ефективність споживання і експлуатації, ремонтпридатність, ступінь екологічності і т.п. Цих характеристик товар набуває на всьому протязі його виробництва, реалізації і споживання чи експлуатації. Вихідною точкою забезпечення і контролю якості є потреби і запити цільових груп споживачів. Звичайно, якість товару забезпечує товаровиробник (а також його торгові чи збутові посередники), але саме споживачі визнають або не визнають (прямо чи опосередковано) рівень якості товару і його відповідність ціні. Виходячи з цього, об'єктивні оцінки якості товару, її окремих показників, а також загального рівня якості за усім комплексом показників є вкрай необхідною. Вона є основою розробки комплексу заходів, що групуються у межах товарної політики, як головної складової комплексу маркетингу.

З точки зору маркетингу, необхідно вміти визначати і оцінювати запити споживачів, а також здатність власної організації задовольняти їх.

У практиці маркетингу використовують різні показники якості товарів, що характеризують ступень задоволення потреб споживачів (на відміну від власне техніко-економічних параметрів продукції). Їх класифікують за різними ознаками, зокрема:

1. За кількістю характеристик якості, які ураховуються:

- одиничні, що вимірюють одну характеристику, наприклад, термін зберігання продукту, потужність двигуна автомобіля;
- комплексні, які ураховують одразу весь комплекс характеристик за прийнятою системою, наприклад, методом відстаней;
- враховувати усю сукупність характеристик товару, що мають значення для споживача, звичайно з урахуванням їх вагомостей.

2. За видом оцінки:

- абсолютні, оцінюють абсолютну величину певної характеристики, наприклад, витрати палива на 100 км відстані для автомобіля;
- відносні, оцінюють певну характеристику по відношенню до іншої, наприклад, міцність матеріалів на розрив по відношенню до сталі певної марки.

3. За видами характеристик якості:

- призначення, які визначають можливу сферу застосування товару;
- технологічності, які характеризують ступінь економічності процесу виготовлення виробу, наприклад, трудомісткість виготовлення, коефіцієнт уніфікації або коефіцієнт стандартизації, які характеризують, відповідно, частку уніфікованих та стандартизованих деталей у виробі, технологічна собівартість виробу, транспортабельність (пристосованість до транспортування певними видами транспорту, а також операцій завантаження -розвантаження);
- надійності, що характеризують здатність виробу виконувати певні функції чи зберігати певні властивості протягом певного терміну, наприклад, напрацювання на відмову - час роботи чи кількість циклів використання до першої відмови (пробіг автомобіля без капітального ремонту), кількість збоїв комп'ютера протягом певного часу роботи, гарантійний термін експлуатації, термін збереження;
- ергономічності, які характеризують ступінь врахування у виробі біологічних характеристик людини: гігієнічні (рівень вібрації верстату, рівень освітлення приладової панелі автомобіля), антропометричні (відповідність крісла та панелі керування особливостям анатомії людини-пілота), фізіологічні (зручність користування, без напруження автомобілем, сила підйому ручного домкрата, що

відповідає можливості пересічної людини), психологічні показники (колір виробу, що спокійно сприймається людиною, відповідність інструментальних панелей комп'ютерних програм можливостям сприйняття інформації, що виводиться);

- естетичності, що характеризують зовнішній вигляд (дизайн товару): відповідність певному стилю, раціональність форми, цілісність форми та закріплених за виробом функцій, художність оформлення;

- економічні, які характеризують економічність використання чи споживання товару, наприклад: витрати палива автомобілем у літрах на 100 км шляху, кількість енергії, яку споживає електропобутовий прилад (кВт/год), витрати газу ($\text{м}^3/\text{год}$) водогрійним котлом, витрати фарби на 1 м^2 площі;

- патентно-правові, що характеризують рівень патентно-правової захищеності конструкцій і технологій на державному чи міждержавному рівнях;

- екологічності, що характеризують наявність і ступінь екодеструктивного впливу виробу на довкілля: концентрацію шкідливих домішок у виробі та викидах під час експлуатації виробу, здатність до повторного використання чи переробки, можливість утилізації;

- безпеки, які характеризують безпечність використання товару, наприклад, електрозахищеність, наявність захисної автоматики, теплозахищеність, захищеність від електромагнітного та радіаційного випромінювання, наявність аварійної сигналізації.

4. За методом визначення:

- органолептичні: смак, запах, зовнішній вигляд;
- експериментальні: вага, твердість, швидкість, енергоспоживання, напрацювання на відмову;

- експертні: ступінь відповідності запитам споживачів, конкурентоспроможність, можливі обсяги споживання;

- розрахункові: ймовірність аварії агрегату, фокусна відстань об'єктива фотоапарата.

5. За рівнем нормування чи регламентації:

- не регламентовані, наприклад колір чи зовнішній вигляд виробу;

- регламентовані, наприклад, стандартами підприємства (СТП);
- стандартизовані, тобто такі, що відповідають національним чи міжнародним стандартам (так міжнародний стандарт КО 14000 регламентує екологічні характеристики товарів) тощо.

При визначенні якості товару важливе значення має вибір бази для порівняння, хоча це й не обов'язково, оскільки якість товару може бути визначена за абсолютними показниками. Однак у будь-якому випадку якість товару слід порівнювати з якістю товарів аналогів. За базу (еталон для порівняння) можна взяти реальний товар або гіпотетичний, як кращий за всіма показниками порівнюваних товарів на місцевому, регіональному чи міжнародному ринку. Інформацію про характеристики товарів аналогів можна отримати у результаті ринкових досліджень.

З поняттям якості тісно пов'язане і поняття технічного, рівня продукції - відносної характеристики якості продукції, заснованої на порівнянні значень показників, що визначають технічну досконалість оцінюваної продукції, з відповідними базовими показниками, їх значеннями. Якість продукції не обмежується тільки однією властивістю, це сукупність властивостей. Властивості продукції кількісно виражаються в показниках якості.

Сукупність вище перерахованих показників формує якість продукції. Виріб повинен бути надійним, естетичним, таким що радує око, добре виконувати свої функції, тобто задовольняти ті потреби, для яких він призначений. Але крім всіх цих показників важлива і ціна виробу. Саме з ціною пов'язане питання економічно оптимальної якості, або економічно раціонального якості.

Покупець, купуючи виріб, завжди зіставляє, ціну виробу набір властивостей, якими вони володіє. Крім ціни важливі та експлуатаційні характеристики виробу, оскільки вони тягнуть за собою витрати по експлуатації та ремонту, а якщо виріб характеризується тривалим терміном служби, ці витрати цілком порівнянні з ціною виробу, а по деяким виробам і істотно перевершують продажну ціну виробу.

Під економічно оптимальною якістю розуміється співвідношення якості та витрат, або ціна одиниці якості, що можна виразити формулою:

$$D_{\text{опт}} = Q / C_{\Sigma}$$

Де опт- означає економічно оптимальну якість;

Q - якість виробу;

C_{Σ} - витрати придбання і експлуатації виробу, грн.

Абсолютний рівень якості того чи іншого виробу визначають обчисленням вибраних показників, не порівнюючи їх із відповідними показниками аналогічних виробів. Відносний рівень якості визначають, порівнюючи показники продукції з абсолютними показниками якості кращих аналогічних вітчизняних та зарубіжних зразків виробів. Рівень якості продукції під впливом науково-технічного прогресу і вимог споживачів повинен мати тенденцію до підвищення. У зв'язку з цим виникає необхідність оцінки якості виробів, виходячи з її перспективного рівня, що враховує пріоритетні напрямки і темпи розвитку науки і техніки. По нових видах продукції доцільно визначати також оптимальний рівень якості - рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво і використання продукції у певних умовах її споживання була б мінімальною.

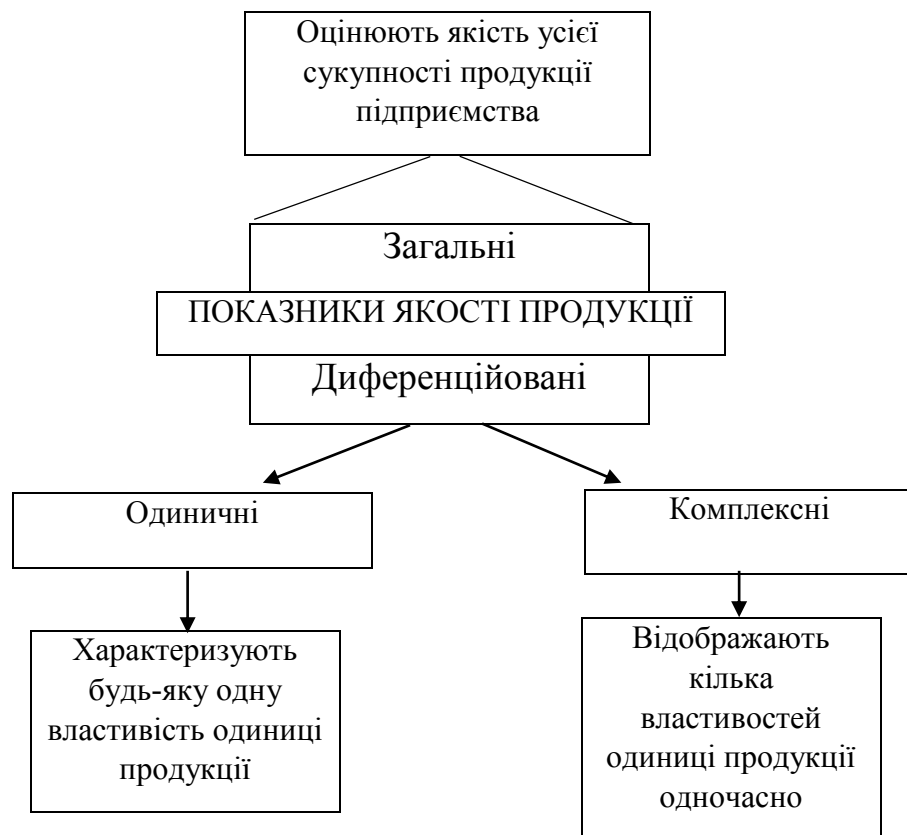


Рис. 1.1. Показники якості продукції

Джерело:Розробка автора.

Об'єктивна необхідність забезпечення належної якості в процесі проектування, виготовлення й використання нових виробів ініціює застосування у виробничо-господарській діяльності підприємств певної системи показників, що дає змогу визначати й контролювати рівень якості всіх видів продукції (рис. 1.1).

Рівень якості продукції (технічний рівень) оцінюється за певними етапами (рис. 1.2) протягом усього життєвого циклу виробу. До них належать дослідження та конструювання (проектування), виробництво, оборот та реалізація, експлуатація та споживання.



Рис. 1.2. Основні етапи оцінювання рівня якості продукції.

Джерело: узагальнено на основі проведених досліджень

1.2. Система управління якістю продукції

Важливою передумовою для підвищення якості продукції, послуг чи життя є запровадження ефективних систем управління якістю. Якість завжди є одним з

головних факторів забезпечення конкурентоздатності продукції, робіт та послуг розвинутих країн світу. Сьогодні Україна знаходиться на шляху до Європи.

Орієнтація на якість – інструмент, який відкриває підприємству нові можливості в сучасному конкурентному середовищі. Для споживача сертифікат на систему управління якістю – серйозний аргумент на користь виробника, оскільки моделі систем управління, які націлені на задоволення потреб зацікавлених сторін (і в першу чергу споживача, що купує вироблений продукт чи послугу), природно враховують вимоги самого споживача до цього продукту чи послуги, незважаючи на технічне і організаційне забезпечення виробництва

Все більше підприємств України, які стали на шлях євроінтеграції, підтверджують відповідність впроваджених систем управління шляхом оцінювання відповідності міжнародним стандартам. Як свідчить досвід, більше переваг від оцінювання відповідності СУЯ мають підприємства, які експортують свою продукцію у промислово розвинені країни. Підприємства можуть досягти успіху лише за умови, якщо якість стане рушійною силою для усіх працівників, а не тільки керівництва, а також забезпечуватиметься на кожній стадії життєвого циклу продукції та послуги.

Впровадження та сертифікація систем управління відповідно до вимог національних або міжнародних стандартів, насамперед, дозволяє підвищити конкурентоспроможність продукції вітчизняних виробників. Другим не менш важливим аспектом є потенційна можливість активізації залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у сертифіковане виробництво.

Сьогодні відомі українські підприємства і організації мають впроваджені та сертифіковані системи управління якістю відповідно до вимог стандарту ISO 9001. Продукція чи послуги таких підприємств користується попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Сьогодні в Україні діє багато сучасних систем управління якістю. До них відносяться:

1. Система управління якістю (СУЯ) відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001, остання версія 2009 року;

2. Система управління безпечністю харчових продуктів (СУБХП) або НАССР (в перекладі з англійської – управління ризиками та контрольні критичні точки)
3. Система екологічного керування відповідно до вимог ДСТУ ISO 14001;
4. Система управління безпекою та гігієною праці (OHSAS) відповідно до вимог ДСТУ OHSAS 18001 та ін

Система управління безпечністю харчових продуктів (НАССР) – це, насамперед, запобіжна система, яка передбачає проведення систематичної ідентифікації та контролювання небезпечних чинників (біологічних, хімічних, фізичних) в критичних точках технологічного процесу виробництва. Така система базується на безумовному виконанні підприємством-виробником вимог чинних санітарних норм і правил.

Система НАССР може функціонувати самостійно або бути складовою частиною системи управління якістю. Суть усієї системи НАССР - організувати контроль на всіх етапах виробництва для того, щоб не виникало ситуації, коли продукція вже реалізовується, а ще не оформлені результати досліджень.

Наявність на підприємстві діючої системи НАССР - це надійне свідчення того, що виробник забезпечує всі умови, що гарантують стабільний випуск якісної і безпечної продукції.

Система екологічного керування (СЕК) - частина всієї системи менеджменту організації, що допомагатиме організації сформулювати екологічну політику. Впровадження системи екологічного менеджменту покращує екологічну ситуацію шляхом переходу від ліквідації наслідків позаштатних ситуацій до їхнього попередження. Таким чином, сертифікована система екологічного керування у відповідності до вимог стандарту ДСТУ ISO 14001 підвищує економічні показники за рахунок скорочення фінансових витрат на виплату штрафних санкцій. Також, виконання вимог стандарту ДСТУ ISO 14001 допомагає організації проводити моніторинг і впроваджувати процедури вимірів, які дозволяють відслідковувати прямі або непрямі впливи на навколишнє середовище.

Система управління безпекою та гігієною праці (БіГП) – це частина загальної системи управління, яка спрямована на ідентифікацію небезпек, оцінку та управління ризиками в сфері безпеки та гігієни праці, що пов'язані з діяльністю організації

Світовий досвід свідчить, що сучасні системи управління дають значні переваги на міжнародних ринках тим, хто їх впроваджує. На жаль, в Україні спостерігається ситуація, коли стимулів у підприємств до впровадження систем управління явно недостатньо, щоб вони переважили фінансові та трудові витрати, які необхідні для успішного впровадження системи. Відсутність усвідомлення на рівні більшості керівників підприємств та організацій того, що без сучасних систем управління вони не матимуть у найближчому майбутньому стабільності та зростання, має бути компенсоване адекватними діями з боку держави

Основним стимулом для впровадження СУЯ вітчизняними підприємствами є конкуренція на внутрішньому і зовнішніх ринках і, як наслідок, необхідність підвищення конкурентоспроможності продукції власного виробництва.

Враховуючи світові тенденції та аналізуючи сучасний стан забезпечення якості продукції на вітчизняних підприємствах, відзначимо, що Україна хоч і має нижчі показники, ніж в Європі у кількості впроваджених та сертифікованих СУЯ, НАССР та СЕК, але вже має достатній рівень усвідомлення необхідності використання ефективних механізмів управління та господарської діяльності на принципах впровадження та функціонування сучасних систем на основі міжнародних стандартів якості серії ISO.

Система якості функціонує водночас із рештою видів діяльності, які впливають на якість продукції чи послуги і взаємодіють з ними, її дія поширюється на всі етапи від початкового до кінцевого задоволення вимог і потреб споживача (в ISO серії 9000 - "петля якості"). Основні етапи "петлі якості" зображено на класичному рис. 1.3, вимоги до цих етапів наведено в табл. 1.1.



Рис. 1.3 "Петля якості"

Джерело: узагальнено на основі проведених досліджень

Таблиця 1.1

Вимоги до якості продукції

№	Етапи «петлі якості»	Суть вимог до якості продукції
1	2	3
1	Маркетинг	-давати точне визначення ринкового попиту в продукції; -давати чітке визначення вимог споживачів на основі постійного аналізу господарських договорів, контрактів, чи потреб ринку; -чітко інформувати в межах підприємства про всі вимоги, які висувають споживачі.
2	Проектування й розробка технічних вимог	-планування робіт при проектуванні; -комплекс заходів, спрямованих на запобігання помилок в проектуванні; -випробовування й вимірювання параметрів продукції на проектування; -перевірка відповідностей проекту початковим вимогам; -періодичний аналіз усіх компонентів проекту; -аналіз готовності споживача до використання продукції; -контроль за змінами проектів.
3	Матеріально-технічне постачання	-чітке встановлення вимог до покупних матеріалів; -означення процедур, методів і норм роботи з постачальниками; -вихідний контроль; -процедури узгодження з постачальниками планів вхідного контролю; -процедури положень щодо вирішення спільних питань з якості готової продукції і ведення презентаційної роботи; -реєстрація даних про якість покупної продукції і оцінка постачальників.
4	Підготовка виробництва та виробництво продукції	-має давати впевненість у тому, що технологічний процес і стан усіх елементів виробництва забезпечить виготовлення продукції відповідно до вимог технічної документації; -контроль та випробування готової продукції а також контроль та випробування в процесі виробництва; -результати оцінки слід використовувати для вироблення корегувальних заходів; стимулювання підрозділів та окремих працівників за якість; -цілеспрямовані планомірні поліпшення якості виготовленої продукції.
5	Після виробничі етапи	-забезпечення якості під час вантажно-розвантажувальних робіт, зберігання, транспортування, монтажу; -передбачення необхідних ресурсів, умов і заходів, які запобігали б появі дефектів на післявиробничих етапах; -забезпечення гарантованої роботи з провадження технічних консультацій, навчання персоналу, технічного обслуговування та ремонту виробів у період гарантійного терміну, постачання запасних частин, забезпечення інструментами для використання, складування монтажу введення в дію, експлуатації, обслуговування та ремонту виробів; -налагодження систем зворотнього зв'язку;

Продовження табл. 1.1

1	2	3
5	Після виробничі етапи	-забезпечення якості під час вантажно-розвантажувальних робіт,зберігання,транспортування, монтажу. -передбачення необхідних ресурсів,умов і заходів,які запобігали б появі дефектів на післявиробничих етапах; -забезпечення гарантованої роботи з провднення технічних консультацій,навчання персоналу,технічного обслуговування та ремонту виробів у період гарантійного терміну,постачання запасних частин,забезпечення інструментами для використання, складування монтажу введення в дію, експлуатації,обслуговування та ремонту виробів; -налагодження систем зворотнього зв'язку;
6	Безпека продукції	-проведення випробувань для оцінки проекту й дослідного зразка; -аналіз інструкції,рекламних матеріалів; -розробка заходів відстежування для забезпечення процесу повернення продукції у разі виявлення характеристик що не відповідають безпеці; -утилізацію продукції слід проводити тоді, коли є можливість,якщо матеріли,комплектуючі деталі, готова продукція не задовольнять чи можуть не задовольняти встановлені вимоги; -рішення стосовно використання продукції в тому вигляді як вона є (без преробки), мають супроводжуватися відповідними документами із зазначенням обґрунування цього висновку та необхідних заходів безпеки

Джерело: узагальнено на основі проведених досліджень

Якість продукції і затрати, пов'язані з якістю, стають важливим фактором економічного стану підприємств. Облік затрат на якість вимагає впорядкування збору первинної інформації про дефекти, затрати на їх усунення і пов'язаний з бухгалтерським обліком.

Для того, щоб операційна система продуктивно функціонувала, як правило, необхідно розв'язати низку проблем, основні з яких:

- всебічне вивчення ринку збуту продукції;
- забезпечення спроможності підприємства освоїти стабільне виробництво продукції, споживчих властивостей, які б відповідали вимогам замовників;

- формування й підтримування іміджу організації як надійного постачальника продукції, якість, ціна і терміни поставки якої повністю задовольняють партнерів.

Розв'язати ці проблеми можна лише шляхом проведення змін на підприємстві відповідно до рекомендацій і вимог світових стандартів ISO серії 9000, а систему якості, яка буде отримана в результаті впровадження одного із ISO, сертифікувати.

Етапи формування моделі якості на підприємстві:

- формування заінтересованості керівників і персоналу у створенні та функціонуванні системи якості;
- оцінка наявної системи управління виробництвом і якістю продукції;
- визначення цілей розвитку підприємства у сфері управління якістю продукції;
- розробка робочого плану системи якості і створення робочої групи з її реалізації;
- впровадження системи якості.

Оскільки відмінною рисою системи якості, яка відповідає вимогам стандартів ISO серії 9000, є суворі документованість її побудови й функціонування, то документація має оформлятися за стандартною ієрархією (рис 1.4)

Для забезпечення достатнього рівня результативності й ефективності управління системою якості слід створити певну організаційну структуру управління якістю.

Типові функції служби управління якістю:

- розподіл продукції і маркетинг;
- проектування й розробка;
- аналіз та оцінка якості проекту;
- аналіз технологічного процесу, контрольних карток;
- аналіз управління та зниження дефектності;
- контроль контрактів і якості закупівель;
- вхідний контроль;

- контроль і випробування;
- аналіз правил і технології зберігання і транспортування замовників;
- технічне обслуговування й ремонт;
- аналіз та оцінка надійності.

1.3. Методичні засади оцінки якості продукції на підприємстві

В умовах глобалізації проблеми, пов'язані з якістю продукції, що виробляється промисловими підприємствами України, є надзвичайно актуальними. Це зумовлено насамперед тим, що забезпечення належного рівня якості вітчизняної продукції є необхідною умовою для її реалізації на світовому ринку. Грошові потоки, що надійшли від експортних операцій у 2017 році, становили 47,9% ВВП України.

Аналіз структури надходжень показав, що за означений період 17,7% було забезпечено експортом послуг, а 82,3% – товарів. За даними Держкомстату, основними групами товарів українського експорту є продукція АПК та харчової промисловості – 37,6%, металургійного комплексу – 26,8%, машинобудування – 11,4%, мінеральні продукти – 9%, товари хімічної промисловості – 5,1%, деревна та паперова продукція – 4,2%, різноманітні промислові товари – 3,2%, продукція легкої промисловості – 2,7%

Основними торговельними партнерами України щодо експорту товарів є країни Європейського Союзу (46%), Азії (28,2%), СНД (13,7%), Америка (2,8%) тощо. Утримання відповідного рівня експорту вітчизняної продукції потребує постійного підвищення її якості. Беручи до уваги вищезазначене, гостро постає питання оцінювання якості промислової продукції та використання отриманих результатів під час розроблення управлінських рішень тактичного та стратегічного характеру щодо підвищення ефективності діяльності промислових підприємств.

У вітчизняній та зарубіжній економічній літературі досить глибоко вивчаються питання, що пов'язані з якістю продукції. Значний науковий внесок у розроблення теоретико-методичних основ оцінювання якості продукції зробили

І.І. Калашнік, В. Куць, О.І. Момот, Т.А. Салімова, Н.Г. Суханін, О.М. Язвінська та інші науковці.

При тому, донині немає єдиного загальноприйнятого методичного забезпечення оцінювання якості продукції на підприємстві.

На томість є аналіз методичного забезпечення оцінювання якості продукції та розроблення рекомендацій щодо його практичного застосування в умовах промислового підприємства.

В Україні поняття та терміни, які застосовуються в галузі управління якістю, визначаються міжнародними та національними стандартами.

Міжнародні стандарти встановлюють терміни з якості, пояснюють їх сутність та застосування у стандартах ISO серії 9000 «Системи якості».

У національних стандартах під якістю продукції розуміють сукупність властивостей, що зумовлюють придатність продукції задовольняти певні потреби споживачів згідно до її призначення.

Згідно з національними стандартами, «властивість продукції (продуктів, товарів, послуг, процесів) – це об'єктивна особливість продукції, що виявляється під час її розроблення, проектування, виготовлення, експлуатації та використання за призначенням або споживанням (для послуг)». Властивості, які визначають якість продукції, можуть характеризуватися ознаками якісної характеристики та параметрами (показники) якості (кількісна характеристика). Якість промислової продукції завжди характеризується комплексно, декількома показниками та певною кількістю окремо взятих ознак. На основі аналізу та узагальнення теоретико-методичних основ оцінювання якості продукції, які викладені в спеціальних та наукових джерелах, авторами статті запропоновано алгоритм оцінювання якості продукції. Запропонований авторами статті алгоритм передбачає послідовне проведення сукупності операцій, які в загальному вигляді зображено на рисунку 1.4. Згідно із запропонованим авторами статті алгоритмом, оцінювання якості промислової продукції починається зі встановлення мети. Залежно від мети оцінювання (вихід із продукцією на регіональний, національний, світовий рівень тощо) відбувається відбір ознак та показників, за якими доцільно

проводити оцінювання продукції. Наступним етапом є формування інформаційної бази, яка необхідна для встановлення відібраних ознак та розрахунку показників якості продукції. Під час її формування слід зважити на те, що для оцінювання якості кожного виду промислової продукції необхідним є врахування унікального набору властивостей, які дозволять найбільш повно та достовірно оцінити його якість. Залежно від специфіки продукції під час оцінювання її якості можуть бути застосовані різні види показників. На нашу думку, залежно від кількості властивостей, які характеризуються, показники якості доцільно розділити на: одиничні, відносні, базові, комплексні та узагальнюючі.

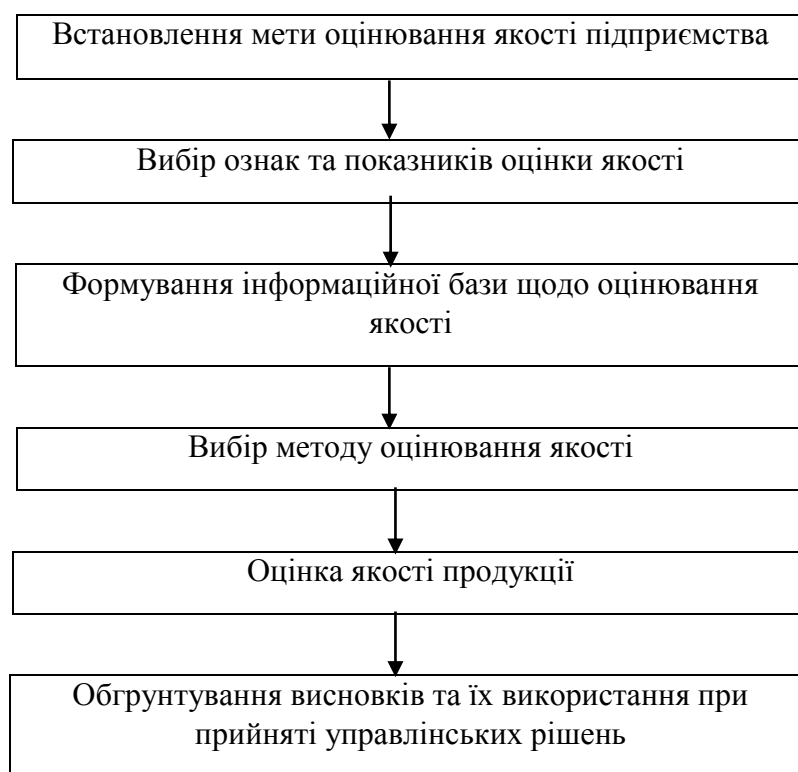


Рис.1.4 Алгоритм оцінювання якості продукції.

Джерело: узагальнено на основі проведених досліджень

Особливо наголосимо на тому, що в процесі господарської діяльності промислового підприємства важливо не тільки достовірно оцінити якість окремих виробів, але й визначити загальний рівень якості всієї сукупності продукції, що вироблена підприємством (цехом, ділянкою тощо). Для цього доцільно скористатися набором узагальнюючих показників.

До узагальнюючих показників оцінювання всієї продукції, що вироблена підприємством (цехом, ділянкою тощо), вважаємо за доцільне віднести: частку сертифікованої продукції в загальному обсязі виробленої продукції; частку продукції, призначеної для експорту, в загальному обсязі виробленої продукції; частку продукції, реалізованої за зниженими цінами, в загальному обсязі виробленої продукції; питому вагу браку в загальному обсязі виробленої продукції

На нашу думку, зазначені вище показники дозволять дати доволі повну оцінку якості всієї продукції, що вироблена на підприємстві, маркетингова політика якого зорієнтована на експорт.

Наступним етапом оцінювання якості продукції на підприємстві є вибір методу, за допомогою якого планується її оцінка. Проведений аналіз методичного забезпечення оцінювання якості продукції показав, що серед усієї сукупності наявних методів, найбільш вживаними є такі методи:

- Диференційний;
- Комплексний;
- Змішаний.

Сутність диференційного методу оцінки рівня якості продукції на підприємстві полягає, у порівнянні показників якості окремого виду продукції, за відповідними базовими показниками, окремо за кожною з найбільш вагомих характеристик.

Комплексний метод передбачає використання узагальненого показника якості, метод застосовують тоді, коли доцільно оцінити рівень якості лише одним числом.

Під час оцінки складної продукції за для оцінки рівня її якості використовують змішаний метод, тобто диференційний і комплексний методи разом.

Особливо слід звернути увагу на те, що проведення оцінювання якості продукції промислового підприємства та отримання певних результатів оцінки не є самою ціллю. На нашу думку, важливим є саме використання отриманих результатів оцінювання якості промислової продукції під час розроблення

управлінських рішень тактичного та стратегічного характеру. Це зумовлено тим, що в умовах жорсткої конкуренції споживачі великою мірою оцінюють підприємство, спираючись саме на якість виробленої ним продукції, отже, результати оцінювання якості промислової продукції мають бути базисом для розроблення заходів, спрямованих на підвищення ефективності роботи промислового підприємства та забезпечення його успішної діяльності на ринку.

Якість характеризується властивостями продукції. Властивість – це об’єктивна особливість продукції, яка може виявлятися під час її створення експлуатації а також споживання. Властивості, в свою чергу, характеризуються показниками якості продукції, за який приймають кількісну характеристику однієї чи кількох властивостей продукції, що характеризують її якість, яку розглядають стосовно визначених умов створення та експлуатації чи її споживання.

Розглянемо класифікацію показників якості, за формою вони на абсолютні та відносні.

Абсолютний показник представляє собою фактичне значення показника якості і виражається у натуральних чи у вартісних одиницях виміру.

Методи визначення величини абсолютних показників якості виробу:

- Органолептичний – базується на використанні органів чуття людини.
- Вимірювальний – з використанням вимірювальних засобів;
- Реєстраційний – фіксація деяких подій, фактів, документів, витрат;
- Розрахунковий метод – шляхом використання формул;
- Соціологічний метод – збирання думок фактичних або можливих споживачів;
- Експертний метод – на підставі думок експертів;
- Статистичний – з використанням правил економічної та математичної статистики.

Відносний показник якості є відношенням абсолютного показника виробу, що оцінюється, до абсолютного значення відповідного показника виробу-зразка на приклад:

- потреба споживача;

- вимоги стандартів;
- представлені на ринку виробу конкурентів.

Найчастіше останні є базою порівняння, оскільки вони є найбільш доступними для використання.

За видом властивостей показники якості поділяють на споживчі та економічні. Споживчі ж в свою чергу, поділяються на технічні та маркетингові і комерційні.

Технічні показники якості – це показники властивостей продукції, надані їй у процесі проектуваннята виробництва і експлуатації. Технічні показники, надані на стадії проектування, в свою чергу, поділяються на функціональні, які визначають корисність виробу, зручність його функціонування, експлуатації і споживання, а також естетичні, які в свою чергу визначають рівень естетичності, та зовнішньої привабливості, а також красу даного виробу. Найважливішими серед технічних показників є функціональні, так як вони визначають корисність даного виробу для споживача. Функціональні показники, в свою чергу, поділяються на показники призначення, ергономічні, довговічності, нормативні та патентної чистоти;

Технічні показники, надані на стадії виготовлення (якість виготовлення) визначаються ступенем дотримання технологічної та дисципліни. За для характеристики якості виготовлення продукції використовуються коефіцієнти сортності та дефектності.

Технічні показники, надані на стадії експлуатації (якість експлуатації) визначаються якістю проектування і якістю виготовлення виробу. Деякі фірми гарантують показники якості експлуатації (наприклад, термін носіння без ремонту), роблячи їх тим самим конкурентними перевагами.

На конкурентоспроможність та якість продукції в сучасних умовах значною мірою впливають маркетингові та комерційні показники якості, такі як репутація виробника, фірмова марка, реклама, сервісне обслуговування, система продажу та ін.

1.4 Нормативно правове та інформаційне забезпечення якості продукції на підприємстві

На даний час в умовах ринкових відносин, коли всім підприємствам і організаціям надане право самостійного виходу на зовнішній ринок, вони зіштовхуються з проблемою оцінки якості своєї продукції.

Міжнародний досвід свідчить про те, що необхідним інструментом гарантуючим відповідність якості продукції вимогам нормативно-технічної документації (НТД) є сертифікація.

Сертифікат від лат. certim - вірно, facere - робити.

Сертифікація в міжнародній термінології визначається як установлення відповідності. Національні законодавчі акти різних країн конкретизують: відповідність чому встановлюється, і хто встановлює цю відповідність

Сертифікація - це документальне підтвердження відповідності продукції визначеним вимогам, конкретним стандартам чи технічним умовам.

Сертифікація продукції являє собою комплекс дій, проведених з метою підтвердження за допомогою сертифіката відповідності, що продукція відповідає визначеним стандартам чи іншим НТД.

Більшість закордонних компаній витрачають великі кошти і багато час на доведення споживачу, що саме їхня продукція має високу якість. Наприклад так, по закордонних джерелах величина витрат на ці роботи складає близько 1-2% усіх витрат підприємств-виготовлювачів.

У деяких випадках витрати можна порівняти з витратами на досягнення якості. Це робиться не випадково, так як сертифікація є дуже ефективним засобом розвитку торгово-економічних зв'язків країни, просування продукції підприємства на зовнішній а також внутрішній ринок збуту, і закріплення на них на досить тривалий період часу. Саме все привело до широкого поширення сертифікації.

Сертифікація з'явилася в зв'язку з необхідністю захистити внутрішній ринок від продукції поганої яка є непридатною для використання. Питання безпеки, захисту здоров'я і навколишнього середовища змушують законодавчу владу, з

одного боку, установлювати відповідальність постачальника (виробника, продавця і так далі) за введення в обіг недоброякісної продукції; з іншого боку - встановлювати обов'язкові до виконання мінімальні вимоги, які стосуються характеристик продукції, що вводиться в обіг. До першого відносяться такі законодавчі акти, як наприклад, Закон "Про захист прав споживачів", прийнятий в Україні, чи закон про відповідальність за продукцію, прийнятий у країнах Європейського Співтовариства. Закони, що встановлюють мінімальні вимоги по характеристиках, можуть відноситися в цілому до групи продукції чи до окремих її параметрів. Прикладом таких законів можуть стати закон про іграшки, закон про електромагнітну сумісність і тд.

Таким чином, встановлюється обмеження на введення в обіг продукції, що у цілому чи по яких-небудь окремих параметрах підпадає під дію законодавчих актів. При цьому говорять, що продукція попадає в законодавчо регульовану область. Таким чином якщо характеристики продукції в цілому і частково не підпадають під дію національних законів, то відповідно така продукція може вільно переміщатися в межах відповідного ринку, і при цьому говорять що продукція попадає в законодавчо не регульовану область.

Для введення в обіг продукції, що попадає в законодавчо регульовану область, потрібно офіційне підтвердження того, що вона відповідає всім пред'явленим законодавством вимогам. Однієї з форм такого підтвердження є сертифікація продукції, проведена незалежною третьою стороною (перша - виготовлювач, друга - споживач).

У випадку одержання позитивного результату, у процесі сертифікації видається документ, який називається "сертифікат відповідності", що підтверджує відповідність продукції всім мінімальним вимогам, установленим національним законодавством. Даний документ є пропуском на ринок у законодавчо регульованій області.

Продукція в законодавчо не регульованій області може безперешкодно переміщатися всередині ринку, і при цьому, до неї офіційно не пред'явлені вимоги по установленню відповідності. Проте, у контрактній ситуації, споживач може

зажати від постачальника доказ відповідності продукції визначеним вимогам, наприклад, відповідності конкретному стандарту чи групі стандартів, відповідності специфічним вимогам, пред'явленим самим споживачем (і в тому числі - відповідності умовам контракту). У цьому випадку, сертифікація третьою стороною також може виступати, як підтвердження виконання умов, що буде зафіксовано в сертифікаті відповідності конкретним, установленим споживачем та вимогам.

Постачальник у законодавчо не регульованій області може проводити сертифікацію своєї продукції незалежною третьою стороною і за власною ініціативою. При цьому він запитує підтвердження відповідності своєї продукції характеристикам, обраним на свій розсуд. Постачальник може запросити установлення відповідності своєї продукції визначеним стандартам, визначеним технічним параметрам, змісту паспорта чи рекламного матеріалу на виріб і т.д. Оскільки процедура сертифікації дуже дорога, то вона може викликати або зниження прибутку постачальника, або збільшення вартості продукції, що у свою чергу може знизити її конкурентноздатність на ринку. Тому постачальник повинний чітко представляти механізм отримання вигоди з процедури сертифікації, наприклад, за допомогою проведення рекламної компанії з залученням висновку незалежної третьої сторони.

У керівництві ISO визначені вісім схем сертифікації третьою стороною.

1. Испити зразка продукції.
2. Испити зразка продукції з наступним контролем на основі нагляду за заводськими зразками, закуповуваними на відкритому ринку.
3. Испити зразка продукції з наступним контролем на основі нагляду за заводськими зразками.
4. Испити зразка продукції з наступним контролем на основі нагляду за зразками, придбаними на відкритому ринку й отриманими з заводу.
5. Испити зразка продукції й оцінка заводського керування якістю з наступним контролем на основі нагляду за заводським керуванням якістю й іспитів зразків, отриманих із заводу і відкритого ринку.

6. Тільки оцінка заводського керування якістю.
7. Перевірка партій виробів.
8. 100 процентовий контроль.

На рівні європейських країн, взаємини суб'єктів сертифікації регулюються серією європейських стандартів EN 45000. Багато органів по сертифікації й дослідницькі лабораторії, що здійснюють іспити з метою сертифікації, проходять акредитацію, тобто одержують офіційне визнання того, що вони можуть проводити визначені види діяльності. Зокрема, акредитація може полягати в тім, що орган по акредитації, керуючись стандартами EN 45002 чи EN 45010, перевіряє виконання дослідницькою лабораторією чи органом по сертифікації стандартів EN 45001 чи EN 45011, відповідно.

Для дослідницької лабораторії результатом акредитації є визнання її технічної компетенції з проведення визначених видів досліджень, у той час як орган по сертифікації повинний бути визнаний як компетентний і гідний довіри при функціонуванні у визначеній системі сертифікації продукції. Ціль акредитації звичайно формулюється в такий спосіб:

- підвищення якості і професійної компетенції дослідницьких лабораторій і органів по сертифікації;
- забезпечення конкурентноздатності і визнання продукції на зовнішньому і внутрішньому ринках.
- визнання результатів іспитів та досліджень і сертифікатів на внутрішньому і зовнішньому ринках;

Попри те, багато дослідницьких лабораторій і органи для сертифікації не проводять у себе акредитацію, не без підстави вважаючи, що довіри і визнання компетенції можна досягти з меншими витратами і що зміст в акредитації може бути тільки тоді, коли в організації є занадто багато вільних засобів.

У дійсності міжнародні акти, у тому числі європейські стандарти, не вимагають проведення акредитації для виконання робіт з метою сертифікації. Виключення складають деякі законодавчі акти, які прийняті на рівні окремих країн і Зокрема, у Німеччині регламентується необхідність акредитації всіх без винятку

організацій, що проводять сертифікацію в області електромагнітної сумісності; а в Росії повинні бути акредитовані всі органи по сертифікації й іспитові лабораторії, що здійснюють діяльність для сертифікації.

А також ще одним способом підтвердження відповідності продукції є декларація про відповідність, у якій постачальник, відповідно до стандарту EN 45014, заявляє під свою відповідальність про те, що конкретна продукція відповідає конкретному стандарту чи іншому нормативному документу, на який дана декларація посилається. При цьому постачальник повинний забезпечити дотримання необхідних параметрів у припустимих межах і контролювати усі види своєї діяльності на всіх етапах виробництва. Про те якщо постачальник дійсно здатний стабільно виконувати і контролювати виконання вимог стандарту чи іншого документа, на який він посилається в декларації про відповідність, то можливо, даний спосіб установа відповідності буде для такого постачальника найбільше економічно доцільним. Проте, навіть при виконанні всіх умов стандарту EN 45014, постачальник може розділити ризик відповідальності за продукцію з органом по сертифікації, запросивши сертифікацію даної продукції незалежною третьою стороною.

Застосування українськими підприємствами сертифікації продукції в умовах ринкових відносин дає наступні переваги:

- сприяє більш тривалому успіху і захисту в конкуренції з виготовлювачами несертифікованої продукції;
- зменшує імпорт у країну аналогічною продукції;
- запобігає надходження в країну імпортової продукції не відповідного рівня якості;
- стимулює поліпшення якості НТД шляхом встановлення в ній більш прогресивних вимог;
- сприяє підвищенню організаційно-технічного рівня виробництва;
- стимулює прискорення НТП.
- забезпечує довіру внутрішніх і закордонних споживачів до якості продукції;

- полегшує і спрощує вибір необхідної продукції споживачами; забезпечує споживачу одержання об'єктивної інформації про якість продукції.

Уся сертифікаційна діяльність здійснюється у відповідній системі що має власні правила і керівні положення.

Ціль збору даних у процесі вартісного аналізу якості може полягати в наступному:

- визначення величини витрат по видах для зміни їхньої структури;
- збільшення обсягу виробництва без зниження якості продукції з колишнього обсягу ресурсів за рахунок зменшення і ліквідації відходів;
- аналіз відхилень від установлених вимог;
- контроль продукції;
- установлення ціни на продукцію й ін.;
- виявлення конкурентноздатності продукції на існуючих ринках;
- визначення розмірів необхідних капіталовкладень;
- виявлення взаємозв'язків витрат на якість продукції і результатів господарської діяльності підприємства;
- зниження витрат на одиницю продукції при збереженні її колишньої якості;
- зниження витрат на вироби при одночасному поліпшенні їхніх властивостей.

Звідси видно, що частина даних про якість, що стосується технічних особливостей виробу і його виробництва, знаходиться на підприємстві-виготовлювачі, а інша в зовнішньому середовищі тобто в сфері реалізації чи на конкуруючому підприємстві.

Дані для аналізу витрат на якість можуть бути первинними, як правило, це технічні й інші параметри виробів, що містяться в ТУ, ДСТ, сертифікатах а також інших документах, які підтверджують якість продукції, та вторинними, що виходять у результаті обробки первинних.

Існує величезна кількість облікових реєстрів, варіюємих на різних підприємствах у залежності від роду діяльності, типу продукції, що випускається, і т.п. (табелі, звіти про витрати, замовлення на постачання, звіти про переробку продукції і т.д.). Як приклад можна привести реєстрацію дефектів контролером ВТК штампованої пластикової деталі. Дана форма дозволяє бачити причини браку і швидко визначати нанесений їм збиток і його винуватця.

Більш складним, трудомістким і дорогим є одержання зовнішньої інформації. Частина її міститься в рекламних проспектах, прайс-листах, матеріалах періодичної преси і спеціальній літературі. Ці дані більш надійні в порівнянні з одержуваними в сфері реалізації шляхом проведення спеціальних вибірових обстежень по вивченню думки споживачів про ціну і якість продукції. Однак інформацію, одержувану з вибірових обстежень, важко чим-небудь замінити, якщо підприємство хоче врахувати бажання покупців для збільшення обсягу продажів шляхом поліпшення властивостей продукції. З цією метою можна використовувати опитування продавців чи покупців продукції і проводити анкетування населення, яких у процесі обробки даних необхідно розбити на групи (класи). Це дозволить знати думку різних соціальних, вікових і інших груп населення про продукцію підприємства з використанням типової вибірки для одержання інформації.

При зборці таких даних по обмеженому числу споживачів, особливо при малій вибірці, зручно використовувати діаграми розсіювання, що дозволяють вивчити залежність між парами перемінних, наприклад ціною і зовнішнім оформленням, упакуванням товару. Цими перемінними можуть бути:

- а) дві різні характеристики якості;
- б) два фактори, що впливають на одну характеристику якості;
- в) характеристика якості чи фактор, що впливає на неї.

Діаграма розсіювання будується в чотири етапи:

На першому в таблиці записують дані, що збираються, між якими вивчається залежність.

На другому будується шкала значень показників шляхом розподілу різниці між їх максимальною і мінімальною величинами на бажане число частин. На осі X відкладають значення факторної, а на осі y - значення результативної ознаки.

На третьому етапі будують діаграму розсіювання шляхом нанесення крапок, які були отримані у результаті спостереження, на графік.

На четвертому заключному етапі вносять адресні: назва діаграми, час спостереження, ім'я виконавця й інші необхідні дані.

Таким чином, незважаючи на різнобічність інформації, що характеризують витрати на якість продукції, і фактори, що впливають на нього і на подібні витрати, необхідно і цілком можливо вже на етапі формування даних використовувати наочні форми їхнього представлення в сполученні з методиками первинного аналізу: угрупованням, графічним аналізом і т.д. Це значно прискорює процес аналізу і полегшує подальше використання його з метою статистико-математичних методів.

Законодавство України у сфері регулювання управління якістю базується на цілому комплексі законодавчих .

Нормативно-правове забезпечення та державне регулювання управління якістю формується з декількох складових, які доцільно поділити на дві групи – перша, що впливає опосередковано та друга - безпосередньо.

Організаційну основу системи сертифікації УкрСЕПРО становлять державні стандарти України наведено таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Державні стандарти України

Код державного стандарту	Назва державного стандарту
ДСТУ 3410-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Основні положення;
ДСТУ 3411-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до органів з сертифікації продукції та порядок їх акредитації;
ДСТУ 3412-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до випробувальних лабораторій та порядок їх акредитації
ДСТУ 3413-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Порядок проведення сертифікації продукції;
ДСТУ 3414-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Атестація виробництва. Порядок проведення;

Продовження табл. 1.2

1	2
ДСТУ 3415-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Реєстр Системи;
ДСТУ 3416-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Порядок реєстрації об'єктів добровільної сертифікації;
ДСТУ 3417-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Процедура визнання результатів сертифікації продукції, що імпортується;
ДСТУ 3418-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до аудиторів та порядок їх атестації;
ДСТУ 3419-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Сертифікація систем якості. Порядок проведення;
ДСТУ 3420-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до органів з сертифікації систем якості та порядок їх акредитації;
ДСТУ 3498-96	Система сертифікації УкрСЕПРО. Бланки документів. Форма та опис;

Джерело: складено автором за джерелами [9]

У теперішній час в Україні діє державна система сертифікації продукції УкрСЕПРО. УкрСЕПРО - українська національна система сертифікації, роботи в якій визначають 149 органів з сертифікації продукції (робіт, послуг) та 811 випробувальних лабораторій (центрів). Головним інститутом в системі Державного Комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики по розробці науково - методичних та організаційних засад сертифікації продукції, послуг, систем якості є Український науково-дослідний інститут стандартизації, сертифікації та інформатики (УкрНДІССІ). УкрНДІССІ здійснює інформаційне забезпечення підприємств і організацій з питань сертифікації.

Висновки до розділу 1

В даному розділі ми розібрали значення поняття якості продукції, а також дізнались про різні трактування даного терміну , також розібрали різні системи управління якістю на підприємстві ,також ми дізналися як оцінити якість продукції, як її оцінюють в інших країнах, розібрали різні типи сертифікації, та зрозуміли що потрібно українським підприємствам для підвищення конкурентно спроможності. З вище переліченої інформації стало зрозуміло що українським підприємствам для виходу на світовий ринок потрібно приділити більше уваги сертифікації, відправляти своїх працівників на курси для підвищення кваліфікації,

а також приділити увагу матеріальній та технічній базі підприємства, якщо керівники підприємств приймуть це до уваги у них є всі шанси вийти на європейський ринок, завоювати довіру покупців і авторитет серед своїх конкурентів. Це стосується не тільки великих заводів і фабрик, а в першу чергу маленьких підприємств яким конче необхідно виходити на інші ринки, для того в подальшому розвиватися, підіймати нашу країну на перші місця в світовому ринку, а також щоб забезпечувати робочими місцями молодих спеціалістів.

Попри це ми розібрали різні системи управління якістю на підприємстві. А також нормативно правове забезпечення якості продукції.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМКИ УДОСКОНЕЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄСТВІ ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

2.1. Організаційно-управлінський аналіз підприємства

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» Засноване 22.06.2018 року. Знаходиться за адресою Житомирська область в село Тетерівка

Основним видом економічної діяльності є: Виробництво м'яса 10.11.

Дане підприємство знаходиться в приватній власності, має два співвласника, а також найманого директора, який регулює роботу підприємства.

Основним видом економічної діяльності даного підприємства є виготовлення м'яса (телятина, баранина, свинина), продаж продукції орієнтованій на експорт, але також за необхідності продукція може продаватись і на території країни.

Опис технології виробництва з наведенням схеми технологічного процесу та характеристики організації виробництва.

Виробництво яловичини складається з вирощування на м'ясо надремонтного молодняку і відгодівлі дорослої худоби. У молочному скотарстві надремонтний молодняк виділяють уже в 6-міс. віці, переводять його на годівлю заміниками незбираного молока й інтенсивно вирощують на м'ясо. Надремонтний молодняк, призначений для вирощування на м'ясо, після відлучення від корів у 8-міс. віці гуртують за статтю, живою масою й відправляють на комплекси з вирощування великої рогатої худоби на м'ясо. З урахуванням напряму і рівня спеціалізації господарств, ферм та комплексів розроблені технологічні рішення для найбільш повного використання наявного поголів'я великої рогатої худоби і збільшення виробництва яловичини.

Значного поширення набули комплекси з інтенсивного вирощування великої рогатої худоби на м'ясо за трьома технологіями:

- технології повного циклу виробництва передбачають комплектування спеціалізованих ферм і комплексів молодняком 3-4тижневого віку і їх інтенсивне вирощування до забою у 12-18-міс. віці середньою живою масою 400-600 кг; такі ферми й комплекси комплектують телятами молочних і комбінованих порід;
- розроблені і рекомендуються технології для господарств, що спеціалізуються на вирощуванні молодняку великої рогатої худоби з 6-8-віку до забою у 12-18-міс. віці середньою живою масою 400-550 кг; за таким варіантом внутрішньогалузевої спеціалізації створюються міжгосподарські підприємства (комплекси), в які господарства передають телят м'ясних та молочних порід;
- впроваджуються технології інтенсивного виробництва яловичини в господарствах, на фермах і комплексах, що спеціалізуються на відгодівлі великої рогатої худоби; за таких технологій використовують молодняк передзабійного віку (за 3-4 міс. до забою) і доросле вибракуване поголів'я; відгодівлю худоби, як заключну технологічну стадію виробництва яловичини, організовують у великих господарствах чи міжгосподарських підприємствах, які мають відповідний напрям внутрішньогосподарської спеціалізації.

В основі всіх цих технологій має бути спільний спосіб утримання худоби. Тварин, як правило, утримують безприв'язно в клітках по 15-20 голів. До кожної з них підведено воду. Роздавання кормів і видалення гною механізовано. Підлога кліток має бути з твердим покриттям. Вона ставиться як на відкритих майданчиках, так і в приміщеннях залежно від кліматичних умов. Окремі комплекси механізації й автоматизації всіх трудомістких процесів, в яких розміщують 400-600 голів худоби. У невеликих фермерських господарствах можна застосувати і прив'язну і безприв'язну системи утримання тварин. Вибір диктують наявність приміщень, засобів механізації та кормової бази. Всі елементи кожної з технологій спрямовані на одержання високих (понад 1000 г) середньодобових приростів протягом усього роблять галузь прибутковою. відгодівельного періоду. При цьому затрати корму на 1 кг приросту повинні становити розраховані на прив'язне утримання худоби. Це, як правило, приміщення з сучасними засобами 6-8 к. од. і забезпечувати такі інші виробничо-економічні показники.

Товарну оцінку м'яса і оброблення туш виконують згідно ГОСТ 779-55. "М'ясо-яловичина в напівтушах і четвєртинках". Стандарт розповсюджується на м'ясо дорослих тварин і молодняка великої рогатої худоби. Залежно від вгодованості худоби туші підрозділяють на дві категорії - першу і другу (рис 2.1)

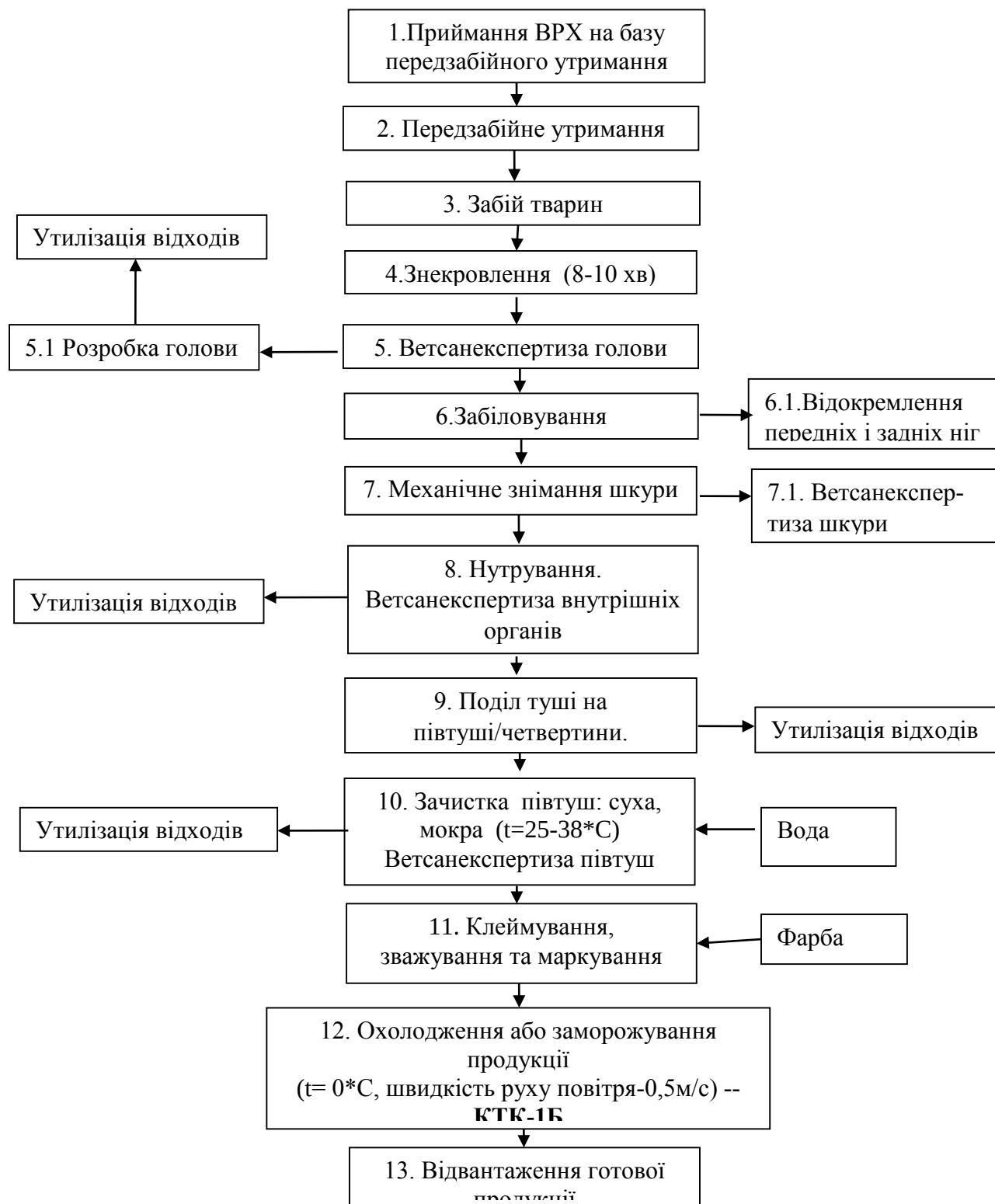


Рис.2.1. Бізнес-процеси ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

У теорії і господарській практиці сформувалося досить чітке уявлення про склад економічних ресурсів підприємства. До складу економічних ресурсів звичайно включають:

- трудові ресурси;
- фінансові ресурси;
- матеріальні ресурси, які складаються з основних фондів (засобів) і оборотних активів;
- нематеріальні ресурси;
- інформаційні ресурси.

Трудові ресурси чи персонал підприємства – це сукупність фізичних осіб, які знаходяться з підприємством як з юридичною особою у відносинах, регульованих КЗпП України й іншими правовими актами про трудову діяльність і наймання.

Фінансові ресурси – це кошти, які формуються при утворенні підприємства і поповнюються в результаті господарської діяльності за рахунок продажу товарів, виконання робіт і надання послуг, а також шляхом залучення зовнішніх джерел фінансування.

Матеріальні ресурси – включають основні фонди й оборотні активи підприємства.

Ключовими постачальниками сировина на підприємство є ферми які нахдятся як в державній так і в часній власності,зокрема це е ферми які знаходяться на території житомирської області. До прикладу можна взяти Іваницьке фермерське господарсто, яке находит в приватній власності. Співробітництво ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» з даною фермою є дуже вигідним як для одної так і для іншої строни,це іде за рахунок того, що вони знаходяться недалеко один від одного, що дає змогу зекономити на логістичній доставці.

Основними видим реалізації продукції підприємства є експорт,зокрема продукція відпраляється до Казахстану, Білорусії. Для тогу, щоб наладити співробітництво з даними країнами підприємство пройшло довгий і тяжкий шлях, для початку підприємству прийшлося замінити всю матеріально технічну базу (було проведенно ремонт всіх приміщень, для того щоб добитися необхідних

санітарних норм які відповідають нормам сертифікації ЄС тобто сертифікації степені ISO 9001), також було повністю замінено все обладнання (Холодильні цехи на підприємстві) їх 4 штуки, також повністю було замінено обладнання в цеху де проходить виготовлення м'ясної продукції, для того щоб добитися необхідної якості продукції ,також було закуплене обладнання для упаковки продукції.

До асортименту продукції на ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ »входять:

Блоки із яловичини знежированої(вищий ґатунок, перший ґатунок, другий ґатунок), антрикот, биток, вирізка, дитяче харчування, стегова частина, лопаткова частина.

Субпродукти яловичі: аорта, вим'я, відходи переробки, губи, вуха, діафрагма, жилка, жилка станова, жир-сирець обвалочний, жир внутрішній, жир кишковий, калтик, легені І кат., м'ясообрізь, мозок, нирки, печінка І кат.,серце, м'ясокістковий-хвіст, шкури мокросолені(коров/бики), язик.

Організаційна структура підприємства- упорядкована сукупність служб, відділів, підрозділів і окремих посадових осіб, що знаходяться у взаємозв'язку і співпідпорядкованості і виконують певні управлінські функції

Кількість та склад типів організаційних структур в різних літературних джерелах коливається від п'яти до тридцяти.

Найчастіше зустрічаються:

- 1:Лінійні
- 2:Функціональні
- 3:Лінійно-функціональні
- 4:Дивізіональні
- 5:Матричні структури

Організаційною структурою ТОВ"ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ" є Лінійна.

Конкуренти ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

Основним конкурентом досліджуваного підприємства є ООО «Мясна гільдія»

При цьому конкурент має більші виробничі можливості,але підприємство ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» являється конкуренто спроможним так як

напревлене лише на виготовлення м'яса, а конкурент має більший асортимент продукції, досліджуване підприємство за рахунок того що мають один напрям роботи і можуть виготовляти досить якісну продукцію заробили досить не погону репутацію як на території країни так і за кордоном, вони мають своїх постійних закупників, за рахунок цього продукція яку вони виробляють завжди свіжа і надлежно якості, що дає можливість не тільки покрити всі свої витрати, но і на цьому заробити, майже всі зароблені гроші підприємство вкладає в свій розвиток так як це ще молоде підприємство і йому є куди розвиватися.

Вибір методу збуту продукції є досить складним і важливим для підприємства процесом. Як зазначалося раніше, існує декілька шляхів вибору методів збуту. Розглянемо основні з них детальніше.

Прямий - виробник безпосередньо збуває продукцію покупцям.

Побічний- збут орієнтований на незалежних посередників.

Комбінований- збут здійснюється через організацію зі спільним капіталом виробника та незалежного посередника.

Розглянемо, за яких умов доцільним є вибір прямого каналу товароруку:

- якщо кількість пропонованого товару є досить великою і виправдовує чималі витрати на прямий збут;
- коли ринок споживачів концентрований;
- коли товар вимагає високоспеціалізованого сервісу;
- обсяг пропонованої партії достатній для заповненого контейнера чи вагона;
- за наявності мережі власних складів на ринках;
- товар є вузькоспеціалізованим, тобто виготовляється за технічними умовами покупця;
- часто коливається ціна;
- ціна продажу набагато перевищує собівартість, що виправдовує вимоги прямого збуту.

Найпоширенішим способом такого методу є розпродаж на "рознос", тобто через власні магазини.

Виробники часто використовують метод непрямих каналів збуту, тобто через посередників. Розглянемо ці канали. Побічний метод збуту продукції здійснюється через канали товароруху.

Маркетологи виділяють такі їх види:

- 1) однорівневий канал;
- 2) дворівневий канал;
- 3) трирівневий канал.

Якщо брати стосовно досліджуваного підприємства воно націлене на прямий напрямок збуту, а також має власний магазин який знаходиться на території підприємства.

На даний момент часу підприємство направлено на продаж товару за кордон (експорт), зокрема основною країною співробітництва є Казахстан.

Співробітництво з даною країною уже проходить близько 1 року, за цей період часу підприємство себе дуже добре зарекомендувало так як надає продукція підходящої якості ISO 9001, також завжди дотримується терміну доставки, для доставки продукції підприємство звертається до логістичних компаній які надають машини з холодильником щоб продукція за період доставки не зіпсувалась.

На даному підприємстві є дві відповідальні людини які несуть відповідальність за якість продукції і документацію. Цими людьми є директор а також головний бухгалтер

Таблиця 2.2

Бізнес процеси ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

Бізнес-процес	Операція
1	2
1. Аналіз ринку і потреб споживача	1.1. Визначення потреб, та побажань споживачів. 1.2. Вимірювання задоволення споживачів. 1.3. Здійснення моніторингу, змін на ринку.
2. Розроблення стратегічного бачення і місії компанії.	2.1. Здійснення моніторингу зовнішнього середовища. 2.2. Визначення концепції бізнесу і стратегії організації. 2.3. Розроблення організаційної інфраструктури і системи. взаємодій між організаційними одиницями. 2.4. Розроблення та ранжировання цілей організації.

Продовження табл. 2.2

1	2
3.Розроблення нових товарів,чи послуг.	3.1.Розроблення концепції нового виробу,чи послуг. 3.2.Розроблення,створення і оцінювання прототипів. 3.3.Удосконалення існуючих виробів/послуг 3.4.Тестування ефективності нових і вдосконалених виробів/послуг.
4.Продаж товарів чи послуг	4.1.Позиціонування на сегментах ринку 4.2.Оброблення замовлень споживачів
5.Виробництво,і забезпечення виробництва	5.1.Тип переробної підсистеми(стратегія,процесу) 5.2.Основні етапи технологічного процесу. 5.3.Просторова організація діяльності. 5.4.Виробнича інфраструктура. 5.5.Система планування та управління.
6.Виставлення рахунків і обслуговування споживачів	6.1.Виставлення рахунків. 6.2.Здійснення післязбутового обслуговування 6.3.Реагування на запити споживачів.
7.Управління людськими ресурсами.	7.1.Розроблення стратегії в галузі персоналу. 7.2.Деталізація стратегії до рівня функцій. 7.3.Здійснення відбору і влаштування персоналу. 7.4.Навчання та розвиток персоналу. 7.5.Управління продуктивністю праці. 7.6.Забезпечення належних умов праці.
8.Управління інформаційними ресурсами.	8.1.Планування розроблення,та розгортання системи інформаційної підтримки управління підприємством. 8.2.Упровадження системної безпеки та контролю. 8.3.Керівництво зберіганням та пошуком даних. 8.4.Керівництво використанням машинного часу 8.5.Забезпечення системи розподіленого доступу і мережових комунікацій. 8.6.Оцінювання якості інформації

Джерело: розробка автора.

Організаційна структура ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» представлена на рис 2.2

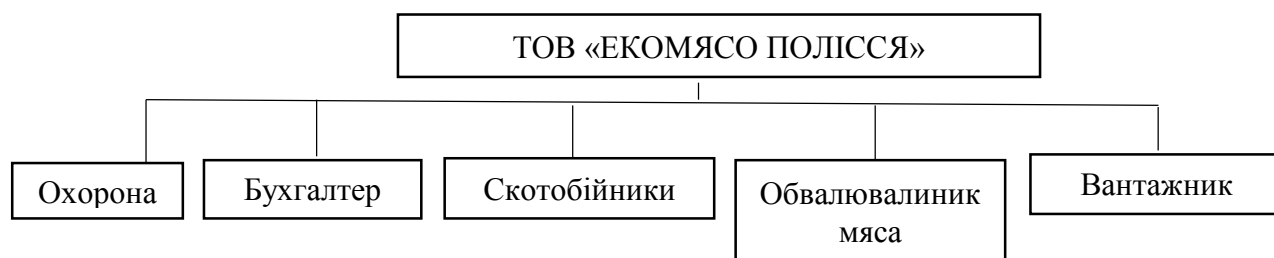


Рис. 2.2. Існуюча організаційна структура ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» на 2020 рік.

Джерело: розробка автора

SWOT-аналіз представлений ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» на рисунку 2.3

Сильні сторони	Слабкі сторони
• надання робочих місць місцевому населенню; • зручне розміщення недалеко від міста; • хороше технічне забезпечення підприємства; • продукція високої якості; • велика кількість постійних клієнтів;	• відсутність стратегії для розвитку підприємства • не використовуються інструменти маркетингу • вузький асортимент продукції.
Можливості	Загрози
• створення власного сайту з метою збільшення клієтської бази. • відкриття фірмових магазинів. • розширення асортименту продукції.	• відкриття схожого підприємства з більшим асортиментом продукції та стратегією розвитку яке може витиснути з ринку дане підприємство. • проблеми з пошуком нових постачальників

Рис. 2.3. SWOT-аналіз ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

Джерело: розробка автора.

Таким чином, провівши SWOT-аналіз ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» ми встановили, що незважаючи на ряд сильних сторін, мають місце слабкі сторони, зокрема: Відсутність стратегії для розвитку підприємства; Не використовуються інструменти маркетингу; Вузький асортимент продукції.

Враховуючи обмеженість власних коштів підприємства, пропонуємо використати наступні можливості: створення власного сайту з метою збільшення клієтської бази; Відкриття фірмових магазинів з метою збільшення продажу продукції; Розширення асортименту продукції щоб збільшити кількість постійних клієнтів.

Використання можливостей в діяльності підприємства дозволить подолати слабкі сторони та зменшити вплив загроз.

2.2 Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

Визначення всіх фінансово-економічних даних про діяльність необхідне для повного і ґрунтовного аналізу ефективності роботи, прибутку компанії, платоспроможності, фінансового стану та рентабельності продукції. А також дані

значення відіграють вагому роль для керівництва компанії, в момент прийняття управлінських рішень, співпраці з інвесторами, кредиторами чи майбутніми партнерами.

Проаналізуємо основні економічні показники діяльності ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ», а також їхню зміну протягом 2018 -2020 рр.

З наведених, у таблиці 2.3, даних можна зробити висновок, що у 2020 році чистий дохід від реалізації продукції ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» меншився в порівнянні з 2018 роком на 4692,2 тис.грн.

Валовий прибуток у 2020 році зменшився у порівнянні з 2018 роком на 4180,1 тис. грн., чи на 26,94%. Він характеризує ефективність діяльності виробничих підрозділів. Зменшення валового прибутку може свідчити про зниження ефективності виробництва.

Таблиця 2.3

Основні економічні показники діяльності ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

№	Показник	Роки			Відхилення 2020 р. до 2018 р.	
		2018	2019	2020	+/-	%
1	Чистий дохід, тис. грн.	15451,1	18757,9	10758,9	-4692,2	-30,37
2	Валовий прибуток, тис. грн.	15515,2	18777,3	11335,1	-4180,1	-26,94
3	Чистий прибуток, тис. грн.	-3,6	-2151,2	-438,1	-434,5	-12069,4
4	Середньорічна вартість активів, тис. грн.	106,85	320,2	634,05	527,2	493,40
5	Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.	2450,3	4859,2	4898,1	2447,8	99,89
6	Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	2308,7	4559,0	4366,6	2057,9	89,14
7	Середньооблікова чисельність працівників, осіб	4	16	6	2	50
8	Фондовіддача	144,61	58,58	16,97	-127,64	-88,26
9	Фондомісткість	0,01	0,02	0,06	0,05	500
10	Фондоозброєність, тис. грн /ос.	26,71	20,01	105,68	78,97	187,88

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
11	Продуктивність праці, тис. грн. /ос.	3862,78	1172,37	1793,15	-2069,63	-55,58
12	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	6,69	4,11	2,46	-4,23	-63,23

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства

Розмір чистого прибутку від звичайної діяльності підприємства у 2020 році скоротився у порівнянні з 2018 роком на 434,5 тис. грн., чи на 12069,4 %. Причиною цього стало збільшення витрат забезпечення якості(переоснащення обладнання)

Фондовіддача фермерського господарства в зменшилася у 2020 р. порівняно з 2018 р. Відповідно, відхилення становить 127,64 тис. грн. Це зумовлено неефективним використанням основних фондів, зокрема: простої обладнання, недовикористання виробничих потужностей, наявність невведеного в експлуатацію обладнання тощо.

Фондомісткість у 2020 р. порівняно з 2018 р. збільшилась на 0,05 тис грн чи на 500% це свідчить про ефективне використання основних фондів підприємства. Позитивні тенденції спостерігались стосовно фондоозброєності, розмір якої у 2020 році у порівнянні з 2018 роком збільшився на 78,97 тис. грн., чи на 187,88%.

Збільшення фондоозброєності свідчить про покращення оснащення працівників основними фондами, про достатню забезпеченість підприємства основними фондами. На збільшення фондоозброєності праці здійснили позитивний вплив збільшення вартості основних фондів. Зазначена зміна фондоозброєності позитивно впливає на результати фінансово-господарської діяльності фермерського господарства.

Проаналізуємо структуру і характер змін, що відбулися в складі майна ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» (табл. 2.4).

У цілому за 2019-2020 рр. сталось вибуття основних засобів на 181,92 тис грн Їх питома вага у вартості активів підприємства складала на кінець 2020 року 13,95%

У структурі необоротних активів є лише основні засоби. Відповідно їх частка у складі необоротних активів становить – 100 %.

На кінець 2018 р. у складі майна підприємства оборотні склали 4617,4 тис. грн. За 2019-2020 рр. вони зменшилися на 384,8 тис. грн. А їх питома вага у вартості активів підприємства станом на кінець 2020 року склала 85,02%.

Таблиця 2.4

Характеристика майна ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» та джерел його формування за балансом.

Показники	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення 2020 р. до 2018 р.	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	+, -	п.с.
1	2	3	4	5	6	7	8	10
АКТИВИ								
1. Необоротні активи:	283,1	5,78	317,2	6,58	745,8	14,98	462,7	9,2
в т.ч. основні засоби	188,5	3,84	317,2	6,58	694,4	13,95	-181,92	10,11
2. Оборотні активи	4617,4	94,22	4500,6	93,44	4232,6	85,02	-384,8	-9,2
в т.ч. запаси	3362,6	68,61	1712,8	35,55	1432,3	28,77	-1930,3	-39,84
дебіторська заборгованість	1165,1	23,77	2614,3	54,26	2844,7	57,14	1679,6	33,34
грошові кошти	3,2	1,84	168,2	3,49	-88,4	-1,78	-85,2	-3,62
БАЛАНС:	4900,5	100,0	4817,8	100,0	4978,4	100,0	77,9	-
ПАСИВИ								
1. Власний капітал	194,5	3,97	-1961,8	-40,72	-2399,6	-48,2	-2594,1	-52,17
в т.ч. зареєстрований капітал	200	4,08	200	4,15	200	4,02	0	-0,06
нерозподілений прибуток	-5,5	-0,11	-2161,8	-44,87	-2599,6	-52,22	-2594,1	-52,11
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	15,6	0,32	19,6	0,41	36	0,72	20,4	0,4
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	4690,4	95,71	6760	140,31	7342	147,48	2651,6	51,77
БАЛАНС:	4900,5	100,0	4817,8	100,0	4978,4	100,0	77,9	-

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства

Таким чином, результати аналізу показали, що активи ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» зменшилися за звітний період на 384,8 тис. грн. за рахунок зменшення

необоротних активів, зокрема основних засобів, а також оборотних активів, зокрема грошових коштів. Слід відмітити, що зменшення дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги і збільшення грошових коштів є для підприємства позитивним чинником і свідчить про хорошу організацію розрахунків з покупцями і замовниками

Поряд з дослідженням структури і динаміки майна підприємства при оцінці його фінансового стану необхідно здійснювати аналіз фінансових ресурсів, тобто капіталу, вкладеного в активи. Для вивчення джерел формування майна підприємства використовують дані пасиву балансу. Оцінюючи ці джерела необхідно розрахувати частку власних і позикових коштів у загальній сумі джерел.

Власні кошти за 2019-2020 рр. ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» зменшились на 2594,1 тис. грн.

Господарська діяльність будь-якого підприємства передбачає постійне співставлення доходів і витрат та визначення фінансового результату.

Позитивний фінансовий результат (прибуток) характеризується перевищенням доходів над витратами, які були понесені для їх одержання, а негативний (збиток) – навпаки.

Проаналізуємо механізм формування фінансових результатів Фермерського господарства(табл 2.5)

Таблиця 2.5

Механізм формування фінансових результатів ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

Показники	Роки			Відхилення 2020 р. До 2018 р.	
	2018	2019	2020	+	%
				-	
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	15451,1	18757,9	100758,9	-4692,2	-30,37
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	15022,1	18700	10504	-4518,1	-30,08
Валовий: прибуток (збиток)	15515,2	18777,3	11335,1	-4180,1	-26,94
Інші операційні доходи	62,6	19,2	576,2	513,6	820,45
Інші операційні витрати	496,7	2207,1	1227,6	730,9	147,15
Фінансові витрати	15518,8	20928,5	11773,2	-3745,6	-24,13
Інші витрати	0	21,4	41,6	41,6	-

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	-3,6	-2151,2	-438,1	-402,1	12069,4
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	-3,6	-2151,2	-438,1	-402,1	12069,4

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства

Валовий прибуток також зменшився у 2020 р. порівняно з 2018 р. на 4180,1 тис. грн., його зменшення свідчить про зниження ефективності операційної діяльності

Результатом діяльності підприємства вже третій рік поспіль став збиток, який у 2020 р. становив 438,1 тис. грн., проте він на 402,1 тис. грн. збільшився порівняно з 2018 роком.

Розглянемо динаміку основних показників фінансового стану ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» протягом 2018 -2020 рр., яка представлена в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка показників оцінки фінансового стану ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»

Показники	Роки			Відхилення
	2018	2019	2020	2020 р до 2018 р.
				+, -
1	2	3	4	5
1. Коефіцієнт загальної ліквідності	0,98	0,67	0,57	-0,41
2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,001	0,02	-0,01	-0,011
3. Чистий оборотний капітал	-73	-2259,4	-3109,4	-3036,4
4. Коефіцієнт автономії	0,04	-0,41	-0,48	-0,52
5. Коефіцієнт забезпеченості власними засобами	-0,02	-0,37	-3,89	-3,87
6. Коефіцієнт оборотності активів	3,35	4,11	2,46	-0,89
7. Коефіцієнт оборотності власного капіталу	79,44	-10,61	-4,93	-84,37
8. Рентабельність господарської діяльності, %	-0,23	-10,29	-3,73	-3,5
9. Рентабельність власного капіталу, %	-3,7	-121,72	-20,09	-16,39

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності підприємства

У таблиці 2.10 наведені основні показники оцінки фінансового стану ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ», зокрема коефіцієнт загальної ліквідності. Протягом 2018-2020 рр. даний показник не перевищує граничне значення 1, відповідно можна зробити висновок, що підприємство не володіє значним обсягом вільних ресурсів,. Проте у 2020 р. він значно зменшився порівняно з 2018 р.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2020 р. зменшився порівняно з 2018 р., відхилення становить 0,41. Нормативним вважається значення від 0,1 до 0,2. У 2020 р.

Чистий оборотний капітал у 2020 р. склав -3109,4 , що на 3036,4 більше ніж у 2018 р. Значення даного показника означає, що підприємство не спроможне оплатити за рахунок оборотних активів своїх короткострокові фінансові зобов'язання. Зменшення чистого оборотного капіталу свідчить про зниження ліквідності ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» і зменшення його кредитоспроможності

Протягом 2018-2020 рр. ми спостерігаємо негативну динаміку зменшення коефіцієнта оборотності активів, у 2020 р. він зменшився порівняно з 2018 р. на 0,89.

Зменшення коефіцієнта говорить про те, що компанія не ефективно використовує свої ресурси

2.3 Оцінка системи управління забезпеченням якості продукції на підприємстві

Процес управління якістю продукції складається з таких операцій: - розробка програми управління, планування підвищення якості продукції; - отримання і аналіз інформації про стан будь-якого об'єкта (виробу, процесу), що впливає на якість продукції; - прийняття рішення з управління якістю продукції та підготовка впливу на об'єкт; - керуючий вплив; - отримання і аналіз інформації про зміни в якості об'єкта, які були викликані керуючими впливами .

На підприємстві розроблена, упроваджена і ефективно діє система управління якістю продукції, яка є частиною загальної системи управління

виробництвом. Сьогодні система управління якістю включає всі елементи, регламентовані національними і міжнародними стандартами в цій області.

Підприємство ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» має сертифікацію степені ISO 9001.

Ефективне функціонування системи якості є однією з найважливіших передумов конкурентоспроможності продукції, що випускається, на світовому ринку. Створена система охоплює всі етапи життєвого циклу продукції - від закупки інгредієнтів до перевірки якості готової продукції, а також регламентує процедури управління персоналом, документацією, устаткуванням і виробничими процесами. Сьогодні підприємство володіє унікальними технічними можливостями, оснащене найсучаснішим устаткуванням. Уся діяльність з контролю якості, інспекціям і ведення звітності відбита в Планах якості. Всі роботи з виготовлення і розробки продукції плануються і управляються. В ході планування, проектування і розробки встановлюються:

- стадії проектування і розробки;
- проведення аналізу, перевірки і затвердження на відповідних стадіях;
- відповідальність і повноваження в області виготовлення продукції.

На підприємстві діє документована процедура, яка встановлює склад, порядок виготовлення, узгодження, затвердження і зміни завдання при виготовленні продукції. ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» оцінює і вибирає субпідрядників на основі їх здатності поставити продукт відповідно до вимог підприємства. Порядок оцінки і вибору субпідрядників, взаємозв'язок з ТДВ описаний в стандартах підприємства. Внутрішній аудит проводиться (згідно Графіку внутрішніх перевірок, затвердженого директором з виробництва через заплановані інтервали часу (не рідше за 1 раз на рік) в усіх цехах.

Результати перевірок документуються і доводяться до підрозділів, що перевіряються, з метою розробки ними дій, з виявлених недоліків. Вимоги до проведення внутрішнього аудиту описані в стандарті підприємства. Вхідний контроль продукції - уся продукція, закуповується відповідно до процедури, діючої на підприємстві. Вхідний контроль здійснюють працівники шляхом проведення

візуального і вимірювального контролю, перевірки цілісності упаковки, наявності і правильності оформлення документу з якості і іншу супровідну документацію. Випробування, а так само інші, в порівнянні з вищезгаданими, методи контролю проводяться, якщо це передбачено переліками вхідного контролю. Результати вхідного контролю 23 документуються з вказівкою уповноваженої особи і зберігаються не менше п'яти років. Продукція, що пройшла вхідний контроль відповідним чином реєструється та ідентифікується, і до запуску у виробництво зберігається на складах або спеціально обладнаних майданчиках, що мають відповідні умови зберігання.

Перед відвантаженням для продажу продукція додатково контролюється з метою підтвердження якості встановленим вимогам. Компетентність персоналу, що виконує роботу, яка впливає на якість, повинна підтверджуватися здобутою освітою, підготовкою, навичками і досвідом. Кваліфікаційні вимоги до персоналу залежать від займаної посади і виконуваної роботи і визначені в посадових інструкціях, а так само робочій документації, що відноситься до конкретної продукції або роботи (якщо вимагається).

Якщо брати стосовно якості продукції на підприємстві то в досліджуваного підприємств з цим немає жодних проблем, а якщо брати стосовно упарвління деякі проблеми все ж таки є, так як були прийняті не правильні управлінські рішення, тобто деректор взяв на роботу багата зайвих спеціалвстів ролі яких могли виконувати ті люди які уже працюють на даному підприємстві, за рахунок чого можна було добитися додаткової економії, до того ж на підприємстві всі процеси бцли налажені і необхідності в наймі нових працівників не було.

Процес управління якістю на підприємстві, здійснюється у кілька етапів і залежить від обраної концепції роботи підприємства і стратегії якості.

Організація управління якістю передбачає, що вище керівництво підприємства встановлює відповідні процедури управління і контролю залежно від обраної стратегії.

У реалізації розробленої концепції бере участь весь персонал підприємства, включаючи і робітників, яким повинні бути зрозумілі цілі та завдання управління і

підвищення якості продукції (сервісу). Цей етап допомагає визначити лідерство щодо сфери якості.

Метою наступного етапу є визначення й обґрунтування вимог, що ставляться споживачами до тих або інших товарів (продуктів), причому ці вимоги можуть стосуватися як постачальників окремих матеріалів, запасних частин, напівфабрикатів виробником, так і кінцевих споживачів опосередковано через якість товару і сервісу. У той час, як більшість компаній фокусується на потребах зовнішніх споживачів, для вирішення проблеми якості також важливі і внутрішні споживачі, тобто виробничі підрозділи і персонал, задіяний у сфері маркетингу, фінансів та ін. На цьому етапі потрібно постійно відстежувати зміни у вимогах споживачів і використовувати такі підходи, як анкетування, структуровані інтерв'ю, фокусування на окремих групах та ін. Крім безперервного вивчення споживчих запитів, необхідний моніторинг ринкових пріоритетів, що змінюються. ідентифікацією вимог і нестач потреб споживачів тісно пов'язаний етап контролю поточних рівнів виконання прийнятих рішень щодо керування логістичною якістю. Для цього необхідно визначити методичний інструментарій виміру відхилень від заданого рівня якості. Таким інструментарієм у контролі виробничих процедур є різні статистичні методи вибіркового і безперервного контролю, карти контролю якості, діаграми, парето-аналіз тощо. Зв'язок між третім і четвертим етапами здійснюється звичайно за допомогою системного підходу й аналізу.

Стратегія управління якістю повинна фокусуватися на таких основних моментах:

- розуміння нестачів споживачів;
- безперервне поліпшення якості;
- вимір рівня досягнутої якості і безперервний моніторинг;
- широкі ініціативи в навчанні і перепідготовці кадрів;
- важливість організаційних перетворень.

Наступним кроком є впровадження прийнятої стратегії якості. Складність упровадження полягає в різноманітні аспекти якості, пов'язаних з безліччю активностей (робіт), здійснюваних персоналом як безпосередньо підприємства-

виробника готової продукції, так і посередників (суміжників). Завдання управління якістю полягає у виробленні єдиної ідеології і розуміння позиції підприємства в прийнятій стратегії якості всіма категоріями персоналу: середнім і нижчим менеджментом, виробничими, складськими й іншими категоріями працівників, водіями, робітниками, зайнятими вантажопереробкою й упакуванням, конкретними фахівцями з контролю якості у виробництві і сервісі та ін. Зрештою це й виражається у філософії TQM, прийнятій у виготовленні і просуванні продукту кінцевому споживачеві.

Для збереження і розширення своїх позицій на ринку більшість закордонних фірм, підтримуючи і встановлюючи все більш високі стандарти якості, прагне до постійного поліпшення якості продукції, що випускається. Політика безперервного поліпшення якості звичайно реалізується через визначені маркетингові або операційні стратегії.

На підприємстві ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» процес забезпечення якості продукції контролює директор підприємства

Процес забезпечення якості на підприємстві ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» проходить в декілька етапів:

- 1.Перевірка документів.
- 2.Забезпечення всіх працівників медичними книгами(так як підприємство займається виготовленням м'ясної продукції)
- 3.Постійний контроль технології виготовлення
- 4.Перевірка всієї техніки яка є на підприємстві(холодильники,бокс для забою худоби (ХАЛЯЛЬ),пила для розрізання туш і тд.)
- 5.Дотримання інструкції ХАС.

Тільки після перевірки всіх вище перелічених аспектів підприємство може приступити до виготовлення продукції.

Основною проблемою для забезпечення якості на підприємстві ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ»є відсутність спеціаліста,який зможе підтримувати якість підприємства на належному рівні так як директор який на даний момент виконує це завдання не дуже добре справляється з поставленою задачею.Через це він може

делегувати ці обов'язки технологу, чи бухгалтеру які теж не орієнтуються в цьому питанні, і не можуть підтримувати все на належному рівні, попри це за рахунок того що на них полягають додаткові зобов'язання вони не завжди можуть виконувати свою основну роботу в поставлені строки.

2.4 Напрями підвищення ефективності забезпеченням якості продукції на підприємстві

За допомогою оцінки ефективності напрямів удосконалення якості продукції можливо дізнатися на скільки правильно був вибраний план її розвитку підприємством. Для цього необхідно деталізувати причини, які мають коригуючий вплив на підвищення ефективності якості продукції, на які впливає низка факторів.

Виділяють 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

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

За останні роки стала зрозуміла необхідність актиулізації перевірки якості продукції на підприємстві, яка підтверджується правильно виробленими

стратегічними шляхами удосконалення якості, що в подальшому приведе до позитивних відгуків щодо продукції від покупців

Для підвищення ефективності якості продукції на підприємстві потрібно звернути увагу на такі чинники:

- 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 основною 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.

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

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;
- в) ефективність на стадії виробництва продукції;
- г) 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.

Таким чином, під час проведення економічної оцінки ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» 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. Якщо взяти до уваги ці рекомендації у досліджуваного підприємства є всі шанси зробити своє підприємство рентабельним, і в подальшому не допускати таких збитків.

Для вирішення проблем які виникли на підприємстві ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» в першу чергу даному підприємству рекомендуємо додатково найняти працівника який розуміється в питанні якості, і зможе підтримувати якість на наявному рівні. Попри це за рахунок того що на підприємстві виникли проблеми з фінансами так як воно працює собі в збиток рекомендуємо вищому керівництву підприємства розробити нову стратегію розвитку наприклад робити акцент продажу випущеної продукції не тільки на експорт, але також реалізувати свою продукцію на території нашої країни, таким чином підприємство зможе реалізувати більше продукції в менший період часу і не витратити такі суми коштів на логістику, і врешті вийти з боргової ями та працювати не в збиток.

Попри це хочемо порекомендувати керівництву ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» регулярно відправляти своїх працівників на курси підвищення кваліфікації це допоможе самому підприємству випускати продукцію вищої якості і стати більш конкурентно-спромжними. Також не можна забувати про емоційний стан працівників, тобто потрібно проводити різні заходи для покращення психоемоційного стану працівників наприклад корпоративи, видавати путівки на відпочинок, таким чином у працівників буде хороший настрій в зв'язку з чим виросте їх роботоздатність.

Висновки до розділу 2

Дослідження підприємства ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» показало, що це одне із провідних підприємств в Житомирській області, яке зорієнтоване на виготовлення м'яса.

Дане підприємство в першу чергу зорієнтоване на експорт продукції до Казахстану та Білорусі. Для цього на підприємстві було повністю переобладнана технічна база та отримані сертифікати Європейського ринку.

Також на підприємстві було досліджено організаційну структуру підприємства, визначено, що вона є лінійною.

Було проведено SWOT-аналіз підприємства та виявлено, що не враховуючи сильні сторони, на підприємстві також є ряд слабких сторін зокрема: відсутність стратегії для розвитку підприємства; не використовуються інструменти маркетингу; вузький асортимент продукції.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства показав, що воно є збитковим, та нерентабельним, оскільки збитки підприємства в 2018 році склали 3,6 тис грн а на 2020 рік 402,1 тис грн.

Валовий прибуток на підприємстві за 2020 рік зменшився в порівнянні з 2018 на 4180,1 тис грн чи на -26,94%. Це характеризує те, що підприємство працює не ефективно.

Також були визначені основні напрямки для вирішення ряду проблем на підприємстві, очікується підвищення якості продукції. Нова стратегія розвитку підприємства спрямована на удосконалення бізнес-процесів на підприємстві, налагодження системи збуту в країні, а також підвищення конкурентноспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

В усьому цивілізованому світі якість, багато в чому визначає конкурентоспроможність та є стратегічною комерційною складовою будьякого виробництва, тому їй слід приділяти пріоритетну увагу на всіх рівнях управління.

Таким чином, управління якістю на підприємстві - це діяльність щодо забезпечення проектування, виготовлення і реалізації товарів, які мають досить високий ступень корисності і задовольняють запити споживачів

На підприємстві ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» немає власного відділу маркетингу, який би займався управлінням якістю, тому цим питанням займається сам директор підприємства

Попри це на підприємстві на підприємстві постійно проходять перевірки щодо забезпечення якості продукції, ці перевірки проводять замовники товару, а також незалежні органи.

На підприємстві розроблена, і ефективно діє система управління якістю яка є частиною загальної системи управління виробництвом. Сьогодні система управління якістю включає всі елементи, регламентовані національними і міжнародними стандартами в конкретній області виробництва.

Діяльність з контролю якості, інспекціям і ведення звітності відбита в планах якості.

Досліджуване підприємство витратило велику суму коштів для забезпечення якості продукції. Підприємство пройшло повну реконструкцію, було замінено всю технічну базу, що дало змогу підприємству заробити позитивну репутацію не тільки на вітчизняному ринку, але також і за кордоном.

Підприємству ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ» було запропоновано створення системи менеджменту якості, що допоможе в подальшому випускати продукцію необхідної якості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванова Г. Н. Роль стандартизації в покращенні якості життя і розвитку регіонів. *Економіка якості*. 2014. № 5. С. 21–30.
2. Акуліч І. Л. Маркетинг: Підручник. - Мн .: Вишэйшая школа, 2013. - 447 с.
3. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства. - Уч. сел. для вузів / Під ред. Н.П. Любушина. - М .: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
4. Ансофф І. Стратегічне управління: Зменш. пер. з англ. / Наук. ред. і авт. предісл. Л.І. Євченко. - М .: Економіка, 1989. - 519 с.
5. Афітов Е.А. Планування на підприємстві: навч. посібник / Е.А. Афітов. - 2-е изд., Перераб. і доп. - Мн .: Виш. школа, 2016. - 302 с.
6. Базилев Н. І., Базильова М. Н. Основи бізнесу: Учеб. посібник. - Мн .: Місанта, 2014. - 253 с.
7. Балащенко В. Ф. та ін. Основи економіки промислового підприємства. - Мн .: Беларуская навука, 2000. - 160 с.
8. Бровкова Е. Г., Продіус І. П. Зовнішньоекономічна діяльність, М .: Сирин, 2013. - 192с.
9. Виробничий менеджмент. Управління підприємством: Учеб. посібник / С. А. Пелих, А. І. Гоїв, М. І. Плотницький та ін .; Під ред. проф. С. А. Пелиха. - Мн .: БГЕУ, 2014. - 555 с.
10. Виханський О.С. Менеджмент: підручник / О.С. Виханський, А.І. Наумов. - 3-е видання - Москва: Еконміст', 2014. - 528 с
11. Гапоненко А.Л., Панкрукін А.П. Стратегічне управління: Підручник. - М.: Омега-Л, 2015. - 472 с.
12. Глушаков В.Є. Стратегічний менеджмент: Уч. посібник / В.Є. Глушаков. - Мн., "Екоперспектива", 2001. - 167 с.
13. Гончаров В. І. Менеджмент підприємства. В 2 год. Ч. 2. - Мн .: МІУ, 2014. - 256 с.

14. Гончаров В. І. Менеджмент: Учеб. посібник. - Мн .: Місанта, 2014. - 624 с.
15. Гончаров В. І. Технологія та інструменти ефективного управління підприємством. - Мн .: НДУ, 2000. - 160 с.
16. Документація підприємства ТОВ «ЕКОМ'ЯСО ПОЛІССЯ».
17. Друкер П. Ефективне управління: Економічні завдання і оптимальне рішення / Пер. з англ. М. Котельникова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 1998. - 288 с
18. Економіка підприємства: Учеб. посібник / В. П. Волков, А. І. Ільїн, В. І. Станкевич та ін. - М.: Нове знання, 2014 - 677 с.
19. Золотогоров В. Г. Організація і планування виробництва. Практичний посібник - Мн .: ФУАинформ, 2001. - 528 с.
20. Зяйлик М. Ф., Вівчар О. І. Процесний підхід до менеджменту якості. *Інноваційна економіка*. 2013. № 1. С. 191–194
21. Исикава К. Японские методы управления качеством. М.: Экономика, 2018. 216 с.
22. Ільїн А. І., Синиця Л. М. Планування на підприємстві: Навчальний посібник. У 2-х частинах. - Мн .: ТОВ «Нове знання», 2000. - 728 с.
23. Імаї М. Гемба кайдзен: Шлях до зниження витрат і підвищення якості. М.: Альпина Бізнес Букс, 2015. 346 с
24. Кабушкин Н.І. Основи менеджменту: Учеб. посібник - Мн .: Нове знання, 2013. - 336 с.
25. Кандрусев, Д.І. Стратегічний менеджмент: курс лекцій / Д.І. Кандрусев - Мн .: Акад. упр. при Президентові Респ. Білорусь, 2016. - 95 с. - (Система відкритої освіти).
26. Котлер Ф. Основи маркетингу. - М.: Прогрес, 1990. - 736 с.
27. Лазаревич, М.І. Борошномельно-круп'яна і м'ясна промисловість Білорусі / М.І. Лазаревич, Е.В. Соколовська // Економічний бюлетень. - 2020. - №3
28. Лифиц І. М. Основи стандартизації, метрології та сертифікації: Підручник. - 2-е изд., Испр. і доп. - М .: Юрайт-М, 2001. - 268 с.

29. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг. - СПб .: Пітер, 2013. - 400 с.
30. Новиков Н.С. Модернізація - умова збереження конкурентоспроможності підприємств. // 2000, №3.
31. Новицький Н.І., Олексюк В.Н. Управління якістю продукції: Учеб. посібник. - Мн.: Нове знання, 2001. - 238 с.
32. Олехнович Г. І. Інтелектуальна власність і проблеми її комерціалізації. Мн .: Амалфея, 2014 - 128 с.
33. Організація виробництва. Навчально-практичний посібник / М. Ю. Пасюк, Т. Н. Долинина, А. А. Шабуня. - Мн .: ТОВ ФУАінформ, 2013. - 76 с.
34. Орлов А. В. та ін. Товари та послуги: проблеми управління. - М .: Економіка, 1990. - 315 с.
35. Похабов В. І. Основи маркетингу: Навчальний посібник - Мн .: Вишешая школа. 2001. - 271 с.
36. Раицкий К. А. Економіка підприємства: Підручник для вузів. - 3-е изд., Перераб. і доп. - М.: «Дашков і К», 2013. - 1012 с.
37. Річна бухгалтерська і статистична звітність філії "Калінковіцького м'ясного заводу" за 2000-2021гг.
38. Романовський В. М. та ін. Фінанси підприємств - СПб .: Видавничий дім «Бізнес-преса», 2000. - 528 с.
39. Русак Н. А., Русак В. А. Фінансовий аналіз суб'єкта господарювання: Довідковий посібник. - Мн .: Вишешая школа, 1997. - 309 с.
40. Савицька Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства, 7-е изд., Испр. - Мн.: Нове знання, 2013. - 704 с.
41. Сергеев В. І. Логістика в бізнесі: Підручник. - М .: Инфра - М, 2001. - 608 с.
42. Соломатін А. Н., Петров П. В. Економіка товарного обігу: Підручник для вузів. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 220 с.
43. Стандарти Міжнародної організації зі стандартизації - ISO : Довідник: в 3 т. Л.: Леонорм, 1998. Т. 1. 259с.

44. Статистичний щорічник Республіки Білорусь 2020: стат. Сб / Міністерство статистики та аналізу Республіки Білорусь: відп. За вип.Л. Л. Рибчик. - Мінськ 2020
45. Стельмах В.І. Менеджмент: навч. посібник / В.І. стельмах; під ред. д-ра екон. наук, проф. Н.П. Беляцького. - Мінськ: БГЕУ, 2019. - 509 с.
46. Стратегічний менеджмент / С.Е. Панов, І.О. Коробейников. - 2-е изд., Перераб. і доп. - М.: ІНІТ, 2015. - 285с. - Бібліогр. - с.281-282.
47. Сулейманов Н. Т. Управление качеством: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА, 2016. 261 с.
48. Суша Г. З. Економіка підприємства: Учеб. посібник. - М.: Нове знання, 2014. - 384 с.
49. Тагути Г. Наставники по качеству. *Стандарты и качество*. 2017. №2. С. 28-29.
50. Томпсон А.А., Стрікланд III А.А. Стратегічний менеджмент: концепції й ситуації для аналізу, 12-е видання: Пер. з англ. - М.: Видавничий дім "Вільямс", 2013. - 928 с.
51. Трищ Г.М. Метод оценки результативности процессов системы управления качеством предприятия. *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*. 2017. №4/3(40). С.26-29
52. Фейгенбаум А. Наставники по качеству. *Стандарты и качество*. 1999. №9. С. 28-29.
53. Фомичев С.К., Старостина А.А., Скрыбина Н.И. Основы управления качеством: Учебное пособие. К.: МАУП, 2000. 194 с.
54. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации : манифест революции в бизнесе. – С.-Пб. : Из-во С.-Пб. унив., 1997. 332 с.
55. Хейвуд, Дж.Б. Аутсорсинг. У пошуках конкурентних переваг. М.: ВД «Вільямс», 2016. 176 с.
56. Хрипач В. Я. та ін. Економіка підприємства. - Мн.: Економпресс, 2001. - 464 с.

57. Шадрін А.Д. Моделювання оцінки. *Стандарти і якість*. 2016. №11. С. 34-43.
58. Шаповал М. І. Менеджмент якості. К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. 471 с.
59. Шмелева А. Н. Система менеджмента качества как инструмент развития организации. *Современные научные исследования и инновации*. 2014. № 12. С. 68-73
60. Эттингер, Д. Больше ... через качество. М.: Изд-во стандартов, 1968. 92 с.
61. Ярцев А. І. Розподіл товарів: Навчальний посібник - Мн.: БГЕУ, 2013.
- 195

Додатки