

влияние на чистую прибыль. Однако стоит заметить, что есть место косвенному негативному влиянию, так как в условиях высокого уровня безработицы у населения снижается покупательная способность, что может привести к снижению спроса на продукцию ОАО «Савушкин продукт» и, соответственно, к снижению чистой прибыли.

Источники

1. Инфляция в Беларуси [Электронный ресурс] // Myfin.by. — Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/inflyaciya>. — Дата доступа: 19.03.2024.

2. Занятость населения [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/social/zashhita-naselenija/zanjatost-naselenija>. — Дата доступа: 19.03.2024.

СНИЛ «Инноватика»

А. В. Юшкевич

*Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова
БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»)

Актуальность данной темы не вызывает сомнения, так как в связи с широким ассортиментом продукции на рынке кондитерских изделий существует необходимость повышать уровень качества выпускаемой продукции для сохранения стабильного положения на рынке.

Для оценки были выделены основные качественные параметры (процент возвратов продукции, использование стандартизации и унификации, соответствие по органолептическим показателям, соответствие эстетическим ожиданиям, общая удовлетворенность потребителей, соответствие требованиям безопасности) и проведен опрос экспертов с использованием сервиса Google Forms. Наиболее значимыми для них параметрами оказались удовлетворенность потребителей, процент возвратов продукции и соответствие требованиям безопасности. Была также проведена экспертная оценка продукции трех основных конкурентов на отечественном рынке кондитерской продукции: СП ОАО «Спартак», СОАО «Коммунарка» и ОАО «Красный мозырянин». В работе была дополнительно проведена оценка уровня качества и конкурентоспособности продукции графическим методом. Можно сделать вывод, что продукция рассматриваемого предприятия уступает СП ОАО «Спартак» и СОАО «Коммунарка» по большинству качественных показателей, однако имеет более низкую цену продукции

в сравнении с ними, что улучшило позиции рассматриваемого предприятия при оценке конкурентоспособности. ОАО «Красный пищевик» имеет конкурентное преимущество перед ОАО «Красный мозырянин», превосходя его практически по всем параметрам.

По результатам проведенного исследования было выбрано несколько направлений повышения качества продукции ОАО «Красный пищевик».

Для минимизации жалоб со стороны органолептических показателей необходимо проводить дегустации с анкетированием с участием потребителей перед внедрением нового вида продукции, пересмотреть рецептуры, искать поставщиков с более качественным сырьем.

Для минимизации посторонних попаданий рекомендуется провести модернизацию старого оборудования или внедрение нового, усилить контроль начальников цехов за работой рабочих на производственных участках, приобретать высокопрочные пластиковые лотки для драже во избежание попадания отломков.

Для минимизации случаев несоответствия внешнего вида изделий ожиданиям потребителей было предложено проводить информирование торговых организаций о соблюдении условий хранения и проводить контроль за исправностью изотермических грузовых автомобилей при транспортировке.

Кроме того, было выявлено, что основной причиной снижения качества выпускаемой продукции является износ оснастки и оборудования, на основании чего было предложено внедрение нового автоматизированного модульного комплекса для приготовления зефирной массы, за счет которого предприятие сможет не только улучшить качество продукции, но и снизить себестоимость продукции. Инвестиционные затраты при этом составят 33,1 тыс. руб., чистый дисконтированный доход проекта — 35,71 тыс. руб., срок окупаемости затрат — 1,84 года. В результате внедрения нового оборудования выручка от реализации продукции возрастет на 1374,45 тыс. руб.;

Таким образом, предложенные направления поспособствуют росту качества продукции, уменьшению количества жалоб со стороны потребителей и возвратов со стороны торговых организаций, расширению ассортимента выпускаемой продукции, повышению клиентоориентированности и возможному снижению цен на выпускаемую продукцию ОАО «Красный пищевик».

Источники

1. Официальный сайт ОАО «Красный пищевик» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.zefir.by>. — Дата доступа: 19.03.2024.