

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

А. В. ЮШКЕВИЧ

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – О. Г. ДОВЫДОВА, АССИСТЕНТ

Проводится анализ существующего уровня качества продукции предприятия, предлагаются мероприятия по его повышению. Применение экономических инструментов для оценки эффективности внедрения оборудования обеспечивает обоснованный подход к принятию решений и позволяет ориентироваться на показатели производительности.

Ключевые слова: качество продукции; конкурентоспособность; методы оценки уровня качества; циклограмма качества.

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 обеспечения качества промышленной продукции на предприятиях необходимо активно использовать планирование для обеспечения выпуска продукции с максимальным соответствием ее свойств существующим и перспективным потребностям рынка, достижения и превышения технического уровня и качества лучших отечественных и зарубежных образцов, а также установления экономически оптимальных заданий по повышению качества продукции с точки зрения их ресурсного обеспечения и запросов потребителей. Перспективы развития производственного механизма определяются экономической стратегией, где важная роль принадлежит совершенствованию методов определения экономической эффективности стандартов. В работе различными методами, в том числе и графическим, была проведена оценка качества продукции ОАО «Красный пищевик», специализирующегося на производстве пастило-мармеладных изделий, халвы, драже, ириса, конфет и обоснованы направления ее повышения.

Для оценки экспертным балльным методом были выделены основные качественные параметры (процент возвратов продукции, использование стандартизации и унификации, соответствие по органолептическим показателям, соответствие эстетическим ожиданиям потребителей, общая удовлетворенность потребителей, соответствие требованиям безопасности) и проведен опрос экспертов. 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: ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»», ОАО «Конфа» и ОАО «Красный мозырянин» [1, 2, 3, 4].

Исходя из результатов, полученных по каждому исследованному методу оценки качества, был сделан вывод о том, что несмотря на то, что продукция предприятия ОАО «Красный пищевик» опережает конкурентов по многим показателям, ее нельзя назвать эталонной по причине большого количества возвратов продукции и несоответствия по органолептическим показателям. При отсутствии применения мер по повышению качества продукции на предприятиях-конкурентах, а также правильных мер планирования качества продукции, есть большой риск опережения конкурентами как на внешнем, так и на внутреннем рынках. Основные причины жалоб со стороны потребителей отображены на рис. 1.

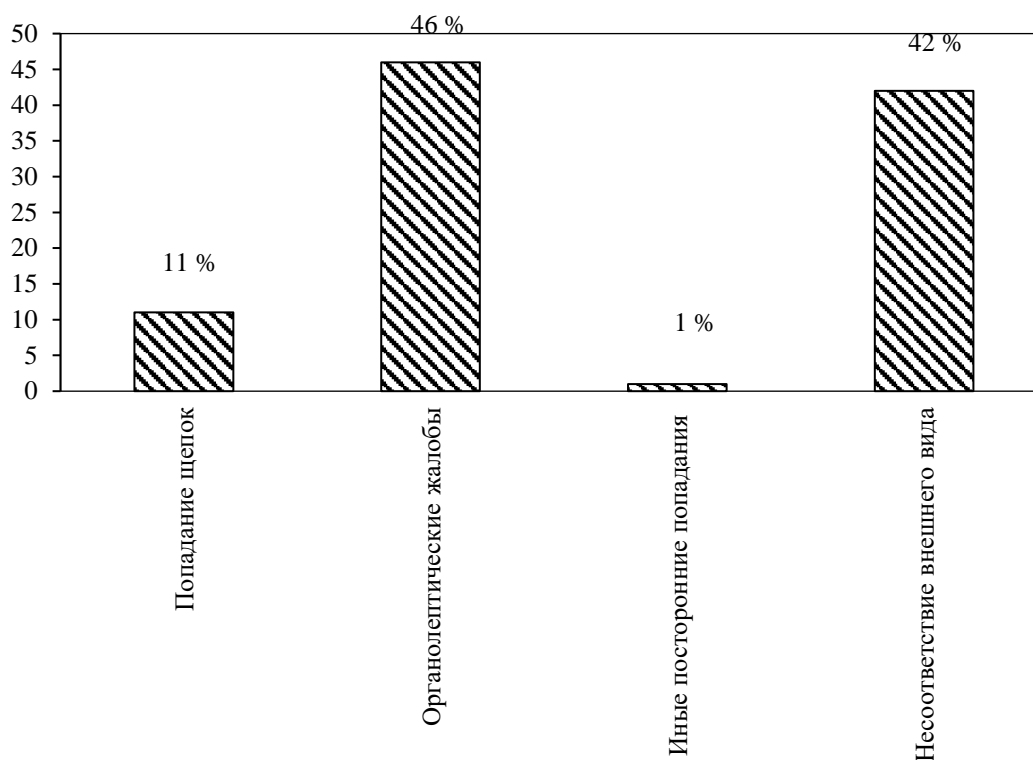


Рис. 1. Жалобы со стороны потребителей

Было выяснено, что основными причинами брака являются:

высокий износ оборудования и оснастки, что приводит к нарушениям процессов;

недостаточно налаженный технологический процесс, сбои в оборудовании;

недостаточная квалификация отдельных рабочих на операциях;

человеческий фактор, поскольку многие операции выполняются вручную, отбраковка товара на производстве также выполняется рабочими;

недостаточное качество поставляемого сырья.

По результатам проведенного исследования в качестве направлений повышения качества продукции ОАО «Красный пищевик» были выбраны следующие:

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 контролировать исправность изотермических автомобилей при транспортировке.

Защита технологий и процессов через инструменты интеллектуальной собственности позволит установить высокие стандарты качества, что может привести к улучшению производственных процессов и конечного продукта.

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 (зефира ванильного «Первый Бобруйский»), но и снизить ее себестоимость. Внедрение автоматизации и цифровых технологий позволяет сократить расходы на контроль качества за счет автоматизации процессов и уменьшения количества брака. 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.

Также для полной оценки эффективности проекта по внедрению автоматизированного модульного комплекса для приготовления зефирной массы в ОАО «Красный пищевик» была рассчитана внутренняя норма доходности. В результате произведенного расчета внутренняя норма доходности равна 38 %. Из результатов расчета вытекает, что внутренняя норма доходности выше ставки банка по кредиту (20 %), следовательно, инвестиционный проект внедрения автоматизированного модульного комплекса для приготовления зефирной массы выгоден для инвесторов.

График окупаемости затрат и чистого дисконтированного дохода (далее – ЧДД) представлен на рис. 2.

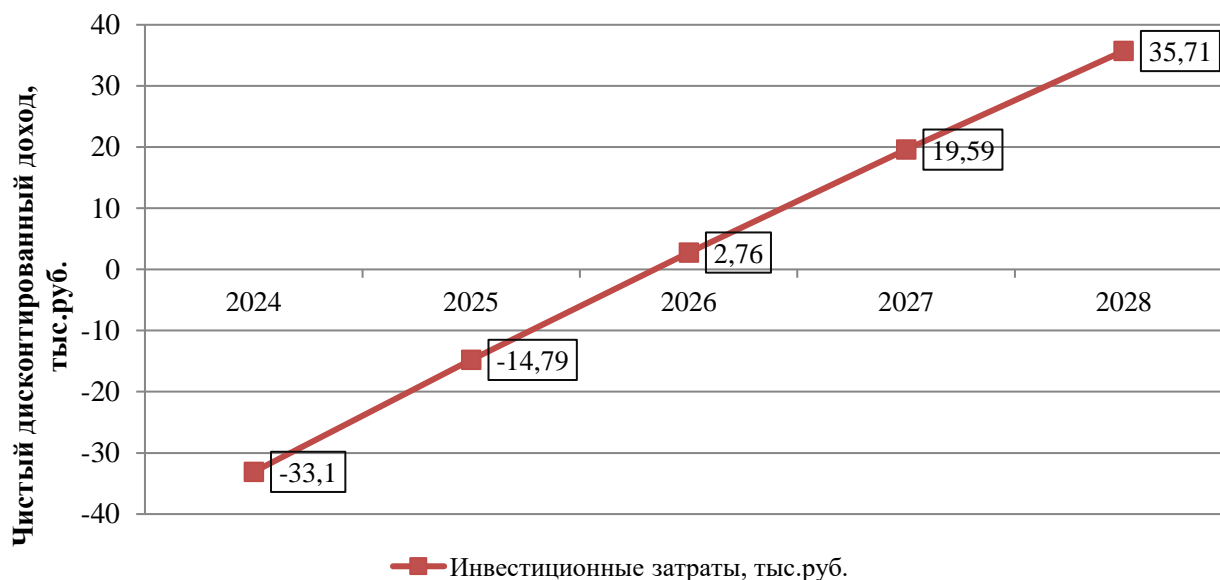


Рис. 2. График окупаемости затрат и ЧДД инвестиционного проекта по внедрению автоматизированного модульного комплекса для приготовления зефирной массы

На построенном графике видно, что чистый дисконтированный доход динамично возрастает по годам реализации проекта и имеет линейную зависимость, кроме того, на рис. 2 отражена графическая интерпретация срока окупаемости проекта.

В результате проведенных расчетов чистого дисконтированного дохода, срока окупаемости проекта, индекса рентабельности, внутренней нормы доходности можно сделать следующий вывод – проект рентабелен, окупаем и эффективен.

Для наглядного отображения эффективности проведенного мероприятия по внедрению автоматизированного модульного комплекса для приготовления зефирной массы построим циклограмму качества, отображающую оценку основных параметров качества зефира до проведения мероприятия и после. Оценка указанных параметров отображена на рис. 3.

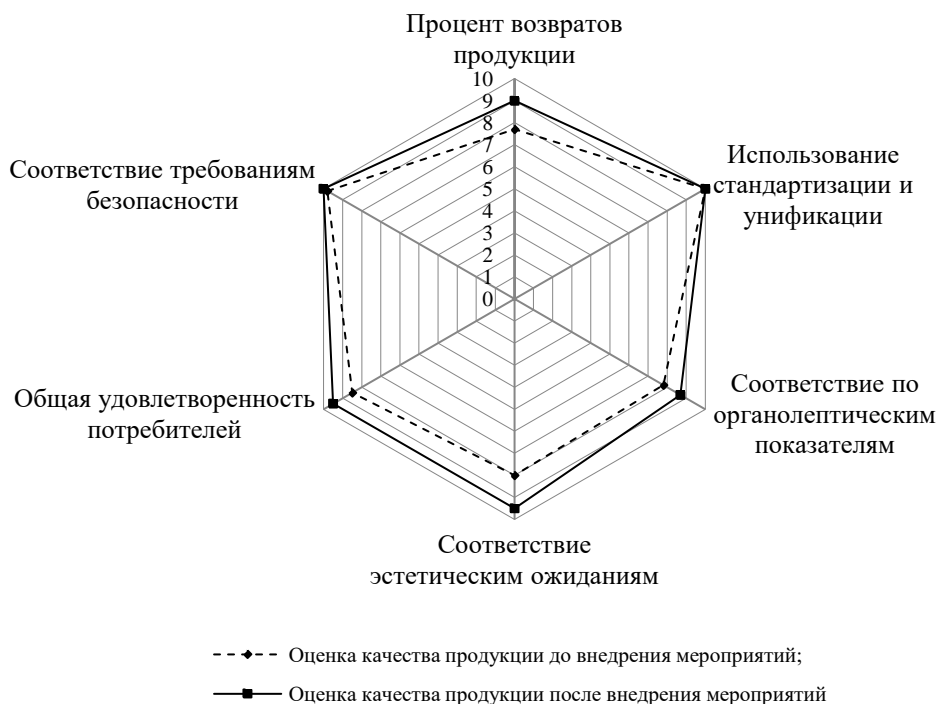


Рис. 3. Циклограмма качества до и после проведения мероприятий

Таким образом, для повышения уровня качества продукции ОАО «Красный пищевик» были предложены мероприятия, позволяющие не только повысить уровень качества выпускаемой продукции, но и снизить себестоимость выпускаемой продукции, улучшить ее конкурентоспособность и потребительские свойства, уменьшить количество брака и, как следствие, количество возвратов продукции, увеличить производительность производственных мощностей, уменьшить моральный и физический износ оборудования продукции внедрением нового оборудования. Эффективность внедрения нового оборудования была рассчитана и обоснована с помощью экономических инструментов.

Исходя из результатов исследования, был сделан вывод о том, что предложенные мероприятия имеют инновационность в виде возможности производства зефира с высоким содержанием биологически полноценного белка благодаря добавлению гидролизованного коллагена, защиты инновационной технологии через инструменты интеллектуальной собственности, а также перспектив для сотрудничества и разработки совместно с Институтом биохимии биологически активных соединений НАН Беларуси инновационной продукции с уникальными свойствами.

Практическая значимость полученных результатов подтверждена актом внедрения в производственную деятельность предприятия и выражена в возможности перехода к более автоматизированному производству, повышению удовлетворенности потребителей качеством продукции, снижении себестоимости и перспективах для получения Знака качества.

Социальная значимость заключается в том, что продукция станет более безопасной. Благодаря возможности добавления гидролизованного коллагена продукция станет доступной для потребителей, стремящихся к здоровому образу жизни. Повышение содержания биологически полноценного белка – наиболее удобная и доступная форма коррекции пищевого статуса человека. Также за счет повышения эффективности производства возможно снижение цен.

Библиографические ссылки

1. ОАО «Красный пищевик» : [сайт]. URL: <https://www.zefir.by> (дата обращения: 22.03.2024).
2. Вафельные трубочки | ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.slodych.by/products/zefir> (дата обращения: 22.03.2024).
3. Зефир | Красный Мозырянин [Электронный ресурс]. URL: <https://www.korovka.by/ru/products/zefir> (дата обращения: 05.05.2024).
4. Конфа, Молодечно : [сайт]. URL: <https://molodechno.catalogy-by.ru/firms/WWW.KONFA.BY> (дата обращения: 22.03.2024).