

## **ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА КОНЕЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БОБРУЙСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»)**

В условиях рынка предприятию важно не только произвести продукцию в соответствии с установленными заранее требованиями, но и реализовать ее. В этом случае устанавливается прямая зависимость между качеством продукции и объемами ее продаж, что, в свою очередь, увеличивает положительный результат деятельности предприятия и, скорее всего, приводит к росту эффективности его производства.

Экономические категории качества проявляются двояко: через прибыль производителя от продажи качественно изготовленного продукта и через его затраты на обеспечение ожидаемого покупателем качества.

При насыщении рынка, когда конкурентная борьба стала особенно жесткой, повышение качества, создаваемого продукта и производства на конкретном предприятии зачастую становится вопросом о самом его существовании в силу того, что качество является главным фактором увеличения выручки от реализации продукции. Высокое качество прямо снижает издержки за счет увеличения доли продукции, которую можно продать, уменьшения случаев возврата продукции покупателями вследствие появившихся дефектов, а также за счет снижения затрат потребителя на гарантийный ремонт.

В качестве объекта исследования для рассмотрения данной проблемы было выбрано предприятие ОАО «Бобруйский мясокомбинат».

В 2006 г. в ОАО «Бобруйский мясокомбинат» внедрена и сертифицирована, а в 2007 г. – подтверждена Система менеджмента качества, соответствующая требованиям ГОСТ Р ИСО 9001:2001 (ISO 9001:2000). СМК позволила предприятию: увеличить объем реализации продукции; сократить количество рекламаций; уменьшить количество продукции, возвращаемой потребителями; сократить время на устранение претензий; обновлять ассортимент выпускаемой продукции; улучшить эффективность использования сырья; повысить финансово-экономические показатели предприятия и др. На предприятии разработаны документы Системы менеджмента качества, которые описывают план и порядок выполнения процессов, содержат требования к продукции, технологии изготовления, методам испытаний и контроля.

Руководством ОАО «Бобруйский мясокомбинат» проводится анализ Системы менеджмента качества через запланированные интервалы (один раз в год), с целью обеспечения ее постоянной адекватности, достаточности и результативности. Анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности мясокомбината показал определенный рост по отдельным показателям в 2007-2009 гг. Однако динамика платежеспособности за рассматриваемый период свидетельствует о неустойчивости финансового состояния предприятия.

Удельный вес экспорта продукции в выручке от реализации в 2008 г. и составил 26,5 % (5489 тыс. дол. США), в 2009 году происходит снижение экспорта в 2 раза, что связано с запретом Россельхознадзором поставки продукции в Российскую Федерацию без соответствия импортируемого сырья из третьих стран белорусским и российским ГОСТам, а также необходимостью прохождения аттестации предприятий соответствующими ветслужбами.

В 2007 году прибыль от реализации продукции составила 2114 млн р., рентабельность продаж – 4,8 %. В 2008 году прибыль от реализации продукции уменьшилась на 46,7 %, что явилось причиной резкого увеличения закупочной цены на сырье и повышения себестоимости продукции и составила 988 млн р., при рентабельности продаж 2,1 %. В 2009 году рентабельность реализации значительно возросла 4952 млн р., и рентабельность продаж имела тенденцию к увеличению до 7,4 % по сравнению с предыдущим годом это на 5,3 %.

Оценка качества продукции ОАО «Бобруйский мясокомбинат» показала, что она слегка уступает в цене, внешнем виде продукции конкурентам, но это можно объяснить только тем, что предприятие не имеет современного оборудования. Это выражается в повышенных затратах на производство продукции и соответственно на внешнем виде продукции. Проведенный анализ показал, что предприятие в целом способно выпускать конкурентоспособную продукцию, соответствующую условиям рынка, а также конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, технологическим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям реализации товара (цена, сроки поставки, каналы сбыта, реклама).

Однако проведение некоторых мероприятий по улучшению качества продукции на ОАО «Бобруйский мясокомбинат» привело бы к повышению экономической эффективности предприятия: изменение состава, структуры применяемых материалов (сырья, полуфабрикатов); изменение рецептуры производимой продукции; изменение технологии изготовления продукции, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки; изменение цен на продукцию; изменение порядка реализации продукции на рынке; изменение структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт продукции; изменение системы стимулирования поставщиков.

*А.Л. Войтшикина  
ГГУ им. Ф. Скорины (Гомель)*

## **НАЛОГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ – ИНСТРУМЕНТ РОСТА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА**

В настоящее время актуальна проблема создания эффективной системы управления инновационной активностью региона как часть единого инновационного процесса. Инновации являются одним из важных факторов формирования конкурентного преимущества регионов. Проблемы активизации инноваци-