

# РОЗДІЛ 3. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

---

---

УДК 657

*Біденко Т. В., студентка ОКР «Магістр», спеціальності «Технології виробництва і переробки продукції тваринництва»,*

Науковий керівник – Вербельчук Т. В., кандидат с.-г. наук, доцент

Житомирський національний агроекологічний університет, м. Житомир, Україна

## УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ВСТУПУ УКРАЇНИ ДО СОТ

Головною передумовою вступу України до СОТ була і є висока якість і конкурентоспроможність вітчизняної продукції. Конкурентоспроможною на європейському ринку може бути лише продукція, розроблена згідно з міжнародними та європейськими стандартами. Саме тому одним з пріоритетних напрямів діяльності Держспоживстандарту України є забезпечення розвитку національної системи стандартизації та її гармонізація із системами стандартизації ЄС.

В чинних нормативних та проектах нормативних документів регламентується вміст хімічних компонентів, мікробіологічних показників, які необхідно контролювати.

З метою запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища та сприяння споживачеві в компетентному виборі товарів в Україні здійснюється сертифікація продукції.

Виробництво молочної продукції на Овруцькому МКК налагоджено за принципом безвідходності та екологічного контролю, де не останню відіграє модернізована за останніми зразками технологічна база та суворий санітарно-епідеміологічний контроль. З огляду на це продукція комбінату відповідає не тільки національним стандартам, але й має сертифікат ІСО 9001:2000. Але все більша насиченість сучасних ринків, постійно зростаюча конкуренція призвели до необхідності переглянути традиційні уявлення про якість як жорстко заданий перелік "споживчих характеристик" і значно розширити тлумачення цього поняття.

Якість продукції – це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно її призначення. Якість продукції є показником, який залежить від двох основних груп чинників: умов ринкової кон'юнктури та внутрішніх ресурсів, які має підприємство. Якщо підприємство не здатне виробляти продукцію необхідної якості, використовуючи наявні потужності, воно має або змінити ринки збуту, або поліпшити виробничу базу.

Конкурентоспроможність товарів закладається ще на стадії проектування виробів. У процесі виробництва матеріалізуються визначальні елементи конкурентоспроможності продукції: якість і витрати. Моделювання і визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу (реалізації) на відповідному ринку.

Контроль якісного складу молокопродуктів не вирішує проблему гарантії нешкідливої продукції, оскільки не дає систематичних знань про наслідки споживання тієї або іншої продукції, як складові частини взаємодії організму і середовища проживання. Тому в ВАТ „Овруцький молочноконсервний комбінат” необхідно розробити і впровадити систему екологічного маркетингу, під яким ми розуміємо систему просування продукту на ринок з урахуванням його позитивних і негативних екологічних якостей та інших екологічних взаємодій залежних від геохімічних та інших умов місця продажу. Функція його також потребує врахування рівня здоров'я, характеру продукції. Іншою стороною екологічного маркетингу буде підвищення вимог споживача до екологічної якості продукції, і отже, збільшення попиту на таку продукцію.

Між тим значні резерви підвищення рівня виробництва і якості молочної продукції, зменшення втрат сировини мають стати в центрі уваги оперативного управління виробництвом на ВАТ „Овруцький молочноконсервний комбінат”. Підвищення якості продукції вимагає додаткових затрат не тільки інтелектуальної праці, але, як правило, й матеріально-грошових коштів. Оскільки підвищення якості продукції в більшості випадків рівнозначно зростанню обсягу її виробництва, згадані витрати слід розглядати як змінні. Як свідчить світова практика і, насамперед, досвід високорозвинутих країн заходу, в усіх галузях народного господарства сформувалася стійка тенденція до зростання витрат на поліпшення якості продукції. Але слід пам'ятати, що висока якість не повинна досягатися будь – якою ціною. Це ж стосується використання інших нецінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції. Додаткові витрати пов'язані з реалізацією комплексу цих факторів, повинні бути економічно доцільними, тобто попит на продукцію, а в окремих випадках і ціна мають зростати на більшу величину, ніж це потрібно для відшкодування з надлишком названих витрат.

В механізмі управління якістю продукції діє багато зворотних зв'язків, але в принциповій схемі цього механізму виділяється дві гілки. Перша функціонує на рівні створення і виготовлення продукції, її завданням є забезпечення і підтримка якості на заданому рівні. Друга – покликана відслідковувати зміну характеру потреби, зародження нової потреби і інформувати про необхідність модернізації продукції або організації виготовлення нової.

Підсумовуючи розгляд даного питання ми можемо зробити висновок, що на підприємстві працюють висококваліфіковані спеціалісти, які прагнуть задовольнити потреби споживача, забезпечують створення і виготовлення продукції, яка повністю задовольняє його при мінімальних затратах праці, матеріалів і енергії.