

цельномолочной продукции, масла животного, казеина, сухого обезжиренного молока и сыров. Объемы производства продукции на ОАО «Оршанский молочный комбинат» за 2012-2014 гг. представлены в таблице. [3, С. 30] Из данной таблицы можно увидеть, что объем производство масла сливочного в 2014 г. вырос по сравнению с 2013г. на 253тонн, молока обработанного жидкого вырос на 3805тонн, объем производства молока, сливок и смесей в твердых формах вырос на 223тонн. Казеин и казеинаты в 2014г. не производились, объем производства готовых кормов для крупного рогатого скота постепенно сокращается, а объем производства мороженого увеличивается.

Основными конкурентами ОАО «Оршанский молочный комбинат» на рынке г. Орши является Витебский, Могилевский и Брестский молочные комбинаты, у которых более широкий ассортимент продукции высокого качества. В Витебской области конкурентами предприятия являются: Полоцкий, Глубокский, Лепельский молочные комбинаты. [3, С. 495]

Большая часть продукции ОАО «Оршанский молочный комбинат» реализуется на территории республики. Основным внешнеэкономическим партнером ОАО «Оршанский молочный комбинат» по-прежнему остается Российская Федерация.

Реализация основных видов молочной продукции в 2014 г.

Таблица 2

Реализовано всего	ЦМП	Масло	Сухие молочные смеси	Сыры жирн.	Казеин технич.	Заменитель цельного молока
Внутренний рынок (%)	78,8	25,6	35,1	85,4	0,2	100
Внешний рынок (%)	21,2	74,4	64,9	14,5	99,8	-

Как видно из их таблицы реализация цельно-молочной продукции, сыров жирных и заменителя цельного молока преобладает на внутреннем рынке. В то же время реализация масла, сухих молочных смесей и казеина технического преобладает на внешнем рынке.

В Витебской области около 70% выпуска цельномолочной продукции сосредоточено на трех предприятиях — ОАО «Молоко», г. Витебск, ОАО «Полоцкий молочный комбинат» и ОАО «Оршанский молочный комбинат». Это говорит о том, что степень концентрации производства в молочной отрасли Витебской области высокая.

Таким образом, чтобы поддерживать свою конкурентоспособность предприятию ОАО «Оршанский молочный комбинат» необходимо инвестировать средства в модернизацию производства, объединять в своей структуре все элементы производственной сети и поддерживать качество выпускаемой продукции.

Список использованных источников

1. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятие: учебное пособие / Л.Н. Чайниковой, В.Н. Чайникова – Тамбов, 2007. – С. 4.
2. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие / И.М. Лифиц. – 2-е изд., - М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. – С. 13.
3. Лещиловский, П.В. Экономика предприятий и отраслей АПК: учебное пособие / П.В. Лещиловского, В.С. Тонковича, А.В. Мозоля. – 2-е изд., – Минск: БГЭУ, 2007. – С. 495.

Опаристий Александр Степанович,

студент спеціальності 8.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)»

економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету,
м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник – к.е.н., доцент Славіна Н.А.

СИСТЕМНЕ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Практика сучасного управління якістю продукції вже вкоренилася у свідомість і переконання споживачів та виробників стосовно того, що конкуренція підприємств – це конкуренція їхніх систем управління. Адже підприємство з належною системою якості та наявністю сертифікату якості, виданого авторитетним сертифікуючим органом, має високий імідж на міжнародному ринку [3, с.34].

Для того, щоб задовольнити вимоги споживачів, які постійно підвищуються, система управління якістю на підприємстві повинна створюватися і функціонувати на основі наукових принципів. Основою положим з них є функціонування системи управління якістю як органічної складової частини всієї системи управління підприємством. Вона, безумовно, не може діяти окремо, без взаємозв'язку, взаємодії зі всіма іншими системами в межах менеджменту підприємства.

Система управління якістю має охоплювати такі етапи життєвого циклу продукції: маркетинг, пошук і вивчення ринку, проектування та розроблення, планування та розроблення процесів, закупівля, виробництво, перевірка, пакування та складування, збут і продаж, монтаж і здавання в експлуатацію, технічна допомога й обслуговування, експлуатація, утилізація або вторинна переробка. Важливою умовою виготовлення високоякісної продукції є врахування її якості на кожному з етапів життєвого циклу за наявності сучасної техніки та технології, висококваліфікованих кадрів, методів контролю і вимірювань, а також основної мети здійснення цієї діяльності – максимальне задоволення потреб споживачів та одержання прибутку.

Система управління якістю, що відповідає вимогам МС серії 9000, є індивідуальною й унікальною, вона сприяє вирішенню проблем і виконанню планів щодо поліпшення роботи конкретного підприємства. Якщо керівництво підприємства позитивно сприймає впровадження системи якості, то зразу ж приймається рішення щодо вибору органу сертифікації. «Критеріями при цьому є: кількість країн, де визнається виданий ними сертифікат; куди експортуватиметься вироблена продукція; вартість сертифікації, імідж органу сертифікації. Отримання сертифікату є похідним відносно впровадження системи управління якістю продукції. Гарна система управління у підприємстві є ефективною, коли виготовлена продукція одразу ж знаходить свого споживача, а підприємство – прибуток, тоді сертифікація стає лише формальною справою».

Згідно з ДСТУ ISO 9001 – 2001 «Системи управління якістю. Вимоги», організація повинна встановити, задокументувати, впровадити та підтримувати систему управління якістю і постійно поліпшувати її результативність згідно з вимогами державного стандарту. Організація визначає процеси, необхідні для управління системою якістю та їхнє застосування на всіх рівнях організації, визначає послідовність та взаємодію цих процесів, визначає критерії та методи, необхідні для забезпечення результативності функціонування цих процесів та управління ними, здійснює моніторинг, вимірювання та

аналіз цих процесів, вживає заходів щодо досягнення запланованих результатів та постійного їх поліпшення». На керівництво покладається розробка документації, необхідної для впровадження системи управління якістю. Документація повинна містити чіткий і загальнозрозумілий виклад завдань у сфері якості; настанови з якості; протоколи якості; перевірені методики у відповідності ДСТУ ISO 9001 – 2001 та всі інші потрібні, належним чином оформлені документи, необхідні для забезпечення ефективності функціонування усіх процесів, а також прийняття раціональних управлінських рішень [2, с.3].

Вчені та практики світу наполегливо працюють над розробкою універсального стандарту, який містив би нормативні вимоги до усієї системи менеджменту підприємства, включаючи фінансовий та інвестиційно-інноваційний менеджмент, управління персоналом, існуючими ризиками та загрозами, менеджмент комунікацій. Прийняття такого стандарту ознаменує завершення перехідного етапу TQM до загального управління. Досвід підприємств, які досягли високих результатів, свідчить, що шлях до успіху обов'язково лежить через забезпеченість якості. З огляду на це, якість продукції є найважливішим фактором підвищення рівня життя населення, його економічної, соціальної і екологічної безпеки.

Список використаних джерел

1. Дудар Т.Г. Економічні проблеми поліпшення якості сільськогосподарської продукції / Т.Г. Дудар – Л.: Світ, 1991. – 156 с.
2. ДСТУ ISO 9000-2001. Держстандарт України. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2001, IDT). – К.:, 2001. – С.3.
3. Кириченко Л.С. Основи стандартизації, метрології та управління якістю /Л.С. Кириченко, Н.В. Мережко. – К.:КНТЕУ, 2001. – 445с.
4. Петренко В.А. Управління якістю на підприємстві: Навч. посібник. / В.А. Петренко, О.М. Левченко, Є.С. Шубін – Кіровоград: КДТУ, 2002. – 262 с.
5. Пономарьов С.В. Управління якістю продукції. Інструменти і методи менеджменту якості / С.В. Пономарьов та ін. – М.: РІА «Стандарти та якість», 2005. – 248с.

Партика Роман Олександрович,

студент спеціальності 7.03050401 «Економіка підприємства» економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету,
м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник: к.е.н., доцент Марусей Т.В.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ЗАСІБ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток та успіх будь-якого підприємства визначається стратегією розвитку, яку вона вибрала. Зараз у зв'язку з переходом до ринкових відносин питанню стратегії розвитку та поведінки підприємства стали приділяти особливу увагу, що сприяло змінам у поглядах на інформаційні системи. Вони стали вважатися стратегічним засобом розвитку підприємства, який впливає на цілі, задачі, методи, товари, послуги підприємства, дозволяючи таким чином випередити конкурентів, а також налагодити більш тісну взаємодію зі споживачами та постачальниками.

Функціонування підприємства в нових умовах висуває на перший план вирішення