

В целом по республике за счет использования сырного полуфабриката в рецептурах плавленых сыров можно получить дополнительную прибыль не менее 400 млн. руб. в год. Срок окупаемости капитальных вложений на закупку оборудования составляет 5 лет.

Результаты проводимых нами научно-исследовательских работ подтверждают, что извлечение, сбор и дальнейшая технологическая переработка сырной пыли позволит предприятиям повысить экономическую эффективность своей работы не только в связи с удешевлением сырья для производства плавленых сыров, но и за счет расширения их ассортимента, создания новых видов молочных продуктов с использованием сырной пыли, повышением степени использования составных компонентов молока (ресурсосбережение) и снижением экологической нагрузки молокоперерабатывающих предприятий.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

*А.А. Иванов, ст. преподаватель, Л.А. Железнова, студентка
Белорусский государственный аграрный технический университет (г. Минск)*

Для обеспечения стабильного уровня качества и конкурентоспособности продукции, снятия технических барьеров в торговле при производстве продукции на предприятии следует проводить работы по:

- созданию на предприятии системы экологического управления в соответствии с требованиями международных стандартов ИСО-14000;
- внедрению и сертификации систем управления охраной труда в соответствии с требованиями государственных стандартов СТБ 18001-2005 и СТБ 18002-2005;
- проводить анализ соответствия выпускаемой продукции требованиям международных стандартов и оценки ее технического уровня и конкурентоспособности в сравнении с зарубежными аналогами;
- проводить подтверждение соответствия продукции Европейским нормам и требованиям Директив ЕС с правом СЕ-маркировки.

На предприятиях весьма важно использование предприятием маркетинговой концепции управления бизнесом, плавно переходящей в создание на предприятии системы менеджмента качества, как это требуют стандарты серии СТБ ИСО 9000-2001.

Основные проблемы при внедрении системы менеджмента качества обычно возникают в сфере управления персоналом. Любая организация, решившая заняться совершенствованием качества, сталкивается как минимум со следующими препятствиями:

- сопротивление персонала нововведениям;
- ограниченное понимание менеджерами разных уровней взаимосвязи качества продукции с эффективностью деятельности организации;
- подход к совершенствованию качества как к разовому мероприятию или очередной новомодной кампании;
- придание совершенствованию качества статуса не управленческого, а статистического мероприятия.

Внедрение процедур повышения качества нередко требует коренного изменения корпоративной культуры. Особое внимание при этом необходимо уделить менеджерам среднего звена, их квалификации и приверженности системе качества. Именно от этого управленческого уровня зависит, удастся или нет вовлечь рядовых сотрудников организации в процессы всестороннего совершенствования производства и контроля качества, внедрить в сознание рядовых работников понимание обратной связи между уровнем качества и уровнем затрат.

Это, в свою очередь, предполагает поощрение получения работниками организации знаний и создание системы признания заслуг в области повышения качества. В результате предприятие формирует новую корпоративную культуру, повышая не только качество продукции, но и качество фирмы в целом.

Для их внедрения процедур повышения качества формируются соответствующие требования и подходы:

- перспективное (устойчивое) развитие (или рост) предприятия, базирующееся на определенной стратегии, основанной на постоянном обучении и инновациях;
- стратегия, имеющая как минимум три иерархических уровня — общекорпоративная стратегия, бизнес-стратегия и стратегия по отдельным видам продукции;
- постоянное улучшение продукции и постоянное улучшение системы менеджмента качества и ее инновация;
- баланс интересов сторон рассматривается как естественный базис общекорпоративной стратегии;
- взаимосвязь 12 принципов системы качества: создание ценности для потребителя; ориентация на общественные ценности; всеобщая оптимизация; лидерство; понимание своей ключевой компетентности; вовлеченность персонала; сотрудничество с партнерами; процессный подход; принятие решений, основанных на фактах; личное и организационное самообучение; оперативность; автономность;
- концепции системы менеджмента качества предполагает выработку стратегии на трех уровнях (корпоративный, отдельный бизнес, отдельный вид продукции), каждый уровень имеет свою особенность.

Таким образом, изложенное выше позволяет утверждать, что системы менеджмента качества ведет предприятие от удовлетворенности потребителей к удовлетворенности всех заинтересованных сторон, от информационных технологий — к управлению знаниями, от постоянного улучшения процессов — к инновациям, прежде всего в сфере менеджмента качества.

Не маловажное значение в повышении качества имеют вопросы подготовки кадров в области качества, информационное обеспечение, организационные мероприятия и пропаганда в области качества.

В современных условиях предприятия вынуждены переориентироваться на маркетинговую концепцию по управлению производственно-коммерческой деятельности, которая в отличие от сбытовой, охватывает различные стадии производственного процесса, начиная с разработки товаров, и заканчивая поиском и освоением новых рынков. Для успешного решения стоящих задач служба маркетинга должна изменить структуру и кадровый состав.

Повышению конкурентоспособности товара рекламная деятельность, которая должна осуществляться по следующим направлениям:

- реклама в СМИ;
- наружная реклама (растяжки, билборды, дисплеи, щиты);
- реклама в салонах городского транспорта и метро);
- реклама в сети Интернет (E-mail, on-line, электронная рассылка);
- рекламно-сувенирная продукция (каталоги, плакаты, календари, ручки, блокноты, листовки).

Выставочно-ярмарочные мероприятия занимают особое место в арсенале средств современного маркетинга для повышения конкурентоспособности продукции. Они предоставляют участникам широкие возможности одновременного распространения и получения широкого спектра экономической, организационной, технической и коммерческой информации при относительно доступной ее стоимости.

В XXI веке будут преуспевать только те организации, которые добились совершенства во всех аспектах своей деятельности. Критерием такой способности организации станет ее гибкость и адекватность. А это в первую очередь связано со способностью организации к внедрению инноваций. В последнее время предлагаются различные методы внедрения инноваций в организациях. Наиболее распространенными в мировой практике являются система сбалансированных показателей, бенчмаркинг и др. Эти методы с использованием различных способов улучшения деятельности, являясь по сути инновационными, позволяют организациям выстоять и преуспеть в конкурентной борьбе. Пока они еще не нашли широкого практического применения на отечественных предприятиях.

Пути повышения качества и конкурентоспособности на предприятии:

- проведение работ по совершенствованию системы менеджмента качества, внедрение в 2010 г. систем управления охраной труда в соответствии с требованиями государственных стандартов СТБ 18001-2005 и СТБ 18002-2005;
- создание технического информационного взаимодействия с Национальным информационным центром по техническим барьерам в торговле, санитарным и фитосанитарным мерам ВТО;
- совершенствование организационной структуры маркетинга, для чего необходимо ввести в отдел маркетинга ответственного за качество;

- развитие ассортимента, создание новых видов продукции с улучшенными потребительскими свойствами;
- совершенствование информационного обеспечения путем создания банка данных о новых видах выпускаемой продукции, ведение электронных каталогов (русская и английская версия), внедрение электронного документооборота, обмена информацией;
- подготовка кадров и повышения квалификации специалистов: повышение квалификации руководителей и специалистов маркетинговых служб на базе Академии управления при Президенте РБ; обучение в области внешнеэкономической деятельности и международного маркетинга на базе ИПКиП экономических кадров БГЭУ;
- участия предприятия в конкурсе на соискание премии Правительства Республики Беларусь за достижения в области качества, в конкурсе «Лучшие товары Республики Беларусь на рынке Российской Федерации», в конкурсе «Лучший менеджер по качеству».

ПРОИЗВОДСТВО МОЛОКА С ВЫСОКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ КАЧЕСТВА

А.А. Иванов, ст. преподаватель, Т.С. Терешко, студентка
Белорусский государственный экономический университет (г. Минск)

Важной задачей, стоящей перед сельскохозяйственным производством, является обеспечение качественной экологически чистой продукции животноводства. Для производства такой продукции, прежде всего, осуществляется формализация требований к качеству готовой продукции с учетом медико-биологических требований, предполагающих установление оптимальных показателей качества. Эти требования заложены в отраслевом регламенте на типовые технологические процессы производства продукции животноводства и, в частности, производства молока.

Проблема производства конкурентоспособной молочной продукции в полной мере относится и к УП «Ивенецкая криница», где еще не в достаточно полной мере уделяется внимание применению безвредных и безопасных способов производства, не решена проблема комплексной механизации производства молока, не используются современные методы и процессы машинного доения, слабо используются механизмы для транспортировки и раздачи кормов, не ведется работа по механизации уборки и хранению навоза, плохо проводится работа по рекламированию продукции предприятия, редко участвует в выставках — ярмарках проводимых в области

Одна из основных характеристик пищевой продукции — безопасность, которую реально обеспечивает система ХАССП (анализ рисков и критических контрольных точек). Она распространяется на всю пищевую продукцию и продовольственное сырье. Ее наличие у предприятий пищевой промышленности стало обязательным при выходе на внешний рынок.

С целью определения критических контрольных точек (ККТ) при производстве молока необходимо проанализировать этот процесс на молочно-товарной ферме «УП «Ивенецкая криница».

Сейчас весь цикл производственных процессов на фермах крупного рогатого скота состоит из следующих операций: заготовка кормов, погрузка, приготовление и раздача их животным, уборка навоза из помещений и транспортировка его к местам хранения; доение; первичная обработка и транспортировка молока.

Для разработки мероприятий, обеспечивающих производство молока с высокими качественными показателями на УП «Ивенецкая криница» необходимо:

- создание рационального типа кормопроизводства;
- внедрение научно-основанной организация кормления скота;
- изменение системы содержания скота;
- повышение эффективности процесса доения;
- планирование и повышение продуктивности животных;
- совершенствование система организации и оплаты труда.

Под рациональным типом кормопроизводства понимают систему получения определенного объема и состава наиболее дешевых кормов, содержащих достаточное количество питательных веществ, необходимых для сбалансированного кормления всего имеющегося в хозяйстве поголовья.