

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Кафедра менеджменту і логістики

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
зі спеціальності 073 «Менеджмент»
на тему: «Управління якістю продукції як фактором
конкурентоспроможності підприємства на ринку»

Виконав: студент групи 401-ЕМ

Владіміров Антон Володимирович _____

Керівник:

доцент кафедри менеджменту і логістики,

к.е.н., доцент Васильченко М.І. _____

Полтава – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОРОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Сутність економічної категорії «якість продукції» та її роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на ринку	6
1.2. Основні показники та методи оцінювання якості продукції на підприємстві	14
1.3. Принципи формування системи управління якістю продукції на підприємстві	23
Висновки до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ФІРМА «ПОЛТАВПИВО»	32
2.1. Аналіз об'єкта та суб'єкта системи управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	32
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	41
2.3. Оцінка існуючої системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	48
Висновки до розділу 2	55
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ФІРМА «ПОЛТАВПИВО» НА РИНКУ	57
3.1. Напрями удосконалення управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» для підвищення його конкурентоспроможності на ринку..	57
3.2. Удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	66
Висновки до розділу 3	74
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ.....	84

ВСТУП

Якість є ключовим фактором, що впливає на успіх будь-якого суб'єкта господарювання. Ефективне управління якістю продукції у сучасних економічних умовах є невід'ємною складовою досягнення задоволеності клієнтів, удосконалення процесів і підвищення конкурентоспроможності. При цьому головна мета управління якістю продукції полягає в тому, щоб продукти, які виготовляє підприємство, не лише відповідали певним стандартам якості та очікуванням клієнтів, але й перевищували їх. Такі цілі є частиною загальної стратегії забезпечення конкурентоспроможності майже кожної компанії на ринку. Якщо говорити про конкурентоспроможність, то виробничі підприємства, які перевищують стандарти якості, як правило, досить сильно виділяються серед конкурентів та збільшують власний потенціал для отримання бажаного фінансового результату і відповідного підвищення лояльності споживачів.

Актуальність даного наукового дослідження полягає у необхідності підвищення якості продукції підприємств, оскільки неякісні товари та послуги стримують покупців від покупки, таким чином підприємство поступово втрачає свою конкурентоспроможність. Тому для всіх компаній важливо розвивати та підтримувати стандарти якості та знання.

Теоретичні аспекти управління якістю продукції підприємства знайшли своє відображення у наукових працях таких відомих українських вчених, як: О.І. Бєлова, Т.Ю. Білоусько, В.Б. Большаков, Л.В. Вербівська, І.В. Власенко, О.Б. Данченко, Л.В. Іванченкова, Н.І. Косач, В.В. Кузьома, Г.О. Павлова, С.І. Павлюк, Х.М. Сафар, К.В. Стасюкова, Ю.О. Терлецька, Г.С. Цимбалюк, Л.В. Шовкун та багато інших. Незважаючи на значну кількість публікацій за даною тематикою, проблема удосконалення управління якістю продукції як фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку потребує подальшого дослідження. Висока актуальність цієї проблеми стала визначальною при виборі теми кваліфікаційної роботи, яка виконувалася на

матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Метою кваліфікаційної роботи є узагальнення теоретичних аспектів та внесення авторських пропозицій щодо удосконалення управління якістю продукції як фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі було вирішено такі основні завдання:

розкрити сутність економічної категорії «якість продукції» та її роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на ринку;

розглянути основні показники та методи оцінювання якості продукції на підприємстві;

визначити принципи формування системи управління якістю продукції на підприємстві;

провести аналіз об'єкта та суб'єкта системи управління ПрАТ «Фірма Полтавпиво»;

здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»;

оцінити існуючу систему управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»;

обґрунтувати напрями удосконалення управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» для підвищення його конкурентоспроможності на ринку;

визначити шляхи удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Об'єктом дослідження є процес управління якістю продукції підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти удосконалення управління якістю продукції як фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Для досягнення поставленої мети було застосовано системний підхід до вивчення економічних явищ і процесів у їх взаємодії та взаємообумовленості.

На різних етапах дослідження нами було застосовано такі методи, як: абстрактно-логічний; економіко-статистичний; теоретичного узагальнення; порівняльного аналізу та інші.

Інформаційне забезпечення кваліфікаційної роботи складають фундаментальні положення менеджменту та управління якістю, законодавчі і нормативно-правові акти, які регламентують діяльність суб'єктів господарювання в Україні, наукові праці відомих українських і зарубіжних вчених, присвячені проблематиці обраної теми дослідження, відкриті джерела мережі Інтернет, статистична і фінансова звітність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 рр.

Наукова новизна одержаних у кваліфікаційній роботі результатів полягає у систематизації теоретичних, методичних і практичних положень щодо управління якістю продукції як фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку. Запропоновані у роботі рекомендації щодо удосконалення управління якістю продукції можуть бути впроваджені у практичну діяльність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Основні положення кваліфікаційної роботи і результати дослідження обговорені на II Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій» (06 червня 2024 року, м. Полтава).

За темою кваліфікаційної роботи було опубліковано тези доповіді:

Владіміров А.В., Васильченко М.І. Ключові аспекти формування системи управління якістю продукції на підприємстві. *Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Полтава, 06 червня 2024 року). Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2024. С. 49–51.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота містить 16 таблиць, 21 рисунок, 46 джерел літератури, а також 3 додатки. Загальний обсяг роботи складає 84 сторінки друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОРОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність економічної категорії «якість продукції» та її роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на ринку

Висока якість продукції означає, що продукція виготовлена з дотриманням всіх стандартів та вимог, вона є надійною, довговічною та здатною задовольнити потреби кінцевого споживача. Багаторічний досвід господарювання вказує на те, що саме якість є тим важливим фактором успіху, який може призвести до повторних ділових операцій і підвищити рівень задоволеності потреб клієнтів.

У своїх наукових дослідженнях Власенко І.В. [8] визначає якість, як сукупність властивостей та запланованих характеристик певного виду продукції, які відображають її споживчу цінність та ступінь задоволення потреб у конкретних умовах споживання. Якісний товар зазвичай пов'язаний із лояльністю покупців, а це покращує ділову репутацію бренду.

Якість продукції означає, наскільки добре вона задовольняє потреби клієнтів, слугує своїй меті та відповідає чинним стандартам та вимогам. Оцінюючи якість продукції, підприємства враховують декілька ключових факторів, зокрема те, чи продукція вирішує певну проблему, чи працює вона ефективно, чи відповідає потребам безпосередніх споживачів.

Авторський колектив у складі Медвідь Л.Г., Міценко Н.Г. та Черкасової С.В. [18] стверджує, що в умовах ринкової економіки успіх кожного товаровиробника оцінюється за рівнем ефективності виробництва та може бути обумовлений ступенем задоволення потреб суспільства з найменшими витратами. Багато відкликань продукції з мережі реалізації пояснюється, насамперед, несправністю такої продукції та незадовільним рівнем її якості.

Коли таке відкликання відбувається, наслідки від цього може відчутти на собі не лише фірма, яка здійснює реалізацію продукції, але й найближчі її конкуренти.

За переконанням Большакова В.Б., Косач Н.І., Павлової Г.О. та Чернишенка О.В. [5], якість продукції визначається мірою співвідношення фактично досягнутого показника якості до його оптимального значення, яке сформовано запитами споживачів, вимогами стандартів, контрактів, договорів, і якщо вона є мірою, то повинна піддаватися відповідному вимірюванню.

Підприємства різних сфер і напрямів діяльності також можуть оцінювати якість продукції на основі різних точок зору, які показують, як саме ті чи інші представники цільової аудиторії сприймають корисність продукції, представленої на ринку. Перспективи, які слід враховувати під час оцінки якості продукції, включають: перспективи споживача, перспективи виробництва, перспективи, що ґрунтуються на продукції та цінності, і трансцендентні перспективи, які сприймають цінність продукції по відношенню до її вартості. Використовуючи розглянуті вище наукові підходи, можемо виділити основні характеристики якості продукції (рис. 1.1).

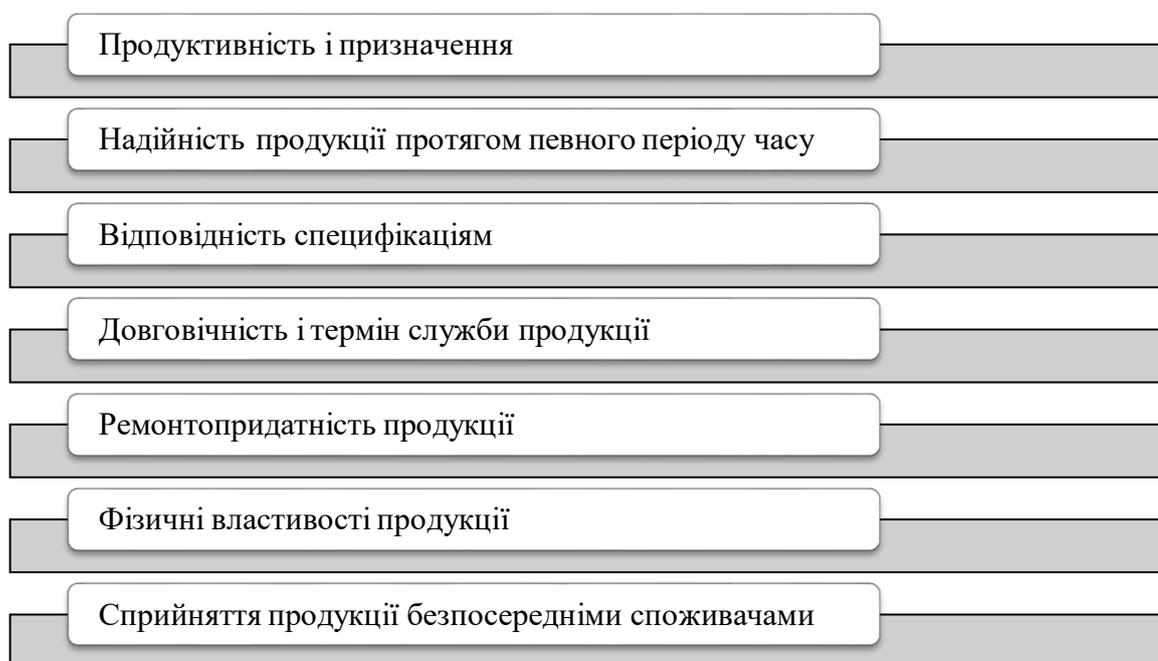


Рисунок 1.1 – Характеристики якості продукції підприємства (розроблено автором на основі [22; 16])

Якість продукції важлива, оскільки вона впливає на успіх підприємства та допомагає утвердити його ділову репутацію на обраному сегменті ринку. Коли суб'єкти господарювання створюють високоякісну продукцію, яка продовжує задовольняти потреби споживачів, це неодмінно призводить до зниження виробничих витрат, підвищення прибутковості інвестицій і збільшення фінансового результату.

У одній зі своїх наукових праць Терлецька Ю.О. та Кравчук А.Ю. [23] визначають, що система управління якістю є одним із ключових елементів економічного механізму функціонування будь-якого сучасного підприємства. Компанії створюють різні види продукції, щоб задовольнити існуючий попит на ринку, а споживачі очікують, що запропонована їм продукція зможе задовольнити їхні потреби, тому часто звертають увагу на рекламу.

Водночас, якість продукції означає, наскільки добре виготовлена і спроектована продукція, а також те, наскільки її дизайн і конструкція дозволяють досягти запланованої мети чи поставленої цілі. Продукція, яка задовольняє потреби споживачів, ефективно слугує своїм цілям і відповідає затвердженим стандартам, тобто цілком може вважатися високоякісною [36]. Те, що вважається гарною якістю, залежить від кількох ключових факторів, зокрема від того, чи є продукція ефективною, простою у використанні та чи вирішує вона проблеми, які виникли у клієнтів. Підприємства також можуть оцінювати якість продукції із різних точок зору, які показують, як різні групи споживачів насправді сприймають його корисність.

Підприємства, які наразі функціонують в умовах високого рівня невизначеності зовнішнього середовища, використовують різні критерії для визначення рівня якості виготовленої ними продукції. При цьому визначення високоякісної продукції виходить далеко за межі простого переконання, що продукція була виготовлена з якісних матеріалів, і що термін її корисного використання є досить значним. З огляду на це, слід звернути увагу на наступний перелік питань, які товаровиробники мають постійно задавати собі, щоб оцінити якість виготовленої ними продукції (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Ключові питання для оцінки якості продукції підприємства

Питання	Значення
Чи вирішує продукція певну проблему?	В ідеалі продукція існує для вирішення певної проблеми, з якою стикаються споживачі. Наскільки добре продукція вирішує проблеми, є важливим визначальним фактором при оцінці її якості. Якщо продукція повністю вирішує проблему, що виникає у багатьох споживачів, то, ймовірно, це буде високоякісна продукція.
Чи проста продукція у використанні?	Хороші товари, як правило, є простими у використанні або, принаймні, вони не складніші, ніж це потрібно. Якщо клієнти відчують, що витратили надмірну кількість часу, щоб зрозуміти, як працює продукція, чи як зібрати її, вони навряд чи будуть задоволені власним вибором. Простота використання є важливою ознакою при оцінці якості продукції.
Продукція є привабливою для споживача?	Дизайн виробу важливий навіть з естетичних міркувань. Високоякісна продукція, як правило, розробляється з урахуванням кольорів, розмірів, шрифтів та інших елементів дизайну. Іноді для продукції так само важливо, щоб вона виглядала якісно, як і насправді.
Чи ефективною є продукція?	Найкращі товари не просто виконують своє призначення, вони роблять це ефективно. Якісна продукція діє максимально швидко і вимагає мінімум зусиль від клієнта. Ефективна продукція не просто виконує те, для чого вона взагалі призначена, вона робить це швидко та у повному обсязі.
Чи адаптована продукція до реальних потреб клієнтів?	Підприємства, які можуть пристосувати продукцію до конкретних потреб своїх цільових клієнтів, зазвичай досягають більшого успіху на ринку. Щоб досягти цього, часто потрібні консультації з клієнтами та постійна увага до їхніх відгуків. Споживачі будуть лояльними до бренду, який, на їхню думку, задовольняє їхні потреби.

Примітка. Розроблено за джерелами [29; 30]

Вивчення різних точок зору є ключовим для виробництва високоякісних товарів. Такі перспективи включають, насамперед, те, як клієнти бачать продукцію, і як вони визначають перспективи її цінності, оскільки все це пов'язане безпосередньо з витратами на виробництво. Те, що взагалі робить продукцію високоякісною, залежить від конкретних обставин, що склалися, а вже її довговічність, придатність до обслуговування та те, наскільки надійно товаровиробники можуть виготовити продукцію протягом визначеного періоду часу, є важливими атрибутами.

Якість продукції має значний вплив на успіх бізнесу. Маркетинг, обслуговування клієнтів і складання бюджету – усе це важливо, але високоякісна продукція є найкращим інструментом компанії для формування ділової репутації, оскільки клієнти, швидше за все, купуватимуть продукцію у

добре відомих на ринку компаній, яким усі довіряють.

Виробництво високоякісних товарів полегшує підприємствам встановлення позитивних відносин з клієнтами. Багато споживачів цінують саме тих товаровиробників, які завжди приділяють пильну увагу навіть незначним деталям та відповідному вивченню потреб своєї цільової аудиторії. Якісні товари задовольняють потреби ринку, і споживачі очікують, що ці товари відповідатимуть потребам, які вони мають задовольнити. Споживачі цінують продукцію, яка пропонує безпечні та ефективні способи вирішення проблем. Споживачі, які відчувають, що можуть покластися на пропозиції компанії, швидше за все, неодноразово підтримуватимуть цю компанію на ринку.

Павлова О.М., Павлов К.В. та Омельчук Б.В. [20] уточнюють, що якість продукції є ключовим чинником успішної господарської діяльності підприємств, а зростання її рівня є однією із форм конкурентної боротьби, засобом утримання і завоювання позицій на ринку. Підприємства мають розуміння важливості постійного постачання на ринок продукції, яка відповідає очікуванням клієнтів, або навіть суттєво перевищує їх. Фактично це означає:

глибоке розуміння специфікацій продукції та існуючих стандартів, а також впровадження ефективних заходів контролю якості для того щоб переконатися, що продукція не має дефектів і відповідає встановленим вимогам;

здатність ідентифікувати потенційні проблеми з якістю та впроваджувати коригувальні дії, щоб запобігти виникненню цих проблем у майбутньому;

ефективне спілкування як із внутрішніми, так і зовнішніми зацікавленими сторонами, щоб гарантувати, що якість продукції є головним пріоритетом у діяльності суб'єкта господарювання.

Результати наукових досліджень Герасимової В.О. та Резанова Е.О. [9] вказують на те, що діяльність окремого підприємства має бути спрямована не лише на виживання у складних умовах конкуренції, але й на процес безперервного розвитку. Товаровиробники активно впроваджують комплексні

системи управління якістю, щоб постійно постачати на ринок високоякісну продукцію. Все це потребує виявлення та вирішення потенційних проблем із якістю на кожному етапі виробничого процесу, починаючи з пошуку сировини, і закінчуючи тестуванням кінцевої продукції. Підприємства також можуть визначати та впроваджувати вдосконалення процесів для підвищення якості продукції, а також ефективно навчати команду фахівців із контролю якості і керувати нею. Поряд із цим підприємства можуть контролювати та відстежувати ключові показники якості, щоб переконатися, що їхня продукція постійно відповідає очікуванням клієнтів.

Іванченкова Л.В. та Стасюкова К.В. [13] дотримуються думки про те, що в сучасних ринкових умовах зусилля товаровиробників спрямовані на задоволення попиту споживачів, які, в свою чергу, керуються якісними характеристиками товару. Компанії можуть передбачити й вирішувати потенційні проблеми з якістю ще задовго до їх виникнення, тому особлива увага має приділятися визначенню та впровадженню проактивних заходів контролю якості, таких як проведення регулярних перевірок і аудитів, щоб запобігти дефектам і гарантувати, що продукція дійсно відповідає потребам кінцевих споживачів. Розвинуті підприємства можуть розробляти та впроваджувати інноваційні стратегії та технології управління якістю для підвищення якості продукції та підвищення ефективності. Передові підприємства можуть ефективно керувати командою фахівців із контролю якості, і здатні координувати вирішення усіх питань, безпосередньо пов'язаних із якістю продукції.

Для багатьох компаній якість продукції забезпечує лояльність споживачів, сприяє розпізнаванню бренду та сприяє здійсненню належного контролю витрат. Клієнти часто купують більше у тих компаній, яким вони довіряють, тому компанії можуть зменшити витрати, які є результатом повернення продукції, дефектів і втрат за допомогою контролю якості продукції. Забезпечуючи якість продукції, підприємства можуть допомогти клієнтам дізнатися про бренд, спонукати їх купувати певну продукцію та таким

чином збільшити свій дохід.

Висока якість продукції сприяє підвищенню задоволеності та лояльності клієнтів, що, у свою чергу, сприяє збільшенню продажів і розширенню ринку. Якісна продукція також дає підприємствам конкурентну перевагу, дозволяючи їм відрізнитися від конкурентів і залучати більше клієнтів.

Конкурентоспроможність бізнесу означає здатність компанії підтримувати та збільшувати свою частку ринку. У висококонкурентному бізнес-середовищі компанії повинні відрізнитися від своїх конкурентів, щоб залучити нових та утримати постійних клієнтів. Якість продукції, що виготовляється, і послуг, які надаються споживачам, відіграє вирішальну роль у цьому контексті.

Березіна Л.М., Вараксіна О.В., Олійник А.С. та Рак А.Г. [3] наголошують на тому, що управління конкурентоспроможністю підприємства набуло особливо важливого значення після появи сучасних ідей для розвитку бізнесу, і формування нових запитів з боку споживачів. Сучасні клієнти стають все більш вимогливими та віддають перевагу виключно високоякісним видам продукції та послуг. Якщо компанія не зможе задовольнити очікування клієнтів щодо якості, вона, ймовірно, втратить свою конкурентну перевагу. Тому дуже важливо, щоб компанії впроваджували стратегії управління ризиками якості, щоб забезпечити відповідність продукції і послуг найвищим стандартам.

Власенко І.В. [8] підкреслює, що якість є не просто невід'ємною складовою конкурентоспроможності, але й важливою передумовою виживання багатьох підприємств і національних економік в надскладних реаліях сьогодення. Якість продукції має важливе значення для задоволення потреб і очікувань клієнтів, тому важливо, щоб компанії активно інвестували у виробництво високоякісної продукції, яка відповідатиме очікуванням клієнтів. Потрібно також розуміти, що виготовлення продукції незадовільного рівня якості неодмінно призведе до невдоволення споживачів та втрати довіри споживачів до підприємства та продукції, що виготовляється ним.

Відтак, для бізнесу якість продукції є ключовим фактором

конкуреноспроможності. На сучасному ринку, де асортимент продукції є надзвичайно різноманітним, якість може бути вирішальним фактором, що відрізняє компанію від конкурентів. Суб'єкти господарювання, які пропонують високоякісну продукцію, можуть отримати стійку конкурентну перевагу та завоювати лояльність клієнтів. Крім того, якість продукції може впливати на ідентифікацію бренду та формування ділового іміджу компанії як виробника інноваційної та надійної продукції.

Якість продукції також важлива для внутрішніх бізнес-процесів підприємства. Висока якість продукції може сприяти підвищенню ефективності та продуктивності виробництва, зниженню витрат, пов'язаних зі скаргами та ремонтом, а також покращенню ділових зв'язків із постачальниками. Компанії, які зосереджують свою увагу на якості продукції, можуть досягти кращих фінансових результатів і довгострокового успіху на ринку.

Цимбалюк Г.С. [24] звертає увагу на те, що для результативного функціонування системи управління якістю та ефективного виробництва якісної продукції підприємство має визначити взаємопов'язані види робіт (процеси) і керувати ними, а також здійснювати моніторинг, вимірювання та аналіз цих процесів. Якість продукції відіграє ключову роль як для клієнтів, так і для підприємств різних сфер і напрямів діяльності. Для покупців якість продукції безпосередньо впливає на їхнє задоволення від здійсненої покупки. Клієнти очікують, що товар відповідатиме їхнім потребам та очікуванням, буде функціональним, надійним та візуально привабливим. Висока якість продукції може підвищити лояльність клієнтів, залучити нових клієнтів і позитивно вплинути на імідж бренду.

За переконанням Деменко В.Г. [12], протягом останнього десятиліття на багатьох підприємствах (незалежно від їх розміру та фінансових можливостей) активно впроваджуються стандартизовані системи управління якістю продукції.

Таким чином, якість продукції має стратегічне значення для досягнення успіху на ринку. Добре розроблена продукція може забезпечити конкурентну

перевагу, дозволяючи підприємству захопити більшу частку ринку та збільшити обсяги реалізації. Якість продукції також впливає на ділову репутацію компанії і може бути фактором, що визначає її успіх або невдачу на ринку. Клієнти очікують більш швидких ітерацій своїх улюблених продуктів без відхилень від найвищих стандартів якості. Зростання очікувань клієнтів змушує сучасних товаровиробників перебудовувати вже існуючі стратегії подальшого розвитку, зосереджуючи більше уваги на неперевершеній якості на додаток до цінового лідерства. Виробники знають, що їхня репутація багато в чому залежить від якості їхніх пропозицій, тому вони постійно знаходять шляхи їх вдосконалення. Далі пропонуємо розглянути основні показники, які використовуються для оцінювання якості продукції на рівні окремого суб'єкта господарювання, та методи проведення такої оцінки.

1.2. Основні показники та методи оцінювання якості продукції на підприємстві

У сучасному висококонкурентному середовищі підтримка незмінної якості продукції стає найвищим пріоритетом для бізнесу. Незалежно від того, чи є підприємство провідним брендом, роздрібним продавцем чи торговельною компанією, забезпечення відповідності його продуктів високим стандартам може забезпечити низку ключових переваг. Незмінна якість продукції створює довіру та лояльність клієнтів, і суттєво підвищує ділову репутацію бренду на ринку.

Кузьома В.В., Павлюк С.І. [16] у одній зі своїх наукових праць вказують на те, що якість продукції та послуг включає в себе не лише наявність в них очікуваних функцій і показників функціонування, але й те, як сприймає їх споживач з точки зору їх цінності для нього та придбаної вигоди.

Постійність якості продукції означає надійність її продуктивності та функцій протягом визначеного періоду часу. Це передбачає виробництво товарів або послуг, які постійно відповідають очікуванням клієнтів, з

мінімальною мінливістю результатів. Цього можна досягти шляхом суворого дотримання процесів контролю якості, регулярного тестування продукції та докладання постійних зусиль щодо вдосконалення останньої. Постійна якість продукції полягає в тому, щоб надавати клієнтам однакову високу якість із кожним продуктом кожного разу. Коли компанія підтримує постійну якість продукції, це надсилає клієнтам сигнал про те, що вона прагне до досконалості та надійності. Ця узгодженість може стати потужною диференціацією на переповненому ринку, допомагаючи компаніям виділитися серед інших подібних компаній та побудувати міцні відносини зі своїми клієнтами.

Розглянемо основні показники якості продукції (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Основні показники якості продукції

Показник	Значення
Рівень скарг	Рівень рекламаций є одним із найпопулярніших показників, що використовуються для оцінки якості продукції. Це означає кількість повідомлених скарг по відношенню до загального обсягу реалізованої продукції. Чим нижчий рівень скарг, тим вища якість продукції. Підприємства намагаються мінімізувати кількість скарг, покращуючи виробничі процеси, контроль якості, швидко та ефективно реагуючи на скарги клієнтів.
Індекс задоволеності клієнтів	Рівень задоволеності споживачів є ще одним важливим показником для оцінки якості продукції. Він вимірює рівень задоволеності споживача придбаним товаром. Щоб отримати інформацію про задоволеність клієнтів, підприємство може проводити опитування щодо задоволеності, опитувати клієнтів або аналізувати думки про продукцію у соціальних мережах. Важливо постійно контролювати цей показник і вживати заходів для підвищення якості продукції, реагуючи на думки та пропозиції клієнтів.
Показник якості продукції	Індекс якості продукції – це показник, який формується на основі різноманітних параметрів якості. Це може включати такі показники, як довговічність продукції, продуктивність, надійність, безпечне використання, відповідність нормам і стандартам або ступінь інноваційності. Показник якості продукції дозволяє оцінити загальну якість пропонованого товару і дозволяє порівняти його з товарами конкурентів.

Примітка. Розроблено за джерелами [34; 32]

Індекс задоволеності клієнтів (CSI) – це унікальний показник, який використовується для кількісної оцінки ступеня задоволеності клієнта продукцією, послугою чи досвідом. Зазвичай він розраховується за допомогою

опитувань клієнтів, які пропонують респондентам оцінити рівень задоволеності власних потреб за шкалою, яка часто варіюється від дуже незадоволеного до дуже задоволеного рівня [32]. Цей простий, але ефективний підхід було створено для того, щоб поєднати між собою різні методології, і адаптуватися до специфіки різних сфер діяльності і поведінки клієнтів. Ключові компоненти CSI включають очікування клієнтів, сприйняту цінність і сприйняту якість продукції чи послуги.

Якість є важливою цінністю для будь-якого сучасного підприємства, яке прагне завоювати лояльність клієнтів. Однак досягти цього рівня непросто, якщо підприємство не працює з індикаторами, які допоможуть йому з'ясувати, чи воно робить правильні дії, щоб пропонувати хорошу продукцію чи послугу.

Індикатори контролю якості – це інструменти, які використовуються для вимірювання та моніторингу ефективності компанії, і належать до основних типів індикаторів ефективності процесу або відомих KPI (ключових показників ефективності) [17].

У процесах управління індикатори вимірюють різницю між бажаною ситуацією (метою) і поточною ситуацією (результатом), вони вказують конкретний шлях і є важливою орієнтиром для подальшого зростання. KPI якості можна диверсифікувати та мати функцію вимірювання кінцевого результату за допомогою попередньо визначених стандартів. Наприклад, компанія гарантує 100% своєчасність доставки. Це показник якості, адже KPI – це сучасний підхід до оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства [15].

Використовуючи показники контролю якості, надзвичайно важливо періодично отримувати доступ до точних, надійних даних, щоб знати стан виробничого процесу та кінцевий результат, якою саме буде продукція, представлена на ринку.

Сьогодні існують різні типи KPI якості, які підприємства можуть використовувати для оцінки своїх показників якості [46]:

індикатори ефективності процесу – ці показники вимірюють ефективність

і продуктивність процесів виробництва або надання послуг, і включають такі важливі параметри, як тривалість циклу, використання ресурсів і ефективність робочого процесу;

індикатори задоволеності клієнтів – ці показники вимірюють рівень задоволеності клієнтів продукцією або послугами компанії, вони можуть включати такі показники, як рівень утримання клієнтів, оцінка задоволеності клієнтів і кількість отриманих скарг або претензій;

індикатори якості продукції – ці показники оцінюють якість продукції, що виготовляється, або послуг, що надаються підприємством; вони можуть включати такі показники, як рівень браку, відповідність стандартам якості та довговічність продукції;

показники часу відгуку – ці показники вимірюють, наскільки швидко компанія реагує на запити клієнтів або проблеми з якістю; вони можуть включати такі показники, як середній час відповіді, час вирішення проблеми та час виконання.

Це лише декілька прикладів типів КРІ якості, які можуть використовувати підприємства у своїй діяльності. Вибір правильних показників залежатиме від конкретних цілей і потреб кожної компанії. КРІ якості можуть відрізнятися залежно від сфери діяльності, в якій працює компанія. Розглянемо декілька прикладів ключових показників ефективності якості в різних сферах [46; 37]:

переробна галузь – відсоток бракованої продукції, середній час виробництва, швидкість переробки;

харчова промисловість – кількість скарг споживачів, дотримання стандартів харчової безпеки, терміни доставки швидкопсувних продуктів;

технологічна галузь – час відповіді клієнта, швидкість вирішення проблем при першому контакті, задоволеність споживачів продукцією;

готельна сфера: рівень заповнюваності закладу, рівень скасування бронювання, оцінки задоволеності клієнтів.

Безумовно, КРІ можуть відрізнятися залежно від конкретних потреб і

цілей кожної компанії, тому важливо визначити найбільш релевантні показники для галузі чи певної сфери діяльності та адаптувати їх до бізнесу, щоб вимірювати та покращувати якість продукції або послуг.

KPI допомагають підвищити ефективність бізнес-процесів. На основі результатів аналізу індикаторів менеджери можуть мати краще уявлення про те, чи потрібно змінювати стратегію, чи слід зберегти поточну стратегію, перевіряючи, наскільки позитивними є результати.

На нашу думку, контроль якості продукції може допомогти підприємству вирішити проблеми дистрибуції, покращити якість продукції та досягти більшої ефективності обслуговування клієнтів, таким чином уникаючи майбутніх скарг з боку клієнтів. Якість – це термін, який зазвичай використовують споживачі, виробники та керівники різних рівнів управління. Однак він дуже загальний і позначає різні речі для різних людей. Якщо дві людини описують продукцію як таку, якій притаманна «гарна якість», то вони можуть мати на увазі абсолютно різні речі.

Загальні показники якості продукції відображено нижче (рис. 1.2).

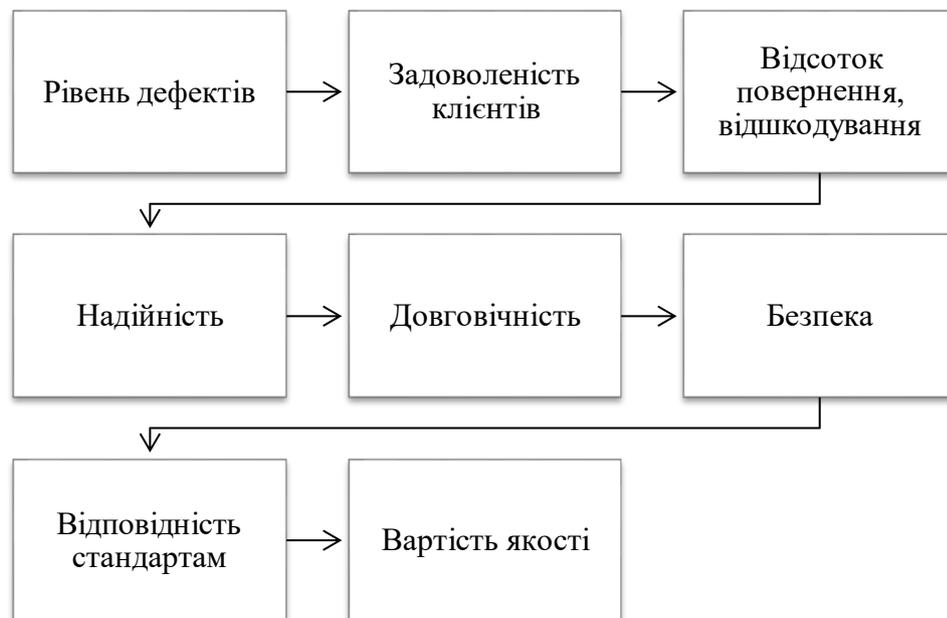


Рисунок 1.2 – Показники якості продукції підприємства (розроблено автором на основі [34; 35])

Задоволеність співробітників, продуктивність постачальників, ефективність виробництва, час виходу на ринок і вплив на навколишнє середовище також є досить важливими параметрами.

Ключові показники ефективності якості – це кількісні показники, які використовуються для оцінки діяльності окремого суб'єкта господарювання з точки зору якості. Ці показники надають інформацію про те, наскільки добре дотримуються встановлені стандарти якості, і допомагають визначити сфери, які потребують покращення. Вимірюючи та контролюючи ці показники, компанії можуть приймати обґрунтовані рішення щодо покращення якості своєї продукції чи послуг і досягнення цілей якості. Ключові показники ефективності якості можуть включати такі показники, як рівень дефектів, задоволеність клієнтів, час відгуку та ефективність процесу.

Загалом, вважаємо, що якість будь-якої продукції можна розглядати в розрізі таких складових (табл.1.3).

Таблиця 1.3 – Групи показників для оцінки якості продукції підприємства

Групи показників	Характеристика
Продуктивність	Робочі характеристики будь-якої продукції, як правило, піддаються кількісному вимірюванню
Особливості	Додаткові характеристики, які підвищують привабливість продукції / послуги для користувача
Надійність	Очікування того, що продукція не вийде з ладу протягом певного періоду часу
Відповідність	Точність, з якою продукція відповідає визначеним стандартам
Довговічність	Загальна тривалість життя будь-якої продукції
Придатність до обслуговування	Швидкість, з якою виріб можна обслуговувати в разі поломки
Зовнішній вигляд	Естетичний вигляд продукції
Задумана якість	Якість, що додається до продукції / послуги на основі нематеріальних показників

Примітка. Розроблено за джерелом [16]

Будь-яка компанія, яка націлена на високу продуктивність, повинна вимірювати показники якості, особливо тому, що вони є інструментами, які відображають організаційні процеси. Для прикладу: компанія повинна завжди

мати критичний погляд на якість послуг і продукції, щоб створювати вдосконалення, які виділяються серед конкурентів. І щоб компанія отримувала прибуток наприкінці місяця, важливими є два елементи: хороший сервіс і якісна продукція. Без них можна залучити клієнтів у магазин, але не перетворити їх на лояльних покупців. Важливо знати, скільки разів щось потребувало або потребує перероблення, або ресурс, який використовувався в цьому процесі. За допомогою такої діагностики можна визначити проблеми та відходи, яких слід уникати, і, зрештою, забезпечити більшу продуктивність.

Контроль якості – це безперервна діяльність, яка виконується кожним суб'єктом господарювання, щоб забезпечити постійне виконання вимог споживачів і неухильне дотримання високих виробничих стандартів. Ненадійні або дефектні продукти, що потрапляють до споживачів без такої регулярної та суворої оцінки, у довгостроковій перспективі можуть завдати шкоди діловому іміджу компанії на ринку.

Стосовно методів контролю якості продукції вважаємо за доцільне зазначити, що вони являють собою набір строгих методологій або заздалегідь визначених процесів чи етапів тестування з кінцевою метою покращення якості продукції.

Кожна компанія прагне доставляти продукцію вчасно без шкоди для всіх аспектів якості, особливо це помітно у виробничому секторі, де наявність чітко визначених методів контролю якості, які відповідають чинним стандартам і передовій практиці господарювання, забезпечує рівень одноманітності виробленої продукції.

За допомогою надійних методів перевірки якості підприємство може підвищити лояльність клієнтів, отримати постійних клієнтів і залучити нових клієнтів від рефералів, зменшити відкликання продукції та покращити свою позицію на ринку. Інструменти та методи контролю якості можуть відрізнитися залежно від галузі чи сфери діяльності, до якої належать продукція. Вони також повинні відповідати стандартизованим специфікаціям або вказівкам, встановленим як національними, так і міжнародними керівними органами.

Вербівська Л.В. [6] дотримується думки про те, що сертифікація дозволяє підтвердити відповідність продукції чинним стандартам і вимогам, що в кінцевому підсумку сприяє підвищенню довіри споживачів та розширенню географії збуту виготовленої продукції.

Серед існуючих сьогодні методів контролю якості продукції найбільш розповсюдженими вважаються наступні (рис.1.3).



Рисунок 1.3 – Методи контролю якості продукції (розроблено автором на основі [10; 40])

Перевірка якості включає фізичний огляд і дії, такі як вимірювання, перевірка, випробування або вимірювання різних характеристик продукції для порівняння результатів із заздалегідь визначеними специфікаціями або вимогами. Методи перевірки якості застосовуються до компонентів, які використовуються для виробництва, напівфабрикатів і готової продукції безпосередньо перед відправленням.

Здійснюючи перевірку якості, можна фізично перевірити продукцію на

наявність дефектів і на відповідність необхідним стандартам якості. Перевірка якості може включати метод попередньої перевірки, перевірку процесу та метод 100% перевірки.

Метод попередньої перевірки передбачає перевірку сировини під час отримання виробником і перед тим, як вона буде спрямована у виробничий процес. Цей ранній етап перевірки особливо корисний, коли необхідно переконатися у тому, що для виробництва товарів використовуються лише якісні матеріали та сировина [38].

Метод контролю якості використовується для перевірки прототипу продукту або визначення наявності відповідних інструментів для роботи з доставленою сировиною. Саме виявлення дефектів у сировині може заощадити час, витрати та зусилля виробника та запобігти відкликанню продукції через такі дефекти.

Перевірка процесу проводиться, щоб переконатися, що різні параметри в кожній частині процесу відповідають встановленим стандартам. Перевірка продукту до того, як він потрапить на фінальну стадію, може допомогти вчасно виявити помилки або дефекти, заощадивши при цьому час і ресурси.

Метод 100% перевірки або повна перевірка продукції – це коли кожен продукт усієї партії перевіряється на наявність проблем, пов'язаних з якістю. Продукція перевіряється на відповідність встановленим стандартам і відокремлюється неприйнятна одиниця продукції. Потім вживаються заходи для усунення повторних помилок.

Метод статистичного контролю якості використовує різні статистичні методи або техніки для перевірки якості продукції. Ці методи контролю якості широко використовуються в таких галузях, як харчова, фармацевтична та виробнича промисловість. Статистичний метод допомагає виявляти помилки на ранній стадії, щоб мінімізувати переробку [36]. Два типи методів статистичного контролю якості – це приймальна вибірка та контроль процесу.

Приймальна вибірка передбачає, що зразок продукту перевіряється на відповідність попередньо визначеному вимірюванню якості, щоб переконатися,

що він потрапляє в межі прийнятної варіації якості. Даний метод використовується на електростанціях, у хімічній, харчовій промисловості, в сфері нафтопереробки та у виробництві напоїв і паперу.

Таким чином, вимірювання якості допомагає підприємствам розпізнавати власні слабкі сторони, підкреслює можливості та може використовуватися для визначення того, що працює, а що ні, для покращення якості. Ключові показники ефективності якості можуть включати такі показники, як рівень браку, задоволеність клієнтів, час відгуку та ефективність процесу. КРІ є кількісним показником, який оцінює успіх компанії в досягненні бізнес-цілей. Індикатор якості – це показник, який показує, наскільки продукція чи послуги відповідають очікуванням клієнтів і галузі. Рівень якості продукції можна виміряти за допомогою кількох показників, таких як часткові показники якості продукції, показники класів якості, показники браку, показники скарг споживачів. Далі вважаємо за доцільне розглянути сутність сучасної системи управління якістю продукції на підприємстві та визначити ключові принципи її формування.

1.3. Принципи формування системи управління якістю продукції на підприємстві

Управління якістю на підприємстві отримує все більше прихильників у компаніях, які розуміють, що якість продукції та послуг, що надаються, а також внутрішніх процесів можуть становити значну конкурентну перевагу. Система управління якістю була створена в результаті спостереження та віри в те, що забезпечення високої якості покращує прибутковість компанії, зміцнює її позиції на ринку та підвищує довіру клієнтів. Впровадження системи управління якістю дозволяє досягти вимірних і довгострокових переваг як для компанії, так і для її клієнтів.

Нємченко О.В., Кисилевська А.Ю. та Костенко В.Л. [19] підкреслюють, що система управління якістю впевнено займає одне з ключових місць у

діяльності сучасних підприємств за мірою впливу на результативність та ефективність діяльності останніх. Дослідження факторів, які можуть вплинути на якість продукції, часто є першим кроком у напрямку формування стратегії якості. Це гарна відправна точка для нових компаній і працівників, які лише починають працювати з гарантією якості, а також це корисна практика для тих, хто вже працює, щоб вони могли зрозуміти, де вони можуть внести зміни. Після того, як підприємство визначить конкретні сфери потенційного вдосконалення та визначить елементи, які визначають якість його продукції, воно зможе використовувати цю інформацію, щоб керувати своїми стратегіями забезпечення якості. Виробництво – це саме та сфера діяльності, з якої доцільно розпочинати цей процес.

Білоусько Т.Ю. та Шовкун Л.В. [4] визначають, що система управління якістю продукції має багаторівневий комплексний характер, вона забезпечує єдність і взаємозв'язок технічного, організаційного, економічного, соціального і правового аспектів. Виробничі групи визначають, які ресурси та у якій кількості їм потрібно для виробництва високоякісних товарів. Матеріали, технологія, доступність робочої сили, транспортування продукції, зберігання та розповсюдження – все це фактори, які варто детально розглянути. Управління якістю продукції (PQM) – це техніка, яка допомагає компаніям виявляти дефекти продукції та фіксувати проблеми клієнтів. Керівники продуктів і проєктів можуть потім застосувати всю цю інформацію, щоб зменшити проблеми та зробити майбутні вдосконалення.

За переконанням Кирилюк І.М. [14], тривала еволюція теорії та методології нормативного управління якістю призвела до виникнення системи міжнародних стандартів, які сьогодні визначають основні аспекти управління якістю та встановлюють обов'язкові вимоги до нього. Система управління якістю – це система, що складається з принципів, процедур, методів, інструментів, посадових інструкцій, людей і відносин між ними, важливим завданням яких є досягнення встановлених цілей якості [33]. Як бачимо, це досить загальне розуміння сутності даного поняття. У ході проведення даного

дослідження нами було виявлено, що більшість визначень, представлених сьогодні у науковій літературі, стосується таких питань, як процесний підхід або орієнтація на споживача, які застосовуються лише в окремих системах управління якістю, наприклад, ISO 9001. Тож цілком погоджуючись із Цимбалюк Г.С. [24], вважаємо, що для успішної діяльності підприємств на сучасному ринку наявність у них системи якості, що відповідає стандартам ISO серії 9001, і сертифіката на неї може бути необхідною умовою.

Ефективна стратегія якості допомагає підприємствам створювати продукцію, яка неодмінно буде користуватися попитом на ринку. Різні компанії використовують різні підходи до створення довгострокових планів, які підтримують високий рівень якості їхньої продукції. З огляду на це, пропонуємо розглянути декілька стратегій, які підприємства можуть застосувати, щоб покращити та зберегти якість своєї продукції (табл.1.4).

Таблиця 1.4 – Стратегії управління якістю на підприємствах

Стратегія	Характеристика
Стандарт ISO 9001, що визначає вимоги до системи управління якістю	Містить набір правил і вимог, які є настільки універсальними, що їх можна застосувати майже до будь-якої галузі чи сфери діяльності.
Загальне управління якістю (TQM)	Це підхід до управління організацією, при якому кожен аспект діяльності здійснюється через призму забезпечення якості.
Lean Management	Ощадливий метод управління, спрямований на забезпечення високої якості, усунення відходів, запровадження поставок «точно в термін» і раціоналізацію процесів
«Шість сигм» («Six Sigma»)	Метод управління якістю, орієнтований на встановлення показників задоволеності клієнтів і постійне вдосконалення досягнутих результатів (зменшення кількості дефектів на мільйон можливостей).
ISO 22000/НАССР	Система забезпечення безпеки харчових продуктів на кожному етапі їх виробництва та розповсюдження.
Орієнтація на клієнта	Дозволяє компаніям завжди зосереджуватися на тому, як клієнти ставляться до їхньої продукції. Задоволеність споживачів відіграє головну роль у визначенні якості продукції.
Методологія теорії обмежень	Ця методологія дозволяє виробничим групам вирішувати проблеми під час виробництва, щоб підвищити ефективність операцій. Обмеження, про які йде мова, – це ті, які можуть порушити весь потенціал створення продукції.

Примітка. Розроблено за джерелами [4], [39]

Метод «Шість сигм» ставить завдання перед виробничими групами створювати та підтримувати успішні процеси проєкту. Цей метод, мабуть, найбільш поширений у дизайні та розробці програмного забезпечення, хоча компанії також можуть застосовувати його до фізичного дизайну продукту. «Six Sigma» вивчає етапи проєктування, вимірювання, аналізу, вдосконалення та контролю виробництва і створює ефективну структуру, яка мінімізує дефекти продукції та максимізує якість [43].

Загальне управління якістю – це метод, який зосереджується на тому, щоб усі члени команди в бізнесі прагнули до дотримання високих стандартів роботи. Цей метод зосереджений на кількох ключових принципах. Сильне лідерство, особливо лідерство на основі прикладу, є важливим, оскільки кожен має бути зацікавлений у високоякісній роботі. Командна робота також часто має вирішальне значення, особливо зацікавленість і залученість співробітників [44]. Підприємства, які дотримуються у своїй діяльності методології загального управління якістю, зазвичай надають великого значення фактам і даним під час прийняття рішень.

Орієнтація на клієнта – взаємовигідні відносини з постачальниками та прагнення до постійного вдосконалення також є важливими принципами загального управління якістю. Ця техніка дає кілька можливих переваг для бізнесу, включаючи підвищення продуктивності, збільшення прибутку, зменшення та навіть усунення дефектів продукції та зниження витрат [15].

Теорія обмежень зосереджена на проблемах виробництва. Наприклад, ці обмеження можуть бути ринковими обмеженнями, фізичними або відчутними недоліками або обмеженнями політики. У розробці продукції завжди існують обмеження, перешкоди, і, передбачаючи та визначаючи ці проблеми, бізнес може покращити якість своєї продукції. Подолання обмежень і вдосконалення виробничих процесів зменшують кількість бракованої продукції.

Економічне виробництво насамперед зосереджується на усуненні відходів. Якщо бізнес може усунути будь-яку форму відходів у кожній сфері, його прибутки з великою ймовірністю будуть збільшуватися. Усуваючи

непотрібні ресурси, бізнес може створювати продукти, які краще відповідають потребам клієнтів. З огляду на це, першим кроком у стратегії «Lean Management» є зосередження на сприйнятті клієнтами цінності. Коли компанія добре розуміє, що цінують її споживачі та потенційні споживачі, вона може використовувати цю інформацію для запису кожного кроку виробничого процесу, щоб дізнатися, де бізнес працює добре, а де що-небудь можна покращити [42]. Така стратегія призводить до зменшення кількості дефектів, більш швидкого розвитку продукції і отримання високого фінансового результату.

Впровадження систем управління якістю стало стандартом у сучасних організаціях. Компанії вирішують це робити не лише з престижних, а й з прагматичних міркувань – набір стандартів і процедур, спрямованих на постійне покращення якості, збільшує конкурентні переваги на ринку та оптимізує управління витратами, але для ефективного впровадження такої системи потрібна людина, яка буде відповідати за цей напрям. Розглянемо міжнародні стандарти сертифікатів якості, які використовуються в процесі управління якістю продукції підприємства (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Міжнародні стандарти сертифікатів якості, котрі використовуються в процесі управління якістю продукції підприємства (розроблено автором на основі [6])

Якість визначається як «ступінь, до якої набір притаманних характеристик об'єкта відповідає вимогам» (ISO 9000:2015). Згідно з цим визначенням, стратегія управління якістю – це механізм, який оптимізує здатність продукції і послуг відповідати очікуванням споживачів, які їх обирають для себе [41]. Добре інтегрована стратегія управління якістю покращує комунікацію, співпрацю та послідовність у організації, а також зменшує відходи та сприяє постійному вдосконаленню.

ISO 9001 є однією з найбільш визнаних у світі систем управління якістю. Це допомагає компаніям і організаціям будь-якого масштабу та напряму діяльності оптимізувати свої основні процеси управління якістю, покращити продуктивність і продемонструвати свою відданість якості [28]. Стандарт базується на процесному підході, який передбачає планування того, що потрібно робити, виконання запланованого, перевірку результатів, а потім дію на основі цих висновків для подальшого вдосконалення. У всьому світі компанії виходять за межі культури відповідності до культури якості, яка допомагає створити конкурентну перевагу. Цю зміну парадигми можна пояснити низкою причин:

- підвищення обізнаності клієнтів;
- глобалізація ланцюгів поставок;
- вимоги до якості;
- безпечні продукти.

Культура якості допомагає змінити мислення працівників з реактивного на проактивний підхід до забезпечення якості продукції на кожному кроці.

За своєю сутністю управління якістю полягає у створенні культури досконалості, яка пронизує всі аспекти діяльності компанії. Це сприяє безперервному вдосконаленню, забезпечує відповідність вимогам регуляторних органів, одночасно гарантуючи, що якість є вбудованою в кожен аспект виготовленої продукції чи послуги, яка пропонується клієнтам. Це, у свою чергу, призводить до підвищення рівня задоволеності клієнтів, лояльності та, найголовніше, повторного підключення до клієнтів.

Забезпечення якості та контроль якості продукції – це два аспекти управління якістю продукції, які часто використовуються як взаємозамінні, але це дві абсолютно різні речі. У той час як контроль якості передбачає перевірку фактичних продуктів або послуг на місцях, забезпечення якості стосується перегляду процесу надання послуг або управління якістю виробництва товарів [31]. Обидва використовують різні техніки, інструменти та етапи для досягнення своїх цілей.

Перевіряючи свої товари чи послуги з самого початку, підприємство може виявити помилки ще до того, як вони стануть очевидними для клієнта, а потім удосконалити свої процеси, щоб запобігти збоям у майбутньому. Щоб бути ефективним, забезпечення якості має проходити регулярно через незалежні аудити.

Основні компоненти системи управління якістю підприємства наведено на рис.1.5.



Рисунок 1.5 – Основні компоненти системи управління якістю підприємства (розроблено автором на основі [8; 14])

Системи управління якістю мають різні форми, але всім їм притаманний однаковий набір характеристик. Вони спрямовані на виявлення потенційних

небезпек на ранніх стадіях процесу та їх удосконалення з часом. Визначення правильної системи управління якістю для підприємства може бути складним процесом і залежить від унікальних потреб і цілей компанії.

Як підсумок, можна сказати, що управління якістю продукції часто пов'язане з тестуванням і виправленням помилок. Однак варто поглянути на це з ширшої точки зору і розглядати це як стратегію продукту, яка спрямована на забезпечення безперервності в забезпеченні якості, яка відповідає очікуванням клієнтів і приносить їм цінність. Перш ніж обрати конкретну стратегію якості продукції, важливо дослідити фактори, які можуть вплинути на якість продукції, щоб точно знати, де саме потрібні зміни, і чи потрібні вони взагалі. Лише після цього суб'єкт господарювання може визначити відповідні сфери удосконалення та визначити основні елементи, які визначатимуть управління якістю продукції в цілому. Сьогодні підприємства можуть використовувати не лише один підхід до встановлення довгострокової ефективності своєї діяльності, але й поєднувати декілька таких підходів, маючи на меті підвищення якості продукції, що виготовляється. Найбільш популярними у бізнес-середовищі вважаються такі стратегії управління якістю продукції, як «Шість сигм», загальне управління якістю, методологія теорії обмежень та Lean Management.

Висновки до розділу 1

За результатами дослідження теоретичних аспектів управління якістю продукції як фактором конкурентоспроможності підприємства нами було зроблено наступні висновки:

1. Якість є ключем до досягнення конкурентної переваги, оскільки вона сприяє більшій задоволеності клієнтів і прибутку на продану одиницю. Зниження цін і потужні маркетингові кампанії мають обмежений вплив на зростання, якщо якість продукції не відповідає очікуванням споживачів. Секрет відповідності очікуванням полягає в послідовному виконанні через інвестиції в

якість. Якість може стати конкурентною перевагою лише тоді, коли виробники готові прийняти зміни та прагнуть зробити безперервне вдосконалення пріоритетом у своїх найважливіших виробничих процесах.

2. Ключові показники ефективності якості можуть включати такі показники, як рівень браку, задоволеність клієнтів, час відгуку та ефективність процесу. КРІ є кількісним показником, який оцінює успіх компанії в досягненні бізнес-цілей. Індикатор якості – це показник, який визначає, наскільки продукція чи послуги відповідають очікуванням клієнтів і галузі. Рівень якості продукції можна виміряти за допомогою кількох показників, таких як часткові показники якості продукції, показники класів якості, показники браку, показники скарг споживачів.

3. Перш ніж прийняти рішення про стратегію якості продукції, важливо дослідити фактори, які можуть вплинути на якість продукції, щоб знати, де потрібно внести зміни. Потім підприємство може визначити сфери вдосконалення та ідентифікувати елементи, які визначають управління якістю продукції. Добре продумана стратегія якості продукції сприяє успішному створенню та виробництву таких товарів, які точно користуватимуться попитом на ринку. Організації можуть використовувати один або декілька підходів для встановлення довгострокової ефективності, що може підвищити якість їх продукції. Найпоширеніші стратегії управління якістю продукції: Six Sigma, загальне управління якістю, методологія теорії обмежень та Lean Management.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ
ПРАТ «ФІРМА «ПОЛТАВПИВО»

2.1. Аналіз об'єкта та суб'єкта системи управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» було створене на базі Полтавського пивзаводу, який розпочав свою діяльність ще у далекому 1965 році, тобто майже 60 років тому. До середини 80-х років ХХ ст. основною його спеціалізацією було виробництво пляшкового та розливного пива. Однак вже у 1985 році було введено в експлуатацію цех по розливу безалкогольних газованих напоїв. Наприкінці 90-х років ХХ ст. у виробничому процесі використовувалася автоматизована лінія розливу в кегельну тару загальною продуктивністю 50 кег. на годину. Починаючи з 2011 року ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» здійснює необхідну модернізацію власного виробництва.

Сьогодні це успішне підприємство (табл. 2.1), яке виготовляє значні обсяги продукції, що користується стабільним попитом на ринку. Основною стратегією його товарної політики є об'єднання всіх продукції під брендом «Полтава».

Таблиця 2.1 – Інформаційна довідка про ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Параметри	Коротка характеристика
1	2
Найменування	українською мовою: Приватне акціонерне товариство «Фірма «Полтавпиво» (ПрАТ «Фірма «Полтавпиво») англійською мовою: Private joint-stock company «Firma «Poltavpivo» (PRJSC «Firma «Poltavpivo»)
Місцезнаходження	Полтавська область, м. Полтава, вул. Європейська, 160
Дата реєстрації	20 січня 1992 р.
Розмір статутного капіталу	67 416 310,50 грн.

Продовження таблиці 2.1

1	2
Вид діяльності	основний: 11.05 Виробництво пива інші: 11.03 Виробництво сидру та інших плодово-ягідних вин 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки 43.99 Інші спеціалізовані будівельні роботи
Контактний телефон	+380532678810

Широкий асортимент продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» включає: пиво у різних сортах («Ячмінний колос», «Бочкове», «Диканські вечори»), безалкогольні напої («Тьотя Груша», «Лимонадний Джо», «Екстра ситро», «Тархун» та інші), квас «Полтавський хлібний»; енергетичні напої. Декілька років тому підприємство отримало нагороду за високу якість продукції на XXIV Міжнародному конкурсі від галузевої асоціації «Укрпиво».

Для сучасної пивоварної галузі України, у якій здійснює свою діяльність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», характерним є перенасичення ринку виробниками та продукцією. Останніми роками виробництво пива скорочується (рис. 2.1).

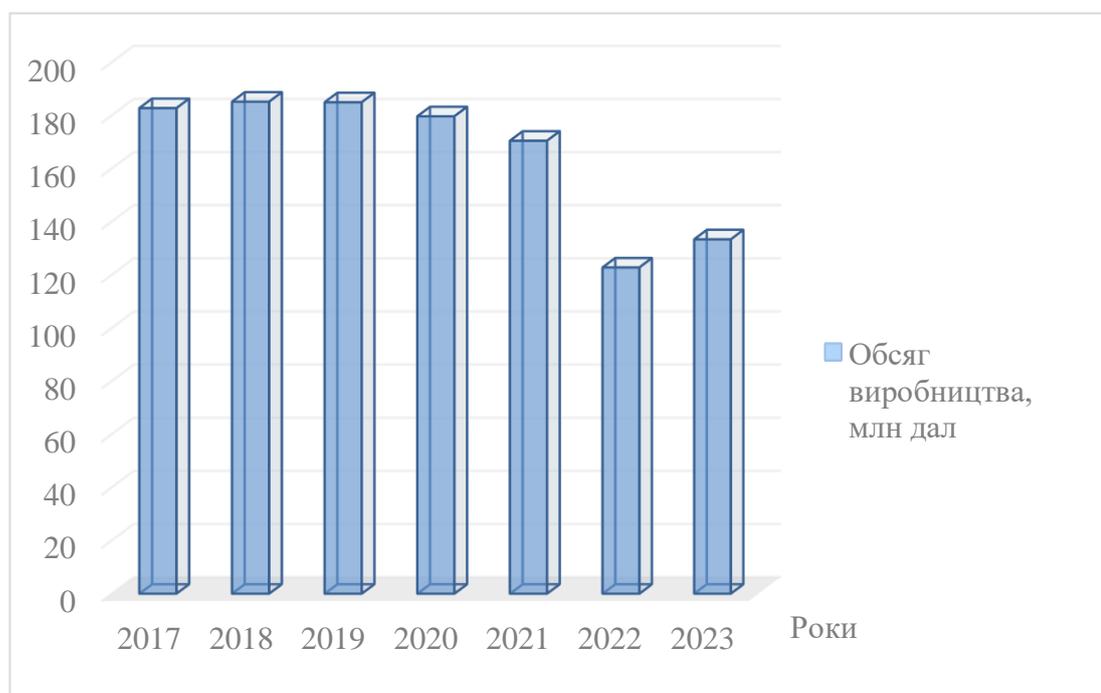


Рисунок 2.1 – Обсяги виробництва пива в Україні, 2017-2023 рр.

Досить сильними гравцями на ринку пива України вважаються такі відомі

компанії, як «Оболонь», «Карлсберг Україна», «АбінБев Ефес Україна» та «Перша приватна броварня». ТОП-10 кращих брендів пива, які справили незабутнє враження на споживачів в Україні, представлені нижче (табл.2.2).

Таблиця 2.2 – Рейтинг кращих брендів пива в Україні [23]

Позиція у рейтингу	Назва бренду	Бали	Бали %
1	Оболонь	8,09493843	100,0
2	Львівське	7,19272472	88,9
3	Чернігівське	7,170424642	88,6
4	Zibert	5,879379207	72,6
5	Перша Приватна Броварня	5,487429993	67,8
6	Арсенал	5,456382977	67,4
7	Holsten	5,254820379	64,9
8	Tuborg	5,182920815	64,0
9	Nike	4,765674757	58,9
10	Рогань	4,748156855	58,7

Як бачимо з табл. 2.2, легендарний український бренд «Оболонь» посів перше місце у цьому рейтингу, відразу за ним досить високу позицію займає бренд «Львівське». Це пиво відоме своєю багат шаровою піною та традиційним рецептом виготовлення, який був успадкований від стародавніх пивоварів. Чернігівське, яке зайняло третє місце, також заслуговує на увагу, адже його багата історія та вміння поєднати класичний смак з інноваційними підходами виготовлення пива зробили його популярним серед шанувальників такої продукції. Перша Приватна Броварня, з власними унікальними рецептами та стараннями зберегти традиції українського пивоваріння, зайняла п'яте місце у даному рейтингу. Однак, як бачимо, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», поки що не потрапило в Топ-10 кращих брендів пива в Україні, наразі продукція цієї компанії більше цінується на регіональному ринку пива.

Як вказано у Статуті (Додаток А), ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» наразі є самостійним суб'єктом господарювання, що має баланс, поточний та інші рахунки в банках, печатки, штампи і бланки зі своїм найменуванням, зареєстрований згідно з чинним законодавством України знак для товарів та послуг та інші реквізити.

У своїй діяльності це підприємство керується чинним законодавством України, Статутом та іншими внутрішніми документами.

Предметом діяльності підприємства є виробництво і реалізація пива, безалкогольних напоїв, солоду, а також:

виробництво, розлив, реалізація, науково-дослідна розробка пива, солоду, хлібного квасу, пивної дробини, пивних дріжджів, фруктових напоїв, газованої води, алкогольних напоїв, безалкогольних напоїв, слабоградусних та сильногазованих напоїв, коктейлів плодово-ягідних, сухих безалкогольних напоїв, мінеральних вод, питної газованої води, гірких настоїв і напоїв, лікеро-горілчаних виробів та іншої продукції;

створення і розвиток власної збутової мережі з використанням різних форм та видів торгівлі;

організація, проведення та безпосередня участь у ярмарках, аукціонах, сезонних розпродажах, презентаціях нових видів продукції, «святах пива» та інших масових заходах;

організація, проведення, участь у конференціях, симпозіумах, виставках, аукціонах, конкурсах для демонстрації і реалізації виробів і споживчих товарів;

розробка та впровадження нової техніки та нових технологій;

здійснення маркетингової та рекламної діяльності;

надання транспортно-експедиційних послуг з перевезень та організації зберігання вантажів.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має на меті отримання прибутку від комерційної, виробничої та іншої діяльності на умовах, визначених статутом товариства (Додаток А) та чинним законодавством України.

Якщо говорити про місію ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» то вона полягає, насамперед, у розробці якісної продукції та забезпеченні нею у потрібній кількості населення Полтавщини та країни в цілому.

Загальний перелік найбільш перспективних цілей діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», яке було обрано нами для дослідження, наведено на рис. 2.2.

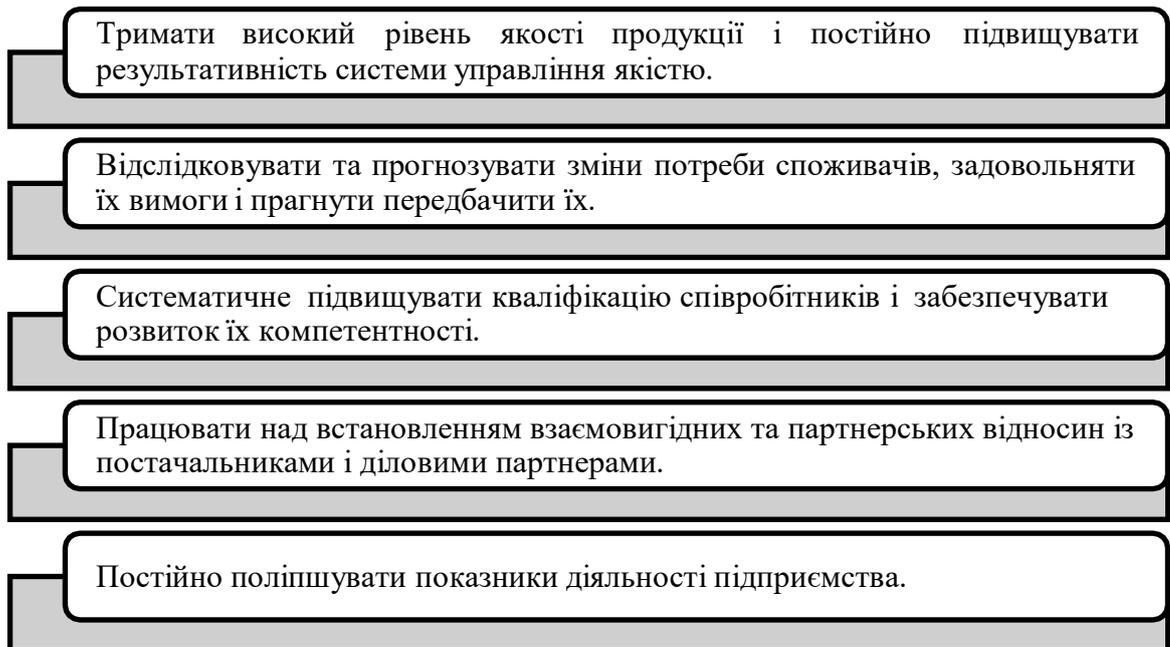


Рис. 2.2. Цілі ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» пропонує співпрацю з виробниками, дистриб'юторами пива на досить вигідних умовах. Продукція, що виготовляється виключно з натуральної сировини, сьогодні добре відома не лише в Полтаві, але й у всіх регіонах України.

Емітент здійснює всі необхідні заходи щодо зниження ризиків, захисту своєї діяльності та збільшення ринку виробництва та збуту для продовження термінів придатності напоїв та збільшення обсягів реалізації, розробки нових видів продукції та розширення ринку збуту.

Згідно зі Статутом (Додаток А) органами управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є:

Загальні збори акціонерів – вищий орган управління;

Наглядова рада – наглядовий орган;

Генеральний директор – виконавчий орган.

Посадовими особами Товариства є Голова та члени Наглядової ради, Генеральний директор, корпоративний секретар.

Загальні збори товариства уповноважені вирішувати низку важливих питань, зокрема, таких як: визначення основних напрямів діяльності

товариства; прийняття рішення про внесення змін до його Статуту; прийняття рішення про зміну типу товариства та його структури управління; прийняття рішення про емісію акцій, або продаж товариством власних акцій; прийняття рішення про збільшення (зменшення) розміру статутного капіталу; затвердження положень про Загальні збори та Наглядову раду товариства, а також внесення необхідних змін до них; розгляд звіту Наглядової ради та Генерального директора, прийняття рішення за результатами розгляду таких звітів; затвердження результатів фінансово-господарської діяльності за календарний рік; розподіл прибутку або затвердження порядку покриття збитків; обрання та припинення повноважень Генерального директора.

Наглядова рада виступає у ролі колегіального органу управління, що здійснює захист прав акціонерів даного суб'єкта господарювання у період між проведенням Загальних зборів акціонерів, здійснює управління діяльністю товариства, контролює діяльність Генерального директора.

Одноосібним виконавчим органом ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», що здійснює керівництво його поточною діяльністю, є Генеральний директор, який є підзвітним Загальним зборам акціонерів і Наглядовій раді та безпосередньо організовує виконання їх рішень. Генеральний директор вирішує всі основні питання діяльності товариства, окрім тих, вирішення яких не належить до сфери його компетенції.

Організаційна структура управління підприємством є лінійно-функціональною (рис. 2.3), серед основних її переваг можна назвати, насамперед, досить високий рівень компетентності фахівців, які відповідають за здійснення визначеного переліку функцій, вдале поєднання принципу спеціалізації управління з принципом єдності керівництва. При цьому найбільш помітними недоліками такої структури управління, на наш погляд, є наступні: недостатньо висока гнучкість при вирішенні поставлених завдань, ускладнена координація діяльності окремих структурних підрозділів при впровадженні нових технологій та методів виконання робіт; надмірний розвиток вертикальної складової у загальній системі управління на підприємстві.

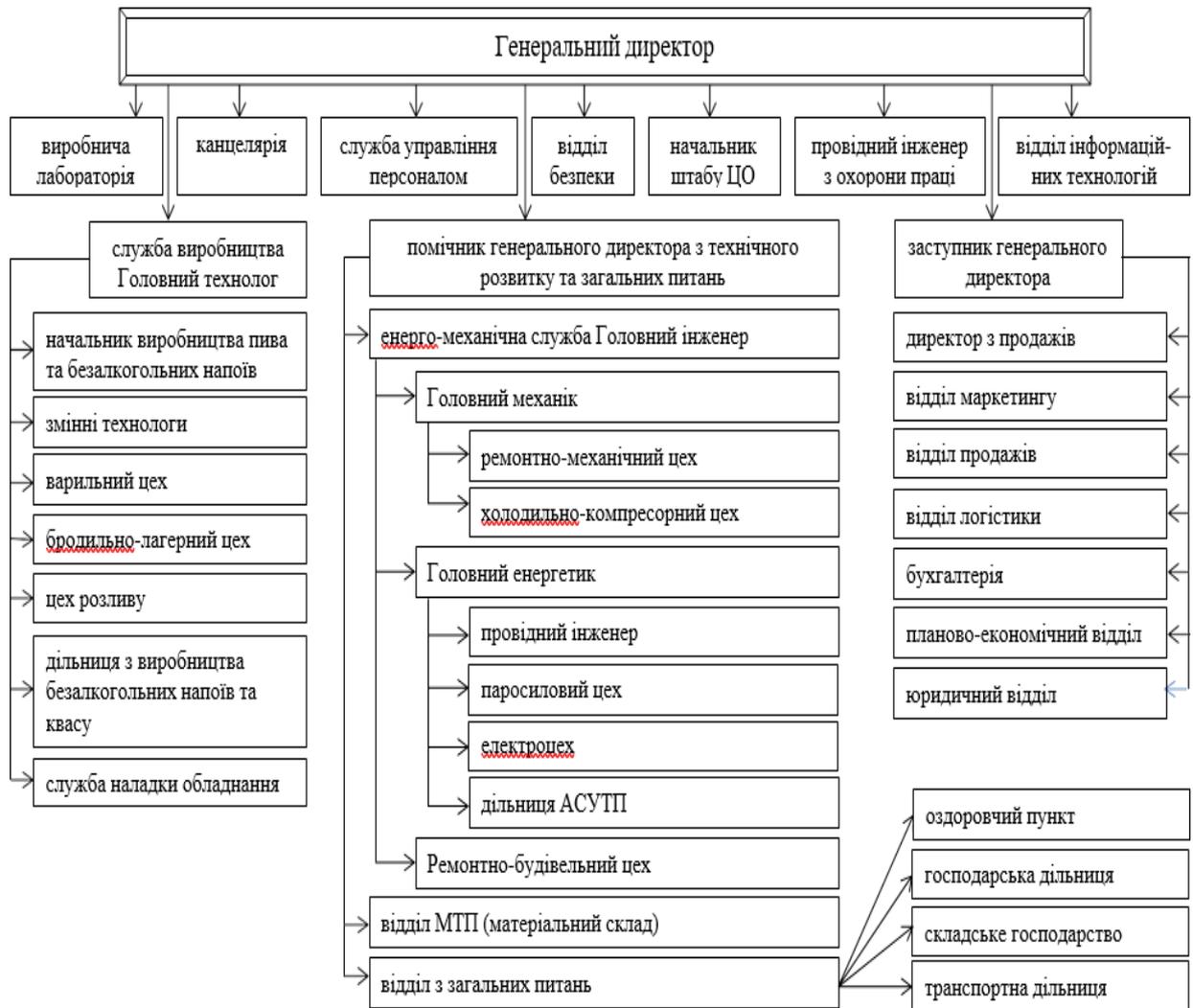


Рис. 2.3. Організаційна структура управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Як бачимо з рис. 2.2, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» очолює Генеральний директор, якому підпорядковуються, заступник генерального директора; помічник генерального директора з технічного розвитку та загальних питань; виробнича лабораторія; служба виробництва Головний технолог; канцелярія; служба управління персоналом; відділ безпеки; начальник штабу ЦО; провідний інженер з охорони праці; відділ інформаційних технологій.

У свою чергу помічнику Генерального директора з технічного розвитку та загальних питань підпорядковуються: енерго-механічна служба Головний інженер (Головний механік, ремонтно-механічний цех, холодильно-

компресорний цех); Головний енергетик (провідний інженер, паросиловий цех, електроцех, дільниця АСУТП); ремонтно-будівельний цех; відділ МТП (матеріальний склад); відділ з загальних питань (транспортна дільниця, складське господарство, господарська дільниця, оздоровчий пункт).

Службі виробництва Головному технологу підпорядковуються: начальник виробництва пива та безалкогольних напоїв, змінні технологи, варильний цех, бродильно-лагерний цех, цех розливу, дільниця з виробництва безалкогольних напоїв та квасу, служба наладки обладнання.

Заступнику генерального директора підпорядковуються: директор з продажів, відділ маркетингу, відділ продажів, відділ логістики, бухгалтерія, планово-економічний відділ, юридичний відділ.

Далі вважаємо за доцільне здійснити SWOT-аналіз діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (табл. 2.3), щоб з'ясувати найбільш сильні його сторони та визначити конкретні можливості, які підприємство може використовувати для успішного досягнення стратегічних цілей.

Таблиця 2.3 – SWOT-аналіз ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильна ринкова позиція. 2. Висококваліфікований персонал. 3. Модернізоване обладнання. 4. Широкий вибір продукції на будь-який смак для споживачів. 5. Наявність фірмових магазинів. 6. Постійне оновлення дизайну пакування продукції 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Велика кількість короткострокових кредитів. 2. Якість та цінова політика. 3. Простоти виробництва у зв'язку з війною та блекаутами. 4. Невелика частка ринку в інших регіонах України
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення мережі фірмових магазинів по Полтаві та області. 2. Впровадження технологічних інновацій для підвищення якості продукції, що виготовляється. 3. Укладання вигідних угод з мережами супермаркетів в інших регіонах України. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Війна в країні. 2. Підвищення ставки акцизу. 3. Зниження попиту через обмеження у зв'язку з війною. 4. Велика кількість конкурентів. 5. Обмеження щодо продажу алкоголю у зв'язку з воєнним станом.

За результатами проведеного дослідження можемо скласти матрицю SWOT-аналізу (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Матриця SWOT-аналізу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Внутрішнє середовище	Зовнішнє середовище	
	Можливості	Загрози
Сильні сторони	Поле СіМ $6 + 3 = 9$	Поле СіЗ $6 + 4 = 10$
Слабкі сторони	Поле СлМ $4 + 3 = 7$	Поле СлЗ $4 + 5 = 9$

За даними табл. 2.4 можемо зробити висновок про те, що підприємство знаходиться в полі сильних сторін і загроз. Це означає, що для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» найбільш прийнятною на найближчий період є стратегія обмеженого зростання, яка передбачає використання сильних сторін його діяльності з метою усунення загроз з боку зовнішнього середовища. Загалом, розуміння слабких і сильних сторін підприємства необхідне для формування стратегії, здатної покращити його положення по відношенню до конкурентів у довгостроковій перспективі.

Враховуючи викладене, можемо зробити висновок про те, що ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» було засноване на основі Полтавського пивзаводу, воно здійснює свою діяльність в м. Полтава вже понад 60 років поспіль. Широкий асортимент продукції даного суб'єкта господарювання включає: пиво різних сортів, безалкогольні, енергетичні напої і квас. Установчим документом підприємства є статут, у якому зазначено, що вищим органом управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є Загальні збори акціонерів, наглядовим органом – Наглядова рада, а виконавчим – Генеральний директор. Підприємство має самостійний баланс, рахунки в банках, печатку із своїм найменуванням, ідентифікаційним кодом, штампи, бланки, фірмовий знак, а також знак для товарів і послуг та інші реквізити. Організаційна структура управління підприємством є лінійно-функціональною, у ній вдало поєднується принцип спеціалізації управління з принципом єдності керівництва. Згідно результатів проведеного SWOT-аналізу, підприємству рекомендується обрати стратегію обмеженого зростання, яка передбачає активне використання наявних сильних сторін його діяльності з метою усунення загроз з боку нестабільного

зовнішнього середовища. Потенційні проекти розвитку ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» включають розширення ринку збуту, розробку нових видів продукції, посилення маркетингової політики, охоплення всіх аспектів ціноутворення. Наступним етапом даного наукового дослідження є проведення аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства.

2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Близько 90% пива, яке сьогодні представлено на пивному ринку України, виготовляється місцевими товаровиробниками. За своїми якісними показниками українське пиво взагалі не поступається іноземним аналогам, тому цілком закономірним є той факт, що попит на нього зростає в усьому світі завдяки високій якості виробництва, гарному дизайну та великій різноманітності сортів і способів приготування.

Як свідчить багаторічний досвід господарювання, у галузі пивоваріння практично не буває тіньового ринку, оскільки підробити пиво складніше через низьку ціну продукту. Обсяг нелегального виробництва оцінюється експертами лише в 5-8 %. Невеликі пивоварні, які відкриваються на ресторанній основі, складають найбільшу частину насінневого ринку, хоча якість такого пива дуже висока. Причини існування підпільних пивоварень пов'язані, насамперед, із високими цінами на ліцензії на виробництво.

Водночас сучасний пивний ринок України перебуває у досить складній ситуації, в основному через зниження обсягів виробництва та споживання продукції на ринку у 2022 році. Перш за все, в умовах повномасштабної війни, що розгорнулася на території нашої держави, спостерігається суттєве погіршення соціально-економічного становища та зниження купівельної спроможності населення.

Розглянемо основні тенденції розвитку ринку пива в Україні протягом останніх декількох років (рис. 2.4).

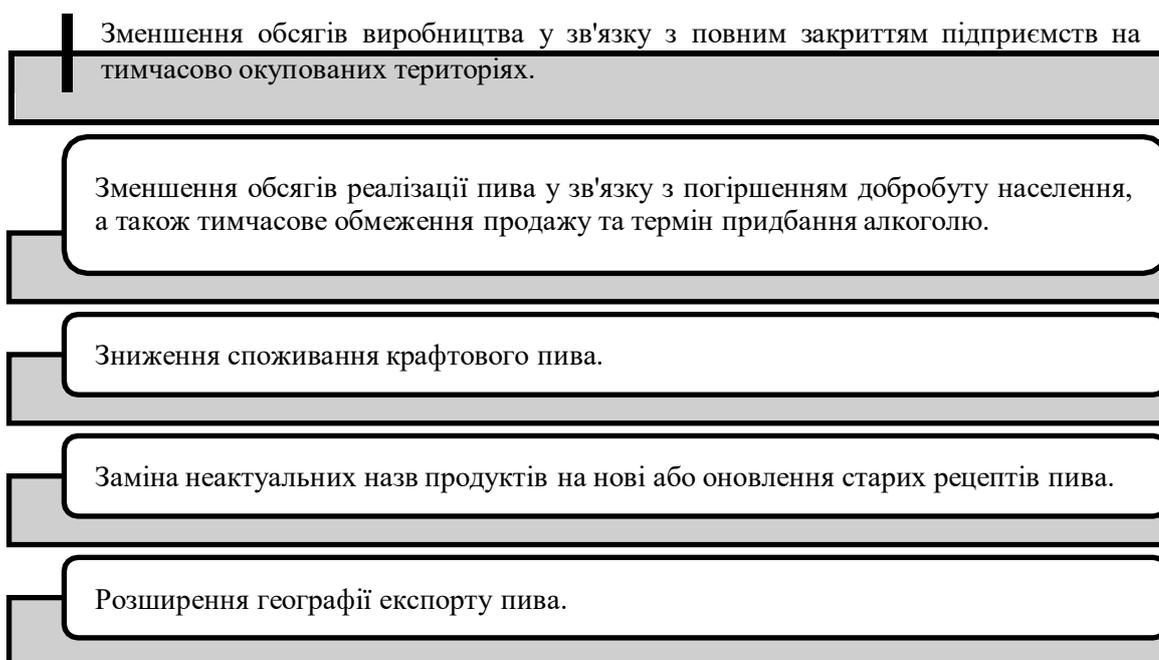


Рис. 2.4. Тренди ринку пива в Україні в 2022-2023 рр. [узагальнено автором]

Управління фінансово-економічною підсистемою ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» являє собою складну систему, що дозволяє здійснювати управління його фінансовою діяльністю. Відрегульоване та чітке управління дозволяє вирішувати проблеми, які потребують особливої уваги, проте необхідно враховувати, що роль фінансів у відносинах розподілу є вторинною і основне регулювання здійснюється в сфері виробництва.

Аналіз показників господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 роки розраховано у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Аналіз показників господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 роки

Показники	Роки:			Відхилення (+; -) 2023 р. від	
	2021	2022	2023	2021 р.	2022 р.
1.Фондовіддача, грн.	1,89	3,91	3,58	1,7	(0,33)
2.Фондоємність, грн.	0,53	0,26	0,28	(0,25)	0,02
3.Продуктивність праці, грн.	1150,64	2340,76	2456,34	1305,70	115,59

Щодо фондоємності, то відзначимо, якщо технологія виготовлення продукції вимагає використання простого устаткування, що у процесі виробництва виявилось задіяним іншими видами робіт, і тому продукцію виготовили на унікальному дорогому устаткуванні, то фондоємність даного виду продукції підвищується. Зростання фондоємності продукції вказує на зниження ефективності використання основних коштів й є негативною тенденцією в діяльності, в нашому випадку показник зменшується з кожним роком в 2021 році становив 0,53, 2022 році – 0,26, а у 2023 році – 0,28, що є позитивним для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Показник фондovіддачі характеризує, скільки припадає одиниць готової продукції на 1 грн. основних засобів у розрахунку на одного працюючого. Згідно проведених розрахунків, у 2023 році ефективність використання основних засобів значно зросла порівняно з відповідним показником у 2021 році. На зміну даного показника впливають різноманітні чинники, які можуть бути обумовлені як зміною обсягу виробництва, так і ефективністю використання основних засобів, особливо їх активної частини, а також зміною середньооблікової чисельності персоналу (рис. 2.5).

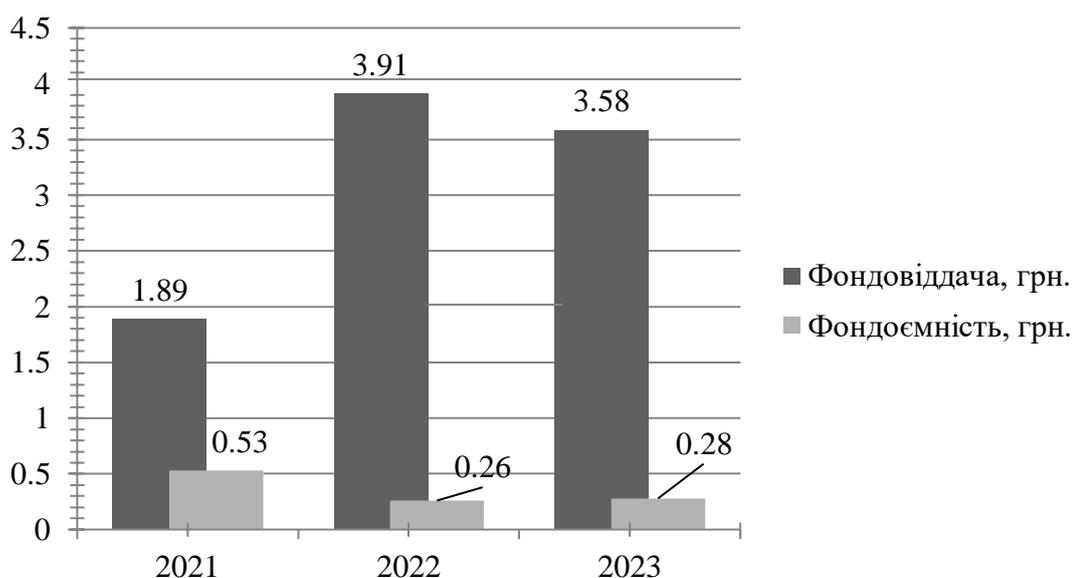


Рис. 2.5. Динаміка показників фондovіддачі та фондоємності за 2021-2023 рр. [розроблено автором]

Оновлена система заробітної плати якісно вплинула на ефективність застосування трудових ресурсів та продуктивність праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», яка з кожним роком зростає: у 2023 році на 1305,7 грн по відношенню до 2021 року, та на 115,59 грн. по відношенню до 2022 року. Зростання заробітної плати на підприємстві призводить до зменшення плинності кадрів та підвищення рівня лояльності кваліфікованих і компетентних працівників.

Надалі більш детально розглянемо показники ефективності складу і розміщення активів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 роки (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз ефективності складу і розміщення активів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 роки

Активи	Звітні роки						Відхилення (+; -) 2023 р. від	
	2021		2022		2023		2021 р.	2022 р.
	сума, тис. грн.	частка, %	сума, тис. грн.	частка, %	сума, тис. грн.	частка, %		
Нематеріальні активи	2026	0,6	1427	0,3	885	0,2	-1141	-542
Основні засоби	171310	51,6	170049	41,1	189228	38,1	17918	19179
Довгострокові фінансові інвестиції	2	0,0	2	0,0	2	0,0	0	0
Усього необоротних активів	173827	52,2	171967	41,4	190604	38,2	16777	18637
Запаси товарно-матеріальних цінностей	57989	17,5	75068	18,1	83986	16,9	25997	8918
Дебіторська заборгованість	47596	14,3	61660	14,9	67846	13,6	20250	6186
витрати майбутніх періодів	102	0,0	95	0,0	100	0,0	-2	5
Грошові кошти та еквіваленти	52470	15,8	104232	25,2	153978	31,0	101508	49746
Інші оборотні активи	40	0,0	1219	0,3	690	0,1	650	-529
Всього оборотних активів	158197	47,6	242274	58,5	306600	61,7	148403	64326
Валюта балансу	332024	100,00	414241	100,00	497204	100,00	165180	82963

З табл. 2.6 бачимо, що за період, який аналізується, зріс показник середньорічної вартості основних засобів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Основні

засоби є особливо важливими для капіталомістких галузей, таких як виробництво, яке потребує великих інвестицій. Основні засоби ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» включають електронне обладнання, будівлі, програмне забезпечення, меблі, землю, машини та транспортні засоби.

Зростання товарно-матеріальних запасів у структурі оборотних коштів є позитивним або негативним явищем. Причини і наслідки такої тенденції різноманітні. Так, зокрема, збільшення частки виробничих запасів у динаміці може означати їх нагромадження під дією неліквідів; свідомого нагромадження у зв'язку з перебоями в постачанні; розширенням виробництва.

Дебіторська заборгованість дуже важлива для успіху бізнесу. Ефективно керуючи процесом дебіторської заборгованості, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може покращити свій грошовий потік, збільшити дохід і налагодити кращі відносини з клієнтами.

Дебіторська заборгованість сама по собі є правом вимагати від інших суб'єктів оплати за надані товари чи послуги. Вона може бути звичайною (коли, наприклад, ви доставили товар, термін оплати ще не настав, але ви вже бачите термін його суми) і простроченою (коли боржник повинен сплатити протягом невиконаного терміну), зобов'язання (термін, встановлений у договорі). В нашому випадку, вона постійно зростає.

Крім того, всі грошові кошти є переважним оборотним активом, той же тип коштів, який не може бути використаний протягом одного року або операційного циклу, якщо він триває більше одного року, може бути класифікований як довгострокова фінансова інвестиція, або необоротні активи. Як відомо, грошові кошти є активом, який характеризується абсолютною ліквідністю, що автоматично унеможлиблює віднесення їх до необоротних. Віднесення їх еквівалентності до грошових коштів, на нашу думку, є недоцільним через специфіку цієї категорії, яка виражається в тому, що вони є своєрідною сполучною ланкою між двома видами найбільш ліквідних активів – грошовими коштами та фінансовими інвестиціями.

Надалі вважаємо за доцільне проаналізувати основні джерела

фінансування активів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», яке було обрано для дослідження, а також визначити їх динаміку та структуру (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Аналіз структури та динаміки джерел фінансових ресурсів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 роки

Пасив	Роки:						Відхилення питомої ваги (+;-), в.п. у 2023 р. від	
	2021		2022		2023		2021 р.	2022 р.
	сума, тис. грн.	частка, %	сума, тис. грн.	частка, %	сума, тис. грн.	частка, %		
Власний капітал	279295	84,12	361962	87,35	446864	89,88	5,76	2,53
Довгострокові зобов'язання	18118	5,46	11667	2,82	12660	2,55	-2,91	-0,27
Поточні зобов'язання	34611	10,42	40770	9,84	37680	7,58	-2,85	-2,26
Разом	332024	100	414399	100	497204	100	x	x

Аналізуючи дані, наведені у табл. 2.7, бачимо, що ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» забезпечене власним капіталом на 84,12 % у 2021 році, 87,35 % у 2022 році та 89,88 % у 2023 році. Поточні зобов'язання даного суб'єкта господарювання у 2023 році порівняно з 2021 роком зменшилися на 2,26 відсоткових пункти, а порівняно з 2022 роком – на 2,85 відсоткових пункти. Водночас поточні зобов'язання – це заборгованість, яка належить суб'єкту господарювання, вона виникла в минулому, і повинна бути погашена протягом одного року з моменту виникнення або протягом операційного циклу компанії.

У ході проведення даного дослідження нами також було виявлено, що на підприємстві останнім часом спостерігається позитивна тенденція до зменшення частки позикового капіталу у формі поточних зобов'язань у загальній сумі фінансових ресурсів. Структура джерел фінансування, як відомо, вирішальним чином впливає на фінансову стійкість підприємства та його стійкість в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Розглянемо показники рентабельності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 рр. (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Показники рентабельності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 рр.

Показники	Роки:			Відхилення (+; -) 2023р. від	
	2021	2022	2023	2021 р.	2022 р.
Рентабельність власного капіталу	7,4	22,5	18,9	11,47	-3,62
Рентабельність позичкового капіталу	1,1	6,4	7,2	6,09	0,80
Рентабельність активів	13,1	33,6	27,5	14,44	-6,10
Рентабельність витрат	6,7	14,0	14,4	7,65	0,35
Рентабельність оборотних коштів	11,9	47,4	44,3	32,37	-3,10

Отже, продіагностувавши дані табл. 2.8 рентабельність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2021-2023 рр. має високий рівень. Рентабельність власного капіталу зросла більше ніж вдвічі від показника 2021 року з 7,4 до 18,9 % у 2023 році. Аналогічна тенденція спостерігається і з рентабельністю активів, з 2021 року по 2023 рік вона зросла на 14,4 в.п. Зростання рентабельності свідчить про необхідність стабілізації розвитку товариства та виявлення позитивних факторів, що спричиняють зростання ефективності роботи ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Ретельне управління витратами роботи ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може підвищити прибутковість. Більшість підприємств можуть зменшити витрати, тому важливо не скорочувати витрати за рахунок якості продуктів і послуг. Тому для успішного функціонування та розвитку підприємства необхідно приділяти увагу такому якісному показнику, як рентабельність, адже ефективна діяльність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» безпосередньо залежить від отриманого фінансового результату, який можна використовувати, насамперед, для масштабування бізнесу, здійснення інвестицій, модернізації устаткування та удосконалення технології виробництва.

Для підвищення рівня прибутку необхідно оцінити управління якістю продукту. Люди часто асоціюють високу якість продукції з високою ціною, і навпаки, дешеві якісні продукти мають низьку вартість. Також важливо розуміти, що низька якість має свою ціну. Низька якість може завдати шкоди діловій репутації та часто вимагає від компанії витратити гроші на ремонт або

заміну продуктів, які не працюють або завдають шкоди. Вартість якості залежить від часу та зусиль, витрачених на виготовлення та тестування кожного окремого продукту, а також продукту в цілому. Завдяки цьому можна наглядно побачити, наскільки для компанії важливий баланс якості та вартості. Коли мова йде про продукти масового виробництва, механічні зміни є реальністю і можуть спричинити проблеми, якщо не керувати ними належним чином.

Виробники пристроїв можуть оцінювати якість продукту з точки зору продуктивності, надійності та довговічності. Для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» якість вимірюється смаком, складом, терміном придатності, дизайном та іншими показниками якості.

Тому надалі проаналізуємо процес управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

2.3. Аналіз управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Сучасний ринок вимагає від пивоварів не тільки високої якості продукції, але й збереження стабільності напою протягом тривалого часу. Під час зберігання змінюються споживні властивості пива, обумовлені хімічним складом, функціональністю рецептурних компонентів, технологічним режимом приготування та умовами зберігання. Відомо, що внесення до рецептури натуральної рослинної сировини з високим вмістом БАР із антиоксидантною дією зменшує окисні процеси та відповідно збільшує термін зберігання готового продукту

Основним обов'язком фахівця з якості ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є забезпечення високого рівня якості продукції. Ця роль передбачає створення систем управління якістю на пивзаводі, які охоплюють пивоваріння, зберігання та пакування продукції пивзаводу.

Фахівець з якості пивоваріння забезпечує безпеку персоналу на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», оцінюючи якість різних компонентів і матеріалів виробничої лінії. Вони співпрацюватимуть з різними відділами товариства, щоб

забезпечити дотримання стандартів якості на всіх рівнях.

Фахівець з якості пивоваріння працює в багатьох сферах пивоварні та будує міцні ділові відносини з багатьма іншими співробітниками. Він виконує наглядову роль, яка забезпечує роботу різних співробітників і відділів таким чином, щоб підтримувати якість на пивоварні. До його основних обов'язків належать:

забезпечення дотримання стандартів якості харчових продуктів на пивоварні від приймання сировини до пакування кінцевого продукту (де якість не відповідає стандартам, і працюватиме з персоналом або постачальниками, щоб виправити це).

забезпечення дотримання стандартів EHS, цілісності харчових продуктів/кормів, GMP і VPO;

використання низки показників для того, щоб переконатися у тому, що харчові процеси та вихідні матеріали, які використовуються у виробництві, відповідають нормам безпеки харчових продуктів;

здійснення контролю за підготовкою з оцінки якості та індивідуальною оцінкою ефективності.

Фахівець з якості пивоваріння нажаль, не має відносини з третіми сторонами, включаючи постачальників обладнання, постачальників сировини.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» завжди прагне покращувати якість своєї продукції. Фахівець з якості пивоварні є одним із головних гравців, який забезпечує це.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» контролює якість всієї сировини та пива на кожному етапі виробництва та після його завершення, протягом мінімального терміну придатності, заявленого на упаковці. Процес постійно перевіряється на основі одержаних результатів. Якщо щось трапляється, керівництво одразу вносить виправлення та дуже швидко реагує на недоліки.

Найважливіша мета ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» - підтримувати хорошу, постійну якість пива, що виготовляється. Для керівництва ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» найголовніше, щоб споживач, який обирає для себе продукцію

даного підприємства, міг бути впевненим у тому, що продукція буде якісною. Тому продукція перевіряється усіма можливими способами, на всіх етапах виробництва: від сировини, через цех варіння, приміщення для бродіння, приміщення для витримки і до розливу в пляшки.

Робота ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» заснована на довірі всього колективу та навчанні людей, починаючи з операторів, адже від них дуже багато залежить, і закінчуючи майстрами, бригадирами і менеджерами. Від надійності роботи на всіх рівнях виробництва залежить кінцева якість продукту, що виходить із підприємства.

Визначено, що якість продукту має давати можливість покупцеві отримати очікувану корисність, а також дозволяти йому отримати максимально можливе задоволення від споживання продукції. Однак слід зазначити, що оцінка якості індивідуальна та тісно пов'язана з конкретним видом продукції та обставинами її використання.

Той факт, що оцінка якості споживачами суб'єктивна, а також динамічне явище, ускладнює завдання виробників. Тим не менш, вони повинні забезпечити задоволення своїх клієнтів, щоб завоювати їхню довіру та лояльність. Задоволений клієнт швидше вирішить здійснити повторну покупку; він також порекомендує продукцію іншим потенційним клієнтам. Особливо на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», де реалізується управління якістю, слід враховувати, що споживчі переваги не є постійними та їх слід розглядати як елемент мінливості економічного середовища.

Такий підхід до політики управління якістю можна розглядати як один із способів підвищення ефективності, конкурентоспроможності та вартості компанії. При цьому усі питання, пов'язані з перевагами покупців і питаннями якості в технологічному процесі, є цікавим предметом емпіричних досліджень, результати яких можуть бути корисні для ділової практики і сприяти підвищенню якості продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Основною метою дослідження було визначення переваг споживачів пива за чотирма характеристиками (рис. 2.6).

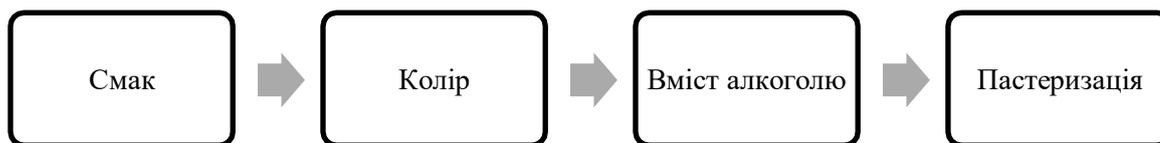


Рисунок 2.6.- Характеристики пива для споживачів

Ці характеристики були обрані тому, що вони вважалися вирішальними як для відчуття якості споживачів, так і для технологічного процесу. Для розвитку результатів дослідження було використано первинні дані, зібрані нами під час практики у січні 2024 року. У процесі збирання даних використовувався опитувальний метод, а інструментом дослідження була спеціально підготовлена анкета. Відбір респондентів для дослідження був цілеспрямованим, тому відповіді давали лише повнолітні люди, які заявили себе споживачами пива. Загалом у представленому дослідженні взяли участь 32 особи. До досліджуваної групи увійшли 12 жінок (37 %) та 20 чоловіків (63 %). Такий гендерний розподіл є цілком доречним, оскільки чоловіки з більшою ймовірністю заявляли про себе, що споживають пиво, ніж жінки. Вміст алкоголю було обрано першою ознакою, що описує обрані переваги покупців пива. Респонденти мали обрати один із запропонованих діапазонів, який був для них найбільш бажаним рівнем вмісту алкоголю в пиві (рис. 2.7).

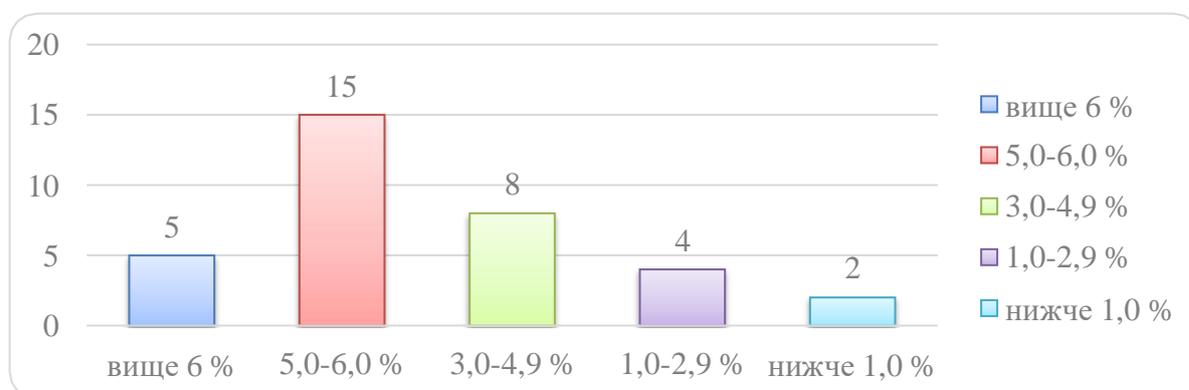


Рис. 2.7. Відповіді респондентів стосовно кращого рівня вмісту алкоголю у пиві (власне дослідження)

Отримані результати дозволили нам визначити, що найкращий вміст алкоголю в пиві знаходиться в межах 5-6 %, оскільки на таку можливість вказали понад 57 % опитаних. Також існувала значна група людей, які вибрали діапазон алкоголю 3,0-4,9 % (26 % респондентів). На третьому місці опинилися прихильники міцного пива, які віддають перевагу вмісту алкоголю вище 6 % (8,0 % респондентів). Найменше було прихильників слабшого пива (6,5 % опитаних вибрали діапазон вмісту алкоголю 1,0-2,9 %, і лише 1,2 % людей вибрали діапазон вмісту алкоголю нижче 1 %).

Другою протестованою ознакою був кращий колір пива (рис. 2.8).

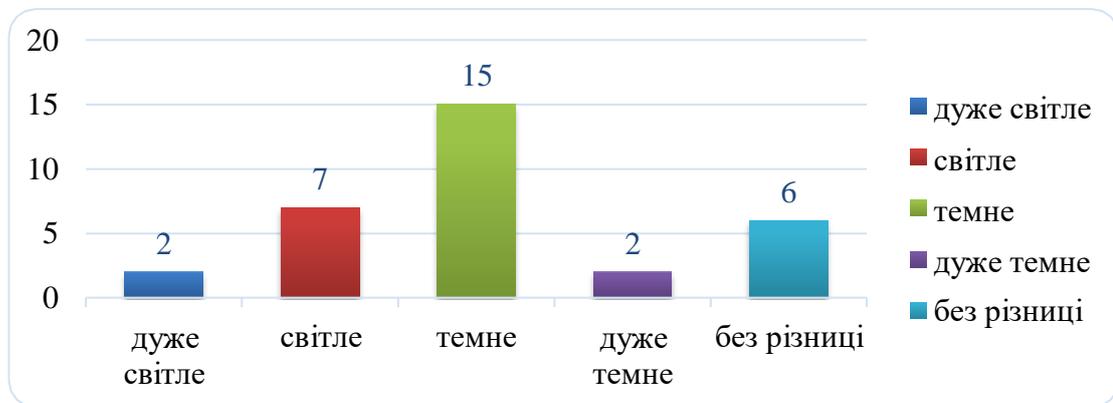


Рис. 2.8. Відповіді респондентів стосовно кращого кольору пива (власне дослідження)

Дані на рис. 2.8, наочно показали, що переважна більшість людей, якщо вони мають вибір, віддають перевагу світлому пиву (63,3 % людина). Набагато менше людей віддавало перевагу темному пиву (трохи більше 12 % осіб), а прихильників дуже темного та дуже світлого пива було найменше (менше 3 % показань для кожного з цих варіантів). Привертає увагу до себе друга за чисельністю група людей, для яких колір пива не мав жодного значення (варіант «немає різниці» обрали 19,1 % респондентів).

Наступним напрямом дослідження було визначення підходу споживачів до процесу пастеризації під час виробництва пива (рис. 2.9).

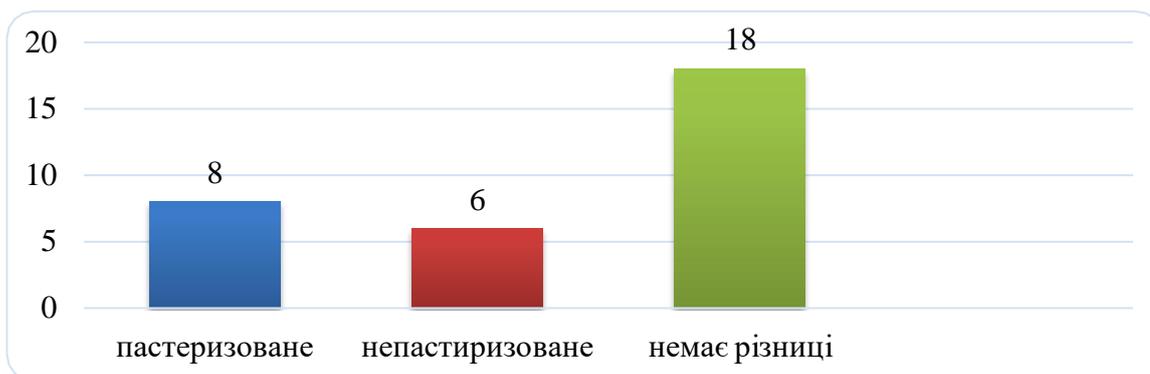


Рис. 2.9. Уподобання опитаних споживачів щодо використання процесу пастеризації пива (власне дослідження)

Серед опитаних респондентів, котрі явно віддають перевагу пастеризованому пиву, склали майже 26 %, а прихильниками непастеризованого пива є трохи менше - 22,5 %. Дослідження також показує, що для більшості людей пастеризація пива не є вирішальним елементом, що визначає купівельні уподобання (варіант «без різниці» обрали 51,9 % респондентів).

Останньою протестованою особливістю було відчуття насолоди від пива. У зв'язку з цим опитані мали можливість визначити кращий тип напою як: дуже солодкий, солодкий, гіркий, дуже гіркий і немає різниці (рис. 2.10).

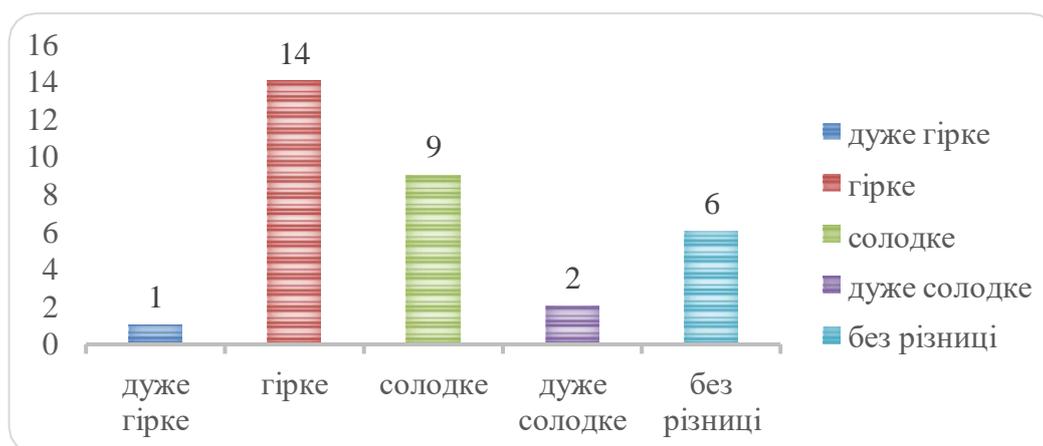


Рис. 2.10. Уподобання опитаних споживачів щодо кращого відчуття насолоди в пиві (власне дослідження)

Враховуючи відчуття солодощі, виявилось, що більшість людей віддають

перевагу гіркому пиву (47,5% відповідей). У той же час значна частина дотримується іншої думки: 1/3 респондентів вказали солодке пиво як свою перевагу. Значну меншість склали люди, яким подобалося гірке пиво (3,7%) або дуже солодке пиво (4,3%). Варто зазначити, що порівняно з представленими раніше перевагами щодо кольору та пастеризації, відносно менший відсоток людей не мав чітко визначених очікувань щодо відчуття насолоди.

На підставі аналізу даних, що визначають переважне відчуття солодощі пива у групі опитаних респондентів, висловлено припущення, що отримані результати можуть бути істотно пов'язані зі статтю респондентів.

Дослідження споживчих переваг можуть і повинні використовуватися для покращення якості продукції. Належне використання даних у цій галузі сприяє підвищенню задоволеності клієнтів та завоюванню їхньої лояльності, що має призвести до покращення фінансових результатів компанії.

Проведені дослідження пива показали, що в Полтавській області перевага надається світлому пиву та пиву із вмістом алкоголю 5-6%. Дослідження показало, що на ринку існує значний попит як на пастеризоване, так і непастеризоване пиво, при цьому трохи більше половини респондентів можна вважати однаково прийнятними для обох способів виробництва аналізованого напою. У разі відчуття солодощі існував сильний поділ між прихильниками гіркого пива (які переважали), але в той же час було багато людей, які безперечно віддавали перевагу солодкому пиву. У разі відчуття солодощі після перевірки гіпотез з'ясувалося, що існує значний зв'язок між статтю любителів пива та їх перевагами щодо ступеня солодощі. Загалом дослідження показують, що жінки надають перевагу більш солодкому пиву, а чоловіки – пиву з вищим рівнем гіркоти.

Таким чином, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» використовуючи різну сировину в процесі отримання багатьох сортів пива, повинно бути готовим модифікувати технологічний процес і вирішувати нові проблеми, що виникають внаслідок відхилення від класичної технології виробництва. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» здійснює процес бродіння з дріжджами верхового

бродіння інакше, ніж з дріжджами низового бродіння. Діапазон навичок, які необхідно опанувати в самій техніці, справді дуже великий, тому потрібно ретельно ставитися до якості продукції, дотримуючись технологій, для того, щоб тримати якість на високому рівні, проте бувають часті збої у виробництві через людський фактор, це пов'язано із плинністю кадрів та відсутністю підвищення кваліфікації персоналу, тому ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» потрібно більше уваги приділяти саме навчанню персоналу.

В наступному розділі викладено напрями удосконалення управління якістю продукції для підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Висновки до розділу 2

За результатами аналізу ефективності управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» нами було зроблено відповідні висновки:

1. Проведено аналіз об'єкта та суб'єкта системи управління ПрАТ «Фірма Полтавпиво». Визначено, що підприємство було засноване на основі Полтавського пивзаводу, воно здійснює свою діяльність в м. Полтава вже понад 60 років. Широкий асортимент продукції даного суб'єкта господарювання включає: пиво різних сортів, безалкогольні, енергетичні напої і квас. Установчим документом підприємства є статут, у якому зазначено, що вищим органом управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є Загальні збори акціонерів, наглядовим органом – Наглядова рада, а виконавчим – Генеральний директор. Підприємство має самостійний баланс, рахунки в банках, печатку із своїм найменуванням, ідентифікаційним кодом, штампи, бланки, фірмовий знак, а також знак для товарів і послуг та інші реквізити. Організаційна структура управління підприємством є лінійно-функціональною, у ній вдало поєднується принцип спеціалізації управління з принципом єдності керівництва. Згідно результатів проведеного SWOT-аналізу, підприємству рекомендується обрати стратегію обмеженого зростання, яка передбачає

активне використання наявних сильних сторін його діяльності з метою усунення загроз з боку нестабільного зовнішнього середовища. Потенційні проекти розвитку ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» включають розширення ринку збуту, розробку нових видів продукції, посилення маркетингової політики, охоплення всіх аспектів ціноутворення.

2. Проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Зростання фондоємності продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» вказує на те, що відбулося зниження ефективності використання основних коштів, також спостерігається негативна тенденція в діяльності, так як даний показник зменшується з 2021 року (0,53) по 2023 рік (0,28), що є позитивним фактором впливу для товариства. У період з 2021 по 2023 роки відбувався зріст показника середньорічної вартості основних засобів, у той же час поточні зобов'язання товариства зменшилися на 2,26%. Визначено рівень рентабельності на підприємстві за 2021-2023 роки. Зокрема, рентабельність власного капіталу у 2023 році зросла по відношенню до 2021 року на 11,47, але порівнюючи з даними 2022 року – спостерігається зменшення на 3,62. Стосовно рентабельності позичкового капіталу визначено, що присутня швидкість окупності запозиченого капіталу. Рентабельність активів у 2023 році зросла на 14,4 у порівнянні з показником 2021 року.

3. Здійснено аналіз управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Встановлено, що підприємство застосовує лише спеціалізовану техніку, машини та обладнання для виготовлення продукції, правильно використовує сировину і матеріали у процесі виробництва, дотримується санітарно-гігієнічних норм, здійснює заходи щодо попередження забруднень поверхонь та обладнання, а також здійснює контроль над появою шкідників. Виробнича лабораторія на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» здійснює повний контроль всього технологічного процесу – від сировини до складу готової продукції по всьому технологічному ланцюжку. Також, важливим є те, що товариство впровадило систему забезпечення безпеки та якості харчових продуктів.

РОЗДІЛ 3
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ
В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПРАТ «ФІРМА «ПОЛТАВПИВО» НА РИНКУ

3.1 Стратегічні напрями удосконалення управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» для підвищення його конкурентоспроможності на ринку

Цілі, які ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» визначає в рамках системи управління якістю, мають бути чіткими, вимірними та досяжними. Очевидна ціль – це та, яка стосується конкретної мети стратегічного плану компанії. Це може включати деталі того, що працівники повинні зробити для досягнення конкретної мети. Мета, в основному, повинна мати вимірні характеристики, що стосуються того, наскільки потрібен прогрес і коли ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» виконало всі свої цілі. Однією з основних цілей системи управління якістю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має бути підвищення якості продуктів, які може запропонувати компанія. Тепер якість у системі стосується трьох ключових складових. Під високою якістю ми маємо на увазі високу відповідність застосовним стандартам, вищу точність і вищу задоволеність клієнтів. Основна мета системи полягає в досягненні покращень і вимірюванні кожного компонента стандартами разом із функціональним тестуванням. Це показує, чи відповідає продукція ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» очікуванням споживача.

Одним із ключових компонентів систем управління якістю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має бути формування культури організації. Культура якісної компанії цінує особливості якості, до яких прагне система, і вимірює їх для регулярного вдосконалення. Цей тип культури підлаштовується під клієнтів і виконує їх вимоги. Коли виникають проблеми з якістю, співробітники готові

нести відповідальність за можливі помилки, щоб не повторювати їх у майбутньому. Тому ми пропонуємо наступну структуру для досягнення цілей якості ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Оцінка та планування якості продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Напрямок	Завдання
Спілкування з зацікавленими сторонами	Визначення проблеми, яку потрібно вирішити; обговорення найкращих способів роботи в команді; визначення тих організацій та осіб, які стурбовані визначеною проблемою.
Створення спеціальної групи	Залучення людей, які могли б представляти різні сектори спільноти; окреслення населення та цільової території, яка може бути географічно чи секторальною; визначення, на яких конкретних людей проблема впливає і на що ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» потрібно спрямувати свої зусилля
Визначення пріоритетних вимог	Дослідження минулих опитувань та звернення уваги на спільноту інтересів; діалог з деякими іншими організаціями, незалежно від того, працюють вони з цільовою групою ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» чи над тими ж проблемами в інших спільнотах; постановка цілей, обрання фокусу і планування їх досягнення; визначення того, чого хоче досягти ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» як організація; документування намірів про зміни, які мають відбутися; постановка чітких цілей.
Визначення правил роботи	Політика конфлікту інтересів; політика забезпечення якості; політика щодо катастроф; програмна політика; політика ЗМІ; кадрова політика; політика щодо конфлікту інтересів.

Примітка: розроблено автором

Політика якості відноситься до місії ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», оскільки вона безпосередньо стосується якості. Для стратегічного удосконалення управління якістю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має створити систему управління для цієї конкретної мети, тому важливо визначити політику якості та продумати зобов'язання щодо зосередження уваги на клієнтах.

Підвищення якості продукції є невід'ємною умовою успіху ПрАТ «Фірма

«Полтавпиво» в умовах зростаючої конкурентності. Управління якістю стало реальністю, яку ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» більше не може ігнорувати, оскільки це йому потрібно для довгострокового зростання та прибутковості як зараз, так і в майбутньому. Це означає вбудовування практик управління якістю продукції у звичайні процеси, щоб щоденні операції ґрунтувалися на високоякісному виконанні. Розглянемо напрямки покращення управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (рис. 3.1).

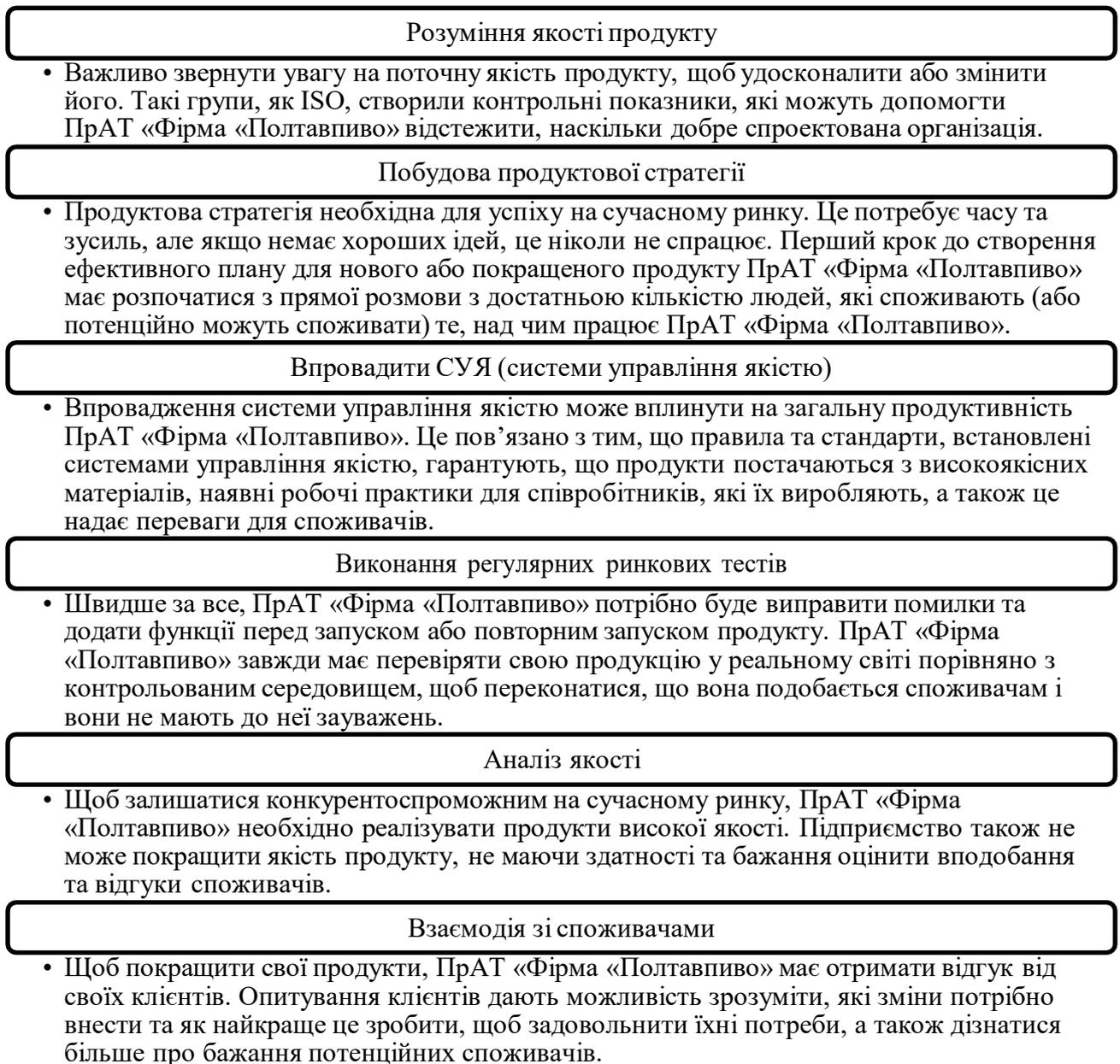


Рисунок 3.1 – Напрямки покращення управління якістю продукції

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» *(узагальнено автором)*

Думки споживачів стануть частиною процесу від початку до кінця, що допомагає забезпечити контроль якості, оскільки кожен має різні точки зору, але навіть ці люди можуть поділяти схожі вподобання. Іноді найкращий спосіб дізнатися, чи відповідає ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» потребам своїх споживачів – запитати їх. Якщо раптом хтось залишив негативний відгук, потрібно з'ясувати, який аспект його досвіду був не на належному рівні. Тому, на нашу думку, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» доцільно створити опитування споживачів, стосовно якості продукції, а саме ЛимонадВо «Вишня» та Мюнхенське.

Опитування задоволеності споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» допоможе зібрати відгуки про ефективність продукту та сприйняття цінності, визначаючи конкретні сфери вдосконалення. Статистика допоможе виміряти настрої, скерує дорожні карти та зосередить увагу на інноваціях. Опитування має складатися з низки запитань, на які споживачі мають відповісти. Ці запитання можуть стосуватися характеристик продукту, ціни, якості, обслуговування в фірмових магазинах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» тощо. Відповіді на ці запитання дозволять підприємству точно визначити, наскільки добре воно задовольняє потреби та очікування клієнтів.

Результати опитування про задоволеність споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» можна використовувати для визначення тих напрямів, де продукт або послуга працюють добре, а також тих сфер, які потребують вдосконалення. Цю інформацію потім можна використовувати для прийняття обґрунтованих рішень щодо розробки продукту, маркетингових стратегій, політики обслуговування клієнтів та інших аспектів управління продуктом і операцій.

Опитування задоволеності споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» можуть мати значний вплив на розробку або вдосконалення існуючої продукції. Забезпечуючи прямі відгуки від клієнтів, ці опитування можуть допомогти ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» зрозуміти, які саме споживчі якості споживачі

найбільше цінують у продукті. Це допоможе керувати процесом розробки продукту, гарантуючи, що продукт відповідає потребам і очікуванням клієнтів.

Опитування рівня задоволеності якістю продукції споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» важливі з кількох причин (рис.3.2).

Надання ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» прямого зворотного зв'язку від споживачів, що є важливим для покращення якості продуктів.

- Розуміючи, що споживачам подобається, а що ні в продукті, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може вносити зміни, які підвищують задоволеність і лояльність клієнтів за рахунок покращення якості.

Опитування задоволеності якістю продукції можуть допомогти ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» визначити тенденції та моделі поведінки споживачів

- Це може надати уявлення про тенденції ринку, уподобання клієнтів і потенційні можливості для зростання. Також опитування про задоволеність якістю продукції можуть допомогти ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» оцінити свою ефективність порівняно з конкурентами. Порівнюючи свої власні оцінки задоволеності з оцінками своїх конкурентів, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може визначити сфери, які йому потрібно вдосконалювати, щоб залишатися конкурентоспроможним.

Рисунок 3.2 – Причини для впровадження опитування споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» стосовно рівня задоволеності якістю продукції *(запропоновано автором)*

Дослідження споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» з метою управління якістю продукції, передбачає оцінку вражень споживачів щодо їхніх очікувань щодо якості продукції. Цінність, яку сприймає споживач, складається з безлічі вхідних даних, таких як імідж клієнта про продуктивність продукту, якість гарантії, підтримку клієнтів і більш м'які атрибути, такі як репутація постачальника, надійність і повага. Сприйняття клієнтами якості продукту, бренду чи бізнесу є переважно результатом підсвідомих думок. Більшість людей мають внутрішню здатність визначати якість продукту, дивлячись на нього, відчуваючи його. Часто думка формується за лічені хвилини або навіть секунди.

Замість того, щоб давати споживачам ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» одне велике опитування, доцільно розбити анкету споживчої поведінки на повторювані опитування для окремих етапів, щоб отримати більш детальну інформацію. Ми пропонуємо наступний набір питань, який може бути використано для опитування споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» щодо задоволеності якістю продукції (табл. 3.2):

Таблиця 3.2 – Опитування споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Основні категорії	Перелік питань
Усвідомленість	<p>Коли ви думаєте про лимонад (пиво), який бренд ви згадуєте в першу чергу? Ви можете сказати чому? Ви знаєте ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Коли ви вперше почули про ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Наскільки ви знайомі з ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Коли ви востаннє споживали ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Які з цих інших брендів ви знаєте? Які з них ви найчастіше споживаєте? Хто приймає рішення у вашій сім'ї щодо цього продукту/категорії продуктів? Як ви зазвичай дізнаєтеся про такі продукти, як наші?</p>
Розгляд	<p>Як ви ставитеся до нашого бренду? Ви купували продукцію нашого бренду раніше? Чи хотіли б ви знову придбати нашу продукцію? Що б ви використали як альтернативу, якби ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське) більше не було б доступним?</p>
Купівля	<p>Як часто ви купуєте ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Куди ви йдете, коли шукаєте ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Як часто ви відвідуєте наш фірмовий магазин? Хто впливає на вашу покупку? Вас влаштовує ціна?</p>
Споживання	<p>Які 3 головні речі спонукали вас споживати ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Як часто ви споживаєте ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)? Оцініть смак ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське) від 1 до 5. Як ви оціните зовнішній вигляд тари ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське) від 1 до 5? Як ви оціните доступність у продажу ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське) від 1 до 5? Яка вірогідність того, що ви порекомендуєте ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське) своїм знайомим? Чи є у вас зауваження чи рекомендації стосовно якості ЛимонадВо «Вишня» (пиво Мюнхенське)?</p>

Примітка: розроблено автором

Рівень задоволеності якістю у споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» зможе інформувати підприємство про те, як споживачі оцінюють сам продукт і бренд в цілому. Результати опитування покажуть наскільки споживачі задоволені продукцією ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», в даному випадку це ЛимонадВо «Вишня» або пиво Мюнхенське. Разом із оглядами та рейтингами продукту, задоволеність клієнтів допоможе ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» покращити якість своєї продукції, розробити нові продукти та покращити свої конкурентні позиції на ринку.

Управління якістю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має бути у вигляді акту нагляду за всіма діями та завданнями, які необхідно виконати для підтримки бажаного рівня досконалості. Це включає визначення політики якості, створення та впровадження планування та забезпечення якості, а також контроль якості та її покращення. Управління якістю гарантує, що всі зацікавлені сторони ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» працюють разом над покращенням процесів, продуктів, послуг і культури.

З іншого боку, управління якістю перетворилося з тактичного пріоритету для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» на стратегічну вимогу. Підприємство, яке було обрано нами для дослідження, може бути впевненим, що включення міркувань якості до стратегічного планування дозволить йому оптимізувати процеси, визначити пріоритети потреб клієнтів і зберегти конкурентну перевагу. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може покращити узгодження своїх цільових показників якості з більшими бізнес-цілями шляхом впровадження стратегічної техніки управління якістю. В результаті цієї синергії кожна ініціатива з якості має прямий вплив на зростання організації та її конкурентоспроможність.

Стратегічні напрями удосконалення управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» для підвищення його конкурентоспроможності на ринку мають бути спрямованими на дотримання встановленого плану для досягнення бажаного результату. Керівництву ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» доцільно впроваджувати стратегії управління якістю, щоб переконатися, що всі завдання та дії виконуються за планом. Незважаючи на те, що всі ці стратегії

мають однакову мету, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може обрати для себе ту, яка на певному етапі є найбільш доцільною для підприємства (рис. 3.3).

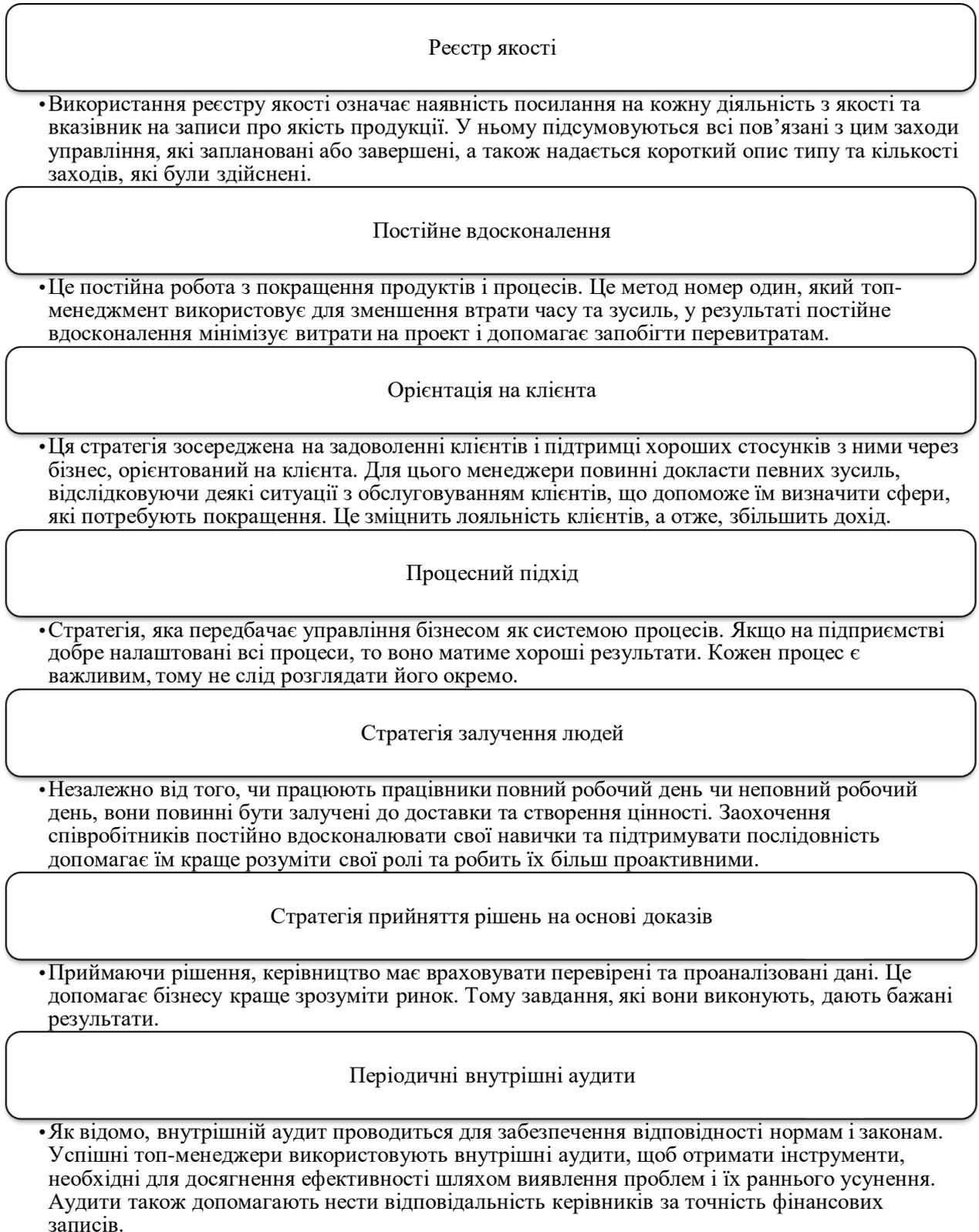


Рисунок 3.3 – Стратегії управління якістю (узагальнено автором)

Керівники вищого рівня ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» можуть використовувати реєстри якості, щоб оновлювати їх результатами операцій контролю якості. Керівники ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» можуть використовувати цей реєстр як форму щоденника для запланованих заходів і подій. Реєстри якості зазвичай створюються під час ініціювання проекту, щоб уся діяльність була зареєстрована належним чином, і вони слугуватимуть посиланням для будь-яких роз'яснень. Він надає ключові аудити, необхідні для проекту, і інформацію для гарантії. Це також допоможе визначити завдання, які не були виконані. Без цього реєстру складно відстежувати завдання та дії в усіх проектах.

У деяких випадках команди ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» не можуть постійно практикувати безперервне вдосконалення, швидкі заходи щодо вдосконалення можуть вирішити це. Такі події іноді можуть тривати до 5 днів залежно від того, що вони охоплюють. Також рекомендується створити культуру, яка наголошує на покращенні якості, це допоможе зберегти управління якістю у свідомості працівників ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» важливо брати активну участь у безперервному вдосконаленні, це відображається на продуктивності та збільшить здатність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» використовувати нові можливості. Одним із простих способів сприяти вдосконаленню культури є винагорода. Винагородження співробітників, які виявляють відданість якості, спонукає їх до ще більшого вдосконалення.

Крім того, постійне вдосконалення допоможе ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» створювати нові способи залишатися на ринку та сприймати нові ринкові ситуації. Менеджери, орієнтовані на клієнта, не застраховані від помилок, але вони вчаться на своїх помилках і постійно вдосконалюють свої процеси, щоб виділитися як найкращі. Стратегія процесного підходу наголошує на досягненні ефективності та результативності організаційних процесів. Якщо управління вхідними та вихідними даними ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» буде здійснюватися ефективно та перебуватиме під належним

контролем, то якість гарантована.

Щоб залучити співробітників ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може виконати кілька простих кроків: запитувати думки, обговорювати проблеми, винагороджувати результати, чітко визначати цілі та обов'язки, удосконалювати процес адаптації, забезпечувати постійне навчання та підтримку.

Періодичні внутрішні перевірки в ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» допоможуть запобігти участі співробітників у шахрайстві. Результати аудиту нададуть пропозиції щодо вдосконалення поточних процесів і операцій, що підвищить якість послуг і продуктів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Отже, ефективне покращення якості базується на систематичному виявленні та вирішенні проблем, використанні даних і відгуків від клієнтів, а також на просуванні культури постійного вдосконалення серед співробітників.

3.2 Удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Управління якістю продукції є важливою навичкою для підприємців. І справа не тільки в тому, щоб відповідати стандартам і наздоганяти конкурентів. Це прагнення до досконалості, яка приваблює клієнтів – для надійної роботи, унікальної цінності та задоволення конкретних потреб користувачів.

Управління якістю продукції є складним завданням у швидкозмінній та суворо регульованій промисловості харчових продуктів і напоїв. Система управління якістю (СУЯ) – це встановлена основа для документування різних процесів і процедур для забезпечення якості продукції та відповідності нормативним стандартам. Іншими словами, це допомагає покращити управління якістю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Вбудована система управління якістю допомагає компаніям, що займаються виробництвом продуктів харчування та напоїв, досягати своїх бізнес-цілей і виробничих цілей, а також покращувати комунікацію,

продуктивність і якість продукції. Розглянемо причини для удосконалення системи управління якістю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Причини для удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Перевага	Значення
Якість і відповідність	Перш за все, удосконалення системи управління якістю продукції має одну суттєву перевагу: це допоможе швидше та простіше досягти якості продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», безпечності та відповідності нормативним вимогам.
Оптимізований виробничий процес	За допомогою удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» прискорить виробничий процес, оскільки він стане більш структурованим, контрольованим і ефективним.
Постійне вдосконалення	Ще одна значна перевага, оскільки вдосконалення якості продукції буде легше заохочувати регулярними перевірками, оглядами та відгуками.
Зниження витрат	Удосконалення системи управління якістю продукції дозволить заощаджувати грошові кошти. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» зможе звести до мінімуму ризику відкликання та пов'язані з цим витрати, а також зменшить відходи, переробку та все інше, що впливає на витрати.
Репутація та лідерство бренду	Це зробить ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» сильнішим конкурентом на ринку, і підприємство зможе завоювати довіру своїх клієнтів, тому вони будуть ще більше охоче продовжувати купувати продукцію ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Примітка: запропоновано автором

Дані з табл. 3.3 свідчать про те, що ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» багато переваг від удосконалення системи управління якістю продукції, що допоможе підвищити лояльність споживачів, закріпити свої позиції на ринку, а також забезпечити конкурентоспроможність підприємства. Процес підвищення якості, що розуміється як постійне прагнення до досконалості, є основою не тільки для підтримки конкурентоспроможності компанії на ринку, але й для забезпечення найвищої цінності продуктів і послуг для споживачів.

Немає двох ідентичних систем управління якістю продукції, оскільки кожна з них має бути налаштована відповідно до цілей і потреб компанії. Однак розглянемо ключові компоненти, які мають бути основою системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», яке було обрано нами для дослідження.

Далі пропонуємо розглянути основні аспекти для удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Найважливіші аспекти для удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Аспект	Необхідні дії
Політика та цілі якості	Потрібно чітко описати, що означає система управління якістю для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та які пріоритети та стратегічні цілі воно має.
Керівництво з якості	Опис обсягу, вимог, структури та будь-яких інших важливих аспектів, які слід враховувати.
Описані інструкції та процедури	Вони повинні бути чітко доведені до відома персоналу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».
Управління даними	Систематизація інформації для прийняття рішень на основі даних.
Контроль та управління документами	Всі документи повинні контролюватися, оновлюватися та організовуватися.
Задоволеність клієнтів якістю продукції	Це те, чого ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має досягти за допомогою успішної СУЯ.
Стратегії вдосконалення	СУЯ має працювати безперервно, а також дозволяти ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» постійно вдосконалюватися.
Інструменти якості	Контроль та обслуговування інструментів, необхідних для вимірювання якості.
Процеси	Опис і документування будь-яких необхідних стандартизованих процесів.

Примітка: авторське бачення

Після того, як ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» запровадить наведені аспекти для удосконалення системи управління якістю продукції, воно зможе адаптувати СУЯ відповідно до свого бізнесу, цілей і бажаних способів покращення якості. Загалом удосконалення такої системи управління, на нашу думку, потребує комплексного підходу.

За своєю суттю система управління якістю ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є структурою, яка визначає політику, процеси та процедури організації для забезпечення якості продукції та послуг та слугує основою для підтримки відповідності, сприяння постійному вдосконаленню та задоволення очікувань клієнтів. Ефективна система управління якістю продукції не тільки підвищить продуктивність, але й сприятиме зниженню витрат, дотриманню вимог і, зрештою, задоволенню клієнтів. В епоху постійної еволюції гнучка та

ефективна система управління якістю продукції має першочергове значення для стабільного успіху.

Розглянемо способи покращення ефективності системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (рис. 3.4).



Рисунок 3.4 – Способи покращення ефективності системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (авторське бачення)

Перехід від ручного до цифрового документування схожий на перехід від друкарської машинки до комп'ютера. Переваги для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» численні: зменшений ризик помилок, покращена доступність і покращена співпраця між членами команди. Цифровізація закладає основу для більш гнучкої та чутливої системи управління якістю ПрАТ «Фірма

«Полтавпиво». Хаос, який є наслідком децентралізованого управління документами, можна пом'якшити шляхом впровадження централізованої системи DMS, як ENSUR. Це гарантує, що всі зацікавлені сторони мають доступ до останньої та найточнішої інформації, мінімізуючи плутанину, зменшуючи дублювання зусиль і підвищуючи загальну прозорість в організації.

Регулярні перевірки забезпечують відповідність процесів поточним галузевим стандартам і найкращим практикам, запобігаючи поширенню застарілої або нерелевантної інформації.

Ефективна система управління якістю продукції починається з добре навченої робочої сили. Ефективне управління навчанням в ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» гарантує, що працівники володітимуть необхідними навичками для дотримання стандартів якості, сприяючи розвитку культури досконалості та відданості організаційному успіху. Програми безперервного навчання дозволять співробітникам ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» бути в курсі останніх галузевих тенденцій, оновлень і технологічних досягнень, гарантуючи, що персонал залишається динамічним активом організації.

Мотивовані співробітники ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» можуть бути каталізаторами позитивних змін. Стимулювання та визнання співробітників за їхній внесок в ініціативи з покращення якості не тільки підвищує моральний дух, але й створює культуру постійного вдосконалення, де кожен член команди є зацікавленою стороною в успіху організації.

Інтеграція засобів автоматизації полягає не в заміні людських зусиль; у даному випадку мова йде про їх збільшення. Автоматизуючи рутинні та повторювані завдання, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може оптимізувати процеси, зменшити кількість помилок і звільнити людські ресурси для більш стратегічної та складної діяльності.

В епоху великих даних використання автоматизованого збору та аналізу даних кардинально змінює ситуацію. Аналіз ефективності системи у режимі реального часу надасть змогу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» приймати обґрунтовані рішення, визначати сфери, які потребують покращення, і швидко

впроваджувати коригувальні дії.

Спеціалізоване програмне забезпечення, розроблене для процесів СУЯ, забезпечить ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» централізовану платформу для управління документами, відстеження навчання та моніторингу продуктивності. Це не тільки оптимізує робочі процеси, але й забезпечить більш злагоджений та комплексний підхід до управління якістю продукції.

Звичайні аудити та оцінки – це не просто прапорці відповідності; це можливості для вдосконалення ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Виявлення конкретних сфер невідповідності та вдосконалення гарантує, що СУЯ адаптується до мінливих умов і постійно узгоджується з цілями організації.

Встановлення та моніторинг ключових показників ефективності забезпечить ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» вимірювані контрольні показники ефективності СУЯ, дозволяючи відстежувати тенденції, оцінювати продуктивність і приймати рішення на основі даних для постійного вдосконалення.

Інновації процвітають у середовищі, де зворотний зв'язок не просто вітається, а й активно шукається. Встановлення циклів зворотного зв'язку всередині ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» створить культуру безперервного вдосконалення, де ідеї та пропозиції з усіх рівнів сприятимуть розвитку процесів СУЯ. Чітка та відкрита комунікація гарантує, що всі зацікавлені сторони розуміють свої ролі, обов'язки та важливість свого внеску в підтримку стандартів якості. Платформи для співпраці сприяють спілкуванню та співпраці між різними відділами, сприяючи цілісному підходу до управління якістю.

Встановлення регулярних сеансів зворотного зв'язку та каналів зв'язку є основою прозорості організаційної культури. Відкритий діалог дозволить ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» ідентифікувати виклики та своєчасно впроваджувати рішення, що ще більше підвищує ефективність СУЯ.

Ефективна система управління якістю має вирішальне значення для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», як виробника, оскільки вона гарантує відповідність продуктів певним стандартам якості та відповідним нормам.

Впровадження комплексної системи управління якістю, яка використовує переваги сучасних технологій та інших інструментів, допоможе ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» постійно вдосконалювати процеси, завчасно виявляти проблеми та зміцнювати довіру з клієнтами.

Інвестиції в програмне забезпечення для управління якістю дозволять ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» швидко вирішувати проблеми з якістю, що стосуються персоналу, постачальників, клієнтів і партнерів, тому ми рекомендуємо до впровадження на даному підприємстві відповідного програмного забезпечення для управління якістю продукції, що дозволить створити наступні переваги (рис.3.5).

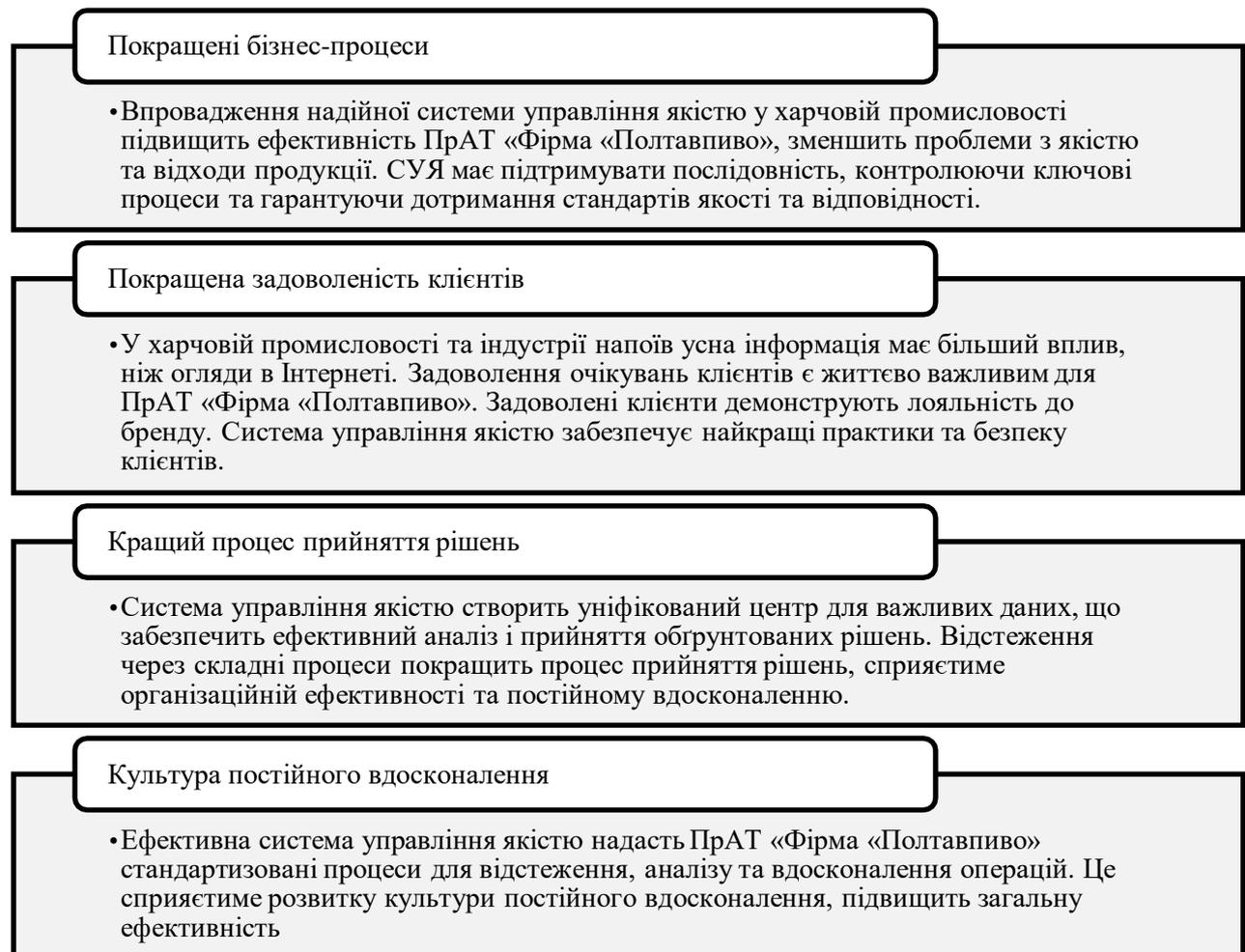


Рисунок 3.5 – Переваги впровадження програмного забезпечення в управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (розробка автора)

Впровадження програмного забезпечення управління якістю продукції в діяльність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» забезпечить централізовану платформу для надійного управління якістю та безпекою харчових продуктів, контролю документів, керування постачальниками тощо. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може обрати для себе програмне забезпечення для управління якістю продукції із найпопулярніших на сьогодні (рис.3.6):

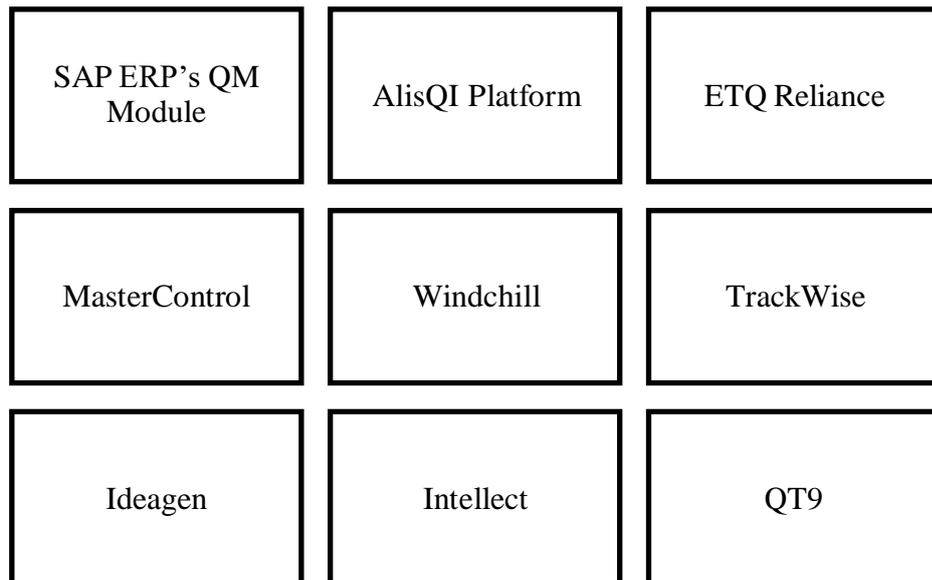


Рисунок 3.6 – Програмне забезпечення для управління якістю
(систематизовано автором)

Отже, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», яке було обрано нами для дослідження, може використовувати програмне забезпечення для керування створенням, затвердженням і відстеженням усіх документів, необхідних для галузевих стандартів і вимог відповідності. Без програмного забезпечення ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» більш сприйнятливий до сповільнення через паперові документи, ручні робочі процеси та закриті інформацію. Програмне забезпечення управління якістю має допомагати даному суб'єкту господарювання залишатися в галузі на висоті нормативних вимог, які підтримують безпечність харчових продуктів.

Висновки до розділу 3

Запропонувавши удосконалення управління якістю продукції в контексті забезпечення конкурентоспроможності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» на ринку, ми дійшли наступних висновків:

1. Дослідження споживачів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має велике значення при управлінні якістю продукції, воно дозволяє її чітко визначити. Задоволеність споживачів якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» визначається як показник, який визначає, наскільки клієнти задоволені продуктами. Інформація про задоволеність клієнтів, включаючи опитування та рейтинги, може допомогти ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» суттєво покращити або змінити свої продукти.

2. Впроваджуючи розглянуті стратегії – оптимізацію процесів документування, інвестиції в навчання та залучення співробітників, використання технологій для автоматизації, безперервний моніторинг і вдосконалення, а також сприяння ефективній комунікації та співпраці – ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може почати трансформаційний шлях до досконалості. Доцільним є впровадження програмного забезпечення для управління якістю, що надасть ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» рішення для управління якістю, дозволить оптимізувати процеси контролю якості за допомогою надійного набору модулів управління корпоративними ресурсами, як-от управління людськими ресурсами, процеси закупівель, відстеження фінансів, управління ланцюжками поставок тощо. Ці міжфункціональні інтеграції нададуть ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» єдину платформу для керування повсякденними операціями та завданнями із забезпечення якості продукції в різних відділах.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження на тему кваліфікаційної роботи «Управління якістю продукції як фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку», яка виконувалася на матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», доцільно зробити наступні висновки:

1. Розкрито сутність економічної категорії «якість продукції» та її роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на ринку та виявлено, що якість продукції є потужною складовою успішної конкурентної стратегії. Якість може підвищити продуктивність і прибутковість шляхом зниження витрат і збільшення продажів. Підприємства, які інвестують для досягнення найвищої якості своєї продукції, отримують як вартість, так і конкурентні переваги. Це пов'язано з тим, що покращення якості не лише покращує задоволеність споживачів, але й заощаджує кошти, що дозволяє збільшити прибутки або цінову перевагу в точці продажу. Без покращення виробничих операцій підприємство стикається із зростаючим ризиком заміни конкурентом.

2. Охарактеризовано основні показники та методи оцінювання якості продукції на підприємстві. Загальні показники якості продукції включають: кількість дефектів, задоволеність клієнтів, відсоток повернення, відшкодування, надійність, довговічність, безпеку, відповідність стандартам і вартість якості. Задоволеність працівників, ефективність постачальників, ефективність виробництва, час виходу на ринок і вплив на навколишнє середовище також важливі. Деякі з показників для визначення якості продукту – продуктивність, надійність, характеристики, довговічність тощо. Деякі з показників для визначення якості обслуговування – ввічливість, доступність, комунікабельність тощо.

3. Визначено принципи формування системи управління якістю продукції на підприємстві. Управління якістю продукції – це комплексний набір інструментів, який дає змогу організаціям контролювати та керувати даними, пов'язаними з якістю продукції на підприємствах. Ці дані про продукт

включають дефекти продукту та виробничі дефекти, польові збої, скарги клієнтів, покращення продукту та запити на коригування та запобіжні дії. Управління якістю включає чотири основні компоненти: планування якості, контроль якості, забезпечення якості, покращення якості. Багато постачальників продукції визнають якість основним фактором, який може виділити їхню продукцію серед продукції конкурентів. Зараз багато компаній-виробників дотримуються серії стандартів ISO 9000, які використовуються компаніями по всьому світу для управління якістю продукції.

4. Проведено аналіз об'єкта та суб'єкта системи управління ПрАТ «Фірма Полтавпиво». Визначено, що підприємство було засноване на основі Полтавського пивзаводу, воно здійснює свою діяльність в м. Полтава вже понад 60 років. Широкий асортимент продукції даного суб'єкта господарювання включає: пиво різних сортів, безалкогольні, енергетичні напої і квас. Установчим документом підприємства є статут, у якому зазначено, що вищим органом управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є Загальні збори акціонерів, наглядовим органом – Наглядова рада, а виконавчим – Генеральний директор. Підприємство має самостійний баланс, рахунки в банках, печатку із своїм найменуванням, ідентифікаційним кодом, штампи, бланки, фірмовий знак, а також знак для товарів і послуг та інші реквізити. Організаційна структура управління підприємством є лінійно-функціональною, у ній вдало поєднується принцип спеціалізації управління з принципом єдності керівництва. Згідно результатів проведеного SWOT-аналізу, підприємству рекомендується обрати стратегію обмеженого зростання, яка передбачає активне використання наявних сильних сторін його діяльності з метою усунення загроз з боку нестабільного зовнішнього середовища. Потенційні проєкти розвитку ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» включають розширення ринку збуту, розробку нових видів продукції, посилення маркетингової політики, охоплення всіх аспектів ціноутворення.

5. Проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Зростання фондоємності продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

вказує та те, що відбулося зниження ефективності використання основних коштів, також спостерігається негативна тенденція в діяльності, так як даний показник зменшується з 2021 року (0,53) по 2023 рік (0,28), що є позитивним фактором впливу для товариства. У період з 2021 по 2023 роки відбувався зріст показника середньорічної вартості основних засобів, у той же час поточні зобов'язання товариства зменшилися на 2,26%. Визначено рівень рентабельності на підприємстві за 2021-2023 роки. Зокрема, рентабельність власного капіталу у 2023 році зросла по відношенню до 2021 року на 11,47, але порівнюючи з даними 2022 року – спостерігається зменшення на 3,62. Стосовно рентабельності позичкового капіталу визначено, що присутня швидкість окупності запозиченого капіталу. Рентабельність активів у 2023 році зросла на 14,4 у порівнянні з показником 2021 року.

6. Здійснено аналіз управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Встановлено, що підприємство застосовує лише спеціалізовану техніку, машини та обладнання для виготовлення продукції, правильно використовує сировину і матеріали у процесі виробництва, дотримується санітарно-гігієнічних норм, здійснює заходи щодо попередження забруднень поверхонь та обладнання, а також здійснює контроль над появою шкідників. Виробнича лабораторія на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» здійснює повний контроль всього технологічного процесу – від сировини до складу готової продукції по всьому технологічному ланцюжку. Також, важливим є те, що товариство впровадило систему забезпечення безпеки та якості харчових продуктів.

7. Запропоновано стратегічні напрями удосконалення управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» для підвищення його конкурентоспроможності на ринку. Ефективною стратегією управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може бути опитування споживачів. Сприйняття споживачами якості продукту відіграє значну роль в успіху компанії, формуванні іміджу бренду та стимулюванні продажів. Відкриті запитання також можуть допомогти зібрати більш глибокий відгук про

конкретний досвід або необхідні вдосконалення. Крім того, опитування можуть оцінити задоволеність споживачів загальною якістю товарів. Аналіз відповідей може допомогти визначити сфери для вдосконалення.

8. Надано рекомендації для удосконалення системи управління якістю продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», що передбачає включення управління документами, управління якістю постачальників, управління скаргами, управління ризиками та навчання співробітників. За допомогою цих функцій команди можуть автоматизувати невідповідності, оцінку скарг, відстеження відповідності та співпрацювати з постачальниками для адаптації, аудитів та інцидентів. Для цього підприємству доцільно використовувати програмне забезпечення для управління якістю. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» може використовувати його для безпечного зберігання цифрових документів і керування ними, забезпечення відповідності нормативним вимогам для процесів контролю змін, проведення програм навчання співробітників і підготовки до внутрішнього або зовнішнього аудиту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 04.11.2023).
2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 24.11.2023).
3. Березіна Л.М., Вараксіна О.В., Олійник А.С., Рак А.Г. Теоретико-методологічні основи управління конкурентоспроможністю підприємства. *Агросвіт*. 2021. № 21-22. С. 35-42.
4. Білоусько Т.Ю., Шовкун Л.В. Управління якістю в забезпеченні конкурентоспроможності аграрної продукції. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2020. № 2. С.168-178.
5. Большаков В.Б., Косач Н.І., Павлова Г.О., Чернишенко О.В. Гносеологічні аспекти технічного регулювання забезпечення якості продукції. *Вимірювальна техніка та метрологія*. 2019. Вип. 1 (80). С. 41-45.
6. Вербівська Л.В. Функціональне значення сертифікації, стандартизації та управління якістю продукції в сучасних бізнес-процесах. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-78> (дата звернення: 20.04.2024).
7. Владіміров А.В., Васильченко М.І. Ключові аспекти формування системи управління якістю продукції на підприємстві. *Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Полтава, 06 червня 2024 року). Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2024.
8. Власенко І.В. Роль системи управління якістю в забезпеченні конкурентоспроможності продукції промислового підприємства. *Економіка і організація управління*. 2021. Вип. 3 (43). С. 194-203.

9. Герасимова В.О., Резанов Е.О. Конкуренентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 93-97.
10. Голубєв Л.П., Рябоконт Є.І. Застосування комп'ютерного зору в системі контролю якості продукції. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2020. № 3 (74). С. 75-79.
11. Данченко О.Б., Белова О.І., Сафар Х.М. Основні аспекти управління якістю діяльності підприємства торгівлі. *Вчені записки університету КРОК. Серія: Економіка*. 2019. № 2. С. 169-175.
12. Деменко В.Г. Система управління якістю надання послуг: ретроспективний огляд. *Scientific notes of Lviv University of Business and Law*. 2023. № 39. С. 124-129.
13. Іванченкова Л.В., Стасюкова К.В. Якість продукції в системі факторів забезпечення конкурентоспроможності сучасного виробництва. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. № 2 (4). С. 67-75.
14. Кирилюк І.М. Розвиток нормативних підходів до формування систем управління якістю продукції тваринництва. *Агросвіт*. 2019. № 23. С. 32-41.
15. Криворучко О.В., Костюк Ю.В., Самойленко Ю.О. Інформаційна підсистема контролю якості продукції з використанням карт Шухарта. *Управління розвитком складних систем*. 2021. № 47. С. 190-195.
16. Кузьома В.В., Павлюк С.І. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. №12. С. 252-258.
17. Лейба Я.А., Широкопетлева М.С. Аналіз методологій визначення лояльності клієнтів та оцінки рівня їх задоволеності. *Сучасні комп'ютерні та інформаційні системи і технології: матеріали III Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Запоріжжя, 12-19 грудня 2022 р.)*. Запоріжжя: ТДАТУ, 2022. С. 341-343.

18. Медвідь Л.Г., Міценко Н.Г., Черкасова С.В. Класифікація витрат на якість продукції для обліку та контролю в системі управління якістю виробничого підприємства. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2022. № 66. С. 10-21.
19. Немченко О.В., Кисилевська А.Ю., Костенко В.Л. Інтеграція вимог стандартів НАТО серії AQAP 2000 у систему управління якістю підприємства з виробництва військової техніки. *Авіаційно-космічна техніка і технологія*. 2020. № 4. С.102–108.
20. Павлова О.М., Павлов К.В., Омельчук Б.В. Формування системи управління якістю як чинника конкурентоспроможності продукції підприємств аграрної галузі. *Innovation and Sustainability*. 2022. Вип. 4. С. 193-201.
21. Поліщук Є.А., Іващенко А.І. Методика розрахунку ключових показників ефективності (КРІ) використання різних фінансово-кредитних інструментів підприємствами МСБ. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. С. 47-54.
22. Постильна О., Москальов М. Огляд автоматизованих програмних комплексів для аналізу якості продукції. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету*. 2019. Вип. 2.23. С. 128-133.
23. Рейтинг топ-10 брендів пива – 2023. URL: <https://uba.top/beer-rating/> (дата звернення: 04.05.2024)
24. Терлецька Ю.О., Кравчук А.Ю. Управління якістю продукції у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2022. № 1 (101). С. 242-245.
25. Україна збільшила виробництво пива на 7,8 % у 2023 р. *Ukraine. Open4Business*. URL: <https://open4business.com.ua/ukrayina-zbilshyla-vyrobnytvo-pyva-na-78-u-2023-r/> (дата звернення: 08.05.2024).
26. Цимбалюк Г.С. Ефективність впровадження заходів з управління якістю продукції. *Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, обліку, менеджменту, фінансів: матеріали Міжнар. наук.-прак. конф.(м. Полтава, 26 січня 2019 р.)*. Полтава: ЦФЕНД, 2019. С. 43-44.
27. Ali Gamal A., Hilman Haim, Gorondutse A.H. Effect of entrepreneurial

orientation, market orientation and total quality management on performance: Evidence from Saudi SMEs. *Benchmarking: An International Journal*. 2020. Vol. 27.4. P. 1503-1531.

28. Betegon Maria Angeles Tebar. Quality management system implementation based on lean principles and ISO 9001: 2015 standard in an advanced simulation centre. *Clinical Simulation in Nursing*, 2021, 51. P. 28-37.

29. Ching-Hung L., Chun-Hsien Ch., Trappey A. JC. A structural service innovation approach for designing smart product service systems: Case study of smart beauty service. *Advanced Engineering Informatics*. 2019. Vol. 40. P. 154-167.

30. Cooper R.G. The drivers of success in new-product development. *Industrial marketing management*. 2019. Vol. 76. P. 36-47.

31. Cortés V. Monitoring strategies for quality control of agricultural products using visible and near-infrared spectroscopy: A review. *Trends in Food Science & Technology*. 2019. Vol. 85. P. 138-148.

32. Gök O., Ersoy P., Börühan G. The effect of user manual quality on customer satisfaction: the mediating effect of perceived product quality. *Journal of Product & Brand Management*. 2019. Vol. 28.4. P. 475-488.

33. Gunasekaran A., Subramanian N., Ngai Wai Ting E. Quality management in the 21st century enterprises: Research. *International journal of production economics*. 2019. Vol. 207. P. 125-129.

34. Hallencreutz J., Parmler J. Important drivers for customer satisfaction—from product focus to image and service quality. *Total Quality Management & Business Excellence*. 2021. Vol. 32.5-6. P. 501-510.

35. Kumari P., Kumar S., Itani M.N. Scale development of customer satisfaction with complaint handling and service recovery in an e-commerce setting. *Journal for Global Business Advancement*. 2021. Vol. 14.3. P. 383-407.

36. Mangasi S. Product quality on consumer purchase interest with customer satisfaction as a variable intervening in Black Online Store High Click Market:. *Morfai Journal*. 2021. Vol. 1.1. P. 13-21.

37. Midor K. Key performance indicators (KPIs) as a tool to improve

product quality. *New Trends in Production Engineering*. 2020. Vol. 3. P. 347-354.

38. Mohd A.M. Principles and recent advances in electronic nose for quality inspection of agricultural and food products. *Trends in Food Science & Technology*. 2020. Vol. 99. P. 1-10.

39. Pambreni Y. The influence of total quality management toward organization performance. *Management Science Letters*. 2019. Vol. 9.9. P. 1397-1406.

40. Pereira T., Kennedy J.V., Potgieter J. A comparison of traditional manufacturing vs additive manufacturing, the best method for the job. *Procedia Manufacturing*. 2019. Vol. 30. P. 11-18.

41. Sá José Carlos. A model of integration ISO 9001 with Lean six sigma and main benefits achieved. *Total Quality Management & Business Excellence*, 2022, 33.1-2. P. 218-242.

42. Shaturaev J., Bekimbetova G. Transformation of business efficiency with the lean management. *Deutsche Internationale Zeitschrift für zeitgenössische Wissenschaft*. 2021. Vol. 22. P. 71-73.

43. Singh M., Rathi R. A structured review of Lean Six Sigma in various industrial sectors. *International Journal of Lean Six Sigma*. 2019. Vol. 10.2. P. 622-664.

44. Yu Gun Jea, Park Minjae, Hong Ki Hoon. A strategy perspective on total quality management. *Total Quality Management & Business Excellence*. 2020. Vol. 31.1-2. P. 68-81.

45. Zarzycka E., Krasodomska J. Non-financial key performance indicators: what determines the differences in the quality and quantity of the disclosures? *Journal of Applied Accounting Research*. 2022. Vol. 23.1. P. 139-162.

46. Závadský J. Competences in the quality management system evaluation based on the most worldwide used key performance indicators. *Calitatea*. 2019. Vol. 20.169. P. 29-41.

47. Zonnenshain A., Kenett R.S. Quality 4.0 – the challenging future of quality engineering. *Quality Engineering*. 2020. Vol. 32.4. P. 614-626.

ДОДАТКИ