

УДК 338.43

***К ВОПРОСУ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ
ПРОДУКЦИИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ***

Миненко А.В.

канд. экон. наук, доцент

Алтайский государственный аграрный университет

Россия, г. Барнаул

Селиверстов М.В.

старший преподаватель

Алтайский государственный аграрный университет

Россия, г. Барнаул

Аннотация

В условиях глобализации и усиливающейся конкуренции на рынке сельскохозяйственной продукции качество становится ключевым фактором успеха предприятий агропромышленного комплекса. Управление качеством не только удовлетворяет потребности потребителей, но и повышает конкурентоспособность, снижает издержки и минимизирует риски, особенно для компаний, работающих в регионах с ограниченными ресурсами. В пищевой промышленности качество продукции напрямую влияет на доверие клиентов и их удовлетворение. Для поддержания конкурентоспособности компании должны соблюдать высокие стандарты качества, адаптируясь к изменяющимся требованиям рынка. Основные подходы к обеспечению качества включают соблюдение регламентов и стандартов, внедрение системы менеджмента качества, а также использование современных технологий и методов производства. Ключевые аспекты качества охватывают безопасность продукции, использование качественных ингредиентов, соответствие вкусовым и питательным характеристикам, правильную маркировку и упаковку, соблюдение технологических процессов и контроль каче-

ства на всех этапах производства. В условиях растущей конкуренции производители сталкиваются с противоречиями между снижением затрат и обеспечением конкурентоспособности, что требует акцента на восприятии качества продукции со стороны потребителей.

Ключевые слова: качество продукции, пищевая промышленность, сельскохозяйственная продукция, конкурентоспособность, издержки, риски, регламенты, стандарты.

TO THE QUESTION OF IMPROVING QUALITY MANAGEMENT OF FOOD INDUSTRY PRODUCTS

Minenko A.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Altai State Agrarian University

Barnaul, Russia

Seliverstov M.V.

senior lecturer

Altai State Agrarian University

Barnaul, Russia

Abstract.

In the context of globalization and increasing competition in the agricultural market, quality is becoming a key factor in the success of enterprises in the agro-industrial complex. Quality management not only satisfies consumer needs, but also increases competitiveness, reduces costs and minimizes risks, especially for companies operating in regions with limited resources. In the food industry, product quality directly affects customer trust and satisfaction. To maintain competitiveness, companies must adhere to high quality standards, adapting to changing market requirements. The main approaches to quality assurance include compliance with regulations and stand-

ards, the implementation of a quality management system, and the use of modern technologies and production methods. Key aspects of quality include product safety, use of quality ingredients, compliance with taste and nutritional characteristics, proper labeling and packaging, compliance with technological processes and quality control at all stages of production. In an increasingly competitive environment, manufacturers face contradictions between reducing costs and ensuring competitiveness, which requires an emphasis on the perception of product quality by consumers.

Keywords: product quality, food industry, agricultural products, competitiveness, costs, risks, regulations, standards.

В условиях глобализации и усиления конкуренции на рынке сельскохозяйственной продукции качество продукции становится ключевым фактором успеха предприятий агропромышленного комплекса (АПК). Управление качеством продукции позволяет не только удовлетворять потребности потребителей, но и повышать конкурентоспособность предприятия, снижать издержки и минимизировать риски. Особую значимость данная проблема приобретает для предприятий, работающих в регионах с ограниченными ресурсами [6].

В пищевой промышленности качество является основным показателем, так как оно напрямую влияет на удовлетворение потребностей клиентов и их доверие к продукции. Для сохранения конкурентоспособности на рынке компании должны поддерживать высокие стандарты качества и адаптироваться к постоянно меняющимся требованиям потребителей. Внедрение новых технологий, материалов и процессов позволяет организациям улучшать качество своей продукции и укреплять позиции на рынке [2].

Существует несколько подходов к обеспечению качества в пищевой промышленности. Первым и наиболее важным является соблюдение регламентов и стандартов. Организации в этой сфере обязаны следовать строгим государственным нормативам и отраслевым стандартам, чтобы гарантировать безопасность и качество своей продукции. Эти процедуры охватывают соблюдение

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

технологических процессов, правильное обращение с продуктами, их хранение и маркировку, а также регулярные проверки соответствия [1; 5].

Другим важным подходом является внедрение системы менеджмента качества (СМК), которая включает мониторинг, контроль и тестирование продукции на разных этапах производства для выявления потенциальных дефектов. Такой механизм не только обеспечивает стабильное качество, но и выявляет области для улучшения [2; 3].

Ключевым аспектом качества в пищевой промышленности является также использование современных технологий и методик при производстве. Это включает автоматизированные системы для производства, упаковки, маркировки и контроля качества, а также современные методы тестирования для обнаружения загрязнений или дефектов.

Значение качества в пищевой промышленности охватывает несколько важных моментов [7]:

1. Безопасность продукции: Продукция должна быть безопасной для потребления и не угрожать здоровью клиентов.

2. Использование качественных ингредиентов: Производители должны выбирать надежных поставщиков и следить за качеством сырья и компонентов.

3. Вкусовые и питательные свойства: Качество продукции должно соответствовать заявленным характеристикам питательной ценности, вкуса и аромата.

4. Маркировка и упаковка: Продукция должна быть правильно промаркирована и упакована для защиты от внешних воздействий.

5. Соблюдение технологических процессов: Производство должно контролировать важные параметры, такие как температура, влажность и срок годности.

6. Контроль качества: Продукция должна тестироваться на соответствие стандартам и проходить выборочный контроль на всех этапах производства.

Эти подходы позволяют производителям обеспечивать высокое качество

товаров на рынке пищевой промышленности, удовлетворяя потребности и ожидания потребителей.

Исходя из исследований отечественных и зарубежных ученых, современный рынок характеризуется постоянным увеличением значимости конкуренции. С ростом конкуренции на рынках сбыта возникают противоречия между внутренними и внешними целями производителей. С одной стороны, производитель заинтересован в снижении производственных затрат и максимизации прибыли, с другой – в расширении своей доли на рынке и обеспечении конкурентоспособности продукции. Поскольку конкурентоспособность товара в первую очередь определяется тем, как его качество воспринимает потребитель, эти противоречия со временем все больше решаются в пользу последнего [2; 6].

Конкуренция среди производителей служит инструментом, который отвечает на колебания рынка и способствует интеграции организаций в новую рыночную структуру. Соперничество между производителями осуществляется через различные инструменты и принимает разнообразные формы. Если рассматривать качество продукции как ключевой элемент конкурентоспособности, важно учитывать характеристики товаров и показатели, которые вызывают интерес у покупателей и удовлетворяют их потребности [2].

Основной задачей обеспечения конкурентоспособности товара и компании является получение дохода от успешной продажи продукции. Клиенты выбирают товары из множества аналогичных предложений на рынке, останавливая свой выбор на тех изделиях, которые в наибольшей степени соответствуют их запросам и потребностям.

В условиях глобализации экономической системы происходят интеграционные процессы, которые не только изменяют показатели и зависимости между спросом и предложением, но и трансформируют значение качества для обеспечения конкурентоспособности изделий и функционирования компаний. К ключевым интеграционным процессам можно отнести [1; 6]:

- Обеспечение потребительского спроса: усиление конкуренции между

производителями способствует удовлетворению потребностей клиентов в товарах, услугах и работах.

- Внешние факторы, влияющие на эффективность организации: при планировании деятельности все чаще применяется маркетинговый подход, который ставит интересы клиентов выше краткосрочных интересов компании.

- Задача сотрудников организации заключается в достижении бизнес-успеха через удовлетворение текущих и перспективных потребностей потребителей.

- Качество как ключевой фактор конкурентоспособности: сегодня понятия «качество» и «экономичность» следует рассматривать как взаимодополняющие категории.

- Международное распределение лидерства организаций в области качества.

На сегодняшний день развитие указанных процессов связано с увеличением значения репутации и имиджа компании в иерархии качества, что, в свою очередь, влияет на ее конкурентоспособность и прогресс бизнеса. Руководство предприятий сегодня охватывает все виды конкуренции, характерные для торговых отношений. По мнению специалистов, виды конкуренции можно классифицировать следующим образом:

- Внутриотраслевая конкуренция: такая борьба возникает между организациями одной отрасли, стремящимися к успешному выходу и реализации своих изделий и услуг. Соперничество обусловлено различиями в качественных характеристиках производственных ресурсов, квалификации рабочей силы и оборудования, что, в свою очередь, приводит к различиям в себестоимости и прибыли.

- Межотраслевая конкуренция: борьба компаний, работающих в разных сферах национальной и глобальной экономики. Цель межотраслевой конкуренции – найти наиболее выгодные направления для инвестирования капитала и максимизировать прибыль, что координирует потоки капиталовложений в от-
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

расли с высокой нормой прибыли.

В настоящее время наблюдается рост конкуренции по качеству, или неценовой конкуренции. Такой формат взаимодействия производителей может привести к нечестной конкуренции, которая запрещена законодательством и нарушает рыночные правила. К таким нарушениям относятся несоответствие стандартам, нарушение технологических процессов, невыполнение договоров, дублирование товаров конкурентов и продажа их по сниженным ценам [3].

В маркетинговых исследованиях используется термин «прицельное качество», который обозначает уровень качественных параметров, наиболее соответствующий потребностям и возможностям потребителей определенного сегмента рынка. Модель «прицельного качества», предложенная японским ученым Норияки Кано, основана на восприятии отдельных характеристик продукции или услуги потребителем. В теории выделяются три составляющие профиля качества [2]:

- Базовое (основное) качество, соответствующее «определяющим» характеристикам продукции.
- Требуемое (ожидаемое) качество, соответствующее «обязательным» характеристикам продукции.
- Привлекательное (опережаемое) качество, соответствующее «сюрпризным» характеристикам продукции, вызывающим восхищение.

Кроме анализа конкурентоспособности, важной процедурой в системе управления качеством является оценка конкурентного состояния фирмы, а также внешних и внутренних производственных рынков.

Актуальность мероприятий по оценке и повышению конкурентоспособности определяется следующими факторами (рис. 1):



Примечание: (1) - роль внешних факторов; (2) - роль внутренних факторов.

Рисунок 1 – Динамика факторов, влияющих на качество и конкурентоспособность продукции [2]

- формирование процессов по совершенствованию конкурентоспособности изделий;
- поиск партнеров для коллаборации и совместного производства товаров;
- вовлечение инвестора для формирования конкурентной организации;
- создание рекламных проектов для возможности взаимодействия на новых рынках сбыта;
- контроль за изменениями рынка и принятие оперативных решений о корректировке ассортимента, подготовке и создании современных, модернизированных продуктов, развитии производственных мощностей.

Оценку конкурентоспособности предприятия рекомендуется проводить по следующему алгоритму (рис. 2).

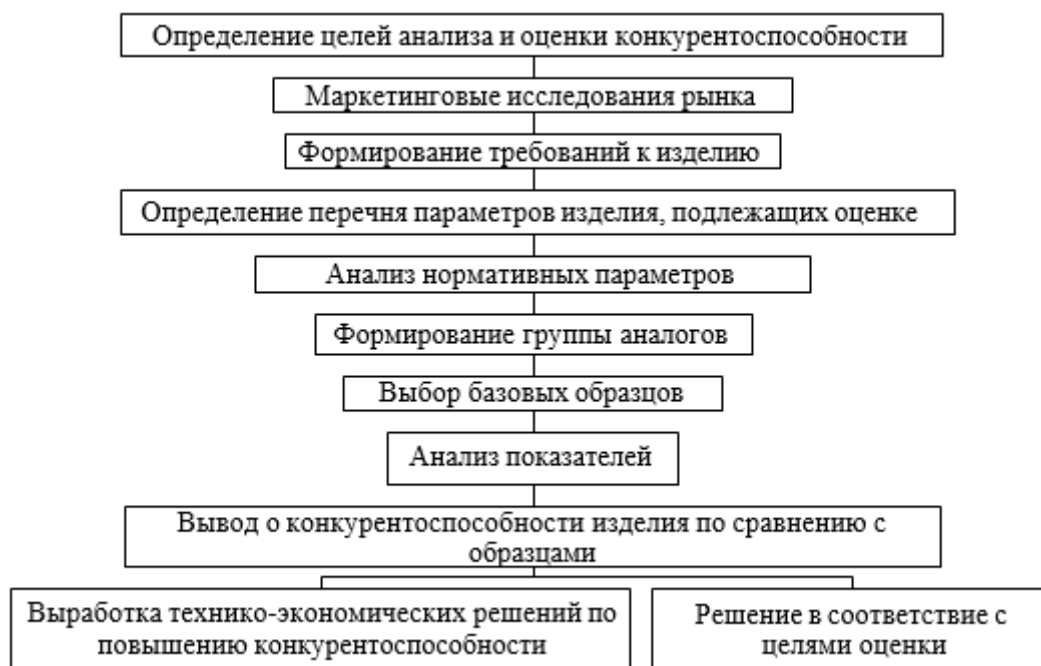


Рисунок 2 – Алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия [2]

К основным факторам конкурентоспособности продукции можно отнести следующие:

– оценка патентной чистоты – степень воплощения в изделии технических решений, не попадающих под действие патентов на изобретение, принадлежащих конкурентам;

– оценка соответствия параметров продукции – при несоответствии продукция не конкурентоспособна;

– оценка технических параметров продукции – при несоответствии всех параметров требований потребителя товар не конкурентоспособен.

К основным факторам конкурентоспособности можно отнести [6]:

– относительный уровень стратегических капиталовложений – эффективность выпуска продукции и успешность бизнеса в целом;

– конкурентная политика – позиции компании на внутреннем и внешних рынках;

– мобилизационные возможности организации – планирование и выполнение планов, оперативная работа руководства организации.

В работе [2] выделяются следующие системообразующие факторы конкурентоспособности товара (рис. 3)



Рисунок 3 – Системообразующие факторы и составляющие элементы конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности товара [2]

При характеристике современных способов обеспечения качества и конкурентоспособности компаний в современном состоянии глобализации экономики, выделяют следующие действия:

– ориентация на потребителя, т.е. важно не только исповедовать маркетинговую концепцию, но и обладать современной и динамично развивающейся технологией;

– инновационный подход. Только введение новых инновационных изделий и технологий является залогом конкурентоспособности организации. Крупные концерны и корпорации являются сейчас научно- производственными объединениями;

– создание новой концепции обеспечения качества и конкурентоспособности, основанной на подчиненности производителей интересам мирового сообщества в целом. Необходимо отказаться от принятия решений «по принципу интуиции» и широко использовать методы анализа и оценки качества, позволя-

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ющие на объективной основе с учетом альтернативного подхода выбрать наиболее разумное решение [2];

– современная система обеспечения качества и конкурентоспособности организации становится тотальной. Понимание проблем обеспечения качества и конкурентоспособности, а также соответствующие знания необходимы всему персоналу современных организаций.

Таким образом, качество продукции в агропромышленном комплексе и пищевой промышленности становится определяющим фактором успешности и конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации и нарастающей конкуренции. Оно не только удовлетворяет потребности потребителей, но и способствует снижению издержек и минимизации рисков. Внедрение систем менеджмента качества (СМК) позволяет организациям осуществлять комплексный контроль на всех этапах производства, что, в свою очередь, обеспечивает стабильное качество и выявляет области для улучшения. Современные подходы к управлению качеством акцентируют внимание на безопасности продукции, использовании качественных ингредиентов, соблюдении технологических процессов и правильной маркировке. В условиях постоянного изменения потребительских предпочтений и увеличения конкуренции, производители должны активно внедрять инновации и адаптироваться к требованиям рынка, чтобы оставаться конкурентоспособными. В целом, полученные результаты подчеркивают важность системного подхода к управлению качеством и его значимость для конкурентоспособности организаций на рынке, особенно в условиях усиливающейся конкуренции и изменения потребительских предпочтений.

Библиографический список

1. Буралкиева У.А. Бизнес-модель как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия // Вестник науки. 2024. №3 (72). URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-model-kak-instrument-obespecheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 10.02.2025).
2. Горбашко, Е. А. Управление качеством: учебник для вузов / Е. А. Горбашко. – М.: Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

башко. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 427 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-17580-6. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/535547> (дата обращения: 02.12.2024).

3. ГОСТ Р ИСО 9004-2019. Менеджмент качества. Качество организации. Руководство по достижению устойчивого успеха организации. – Москва: Стандартинформ, 2019. – 56 с.

4. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС): сайт. – Москва. – URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 10.02.2025).

5. О качестве и безопасности пищевых продуктов: Федеральный закон от 02.01.2000 №29-ФЗ: с изм. на 13 июля 2020 (ред. от 01.01.2022) // Техэксперт: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/901751351> (дата обращения: 07.02.2025).

6. Половникова Н.А., Блохин М.С. Конкурентоспособность предприятия: сущность и оценка // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. №5-3 (99). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-predpriyatiya-suschnost-i-otsenka> (дата обращения: 15.02.2025).

7. Российская система качества (РОСКАЧЕСТВО): сайт. – Москва, – URL: <https://roskachestvo.gov.ru/> (дата обращения 07.02.2025).

Оригинальность 80%