

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Щербак І.Ю., гр. ПТ-16

Наукові керівники: канд. техн. наук, доц. **К.В. Сподар,**
асист. **Е.І. Андріюк**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

За сучасних умов господарювання на будь-яких підприємствах актуальність управління якістю визначається її спрямованістю на забезпечення такого рівня якості продукції й послуг, який може в найбільшій мірі задовольняти всі запити споживачів. Таким чином, впровадження оптимального плану обсягів виробництва хлібобулочних виробів в асортименті дозволить успішно розвиватися хлібопекарським підприємствам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Пошуки оптимального варіанта плану виробництва продукції є одним із шляхів вдосконалення управління якістю продукції суб'єктів підприємницької діяльності в галузі харчової промисловості та завданням, вирішення якого можливо з використанням спеціальних економіко-математичних моделей.

Їх застосування передбачає реалізацію, саме коригувальних та попереджувальних заходів для усунення мір або мінімізації випадків повторного виникнення браку та дефектів хлібобулочної продукції. Значення пов'язаних з якістю коригувальних дій, визначається з точки зору їх можливого впливу на такі аспекти, як витрати виробництва, додаткові витрати на якість, безпека та задоволення споживача і інших зацікавлених сторін.

Підприємства чітко визначають стратегію і тактику постійного удосконалення, розуміючи що цей вибір може призвести до значних змін якості продукції, процесів та системи управління якістю хлібобулочної продукції й підприємства в цілому.

Отже, управління якістю продукції в хлібопекарських підприємствах необхідно розглядати як сукупність взаємопов'язаних та скоординованих механізмів і дій керівників, інженерів, менеджерів, робітників, які забезпечують створення й виготовлення продукції, що повністю задовольняє смаки та побажання споживачів при мінімальних затратах праці, матеріалів, енергії. Вдосконалення якості продукції відображається у збільшенні її асортименту та призупинення виробництва продукції, яка взагалі не користується попитом.