

THE STRUCTURE OF GROUND FUND OF RUSSIAN FEDERATION AND ITS ANALYSIS.

E.V.Sdobnova, S. V. Basenkova
FSBEI HPE «Ulyanovsk state agricultural academy»

Keywords: Ground fund , lands categories, condition, using.

In the article is presented the analysis of composition and structure of ground fund of Russia, including lands for agricultural purpose and their condition.

УДК 631.152

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ КОНДИТЕРСКИХ ТОВАРОВ

Антипкина Я.Ю., Федина А.В. – студентки 4
курса экономического факультета
Научный руководитель – Лапина Г.В., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина

Ключевые слова: управление, качество, кондитерские товары.

Объектом исследования данной статьи являются методы управления качеством кондитерских товаров, на примере фруктово-ягодной карамели. Качество является задачей номер один в условиях рыночной экономики. Повышение качества продукции способствует повышению эффективности производства, приводя к снижению затрат и повышению доли рынка.

Качество - это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленным или предполагаемым требованиям.

Параметров, определяющих качество товара, большое множество, и для каждого они различны, поэтому возникла необходимость развития такого течения в менеджменте, как управление качеством.

Управление качеством - это деятельность по управлению всеми этапами жизненного цикла продукции, а также взаимодействием с внешней средой.

В результате во всем мире стали разрабатываться системы качества

продукции, которых на настоящий момент насчитывается уже несколько сотен. Их общей задачей является выпуск товаров, соответствующих требованиям потребителей по всем параметрам.

Карамель – кондитерское изделие, изготавливаемое увариванием сахарного раствора с карамельной патокой или инвертным сиропом до карамельной массы с влажностью 1, 5...4%, с добавлением различных вкусовых, ароматических и красящих веществ.

На сегодняшний день общий объем выпускаемых кондитерских изделий в России, по данным Росстата, — 2 887 000 тонн в год.

По исследованиям компании Intesco Research Group, российский рынок сахаристых кондитерских изделий в 2010-2011 г. показал уверенный рост.

Рынок кондитерских изделий, и карамели в частности, – достаточно емкий. При этом он обладает высоким потенциалом для развития. Большую долю на российском рынке занимает традиционная карамель.

Российский рынок карамели всегда был одним из самых традиционных и предсказуемых сегментов кондитерки.

Вот уже много лет рынок карамели РФ отличает ряд особенностей:

Во-первых, карамель всегда относилась к разряду дешевых конфет, поэтому в нашей стране она традиционно продается в развес, или россыпью.

Вторая особенность - это давно и прочно обосновавшиеся на его просторах украинские коллеги. Разница в ценах на сахар - основное сырье для производства карамели - на территории России и Украины очень велика. Разнообразие ассортиментного ряда продукции под названием «карамель» с каждым годом растет, появляются все новые и новые ее виды.

Качество фруктово-ягодной карамели может оцениваться как со стороны производителей, так и потребителей. Например, с позиции производителя, товар считается качественным, если он соответствует не только требованиям покупателей, но и нормативно-технической документации (ГОСТ, ОСТ, ТУ и другие нормативные документы), а также внутренним установкам предприятия.

Вся программа управление качеством кондитерской продукции укладывается в классическую схему: планирование - организация - мотивация - контроль.

Процесс планирования состоит из нескольких этапов:

- определение продукции - параметров: массы, вида
- соответствие качества продукции техническим условиям предприятия - продукция, выпускаемая на предприятии должна соответствовать

требованиям стандарта и проверке качества продукции.

Качество фруктово-ягодной карамели должно соответствовать ГОСТ 6477-88, согласно которому поверхность карамели должна быть сухая, без трещин, вкраплений, гладкая или с четким рисунком. Форма правильная, соответствующая данному виду карамели без деформации и перекоса шва. Вкус и запах должны быть ясно выраженными, соответствующие данному наименованию, без посторонних привкуса и запаха и без подгорелого привкуса. Цвет карамели должен быть свойственным данному наименованию. Окраска равномерная. Влажность карамельной массы — не более 3 %.

Организация контроля качества продукции на основе маркетингового подхода осуществляется следующим образом.

На первом этапе внедряется информационно-справочная система. Ее целью является подготовка всей необходимой информации для выработки решений по управлению качеством.

На следующем этапе ведется разработка мероприятий - это меры по усилению технического контроля, контроль за принятыми решениями, четкое распределение между работниками предприятия функций по повышению качества продукции, оперативное извещение исполнителей об обнаруженных дефектах.

Карамель не допускается в реализацию со следующими дефектами:

- наличие посторонних привкусов и запахов - привкус карамелизованного сахара (излишнее уваривание начинки), прогорклый, металлический и др.;

- липкая поверхность (прилипание обертки к корпусу) - следствие хранения карамели при повышенной относительной влажности воздуха (более 75 %), перепадов температуры при хранении, повышенного содержания влаги в карамельной массе;

- трещины на поверхности, нечеткий рисунок, заусенцы, отбитые углы карамели - результат нарушения технологии производства;

- засахаривание - наблюдается при хранении карамели в очень сухом помещении, а также при недостатке в ней редуцирующих веществ. Карамель становится непрозрачной, окраска ее темнеет.

Основой мотивации является уровень зарплаты и удовлетворение социальных потребностей. В стандартах каждого предприятия должны иметься положения по вопросам стимулирования качества продукции, рекомендации о разработке форм и методов материального и морального поощрения коллектива и отдельных работников. Должна проводиться постоянная работа по выявлению, систематизации дефектов продукции и анализа их причин.

Функция контроля осуществляется как на стадии изготовления продукции, так и путем выявления истинных достоинств товара после поступления его на рынок. Иными словами пригодность товара подтверждается посредством сбыта.

Качество является задачей номер один в условиях рыночной экономики. У Российских предприятий пока еще имеются отставания в области применения современных методов менеджмента качества в сфере кондитерских товаров. Между тем повышение качества несет поистине колоссальные возможности. Однако повышение качества невозможно без изменения отношения к качеству на всех уровнях. Призывы к повышению качества не могут быть реализованы, если руководители различных уровней не станут относиться к качеству как образу жизни.

Между качеством и эффективностью производства всегда существует прямая связь.

Повышение качества продукции способствует повышению эффективности производства, приводя к снижению затрат и повышению доли рынка.

Библиографический список:

1. Королев Ю.Б., Коротнев В.Д. Менеджмент в АПК - М.: КолосС, 2007. – 424 с.
2. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2007.- 556 с.
3. Семенова Е. И. Управление качеством. -М.: КолосС, 2005.
4. Пошатаев А.В., Беспалов В.А. Товароведение кондитерских изделий, Саратов, 2001.

MANAGEMENT OF THE QUALITY OF CONFECTIONERY GOODS

Y.U. Antipcina, A.V. Fedina, Lapshina G.V.

Key words: management, quality, confectionery goods.

The research object of this article are the methods to control the quality of the confectionery goods, for example, fruit-berry caramel. Quality is the number one priority in the conditions of market economy. Improve the quality of products contributes to the increase of production efficiency, leading to lower costs and increase market share.