

Гречко О.С. Способы повышения качества производимой продукции // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – №5 (май). – АРТ 242-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 658.56

Гречко Ольга Сергеевна
студентка 3 курса, агрономический факультет
Научный руководитель: Шейхова М.С., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Донской государственной аграрный университет»
п. Персиановский, Российская Федерация
e-mail: gre4cko.olya2011@yandex.ru

**СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДИМОЙ
ПРОДУКЦИИ**

Аннотация: Качество продукции сегодня выступает ключевым фактором в выборе предпочтений торговой марки или пожеланий покупателя. Именно поэтому так важно осуществлять контроль за производством и хранением продукции. В работе приводятся методы повышения качества готовой продукции, а также товаров-полуфабрикатов или сырья.

Ключевые слова: качество продукции, методы повышения качества.

Grechko Olga Sergeevna
3rd year student, agronomy faculty
Supervisor: Sheykhova MS, Ph.D., Associate Professor
FGBOU VO "Don State Agrarian University"
Persianovskiy, Russian Federation
e-mail: gre4cko.olya2011@yandex.ru

METHODS OF INCREASING THE QUALITY OF PRODUCTION

Abstract: The quality of products today is a key factor in choosing preferences of the brand or the wishes of the buyer. That is why it is so important to control the production and storage of products. In work methods of improvement of quality of finished goods, and also the goods-half-finished products or raw materials are resulted.

Key words: product quality, methods of quality improvement.

Сегодня очень важно не просто сохранить должный уровень продаваемой и производимой продукции, но и заниматься вопросами улучшения технического и иного состояния данной продукции. Именно данный фактор позволит предприятию оставаться на том или иным рынке, расширять зону своего влияния и получать прибыль.



Рис. 1 – Основные способы (факторы) повышения качества и конкурентоспособности продукции предприятия¹.

На сегодняшний день деятельность любой организации невозможна без активного использования организационных факторов повышения качества производства, сбыта продукции. Среди таковых факторов можно выделить²:

- Создание и внедрение новых факторов и форм организации производства, а также координации происходящих процессов и контроля над ними;
- Реализация новых моделей трудовой деятельности работников на предприятии;
- Реализация задач массового самоконтроля на каждом этапе производственной и сбытовой деятельности и т.д.

В рамках задачи по совершенствованию и развитию качества изготавливаемой и реализуемой продукции важным будет являться осуществление функций по социально-экономической нормализации деятельности любого рыночного субъекта. Говоря о данной экономической функции, следует понимать задачи планирования и прогнозирования, которые ставятся как перед всей организацией, так и перед конкретным отделом. Кроме того, ценовая политика, безусловно, оказывает значительное влияние на качество производимой продукции. И важным будет отметить тут экономическую мотивацию персонала, осуществляющего производственные функции. Социальным же фактором данного процесса в этом случае будет являться реализация качественной и обоснованной кадровой политики на

¹ Иванов Н. Конкурентоспособность предприятия: системный подход // Экономика России.-2011. - №4.

² Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. — М.: Финансы и статистика, 2011.

предприятию, создание условий, способствующих восстановлению персонала, а также рекреационной зоны или условий. Уровень заработной платы и условия труда оказывают не меньшее значение в данной ситуации.

Любой описанный ранее или иной экономический фактор не может использоваться, внедряться или отклоняться без проведения необходимых математических и финансовых исчислений. Только при детальном изучении заработной платы, процента, уровня прибыли и т.п. в сопоставлении с экономическими и финансовыми последствиями для конкретного рыночного субъекта даёт наглядное понимание значимости и важности его использования.

В виде самостоятельных направлений планирования повышения качества продукции на предприятии выделяют³:

1. внутрифирменное (внутрипроизводственное) планирование качества продукции;
 2. планирование внедрения системы управления качеством на предприятии;
 3. планирование кадрового обеспечения повышения качества продукции;
 4. планирование потерь предприятия от внутреннего и внешнего брака;
 5. планирование качества продукции в договорах и контрактах.
- В последние годы одним из важнейших направлений планирования повышения качества продукции на предприятии является планирование подготовки выпускаемых изделий (работ, услуг), систем качества и производств к сертификации.

³ Управление качеством: учебник для вузов / С.Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, В.С. Мхитарян и др.; Под ред. С.Д. Ильенковой. — 2-е изд., перераб.и доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

В рамках реализации задачи повышения качества продукции на предприятии важно осознание того фактора, что невозможно улучшение уровня товара лишь изнутри. Необходимо и внешнее вмешательство, то есть повышение качества поставляемых ресурсов, качества материалов или полуфабрикатов и прочих необходимых товаров, имеющих промежуточное или начальное значение.

Именно в совокупности предполагаемых мер возможно добиться значительного роста качества производимой и реализуемой продукции. Только в совокупности внутрифирменной, внешней и промежуточной функции мы можем значительно повлиять на уровень продукции. Сегодня именно качество товара является наибольшим конкурентным преимуществом на рынке. И от того, как быстро предприниматель это поймет, как быстро сможет предпринять все меры на улучшение этого фактора, зависит будущее благосостояние всей организации.

Список использованной литературы:

1. Иванов Н. Конкурентоспособность предприятия: системный подход // Экономика России. - 2011. - №4.
2. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. — М.: Финансы и статистика, 2011.
3. Управление качеством: учебник для вузов / С.Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, В.С. Мхитарян и др.; Под ред. С.Д. Ильенковой. — 2-е изд., перераб.и доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
4. Чепурной И. П. Конкурентоспособность продовольственных товаров: Учебное пособие. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2012.

Дата поступления в редакцию: 21.05.2018 г.

Опубликовано: 26.05.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2018

© Гречко О.С., 2018