

*Чураев В.В., студент,*

*4 курс, Институт финансов, экономики и управления,*

*Тольяттинский Государственный Университет,*

*Тольятти (Россия)*

*Хайитов Х.О. магистрант,*

*2 курс, Машиностроительный институт,*

*Тольяттинский Государственный Университет,*

*Тольятти (Россия)*

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЙ ПУТЕМ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ  
УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ**

**Аннотация:** в данной статье раскрыта суть системы управления качеством и его значимая роль в финансовой благосостоянии компании. Осуществлён анализ свойств улучшения функций управления качеством продукции. Сформирован вывод, что главным критерием конкуренции продукции и услуг на рынке, а также финансовое усовершенствование компании является система управления качеством.

**Ключевые слова:** стабильность, конкурентоспособность, система управления качеством, потребитель, сертификация, товар.

*Churaev V.V., student,*

*4th year, Institute of Finance, Economics and Management,*

*Togliatti State University,*

*Togliatti (Russia)*

*Khayitov H.O. undergraduate,  
2 year, Institute of Mechanical Engineering,  
Togliatti State University,  
Togliatti (Russia)*

**Ensuring economic stability of enterprises by optimizing the  
quality management system of services**

**Abstract:** this article reveals the essence of the quality management system and its significant role in the financial well-being of the company. The analysis of the properties of improving the functions of product quality management is carried out. The conclusion is formed that the main criterion for the competition of products and services in the market, as well as the financial improvement of the company is the quality management system.

**Key words:** stability, competitiveness, quality management system, consumer, certification, product.

Чтобы обеспечить стабильностью в спектре экономики организации, нужно улучшить управление качеством. А именно главной задачей должно стоять улучшение структуры управления качеством товаров, а также услуг. Показателем экономического благополучия компании является улучшение качество оказываемых услуг. То есть экономическое благосостояние организации зависит от качества услуг, которые вы предоставляете.

А значит важным критерием конкурентоспособности и содержания экономического благополучия организации служит содержание эффективной работы СМК.

Следствием низкой конкурентоспособностью на рынке и утратой клиентской базы обуславливается просадкой в области качества товара или

услуг организации. Следовательно, чтобы оказывать конкуренцию на рынке и иметь благополучное экономическое процветание, нужно лишь улучшить качество товара или предоставляемых услуг.

Степень качества ресурсов и степень квалификации персонала предприятия оказывает влияние на качество, выпускаемое предприятием продукции. Нормой качества имеется на каждом предприятии. Чёткий план осуществления поставленных целей, сплочённая работа и управление системой позволит добиться близкой к идеалу степени качества продукта.

Чтобы уменьшить издержки и допущенные дефекты в производстве, нужно рационально использовать данную систему, что и позволит достичь следующих успехов:

1. Уделять трепетное внимание клиентской базе. То есть, повышая количество как новых потребителей, так и постоянных потребителей с помощью увеличения количества достоинств услуг, тем самым уменьшить их убывание. Данный критерий поможет уменьшить конкуренцию на рынке и что в свою очередь может удержать больше клиентов;
2. Создать собственную экосистему организации;
3. Позволит создать конкуренцию другим предприятиям, привлечь больше инвесторов и улучшить экономическое благосостояние.

Сертификация, а именно аудит извне специалистами по качеству, позволит улучшить компанию и область управления качеством товара. Лучше иметь сертификацию ISO, ибо она многофункциональна и подходит почти для каждого предприятия, вне зависимости от размеров компании или спектре оказания услуг.

Главным аспектом положительного состояния организации заключается в рациональной власти, а именно улучшения функциональности управления качеством. Пластичность и структурированность при проверке позволят достичь положительных результатов. Продукт, который производят

должен удовлетворять нормы, что позволит после заключительных процедур подтвердить его качество. Когда предприятие удовлетворяет потребности целевой аудитории, оно доказывает высококачественную степень продуктов. Если потребитель видит ценность продукта и пользуется продуктом по назначению — это и доказывает его качество.

Можно выделить некоторые критерии продукции, а именно количественные свойства и качественные свойства. Количественные – это технические свойства, качественные – это презентация продукта. Но при этом качественные свойства лучше всего, чтобы они имели числовую статистику для улучшения регулирования.

Когда есть контроль качества, организация решает бизнес-вопросы:

- Управление качеством вводит мотивацию для персонала, для увеличения качественной продукции. В ячейки персонала создаётся экосистема, способствующая появлению ответственности у сотрудников и соблюдению профессиональной этики;
- Повышение доброжелательности потребителей, увеличение клиентской базы и увеличению «горячих» клиентов зависит от качественных достоинств продукта;
- Желание инвестировать в организацию людьми из вне, поддерживает конкурентоспособность на рынке.

Если руководители будут нанимать людей, у которых видение задач совпадает, то это может привести к повышению качества продукции. И при этом главное найти людей, которые имеют почти одну точку зрения и схожие ценности, чтобы осуществить главную цель организации.

Стоит не забывать, что руководители обязаны инвестировать в инновационные технологии. Например, создание уникального сайта, для потребителей со всеми удобствами получения заказанной продукции.

Чтобы улучшить систему управления качеством, как вариант можно расширить возможности сотрудников, например в некоторых аспектах давать ему принимать собственные решения, что предаст работнику значимость в компании, что увеличит эффективность взаимодействия с клиентами.

Чтобы облегчить задачу потребителю в поиске контактов компании, необходимо выставить их на видное место на сайте. Или чтобы показать ценность клиента для компании достаточно будет сделать на сайте функцию обратного звонка, что позволит удержать его внимание.

Чтобы не потерять потребителя и удержать его заинтересованность достаточно соблюдать следующие критерии:

1) Главное уважайте личное время клиентов и не выводите их из себя, допустим, не взяв в первые 30 секунд звонок от клиента, можно уже настроить отрицательно на отношение к компании;

2) Лучше иметь график обедов в разные смены, допустим одна группа людей обедает в 12:00, а другая в 13:00, что позволит ответить на большое количество звонков от клиентов, ибо не у всех одинаковое время обеда;

3) Предоставлять возможность клиентам связаться с руководящими должностными лицами – это значительно повысит положительное влияние на отношения потребителя к организации;

4) В первую очередь все сотрудники должны отвечать честно клиентам, ибо зачастую люди способны чувствовать ложь, и если врать ему может пагубно повлиять на компанию

5) Повышение репутации с помощью оперативного выполнения обещаний и работы сотрудниками, повышая компетенции и заранее планируя заказ требуемого сырья.

6) Улучшение норм оказания услуг, повышая знания сотрудников, чтобы повысить осведомлённость клиентов.

Таким образом, чтобы улучшить финансовое состояние компании или даже повысить выручку следует, работать над системой управления качеством. То есть, улучшая качества продукции или услуг, позволит добиться экономической стабильности любой организации.

### **Список используемой литературы:**

1. *Дудин М.Н., Лясников Н.В.* Менеджмент в XXI веке: сущность, проблемы и задачи // Путеводитель предпринимателя. 2010.
2. *Решетов К.Ю.* Конкурентоспособность малых и средних предпринимательских структур в России и зарубежных странах // Бизнес в законе. 2012.
3. *Евстропов Н.А., Корнеева В.М., Бабыкин С.В.* Менеджмент качества предприятий и организаций. М.: Юнити, 2016.
4. *Плещенко В.И.* Роль коллективных сообществ в обеспечении стабильного функционирования промышленных предприятий в условиях экономического кризиса // Экономика в промышленности. 2015.
5. *Фролова Е.Е.* Гражданское общество: история, реалии, перспективы // Экономика образования. 2008.