

УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Обидова Феруза Яхёевна

ЖизПИ “Иқтисодиёт ва менежмент” кафедраси доц.в.б

Аннотация: Приведена информация по совершенствованию системы показателей оценки эффективности системы менеджмента качества, относящейся к различным аспектам деятельности предприятия.

Ключевые слова: наука, техника, производство, экономика, качество, управление, система, предприятие, рынок и конкуренция.

Abstract: Information is provided on improving the system of indicators for assessing the effectiveness of the quality management system related to various aspects of the enterprise's activities.

Key words: science, technology, production, economics, quality, management, system, enterprise, market and competition.

Система менеджмента качества – это система управления аспектами, которые прямо или косвенно влияют на деятельность предприятия (удовлетворенность потребителей). В рыночной и конкурентной среде развитые страны мира рассматривают высокое качество как стратегический коммерческий императив и важнейший источник национального богатства.

Качество во многом определяет репутацию государства, служит основой удовлетворения потребностей каждого человека и общества в целом, является важнейшей составляющей конкурентоспособности.

Только на его основе предприятие может выжить в конкурентной среде и получить необходимую прибыль, поэтому очень важно, чтобы деятельность по совершенствованию и обеспечению качества в рыночных условиях была приоритетной.

Основные причины необходимости улучшения и обеспечения качества:

- непрерывный рост личных, производственных и социальных потребностей;
- повышение роли и темпов научно-технического развития в развитии науки, техники, производства, экономики и всего мирового сообщества;
- совершенствование услуг, дизайна выпускаемой продукции и повышение значимости выполняемых функций;
- увеличение объемов производства продукции и услуг и, как следствие, возможное увеличение стоимости брака и судебных исков;
- неприятие потребителями товаров и услуг сравнительно низкого уровня;
- жесткие требования к интенсификации производства и повышению его эффективности как необходимого фактора успешной работы предприятий.

Современный менеджмент качества основан на том, что деятельность по управлению качеством не может быть эффективной после производства продукции, эта деятельность должна осуществляться в процессе производства продукции. Важна также деятельность по обеспечению качества перед производственным процессом. В целом менеджмент качества как процесс воздействия на соответствующие объекты управления следует рассматривать в рамках науки управления в целом.

Механизм управления качеством продукции – это совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов управления, принципов управления, методов и функций, используемых на разных стадиях жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством.

Специфический механизм управления качеством продукции на предприятиях реализуется в виде так называемых функций управления, важнейшими из которых являются:

- прогнозирование и планирование повышения качества продукции;
- контроль и учет реализации программ повышения качества;

- анализ и оценка деятельности предприятия и его подразделений по вопросам качества;

За счет реализации управленческих функций в системе управления качеством продукции устанавливается связь между техническими, социальными, организационными и правовыми мерами на всех этапах создания и использования продукции.

Структура формирования и развития механизмов повышения качества продукции представляет собой иерархическую разбивку механизма на его компоненты (элементы, модули), что необходимо для планирования и контроля реализации.

Конструкция должна соответствовать следующим правилам:

1. Каждый уровень иерархии декомпозиции выходных процессов системы менеджмента качества должен быть полным или содержать всю сумму частей процесса, перечисленных на этом уровне детализации.

2. На каждом уровне иерархии структуры сумма характеристик элементов системы менеджмента качества должна быть одинаковой.

3. Нижний уровень декомпозиции должен включать элементы (модули), на основе которых может быть четко определена вся информация, необходимая и достаточная для управления процессом разработки системы менеджмента качества (например: функциональные характеристики, объем работ, затраты, необходимые ресурсы, исполнители, элементы коммуникации и т. д.).

Состав и характер систем качества регулируются рядом международных и местных стандартов управления качеством продукции. Для потребителей наличие таких систем у производителей продукции является гарантией того, что они будут обеспечены продукцией необходимого качества в полном соответствии с договором (контрактами). Поэтому при заключении договоров потребитель часто требует проверки системы обеспечения

качества производителя на соответствие требованиям международных стандартов.

Функциональный анализ процесса управления составляет основу объёма работ по каждой функции, определяет количество руководителей и проектирует систему управления. Деятельность общества управляется и контролируется его руководителем и в соответствии с Положением. Утверждает состав исполнительного аппарата общества, издает приказы и дает указания, обязательные для всех работников общества.

Все работники общества принимаются на работу на основании трудового договора, заключаемого с руководителем. Условия трудового договора определяются и исполняются по согласию обеих сторон.

Руководитель предприятия является непосредственным руководителем всего персонала предприятия. В соответствии с действующим законодательством руководитель принимает решения о выплате заработной платы, материального стимулирования или штрафов рабочим и служащим, издает приказы и распоряжения. Приказы и распоряжения, полученные руководителем, обязательны для работников предприятия.

Такие понятия, как система, среда, цель и программа, постоянно используются в управлении качеством. Еще есть система управления и система управления. Многие уровни управления предприятием представляют собой управляемую систему.

Система менеджмента качества создается и поддерживается системой менеджмента. Для решения проблем качества необходимо правильно оценивать качество на всех этапах жизненного цикла продукции. Оценка качества основана на формировании менеджмента качества на любом этапе производства и использования продукции. Уровень качества продукции основывается на сравнении показателей качества оцениваемой продукции с соответствующими основными показателями. Базовое значение представляет собой приемлемый уровень, которого можно достичь за определенный

период времени. Примером основных значений могут служить лучшие отечественные и зарубежные образцы показателей, достигнутые за определенный период времени с достоверными качественными данными. Оценка качества продукции – это выбор показателей качества оцениваемой продукции, определение значений этих показателей и сравнение их с показателями, выбранными в качестве основных. Выбор показателей качества продукции осуществляется с учетом цели и условий ее использования, требований потребителей, а также действующих требований к качеству в области использования продукции.

Список использованной литературы

1. Управление качеством: лекции / Е. М. Белый, И. Б. Романова. Ульяновск, Улгу, 2017. 86 с.
2. Инструменты и методы управления качеством: учебник / В. В. Шушерин, С. В. Кортов, А. С. Цеткин. Екатеринбург: Гоу ВПО УГТУ – УПИ, 2016. 202 с.
3. Obidova, Feruza Yaxyoevna. "QURILISH KORXONALARIDA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI BAHOLASH USLUBIYOTI." *Educational Research in Universal Sciences* 2.4 (2023): 74-78.
4. Feruza, Obidova. "How to Create Effective Marketing Strategies for Your Business." *Vital Annex: International Journal of Novel Research in Advanced Sciences* 2.3 (2023): 12-17.
5. Umarova, Zevi Odilovna, and Feruza Yaxyoevna Obidova. "GLOBALLASHUV SHAROITIDA INNOVATSION LOYIHALARNI BOSHQARISH." *Educational Research in Universal Sciences* 2.3 (2023): 203-207.
6. Obidova, Feruza Yaxyoevna, and Zevi Odilovna Umarova. "BOSHQARUV FAOLIYATINI AMALGA OSHIRISHDA KADRLARNING GENDER TENGLIGI." *Educational Research in Universal Sciences* 2.3 (2023): 208-215.

7. Feruza, Obidova. "How to Create Effective Marketing Strategies for Your Business." *Vital Annex: International Journal of Novel Research in Advanced Sciences* 2.3 (2023): 12-17.
8. Yahyoyevna, Obidova Feruza. "FACTORS AFFECTING THE FORMATION OF INNOVATIVE POTENTIAL AND ITS TRANSFORMATION." *World Economics and Finance Bulletin* 18 (2023): 72-77.
9. Umarova, Z. O. "BUSINESS OPPORTUNITY FOR TOURISM DEVELOPMENT." *Экономика и социум* 10 (2020): 275-278.