|  |
| --- |
| МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ |
| Профессиональное образовательное учреждение **«Северодвинский колледж управления и информационных технологий»** |
| ПОУ «Северодвинский колледж управления и информационных технологий»ПОУ СКУИТ |

|  |
| --- |
| **КУРСОВАЯ РАБОТА** |
| Дисциплина: | Название дисциплины |
| Тема: | Тема |

|  |  |
| --- | --- |
| Выполнил студент: | ФИО студента |
| Курс: | I или II, III¸ IV | Группа: | Номер группы |
| Специальность: | Код | Наименование спец-ти |
|  |  |
| Преподаватель: | ФИО преподавателя |
| Оценка: |  | Подпись: |  |
| Дата проверки: |  |

|  |
| --- |
| г. Северодвинск |
| 2018 год |

Содержание.

|  |  |
| --- | --- |
| Введение | 3 |
| 1. | Теоретическая часть | 5 |
| 1.1 | Понятия качества и его показатели | 5 |
| 1.2. | Процессы управления качеством продукции | 8 |
| 1.3. | Функции и субъекты управления качеством | 13 |
| 1.4. | Значение стандартизации продукции | 15 |
| 1.5. | Сертификация продукции | 18 |
| 1.6. | Современный подход к управлению качеством | 19 |
| 2. | Практическая часть | 24 |
| 2.1. | Технико-экономическая характеристика предприятия | 24 |
| 2.2 | Организационная структура ООО «Пятерочка» | 26 |
| Выводы и предложения | 27 |
| Заключение | 29 |
| Список литературы | 31 |

**Введение.**

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству выпускаемой продукции. В настоящее время выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяется уровнем конкурентоспособности. В свою очередь конкурентоспособность связана с двумя показателями - уровнем цены и уровнем качества продукции. Причем второй фактор постепенно выходит на первое место.

Качество продукции относится к числу важнейших критериев функционирования предприятия в условиях относительно насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции. Повышение технического уровня и качества продукции определяет темпы научно - технического прогресса и рост эффективности производства в целом, оказывает существенное влияние на интенсификацию экономики, конкурентоспособность отечественных товаров и жизненный уровень населения страны.

Без обеспечения стабильного качества, соответствующего требованиям потребителей, невозможно рационально интегрировать национальную экономику в мировое хозяйство и занять в ней достойное место. Процессы интеграции в современных условиях развития мирового сообщества объективно необратимы, поэтому современная концепция управления качеством продукции и услуг при достижении всех целей и задач функционирования предприятий и организаций предполагает ее обязательный приоритет среди других направлений управления.

Поэтому, чтобы продукция была конкурентоспособной необходима постоянная, целенаправленная, кропотливая работа товаропроизводителей по повышению качества, систематически осуществляемый контроль качества, другими словами можно сказать, что любое предприятие желающее укрепить свои позиции в жесткой конкуренции и максимизировать свою прибыль должно уделять большое внимание процессу управления качеством. Все вышесказанное и обуславливает актуальность изучения темы «управление качеством на предприятии» в современных условиях.

Объектом изучения в курсовой работе является система управления качеством при продаже продовольственных и непродовольственных товаров.

Предмет изучения - Практика, характеризующая деятельность по управление качеством продукции на данном предприятии.

Целью курсовой работы является оценка управления качеством продукции на предприятии и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

-Выяснить, что понимается в менеджменте под «качеством» и рассмотреть его основные показатели.

-Изучить основные процессы управления качеством продукции.

-Рассмотреть функции управления качеством, выявить основные субъекты управления.

-Выяснить значение стандартизации и сертификации.

-Рассмотреть современный подход к управлению качеством.

**1. Теоретическая часть.**

**1.1. Понятие качества и его показатели.**

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности.

Качество - это совокупность свойств продукции, услуг, процесса, обусловливающих их пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с их назначением.

Международная организация по стандартизации определяет качество (стандарт ИСО-8402) как совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Требования к качеству на международном уровне определены стандартами ИСО серии 9000.

Качество продукции не ограничивается только одним свойством, это совокупность свойств. Свойства продукции количественно выражаются в показателях качества. Общепризнана классификация на десять групп свойств и соответственно показателей.

Показатели назначения характеризуют основную функциональную величину полезного эффекта от эксплуатации изделия. Для продукции производственно-технического назначения таким показателем может служить ее производительность.

Показатели надежности характеризуют свойства объекта сохранять во времени в установленных пределах значения всех параметров и требуемых функций. Надежность объекта включает четыре показателя: безотказность, долговечность, ремонтопригодность и сохранность.

Безотказность - это свойство изделия непрерывно сохранять работоспособность в течение некоторого интервала времени. Безотказность чрезвычайно важна для некоторых механизмов автомобилей (тормозная система, рулевое управление).

Долговечность - свойство изделия сохранять работоспособность до разрушения или другого предельного состояния.

Ремонтопригодность - это свойство изделия, выражающееся в его приспособленности к проведению операций технического обслуживания и ремонта.

Сохранность - это способность объекта сохранять свои свойства в определенных условиях. Сохранность играет важную роль для пищевой продукции.

Показатели технологичности характеризуют эффективность конструкторско-технологических решений для обеспечения высокой производительности труда при изготовлении и ремонте изделий. Именно с помощью технологичности обеспечивается массовость выпуска продукции, рациональное распределение затрат материалов, средств, труда и времени при технологической подготовке производства, изготовления и эксплуатации изделий.

Показатели стандартизации и унификации характеризуют насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями, а также уровень унификации по сравнению с другими изделиями. Все детали изделия делятся на стандартные, унифицированные и оригинальные. Чем больше стандартных и унифицированных деталей в изделии, тем лучше как для производителя, так и для потребителя.

Эргономические показатели отражают удобство эксплуатации изделия человеком. Взаимодействие человека с изделием выражается через комплекс гигиенических, физиологических и психологических свойств человека. Это могут быть усилия, необходимые для управления трактором, автомобилем, освещенность, температура, влажность, запыленность, шум, вибрация, излучение и т.д.

Эстетические показатели характеризуют композиционное совершенство изделия. Это рациональность формы, сочетание цветов, стабильность товарного вида изделия, стиль.

Показатели транспортабельности выражают приспособленность изделия для транспортировки различным транспортом без нарушения его свойств.

Патентно-правовые показатели характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции и являются существенным фактором при определении конкурентоспособности.

Экологические показатели отражают степень влияния вредных воздействий на окружающую среду, которые возникают при хранении, эксплуатации и потреблении продукции, например, содержание вредных примесей, вероятность выбросов вредных частиц, газов, излучений при хранении, транспортировке и эксплуатации продукции.

Показатели безопасности определяют степень безопасности эксплуатации и хранения изделий, т.е. обеспечивают безопасность при монтаже, обслуживании, ремонте, хранении, транспортировке, потреблении продукции.

**1.2. Процессы управления качеством продукции.**

Управление качеством - действия, осуществляемые при создании, эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества.

В международном стандарте по терминологии (ИСО 8402) обозначены два аспекта управления качеством:

-«общее» руководство качеством;

-управление качеством как оперативная деятельность.

Распределение функций по обозначенным аспектам управления представляются следующим образом (рис.1):



Рис.1. Аспекты и функции управления качеством

Сущность любого управления заключается в выработке управляющих решений и последующей реализации предусмотренных этими решениями управляющих воздействий на определенном объекте управления. При управлении качеством продукции непосредственными объектами управления являются процессы, от которых зависит качество продукции. Они организуются и протекают на до производственной, производственной, и после производственной стадиях жизненного цикла продукции.

Управляющие решения вырабатываются на основании сопоставления информации о фактическом состоянии управляемого процесса с его характеристиками, заданными программой управления. Нормативную документацию, регламентирующую значения параметров или показателей качества продукции (технические задания на разработку продукции, стандарты, технические условия, чертежи, условия подставки), следует рассматривать как важную часть программы управления качеством продукции.

Основной задачей каждого предприятия (организации) является качество производимой продукции и предоставляемых услуг. Успешная деятельность предприятия должна обеспечиваться производством продукции или услуг, которые:

- отвечают четко определенным потребностям, сфере применения или назначения;

- удовлетворяют требованиям потребителя;

- соответствуют применяемым стандартам и техническим условиям;

- отвечают действующему законодательству и другим требованиям общества;

- предлагаются потребителю по конкурентоспособным ценам;

- направлены на получение прибыли.

Управление качеством продукции должно осуществляться системно, т.е. на предприятии должна функционировать система управления качеством продукции, представляющая собой организационную структуру, четко распределяющую ответственность, процедуры, процессы и ресурсы, необходимые для управления качеством.

Политика в области качества может быть сформулирована в виде принципа деятельности предприятия или долгосрочной цели и должна включать:

- улучшение экономического положения предприятия;

- расширение или завоевание новых рынков сбыта;

- достижение технического уровня продукции, превышающего уровень ведущих предприятий и фирм;

- ориентацию на удовлетворение требований потребителя определенных отраслей или регионов;

- освоение изделий, функциональные возможности которых реализуются на новых принципах;

- улучшение важнейших показателей качества продукции;

- снижение уровня дефектности изготавливаемой продукции;

- увеличение сроков гарантии на продукцию;

- развитие сервиса.

В соответствии со стандартами ИСО жизненный цикл продукции, который в зарубежной литературе обозначается как петля качества, включает 11 этапов (рис.2).



Рис. 2. Управление качеством продукции.

Наряду с системами управления качеством продукции важная роль в изучении и реализации программ качества принадлежит и кружкам качества (или группам качества). Как показывает зарубежный опыт, кружки качества - это форма демократизации капитала, она создает заинтересованность рабочих в качестве, изменяет психологический климат на предприятии.

Первым условием обеспечения уровня качества является проверка его соответствия стандарту, причем проверяется не только соблюдение стандарта, но и сам стандарт.

Объектами стандартизации являются: продукция, услуга, техническое оборудование и производственные процессы, методы и средства измерений, научно-технические термины, системы управления, безопасность труда и другие объекты, имеющие перспективу многократного использования.

Сертификация представляет собой действие, проводимое с целью подтверждения с необходимой достоверностью соответствия продукции конкретным стандартам или техническим условиям и выдачи соответствующего документа. Она призвана создавать определенные гарантии потребителю продукции.

Кроме того, действенным средством повышения качества в процессе изготовления продукции являются стандарты на проведение контроля качества и его обеспечения, а также на испытания и приемку торговой продукции. Свидетельством высокого качества продукции является сертификат, наличие которого подтверждает ее соответствие стандартам и техническим характеристикам

**Методы управления качеством:**

Административные методы управления качеством включают в себя: внедрение нормативных документов по стандартизации и соблюдение требований, изложенных в них.

Экономические методы включают: технологическое обоснование производства новой продукции, техники и технологии; ценообразование; премирование за высокое качество; применение экономических мер воздействия на заказчиков, поставщиков, транспортные организации в целях соблюдения договоров и обязательств по поставкам и др.

Социально-психологические методы управления: использование различных форм морального поощрения за выпуск высококачественной продукции; воспитание у персонала ответственности за высокое качество продукции; проведение дней качества; изучение прав потребителей и др.

Гарантировать качество может только система, обеспечивающая его на протяжении всего жизненного цикла продукции.

Система управления качеством включает в себя: требования к системе контроля и испытаний продукции, сертификацию надежности; требования к организации производства и управлению качеством от проектирования до эксплуатации.

**1.3. Функции и субъекты управления качеством.**

Нередко случается, что в интересах экономии средств жертвуют качеством, чтобы выйти на намеченный экономический уровень производства. В большинстве случаев в низком качестве продукции виновато руководство предприятия (менеджеры высшего уровня).

Конкурентоспособность товара или услуги по качеству требует от высших менеджеров решения ряда задач - это политика в области качества, организация системы управления качеством.

В обязанности менеджера по качеству входит обширный круг вопросов. Это и контроль за сырьем и полуфабрикатами от субпоставщиков, и анализ всех собранных материалов испытаний выпускаемых изделий, проводимый для того, чтобы сделать выводы о необходимости внесения изменений в конструкцию и технологию производства. Менеджеры обязаны проводить оценку действующей системы обеспечения качества на ее соответствие современным принципам и нормам.

На менеджеров по качеству возложена и работа с потребителями. Они обязаны анализировать рекламации, проводить уточнения и конкретизацию возникающих проблем и предлагать пути их решения (например, выяснять удовлетворенность потребителя послепродажным обслуживанием и содействовать повышению его эффективности). Важным аспектом работы менеджеров по качеству является составление программ повышения качества продукции.

Менеджер по качеству - это специалист, владеющий методами статистики и методикой стандартизации, основами управления, маркетингом, вопросами бухгалтерского учета, обладающий определенным запасом экономических знаний. Специалист по качеству на фирме - это полноправный член управленческого звена, а ни в коей мере не работник вспомогательной службы.

На предприятиях, в акционерных обществах, объединениях действует служба технического контроля. Отделы (ОТК) или управления (УТК), организующие работу по контролю и испытаниям качества продукции и осуществляющие контрольно-испытательные операции.

Ни одна организационная структура не будет эффективно функционировать без систематического и целенаправленного обучения персонала вопросам обеспечения качества. Постижение науки о качестве пробуждает сознательность и изменяет отношение к качеству. Воздействие на эффективность производства, перспективы повышения качества продукции напрямую связаны с качеством труда всех рабочих и служащих. В связи с этим представляет интерес деятельность кружков качества.

Как правило, члены кружка проходят предварительную специализированную подготовку, нацеленную на определение проблем и выработку проектов улучшения качества (так называемая постоянная нацеленность на повышение качества). Периодически в работе этих кружков участвуют представители администрации, выполняющие в основном информационную и экспортно-поощрительную роли.

**1.4. Значение стандартизации продукции.**

Важным элементом в системах управления качеством изделий является стандартизация - нормотворческая деятельность, которая находит наиболее рациональные нормы, а затем закрепляет их в нормативных документах типа стандарта, инструкции, методики требования к разработке продукции.

Главная задача стандартизации - создание системы нормативно-технической документации, определяющей прогрессивные требования к продукции, изготовляемой для нужд народного хозяйства, населения, обороны страны, экспорта, а также контроль за правильностью использования этой документации.

Стандарт - это нормативно-технический документ, устанавливающий основные требования к качеству продукции.

Немаловажная роль в управлении качеством принадлежит техническим условиям (ТУ).

Технические условия - это нормативно-технический документ, устанавливающий дополнительные к государственным стандартам, а при их отсутствии самостоятельные требования к качественным показателям продукции, а также приравниваемые к этому документу техническое описание, рецептура, образец-эталон. Требования, предусмотренные техническими условиями, не могут быть ниже, чем в государственных стандартах.

Система управления качеством продукции базируется на комплексной стандартизации.

Государственная стандартизация выступает средством защиты интересов общества и конкретных потребителей и распространяется на все уровни управления.

ИСО серии 9000 гарантируют потребителю право более активно воздействовать на качество продукции; обеспечивают законодательную базу, предусматривающую активную роль потребителя в процессе изготовления качественной продукции.

ИСО 9000 используются для определения различий и взаимосвязей между основными понятиями в области качества и как представление руководящих положений по выбору и применению стандартов ИСО на системы качества, которые служат для внутреннего пользования на фирме при решении задач управления качеством (ИСО 9004).

В нашей стране сформировалась Государственная система стандартизации Российской Федерации (ГСС), в которую включены пять основных стандартов:

. ГОСТ Р 1.0-92 Государственная система стандартизации Российской Федерации. Основные положения.

. ГОСТ Р 1.2-92 Государственная система стандартизации Российской Федерации. Порядок разработки государственных стандартов.

. ГОСТ Р 1.3-92 Государственная система Российской Федерации. Порядок согласования, утверждения и регистрации технических условий.

. ГОСТ Р 1.4-92 Государственная система Российской Федерации. Стандарты предприятия. Общие положения.

. ГОСТ Р 1.5-92 Государственная система Российской Федерации. Общее требование к построению, изложению, оформлению и содержанию стандартов.

В Государственные стандарты Российской Федерации включены следующие положения:

- требования к качеству продукции, работ, услуг, обеспечивающие безопасность для жизни, здоровья и имущества, охрану окружающей среды, обязательные требования техники безопасности и производственной санитарии;

- требования совместимости и взаимозаменяемости продукции;

- методы контроля требований к качеству продукции, работ и услуг, обеспечивающих их безопасность для жизни, здоровья людей и имущества, охрану окружающей среды, совместимость и взаимозаменяемость продукции;

- основные потребительские и эксплуатационные свойства продукции, требования к упаковке, маркировке, транспортировке и хранению, утилизации;

- положения, обеспечивающие техническое единство при разработке, производстве, эксплуатации продукции и оказании услуг, правила обеспечения качества продукции, сохранность и рациональное использование всех видов ресурсов, термины, определения и обозначения и другие общетехнические правила и нормы.

Для любой фирмы важно соблюдать установленные стандарты и поддерживать на соответствующем уровне систему качества.

**1.5. Сертификация продукции.**

В настоящее время, особенно в условиях рыночных отношений, когда всем предприятиям и организациям предоставлено право самостоятельного выхода на внешний рынок, они сталкиваются с проблемой оценки качества и надежности своей продукции.

Международный опыт свидетельствует о том, что необходимым инструментом гарантирующим соответствие качества продукции требованиям нормативно-технической документации НТД является сертификация.

Сертификация в общепринятой международной терминологии определяется как установление соответствия. Национальные законодательные акты различных стран конкретизируют: соответствие чему устанавливается, и кто устанавливает это соответствие.

Сертификация - это документальное подтверждение соответствия продукции определенным требованиям, конкретным стандартам или техническим условиям.

Сертификация продукции представляет собой комплекс мероприятий (действий), проводимых с целью подтверждения посредством сертификата соответствия (документа), что продукция отвечает определенным стандартам или другим НТД.

Многие зарубежные фирмы расходуют большие средства и время на доказывание потребителю, что их продукция имеет высокое качество. Так, по зарубежным источникам величина издержек на эти работы составляет около 1-2% всех затрат предприятий-изготовителей.

Сертификация - важный фактор обеспечения доверия при взаимных поставках продукции, а также решения таких крупных социальных задач, как гарантия безопасности потребляемой (используемой) продукции, охрана здоровья и имущества граждан, защита окружающей среды.

**1.6. Современный подход к управлению качеством.**

На современном этапе понимание понятия качества не только как «соответствия техническим условиям», но и «соответствия требованиям клиента» и «удовлетворение клиента» приводит к расширению его функций в производстве.

Современное управление качеством развивается скорее по направлению предупреждения ошибок, чем их обнаружения и исправления. Кроме того, вопросами качества занимается не только отдел по контролю качества - они стали ответственностью каждого.

Управление качеством в настоящее время включает совершенно новый подход к понятию качества и работе по качеству, который затрагивает всю организацию в целом. Этому новому подходу давали различные названия, но наиболее распространенное - это тотальное, или общее, управление качеством (Тоtal quality management - ТQМ).

Термин «общее управление качеством» относится к работе по достижению качества в масштабе всей организации. Это философия качества, которая вовлекает всех работающих в процесс поиска и достижения качества. ТQМ распространяется также на поставщиков и потребителей; при этом потребитель является своего рода фокусным центром, а удовлетворение его потребностей - движущей силой. Тотальное вовлечение очень важно: все, начиная с директора компании, должны участвовать в общем процессе и нести свои обязанности.

ТQМ мобилизует всех сотрудников компании на удовлетворение запросов потребителей, что предполагает повседневное участие каждого в систематическом повышении качества. Эта программа затрагивает любого человека и любую группу людей в организации. ТQМ означает постоянное повышение эффективности на всех уровнях и во всех сферах деятельности путем создания условий для непрерывного улучшения на основе командной работы, укрепления доверия и последовательного, систематического изучения рабочего процесса, применения количественных методов анализа и других аналитических методик, а также накопления знаний и опыта в области усовершенствования процессов. Включает 2 механизма: Assurance (QA) - контроль качества - поддерживает необходимый уровень качества и заключается в предоставлении компанией определенных гарантий, дающих клиенту уверенность в качестве данного товара или услуги. Improvements (QI) - повышение качества - предполагает, что уровень качества необходимо не только поддерживать, но и повышать, соответственно поднимая и уровень гарантий.

Целями TQM являются:

ориентация предпринимателя на удовлетворение текущих и потенциальных запросов потребителей

возведение качества в ранг цели предпринимательства

оптимальное использование всех ресурсов организации

Основные элементы, содействующие внедрению TQM представлены на рис.3.



Рис.3. Элементы обеспечения внедрения TQM.

Основные принципы TQM:

Ориентация организации на потребителя.

Организация, применяющая концепцию ТQМ, должна систематически собирать и анализировать информацию, поступающую из самых различных источников и позволяющую получать обоснованные выводы относительно текущих и потенциальных потребностей как отдельных потребителей, так и рыночных сегментов и рынка в целом.

Для того чтобы осуществить принцип ориентации на потребителя, необходимо предпринять следующие действия:

изучение спроса с целью полного понимания потребностей и ожиданий потребителя в отношении товаров, цен, поставки и т. д.

обеспечение сбалансированности в запросах потребителей и других участников сделки с товарами (собственников бизнеса, персонала организации, поставщиков организации, общества)

измерение потребительской удовлетворенности с целью коррекции собственной деятельности

управление взаимоотношениями с потребителями.

Компания должна стараться узнать мнение своего потребителя и затем с помощью «обратной связи» произвести корректировку параметров качества продукта с целью его улучшения для пользователя.

Роль руководства.

Если руководитель компании не проникся необходимостью ТQМ для успеха в конкурентной борьбе за потребителя, то «борьба за качество» останется только лозунгом. Руководитель должен включать аспекты качества в цели компании и поддерживать ее деятельность финансированием качества, моральными стимулами и возможностями ресурсов руководства.

Если руководство не демонстрирует своими действиями, что качество так же важно, как, скажем, стоимость или время поставки продукта, остальные члены коллектива в компании не будут считать вопрос качества одним из главных критериев в оценке их работы со стороны руководства и их внимание к нему будет ослаблено. Таким образом, стратегия качества должна базироваться на непосредственном участии высшего руководства в обеспечении качества, тогда она будет успешной.

Вовлечение сотрудников.

Весь персонал - от высшего руководства до рядового сотрудника - должен быть вовлечен в деятельность по управлению качеством. В концепции ТQМ персонал рассматривается как главный ресурс организации, которая должна создать все условия для максимального использования его творческого потенциала.

Процессный подход.

Качество продукта является результатом качества процессов, выход которых он осуществляет. Каждый процесс должен иметь своего владельца, который отвечает за улучшение работы процесса и может принимать самостоятельные решения. Также у каждого процесса должен быть руководитель - лицо ответственное за его качественное функционирование и исполнение.

Системный подход к управлению.

Во всех организациях, будь они производственными предприятиями, банками, магазинами, университетами или отелями, и вне их всегда имеет место ряд «цепочек качества» - взаимосвязанных процессов, включающих в себя поставщиков и потребителей. Эффективность деятельности организации можно повысить за счет создания и управления системой взаимосвязанных процессов. Это означает, что организация должна стремиться к объединению процессов создания продукции или услуг с процессами, позволяющими отследить соответствие продукции или услуги потребностям заказчика.

Постоянное совершенствование.

Организация должна не только отслеживать возникающие проблемы, но и после тщательного анализа со стороны руководства предпринимать необходимые корректирующие и предупреждающие действия для предотвращения повторного появления таких проблем в будущем.

Принятие решений, основанное на фактах.

Эффективные решения основываются только на достоверных данных. Источниками таких данных могут быть, например, результаты внутренних проверок системы качества, рекламации и претензии потребителей и т. д. Кроме того, информация может основываться на анализе предложений сотрудников организации по поводу снижения издержек, повышения производительности и т.д.

Взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Каждая организация тесно связана со своими поставщиками, поэтому целесообразно налаживать с ними взаимовыгодные отношения в целях дальнейшего расширения возможностей деятельности организации.

показывает, что квалифицированное использование методологии ТQМ обеспечивает организации следующие преимущества:

Увеличение прибыли;

Обеспечение экономической устойчивости фирмы и рационального использования всех видов ресурсов;

Улучшение имиджа и репутации фирмы;

Повышение качества управленческих решений;

Внедрение новейших достижений;

Увеличение производительности труда;

Повышение качества и конкурентоспособности продукции;

Рост степени удовлетворенности клиентов.

**2. Практическая работа.**

**2.1. Технико-экономическая характеристика предприятия.**

Магазин   «Пятерочка» по ул. Труда 10 является подразделением сети «Пятерочка», которая, в свою очередь находится в управлении компании X5 Retail Group (LSE: FIVE, Moody’s – «В2», S&P – «В+»). Сеть X5 Retail Group включает в себя супермаркеты «Перекресток», гипермаркеты «Карусель» и магазины «Экспресс», а также распределительные центры и грузовой автотранспорт. «Пятёрочка» основана в 1998 г., первый магазин торговой сети открылся в 1999 г. в Санкт-Петербурге. В 2013 г. стартовал ребрендинг, а также произошла смена позиционирования и масштабная программа обновления торговой сети. Количество универсамов, работающих под управлением компании, составляет 6 265 (данные на 31 декабря 2015 г.). Чистая розничная выручка за 12 месяцев 2015 г. – 585,4 млн. руб. Каждый сотрудник магазина имеет свои обязанности. Наиболее широкий перечень обязанностей у директора магазина, в том числе: знание особенностей работы магазина (нормативно-правовую базу, особенности работы с персоналом, стандарты различной продукции, торговый порядок (приемка, правила реализации отдельных видов товаров и др.). Кроме наличия знаний у директора магазина есть множество обязанностей в управлении, в том числе контроль, планирование деятельности торговой точки, мотивация сотрудников, контроль качества обслуживания, оценка эффективности работы сотрудников и др.

Компания Пятерочка (Pyaterochka Holding N.V) - крупнейшая российская сеть универсамов экономического класса - основана в январе 1999 года. Форма собственности: частная собственность. Организационно – правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.

Первоначально сбытовая сеть создавалась как социальная, для обеспечения продуктами малообеспеченных слоев населения.

Средняя общая площадь магазинов составляла в 1999 г. 150 кв. м., а ассортимент не превышал 400 товарных позиций. Быстрый рост доходов населения и растущие запросы к качеству обслуживания требовали от компании увеличения размеров магазинов и расширения ассортимента. Уже в 2000 г. в Санкт-Петербурге был открыт первый магазин, построенный по собственному проекту компании, площадь торгового зала которого составила 500 кв. м.

На сегодняшний момент "Пятерочка" – крупнейшая в России по объемам продаж сеть дисконтных магазинов (магазинов торгующих по сниженным ценам). Магазины сети "Пятерочка" пользуются успехом и у обеспеченных слоев населения.

Компания представляет собой:

-сеть самообслуживания с широким ассортиментом продуктов питания и сопутствующих товаров;

-работает в формате "у дома".

Основным и факторами роста выручки и прибыли компании "Пятёрочка" являются:

-значительный рост числа новых магазинов, в том числе в регионах;

-увеличение объема продаж.

-Качество и полнота представленного товара и качество обслуживания.

Исследуемая организация действует в рамках стратегии организационного развития и, в частности, стратегии умеренного роста. На конец 2009 года открыто около 1000 "Пятерочек" по всей России. Выручка по итогам 2008 года составила $4,5 млрд. В 2010 году планируется открыть 200-250 "Пятерочек". В настоящее время деятельность компании "Пятёрочка" можно оценить как успешную и эффективную.

**2.2. Организационная структура ООО «Пятерочка»**

Организационная структура Х5 Retail Group децентрализована. Руководители всех форматов компании — торговых сетей «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель» — напрямую подчиняются главному исполнительному директору. (Рис. 3).

В рамках каждого формата функционируют коммерческий и финансовый департаменты, департамент маркетинга, дирекция по управлению персоналом, служба безопасности и департамент развития. Торговая сеть «Пятёрочка» располагает собственной системой логистики, в то время как сети «Перекрёсток» и «Карусель» осуществляют совместное управление логистической деятельностью.

**Выводы и предложения.**

В конкурентной борьбе на рынке все большее значение приобретает функциональное качество. Это требует внедрять новые системы организации не только в системы производства, но и системы менеджмента качества. Системы менеджмента качества все в большей степени интегрируются с системой управления организацией. Высокое качество становится тем фактором, который объединяет подразделения организаций, связывает их единой целью, разрушая барьеры между ними.

Принятие современных механизмов управления качеством, внедрение на рассматриваемом в курсовой работе предприятии системы менеджмента качества и ее сертификация позволит повысить доверие как со стороны инвесторов и страховых компаний, так и со стороны заказчиков и конечных потребителей, вывести свою деятельность на новый уровень международных стандартов качества.

На ООО «Пятерочка» необходимо создать отдельную службу, по управлению качеством продукции, основными задачами которой должны быть:

организация работы по качеству, то есть разработка и совершенствование системы качества;

разработка политики и планирование качества;

проведение работ по стандартизации и норм контролю;

подготовка мероприятий и организационно-распорядительных документов в области качества, контроль и анализ их выполнения;

организация работ по сертификации продукции и системы качества;

методическое руководство при обучении персонала вопросам качества;

методическое обеспечение и координация работ подразделений в системе качества;

Необходимо также предусмотреть совершенствование системы поощрения работников за конкретно выполненную работу.

Так как работа по производству товара осуществляется, как индивидуально, так и составом групп, бригад, то чрезвычайно важно руководителям различного уровня способствовать формированию или лично участвовать в формировании здорового климата в коллективе.

Это может достигаться за счёт:

справедливого распределения работ - в соответствии с достигнутым уровнем квалификации рабочих и уровнем работ;

поддержания необходимого уровня требовательности ко всем, без исключения, рабочим и служащим независимо от личных взаимоотношений с ними;

знания и умелого использования особенностей характера рабочих и служащих.

Целесообразно привлекать рабочих и служащих для решения конкретных вопросов, связанных с повышением качества продукции. При этом, внимательно прислушиваться к их мнению и реализовывать его в интересах качества продукции.

Важно учитывать психофизиологические особенности человека. Ведь, в большинстве своём, ошибки вызываются наличием ряда факторов, в том числе и связанных с временным отвлечением внимания исполнителя от выполнения работы.

Организация действий по управлению качеством выпускаемой продукции на предприятии предполагает разработку и создание системы качества, а также принятие мер по обеспечению ее эффективного функционирования.

**Заключение.**

В условиях рыночной экономики перед предприятиями постоянно стоит проблема обеспечения конкурентоспособности продукции, от решения которой напрямую зависит их успешная деятельность.

Основой конкурентоспособности является требуемый уровень качества продукции, для достижения которого нужна соответствующая материальная база, квалифицированный и заинтересованный персонал и четкая организация работ по управлению качеством.

Управление качеством прошло ряд этапов в своем развитии. Этап зарождения отдельных элементов управления качеством в общем процессе управления предприятием сменился этапом интеграции, комплексным, системным подходом к управлению качеством.

Постоянный рост требований к качеству предопределил дальнейшее развитие управления качеством и внедрение на лучших предприятиях развитых стран «тотального» управления качеством, когда оно становится основой для организации всех направлений деятельности предприятия.

Для стимулирования предприятий к повышению качества продукции и услуг в ряде стран, в том числе и России, учреждены национальные премии по качеству. Роль премий заключается не только в том, чтобы отмечать лучшие предприятия, но и в том, чтобы подтягивать средние путем проведения ими самооценки по критериям премий с последующим принятием мер по улучшению качества продукции и услуг.

Решающее значение в организации работ по качеству имеет позиция руководителей предприятий, их отношение к качеству выпускаемой продукции и услуг.

Процесс управления качеством продукции складывается из взаимоувязанных, взаимоподчиненных стадий и операций: от приемки сырья до хранения и реализации готовой продукции. Так, даже одна некачественно выполненная операция в технологическом процессе производства продукции может испортить ранее выполненную высококачественную работу и в итоге не позволит получить продукцию заданного качества. Поэтому необходимо строго соблюдать технологическую дисциплину, четко предписанную нормативную документацию, тщательно контролировать качество выполнения не только всего технологического процесса, но и качество выполнения отдельных промежуточных операций.

Для обеспечения выпуска продукции высокого качества необходимо также повышать техническую оснащенность предприятий, автоматизировать технологические процессы, совершенствовать хозяйственный механизм управления качеством продукции.

Чтобы продукция была конкурентоспособной необходима постоянная, целенаправленная, кропотливая работа товаропроизводителей по повышению качества, систематически осуществляемый контроль качества, другими словами можно сказать, что любое предприятие желающее укрепить свои позиции в жесткой конкуренции и максимизировать свою прибыль должно уделять большое внимание процессу управления качеством.

**Список литературы.**

Международный стандарт «Системы менеджмента качества» требования. Издание 4-е. 2005.

Производственный менеджмент: учебное пособие/сост. Н. М. Цыцарова. - Ульяновск: УлГТУ, 2009. - 158 с.

Производственный менеджмент: Учебник для вузов. 4-е изд. /Р. А. Фатхутдинов. - СПб.: Питер, 2009. - 491 с.

Васюкова А. Т., Пивоваров В. И., Пивоваров К. В. Организация производства и управление качеством продукции в общественном питании: Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. - 296 с.

Басовский Л. Е., Протасьев В. Б. Управление качеством: Учебник. - М.: ИНФРА - М, 2005. -212 с.

Варакута С. А. Управление качеством продукции: Учебное пособие. - М.: ИНФРА - М, 2007. -207 с.

Радионов В. В. Управление качеством: // Новосиб. Гос. Акад. Экономики и управления. - Новосибирск. 2008. - 44 с.

Крейг Роберт Дж. ИСО 9000: руководство по получению сертификата о регистрации по ИСО 9000. М.: РИА «Стандарты и качество», 2004. -183 с.

Никифоров А.Д.Управление качеством: Уч. пос. для вузов. М.: Дрофа, 2006.- 720 с.

Огвоздин В.Ю. Управление качеством: основы теории и практики. Уч. пос. М.:Дело и сервис, 2006. - 234с.

Окрепилов В.В. Управление качеством: Учебник для ВУЗов /2-е изд., доп. и перераб. СПб.: ОАО «Издательство «Наука», 2004. - 912 с.

Ребрин Ю.И. «Управление качеством» Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.-32с.

Ильенкова С.Д. , Ильенкова Н.Д., Мхитарян В.С. Управление качеством:

Бузов Б. А. Управление качеством продукции. Технический регламент, стандартизация и сертификация: учеб. пособие / Б. А. Бузов. - 3-е изд., доп. - М.: Академия, 2008. - 173 с.

Маслов Д. В.. Малый бизнес: Стратегии совершенствования на основе управления качеством / Д. В. Маслов, Э. А. Белокоровин. - М.: ДМК Пресс, 2008. - 190 с.

Шокина Л. И. Оценка качества менеджмента компаний: учеб. пособие / Л. И. Шокина; под ред. М. А. Федотовой; Финансовая акад. при Правительстве Рос. Федерации. - М.: КноРус, 2009. - 344 с.

Сергеев А. Г. Метрология. Стандартизация. Сертификация: учеб. пособие / А. Г. Сергеев, М. В. Латышев, В. В. Терегеря. - [Изд. 2-е, перераб. и доп.]. - М.: Логос, 2009. - 559 с.