

**Т. А. БОНДАРСКАЯ
Н. В. ЗЛОБИНА
А. Ю. СИЗИКИН**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
КАЧЕСТВОМ
НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Научное электронное издание
на компакт-диске**

**Тамбов
Издательство ФГБОУ ВО «ТГТУ»
2016**

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Тамбовский государственный технический университет»

Т. А. БОНДАРСКАЯ, Н. В. ЗЛОБИНА, А. Ю. СИЗИКИН

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Рекомендовано Научно-техническим советом университета
в качестве монографии*

Научное электронное издание
комплексного распространения



Тамбов
Издательство ФГБОУ ВО «ТГТУ»
2016

УДК 338.24.004.12
ББК У291.823.2
С50

Рецензенты:

Доктор экономических наук, доцент,
декан естественнонаучного и гуманитарного факультета
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет»
Р. Р. Толстяков

Доктор экономических наук, доктор технических наук, профессор,
главный научный сотрудник департамента научных исследований и
образовательной деятельности ФГУП «Российский научно-технический центр
информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия»
(ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»)
Б. И. Герасимов

С50 Совершенствование системы управления качеством на предприятии [Электронный ресурс] : монография / Т. А. Бондарская, Н. В. Злобина, А. Ю. Сизикин. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2016. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Системные требования : ПК не ниже класса Pentium II ; CD-ROM-дисковод. – 17,0 Мб ; RAM ; Windows 95/98/XP ; мышь. – Загл. с экрана. – ISBN 978-5-8265-1670-6.

Содержит концептуальные основы формирования и развития системы менеджмента качества предприятия (организации). Основные вопросы сконцентрированы в направлении практической апробации систем менеджмента качества на предприятии с целью совершенствования его деятельности.

Предназначена для использования в учебном процессе в рамках курса «Управление качеством» бакалаврами, специалистами, магистрантами и аспирантами, а также преподавателями и специалистами-практиками указанного профиля.

УДК 338.24.004.12
ББК У291.823.2

*Все права на размножение и распространение в любой форме
остаются за разработчиком. Нелегальное копирование и
использование данного продукта запрещено.*

ISBN 978-5-8265-1670-6

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный технический университет» (ФГБОУ ВО «ТГТУ»), 2016

© Бондарская Т. А., Злобина Н. В.,
Сизикин А. Ю., 2016

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы научной работы обуславливается тем, что эффективная деятельность предприятия зависит от системы управления качеством, так как данная система включает в себя весь рабочий персонал организации, а также все функции и методы, с помощью которых осуществляется управление.

В современных экономических условиях роль влияния внешних и внутренних факторов на деятельность предприятия значительно велика. Данный факт определяется тем, что взаимодействие процессов, происходящих во внутренней среде предприятия, отражаются на системе управления качеством. Внутренняя среда организации пронизана организационной структурой, которая выполняет свою работу, касаясь управления, планирования и продажи необходимой продукции. Успешное процветание предприятия во многом отражается в устойчивом психологическом климате в коллективе, а также в сплоченности и ответственности персонала, который должен всегда быть мотивирован со стороны высшего руководства.

В наше время не менее весомое влияние на систему управления качеством на предприятии оказывает внешняя среда. Внешние факторы являются непредсказуемыми по своему влиянию, поэтому необходимо всегда учитывать и следить за экономическими, политическими и международными событиями в мире.

Глава 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Система управления качеством (далее по тексту – система качества) характеризуется совокупностью функций и методов управления качеством, а также реализующего их персонала, который объединен в форме организационной структуры. Система управления качеством на предприятиях появилась с возникновением деятельности по управлению качеством продукции. Высокая конкуренция вынуждала организации перейти от отдельных элементов управления качеством к единой системе управления, с учетом всех факторов, которые влияют на качество.

Во многом система управления качеством зависит от изменений во внутренней и внешней среде.

Основные факторы внешней среды включают:

- конкуренцию;
- потребности потребителей;
- качество материалов.

Основные факторы внутренней среды включают:

- технологии;
- эффективность системы управления качеством;
- степень заинтересованности рабочей силы в повышении качества товаров или услуг.

Система управления качеством на предприятии характеризуется как взаимодействие организационной структуры, процес-

сов, ресурсов, мероприятий, которые необходимы для того, чтобы продукция соответствовала конкретным требованиям к качеству [4].

Международные стандарты по качеству включают основные принципы системы управления качеством:

- 1) ориентация на потребности потребителей;
- 2) достижение качества при участии всей рабочей силы;
- 3) реализация всех этапов жизненного цикла;
- 4) использование современных технологий;
- 5) фокус организационной структуры на качество товара [9].

Применение системы управления качеством обеспечивает компании определенные выгоды, а также снижение степени затрат и рисков, что очень важно как для предприятия, так и для потребителя. При наличии современных технологий, а также высококвалифицированного персонала, повышается стабильность качества всех выпускаемых товаров или услуг. Данная система является дополнительной гарантией качества для заказчиков, большинство из которых проверяют систему качества у поставщиков, конечные результаты которой могут оказать сильное влияние на заключение договоров или контрактов. Но проблема обеспечения высокого качества является сложной задачей для менеджеров, которые отвечают за все процессы, происходящие внутри организации [4].

Согласно стандартам ИСО 9000, качество – это набор характеристик товара или услуги, которые относятся к его способности удовлетворять потребности потребителей. Характеристикой качества считаются свойства продукции, которые характеризуют их пригодность к выполнению каких-либо требований. Требования к качеству – это конкретные требования к характеристикам, которые присущи товару, услуге, процессу или системе [7].

По закону «О техническом регулировании» стандартизация трактуется как деятельность, направленная на повышение конкурентоспособности товаров или услуг. Главными функциями стандартизации являются: упорядочивание товаров или услуг, а также установление, и закрепление требований к упорядоченным товарам. К целям стандартизации относятся: взаимозаменяемость товара, совместимость, конкурентоспособность, эффективность, унификация и безопасность [25].

Следует отметить положительные стороны новой версии международных стандартов:

- 1) стандарты ориентированы на требования потребителей и заказчиков;
- 2) стандарты пригодны для всех видов продукции, товаров или услуг;
- 3) в стандартах установлена связь всеобщего менеджмента качества с другими системами управления качеством.

Преимущества новой версии стандартов ИСО 9000 положительно сказываются на выборе системы управления качеством предприятия, но нужно учитывать, что самые эффективные системы управления качеством интегрируются с всеобщим менеджментом качества.

Техническое регулирование характеризуется регулированием в области исполнения или применения определенных требований к товару или услуге, включая эксплуатацию, производство, перевозку, хранение, монтаж, утилизацию и т.д. [12].

Техническим регламентом является документ, который устанавливает обязательные требования к объектам технического регулирования.

Различается сертификация товаров, производства, а также системы качества. Во время проведения сертификации системы качества основными этапами являются предварительная и окончательная проверка системы качества организации. По итогам предварительной проверки орган по сертификации составляет заключение. Если данное заключение положительное, то уста-

навливаются сроки проведения окончательной проверки. И если обнаруживаются несоответствие системы качества, то вместе с данной организацией устанавливается срок повторной проверки. Но если результат положительный и в нем не обнаруживаются несоответствия, то сертификат выдается на 3 года [14].

В соответствии со стандартами ИСО 9000 до начала сертификации рекомендуется документировать систему управления качеством. Документация представляет собой глубокое описание системы и способствует:

- достижению улучшения качества;
- оценивание пригодности системы качества;
- обеспечению подготовки кадров и т.д.

Требования к различному роду услуг определяются количественными оценками и качественным выражением. Последнее характеризуется тем, что сопоставляется по качеству и на основе того, кем и как осуществляются оценки. Высшее руководство отвечает за политику в области качества, а также за выполнение следующих условий:

- обеспечение нормальных условий работы;
- вовлечение персонала в решение проблем качества продукции;
- обучение персонала вопросам в области качества;
- увеличение рабочих навыков и соответствующих знаний [13].

В ответственности высшего руководства также лежит создание благоприятной обстановки, с целью вовлечения работников, а также эффективной работе системы управления качеством на предприятии. Высшее руководство назначает представителя из состава руководства предприятия, в обязанности которого будет входить:

- поддержание в рабочем состоянии процессов, относящихся к системе управления качеством;

– предоставление высшему руководству отчетов о необходимости улучшения системы управления качеством.

Представитель руководства по качеству должен быть авторитетной личностью на предприятии, который подготовлен по всем вопросам, касаемо управления качеством, а также имеющих полное представление о работе отделов и цехов. При подготовке системы качества к сертификации представитель руководства занимается разработкой необходимой документации, а также внедряет систему. После этого в его ответственность входит работа по улучшению процессов жизненного цикла продукции и процессов системы управления качеством.

Показатели качества делятся на качественные и количественные. Количественные показатели характеризуются временем ожидания, надежностью оказания услуги и т.д. А качественные показатели – это коммуникабельность, вежливость, доверительность клиентов. Показатели качества также подразделяются на профессионализм, надежность, имидж организации и рабочего персонала.

Большинство производственных предприятий являются участниками сферы обслуживания. Большое количество затрат уходит на рекламу товара, упаковку, финансовые услуги и т.д. Следует отметить, что современные организации сферы услуг являются хорошей возможностью для создания более эффективной деятельности управления качеством. Услуга является результатом деятельности при взаимодействии потребителя и поставщика, но при этом она может включать в себя деятельность, основанную на материальной или не материальной продукции [33].

Петля качества включает в себя несколько стадий жизненного цикла продукции, каждая из которых влияет на качество (рис. 1.1). На каждой стадии жизненного цикла товара проводится соответствующая оценка качества. Данный цикл состоит из 11 стадий, в состав которых входят:

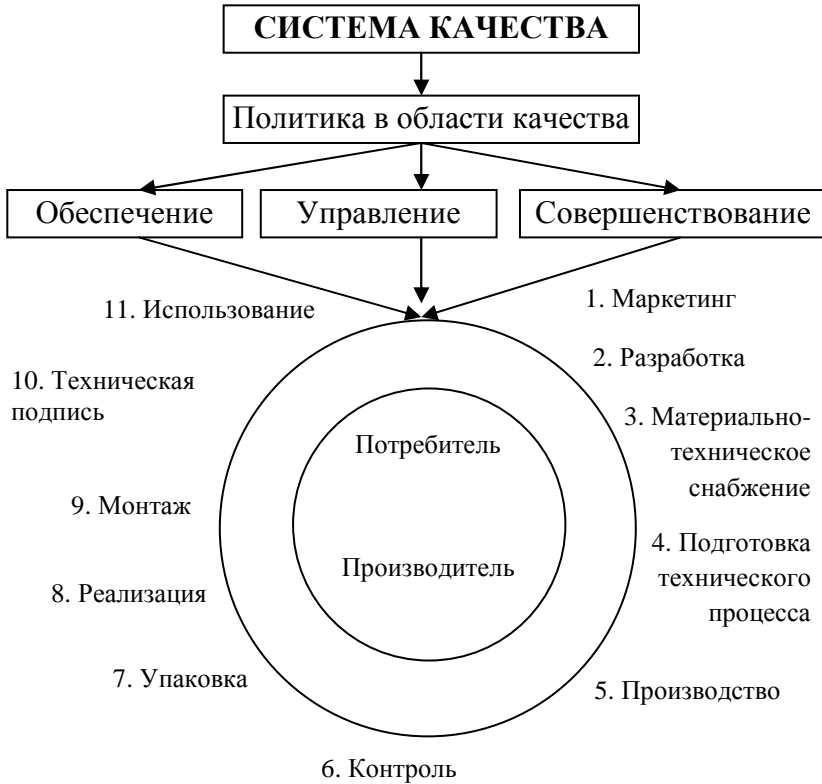


Рис. 1.1. Петля качества

- 1) маркетинг;
- 2) разработка товара;
- 3) материально-техническое снабжение;
- 4) подготовка технических процедур;
- 5) производство товара;
- 6) контроль;
- 7) упаковка;
- 8) реализация;
- 9) монтаж;
- 10) техническая подпись;
- 11) использование товара.

Таким образом, качество закладывается в продукцию, начиная с его производства, а контроль над качеством осуществляется на всех этапах жизненного цикла товара. В современных стандартах ИСО серии 9000 особое внимание уделяется качеству труда, технологии и управлению [24].

Главной особенностью стандартов ИСО 9000 является то, что они основываются на основных принципах управления качеством на предприятии (рис. 1.2). Данные принципы управления качеством созданы для того, чтобы с их помощью у предприятия было больше возможностей добиться высоких показателей прибыли, а также для улучшения деятельности предприятия в целом.



Рис. 1.2. Принципы управления качеством на предприятии

Деятельность каждого предприятия напрямую зависит от потребностей потребителей, поэтому одной из самых важных целей является удовлетворение данных требований. Ориентируясь во многом на потребителя, компания обеспечивает себе рост доходов, а также вероятность повторных покупок. Применяя данный принцип, предприятие сможет полностью изучить предпочтения потребителей и довести данные требования до каждого из работников [20].

В ответственности руководства компании находятся все процессы, которые происходят во внутренней среде, такие как обеспечение общей цели, а также выявление направления, в котором следует развиваться предприятию. Следуя данному принципу, работники организации будут ознакомлены с задачами компании и будут иметь стимул для выполнения этих задач.

Одним из самых важных принципов управления качеством на предприятии является вовлечение рабочей силы. Рабочий персонал всех уровней составляет основу организации, а их вовлечение сможет положительно сказаться на деятельности компании.

Основными преимуществами данного метода является:

- персонал несет полную ответственность за свою деятельность;
- творческий подход к осуществлению каких-либо целей организации;
- преданность рабочего персонала;
- выявление факторов, влияющих на деятельность компании;
- улучшение рабочих навыков;
- передача коллегам опыта работы и полученных навыков [25].

Процессный подход характеризуется построением системы процессов, с помощью которых предприятие сможет улучшить

свою деятельность. Преимуществами процессного подхода является возможность предвидеть точные результаты деятельности, а также возможность снизить затраты за счет результативного использования ресурсов. Применяя данный принцип предприятие:

- оценивает степень рисков, влияний деятельности на клиентов, поставщиков и т.д.;
- ориентируется на методы, способствующие улучшению новых видов деятельности предприятия;
- отвечает за управление новыми видами деятельности [27].

Системный подход основывается на том, что руководство должно рассматривать предприятие как совокупность взаимосвязанных элементов, то есть структуру, персонал, задачи, технологии, которые ориентированы на решение задач компании, в условиях постоянно меняющейся внешней среды. Преимуществом системного подхода является то, что повышается уверенность заинтересованных сторон в результативности деятельности организации. Применение данного подхода к управлению качеством ведет к:

- установление конкретных целей и порядка выполнения действий в рамках системы;
- улучшение системы путем оценивания и измерения;
- выявлению возможностей предприятия;
- определению необходимых ресурсов для деятельности [19].

Постоянное улучшение предприятия рассматривается как неизменная цель. Данный принцип способствует улучшению эффективности организации, за счет совершенствования ее возможностей, а также повышения внимания к факторам, которые могут положительно сказаться на деятельности предприятия.

Очень важно принимать решения, основываясь при этом на полученных фактах. Результативные решения, как правило, основываются на анализе каких-либо данных или информации.

Применение данного принципа обеспечивает уверенность предприятия в плане точности и достоверности информации, а также доступности данных тем, кто в них нуждается. Организация взаимосвязана с поставщиками, так как сотрудничество с ними повышает способность создавать ценность. Данный принцип основывается:

- на объединении знаний с партнерами;
- на обмене информацией;
- ведению совместных действий по улучшению деятельности;
- поощрения поставщиков за достижения [31].

Подводя итог, следует сказать, что международные стандарты ИСО 9000 обязаны, находится в основе всеобщего менеджмента качества.

Всеобщий менеджмент качества – это непрерывное повышение качества всех процессов на предприятии. Система менеджмента качества представляет собой совокупность методов и процедур, которые необходимы для совершенствования качества [25].

Любая система качества, не смотря на индивидуальные особенности организации, направлена на достижение следующих задач:

- улучшение качества товаров;
- увеличение роста удовлетворенности потребителей;
- повышение конкурентоспособности;
- поддержание устойчивого психологического климата в коллективе.

Предприятие, прибегающее к всеобщему менеджменту качества, считает то, что выгоды, полученные в случае экономии на качестве продукции или услуги, в будущем приводят к убыткам предприятия, а также к утрате рыночных позиций.

В наше время избежать проблемы, касаемо качества продукции, можно соблюдая следующие принципы:

- 1) учитывать степень влияния качества на конкурирующую среду предприятия;
- 2) удовлетворять требованиям потребителей;
- 3) увеличивать сроки гарантийного обслуживания реализованной продукции [23].

Чем сложнее технологически производимая продукция, тем сложнее предприятию будет гарантировать ее качество. Однако увеличение сроков гарантийного обслуживания является прямым доказательством для клиентов, что данный товар качественный.

При предоставлении персоналу возможности самоконтроля качества, улучшается эффективность их решений, но при этом работники должны нести ответственность за судьбу предприятия.

Выделяют 15 основных условий, при которых применяются принципы комплексности и системности качества. К данным условиям относятся:

- 1) совершенствование системы управления качеством на предприятиях;
- 2) использование количественных и качественных методов оценки;
- 3) формирование управленческих решений с учетом влияющих факторов;
- 4) исследование взаимосвязи долгосрочной стратегии развития с краткосрочными проблемами;
- 5) правильная постановка целей и рациональное использование ресурсов;
- 6) взаимодействие региональных и отраслевых факторов;
- 7) учет внешнеэкономических факторов;
- 8) исследование мотивации потребителей, а также их потребностей;

- 9) учет ресурсных потребностей;
- 10) сочетание внутренних и внешних оценок;
- 11) сочетание этапности и непрерывности осуществления оценок качества;
- 12) учет влияния управленческих решений на социальную среду;
- 13) учет взаимосвязи между различными уровнями руководства;
- 14) соединение объективно-субъективных оценок, исключая субъективистский подход для решения проблем;
- 15) рассмотрение в единстве измерения затрат, объемов производства и потребления [6].

В комплексных системах управления качеством заложены большие возможности для их улучшения. Развитие системы управления качеством может основываться на учете факторов, которые оказывают влияние на формирование качества товара. Ценными факторами при внедрении системы качества являются сочетание высокой эффективности производства и высокого качества работы персонала.

Существуют множество предприятий, которые с легкостью выполняют доведение системы качества до уровня стандарта ИСО 9000. Общие положения, которые закреплены в ГОСТах по управлению качеством продукции, являются очень важным научным вкладом для совершенствования системы управления качеством. Основная часть данных положений не оценивается при высокой конкурентоспособности товаров и услуг.

Главная особенность всеобщего управления качеством является то, что первое место в деятельности предприятий занимает качество продукции или услуг, а весь персонал строго должен соблюдать данный факт.

Основными требованиями в условиях всеобщего управления качеством являются активное управление качеством продукции или услуг со стороны руководства, повышение квалифи-

кационного уровня персонала, разработка качественной продукции с учетом международных стандартов ИСО 9000, а также удовлетворение потребности потребителей в качественных товарах или услугах. Основная ответственность, согласно представлениям всеобщего управления качеством, возлагается на руководителей, но тем не менее на многих предприятиях ситуация может быть противоположной.

Во многих организациях для повышения эффективности деятельности необходимо изначально решить четыре основные задачи, такие как:

- 1) минимизировать затраты;
- 2) освоить производство той продукции, которая больше всего востребована;
- 3) заниматься распространением товаров, а также их рекламой;
- 4) организовать эффективную систему управления качеством.

Когда предприятие выполнит данные четыре задачи, оно может переходить к созданию системы управления качеством, которая отвечает стандартам ИСО 9000 и концепции всеобщего менеджмента качества [16].

На рисунке 1.3 изображена модель процесса системы менеджмента качества, которая основана на процессном подходе. Данный подход характеризуется постоянным улучшением и совершенствованием, которое зависит от хорошо организованной деятельности предприятия.

Концепция всеобщего менеджмента качества предусматривает целенаправленное использование систем управления качеством во всех сферах деятельности организации (рис. 1.4). Данная концепция характеризуется совокупностью методов и принципов управления качеством с целью повышения эффективности предприятия, а также конкурентоспособности.

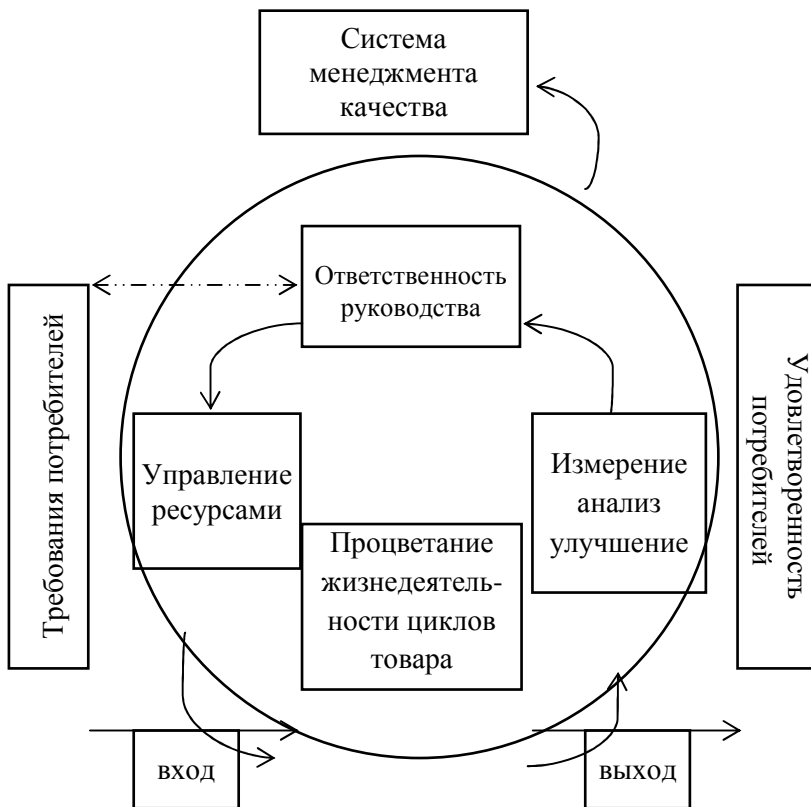


Рис. 1.3. Модель процесса менеджмента качества

Для тех организаций, которые используют всеобщее управление качеством, характерно высокое качество продукции, конкурентоспособность, и командный дух в организациях, что также очень важно для успешной деятельности.

К преимуществам всеобщего управления качеством относятся:

- улучшение качества товаров и услуг;
- повышение имиджа предприятия;
- рациональное использование всех материалов;



Рис. 1.4. Системное понимание всеобщего менеджмента качества

– повышение степени удовлетворенности потребителей качеством товаров или услуг.

В наше время организациям нужно учитывать не только качество различных процессов, но и также взаимосвязь предприятия с заинтересованными сторонами. В момент, когда предпри-

ятие приступает к внедрению товара, соответствующего требованиям ИСО 9000, а после создает модель всеобщего управления качеством, оно должно:

- изучить необходимую документацию;
- при внедрении новой системы управления качеством, изучить преимущества организации;
- подходить рабочий персонал к предстоящим изменениям;
- провести оценку эффективности новой системы;
- реализовать в дело восемь принципов управления качеством;
- провести сертификацию товара и системы качества.

Таким образом, для успешного процветания предприятия необходимо создание системы управления качеством, которая будет соответствовать международным стандартам ИСО 9000, а также отвечать основным принципам всеобщего менеджмента качества [18].

1.2. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В современных условиях жесткой конкуренции предприятия стремятся объединиться в единую систему управления, учитывая при этом факторы, которые могут повлиять на качество. Большинство предприятий создают систему качества, опираясь на внешнюю мотивацию. Каждое предприятие надеется на преимущества в конкурентной борьбе, а также стремится укрепить свои позиции на рынке. Поэтому для достижения поставленных целей им необходимо учитывать воздействие как внешних, так и внутренних факторов.

Внешняя среда характеризуется факторами воздействия за пределами предприятия. Изучение внешней среды, позволяет организации приспособиться к изменяющимся условиям, что обеспечивает высокую конкурентоспособность и эффективную деятельность компании.

Внешняя среда делится на среду прямого воздействия, иными словами микросреда, а также на среду косвенного воздействия, то есть макросреда.

Макросреда предприятия основывается на факторах, которые организация не может контролировать, но эти факторы, в свою очередь, могут повлиять на деятельность компании неожиданно [15].

На рисунке 1.5 изображены факторы макросреды организации, влияющие на систему управления качеством на предприятии.

Технология одновременно является фактором внутренней среды организации, а также и внешним фактором косвенного воздействия. Современная технология оказывает сильное влияние на темпы устаревания продукции. Примерами современных технологий, которые отразились на системе управления качеством на предприятии, являются: создание новых материалов, биотехнологии, компьютерная, лазерная технология и др.

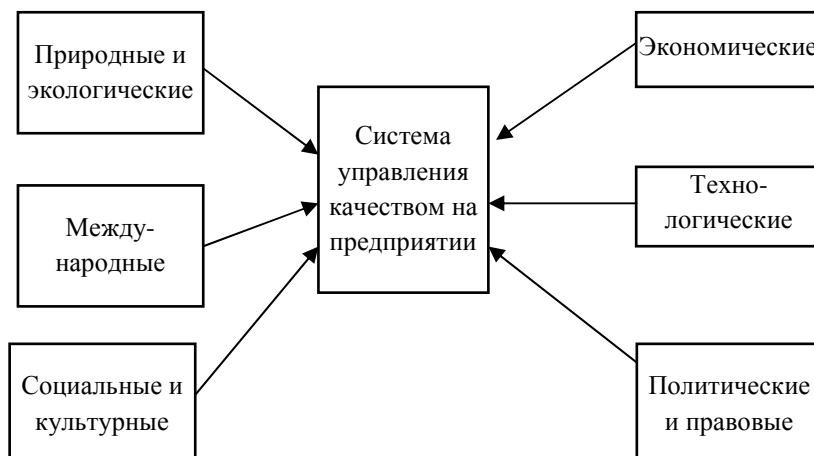


Рис. 1.5. Факторы макросреды, влияющие на систему управления качеством на предприятии

Система управления качеством, в которой отсутствуют экономические факторы повышения качества, не будет эффективной, так как организационными мерами обеспечить конкурентоспособность продукции невозможно. Рассматривая специфику экономического роста в наше время, следует упомянуть о том, что персонал должен быть высококвалифицированным и образованным. Таким образом, следует отметить, что качественная продукция должна быть экономически выгодной для производителя, иметь конкурентоспособную цену, а также удовлетворять запросам потребителей [28].

Социальные и культурные факторы оказывают значительное влияние практически на все предприятия.

К основным социально-культурным факторам относятся:

- отношение к качеству товаров или услуг;
- покупательские привычки;
- располагаемый доход;
- социальное благосостояние;
- образовательные стандарты и т.д.

Социокультурные факторы формируют отношение потребителей к продукции или услугам, которые предлагаются им различными производителями. Кроме того данный фактор включает в себя духовные ценности, социальные правила, отношение потребителей к качеству обслуживающего персонала и многое другое. Учет социально-культурного фактора очень важен для организации, потому что он оказывает значительное воздействие, как на макросреду, так и на микросреду предприятия. Что касается факторов культурной среды, то о них следует упомянуть то, что данные факторы воздействуют на психологию рабочей среды, формируют атмосферу согласия и взаимопонимания. Именно уютная атмосфера в рабочей среде и духовное равновесие персонала значительно улучшит показатели прибыли в компании, а также положительно скажется на системе управления качеством на предприятии [17].

Для любого предприятия очень важна политическая стабильность в обществе, потому что от этого может зависеть уровень притока инвестиций и другого рода ресурсов. Отношение властей к деятельности предприятий выражается в установлении льгот или пошлин, а данные установки могут способствовать развитию деятельности предприятия или же наоборот его вытеснению. Также очень эффективно для предприятия, когда руководство осуществляет давление на органы государственной власти, в целях понижения налога.

Не менее весомое значение имеют международные факторы, которые играют важную роль для планирования деятельности предприятия. При помощи данного фактора компания может использовать более качественные ресурсы и материалы из других стран, а также применять более модернизированные иностранные технологии. Данный фактор значительно улучшает систему правления качеством на предприятии [32].

Таким образом, социально-политическое и экономическое рассмотрение проблемы качества в наше время обуславливает возможность создания государственной системы обеспечения качества продукции и услуг.

Микросреда характеризуется элементами, которые окружают предприятие (рис. 1.6).

К элементам микросреды относятся:

- потребители;
- конкуренты;
- поставщики;
- рынок труда [3].

Потребителями являются потенциальные клиенты или покупатели. Особое влияние покупатели оказывают на производство по линии качества товаров или услуг, потому что качество является характеристикой потребительской стоимости товара и его способности удовлетворять запросы потребителей.

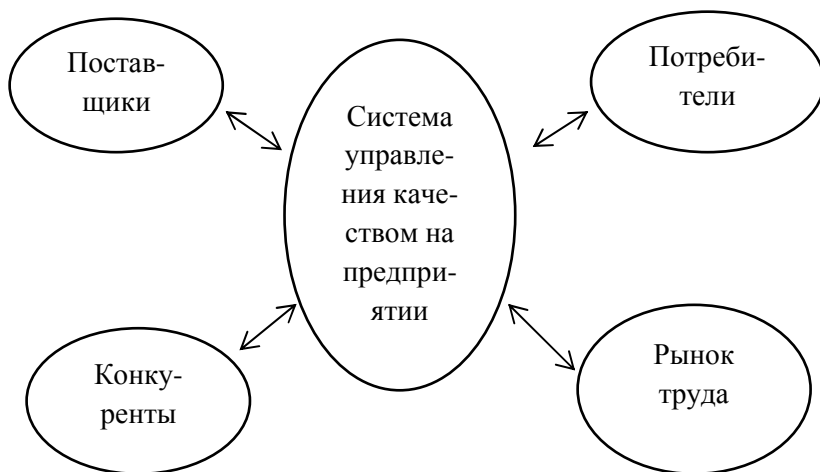


Рис. 1.6. Факторы микросреды, влияющие на систему управления качеством на предприятии

Поставщики оказывают прямое воздействие на предприятие, потому что они являются собственниками природных или материальных ресурсов. Для каждой организации имеет большое значение, чтобы поставка не была сорвана, а ресурсы были доставлены в точно-определенный срок [2].

Система управления качеством на предприятии направлена, прежде всего, на обеспечение конкурентоспособности организации, то есть ее возможности расширять и сохранять рынки сбыта. Конкурентами являются те компании, которые реализуют аналогичный товар или услуги на тех же рынках. Соперничество между конкурирующими компаниями идет за потребителя, за долю на рынке, а также за максимальное получение прибыли. Но в наше время влияние внешней среды достаточно не устойчиво, поэтому современные предприятия предпочитают сотрудничать с конкурентами, так как это позволяет организациям адаптироваться к среде и достигнуть планируемых целей [26].

Изучение рынка труда позволяет предприятию выявить для себя контингент рабочих, которые обладают определенными характеристиками. К примеру: возраст, пол, личностные качества и т.д. Правильный выбор рабочего персонала, с учетом его образования и опыта работы, значительно скажется на деятельности компании. Важным моментом при изучении рынка труда является анализ политики профсоюзов, которые воздействуют на рынок, так как они могут ограничивать доступ к нужной для предприятия рабочей силы.

Следует упомянуть и о внутренней среде предприятия, так как влияние данной среды на систему управления качеством также очень весомо, как и влияние внешней среды.

Внутренняя среда характеризуется совокупностью элементов, которые определяют степень взаимодействия предприятия с внешней средой (рис. 1.7).

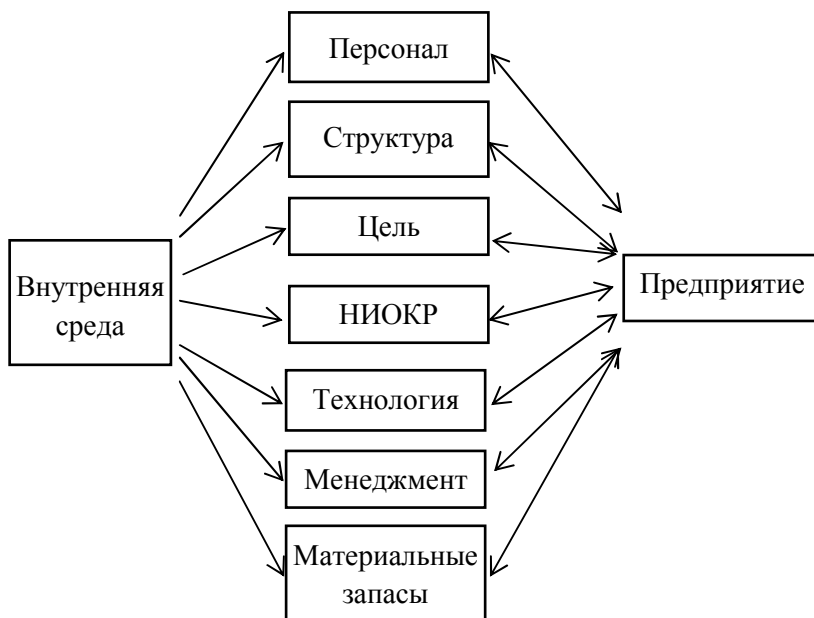


Рис. 1.7. Элементы внутренней среды, влияющие на систему управления качеством на предприятии

Каждому предприятию необходимо ставить перед собой цель, так как без наличия поставленных целей деятельность компании не имеет смысла.

Но помимо целей организация должна учитывать и другие элементы внутренней среды, в состав которых входят:

- персонал;
- структура;
- НИОКР;
- технология;
- менеджмент;
- материальные запасы.

Каждое предприятие обязано обеспечивать подготовку персонала, который выполняет работу, напрямую влияющую на качество. Персонал, в свою очередь, должен быть высококвалифицированным, образованным, а также иметь навык работы, так как именно работники организации могут прямо или косвенно повлиять на соответствие продукции определенным требованиям. Структура предприятия является важнейшим фактором, который определяет конечные результаты деятельности компании (рис. 1.8). Она включает в себя: цехи, отделы, службы и т.д. К примеру, отдел (бюро) управления качеством создается на предприятии в том случае, если нет возможности поручить какую-либо работу другому подразделению. Структура предприятия характеризуется наличием в ней высшего руководства, финансовой службы, службы НИОКР, бухгалтерией, производством, службой материально-технического снабжения, а также службой маркетинга.

Высшее руководство предприятия отвечает за текущую политику и стратегические установки компании. Именно за высшим руководством закрепляется ответственность по всем вопросам обеспечения качества. Высшее руководство создает обстановку, способствующую вовлечению персонала и эффективной работе системы управления качеством на предприятии. Что, касаясь службы маркетинга, то она должна работать с

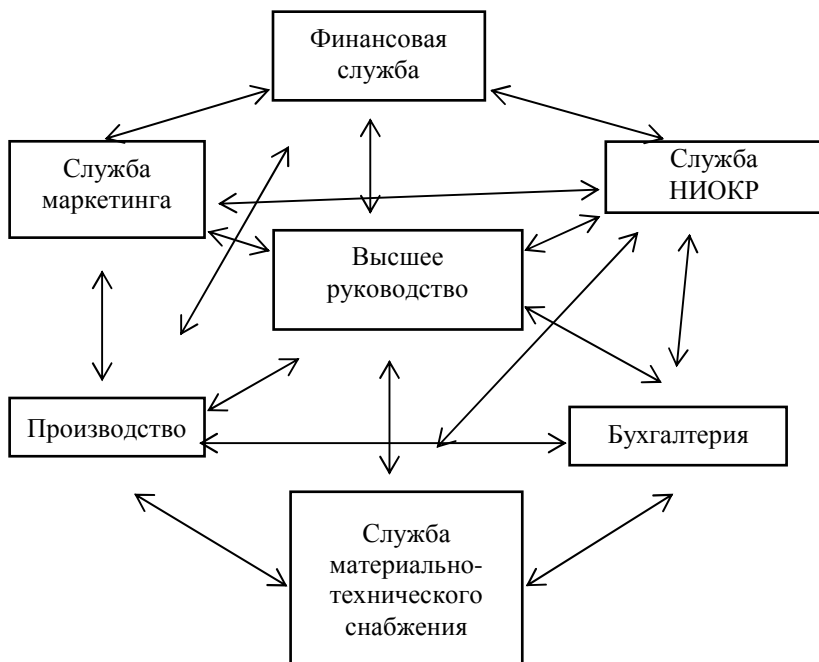


Рис. 1.8. Структура предприятия

другими подразделениями так, чтобы их деятельность не противоречила решениям высшего руководства. К службе маркетинга относятся определенные фирмы, которые отвечают за распространение, сбыт или продвижение товаров и услуг среди потребителей. Служба НИОКР отвечает за технические проблемы, а также разработкой новых эффективных методов производства. Финансовая служба занимается проблемами использования и наличия денежных средств. Что касается бухгалтерии, то она активно следит за расходами и доходами фирмы, в то время как служба материально-технического снабжения занимается подсчетом узлов и деталей для производства.

Не менее важную роль играют технологии, которые также оказывают существенное воздействие на систему управления качеством на предприятии. Для развития своей деятельности ком-

пания должна регулярно осваивать новую технику, достижения в науке, а также внедрять в производство новейшую технологию, так как предприятие, которое владеет более современными технологиями или оборудованием будет иметь большие преимущества, касаемо качества, производительности и скорости.

В современных экономических условиях роль НИОКР растет все больше и больше и это проявляется в том, что на основании результатов, полученных в ходе научных исследований, предприятия следят за деятельностью конкурирующих сторон, и стараются разработать более эффективную систему управления качеством.

Все внутренние факторы (рис. 1.9) подразделяются на группы:

- технико-технологические факторы;
- организационно-экономические;
- социальные.

Данные группы факторов схожи с факторами макросреды предприятия, но имеют более прямое отношение к тому, что происходит в самой компании.

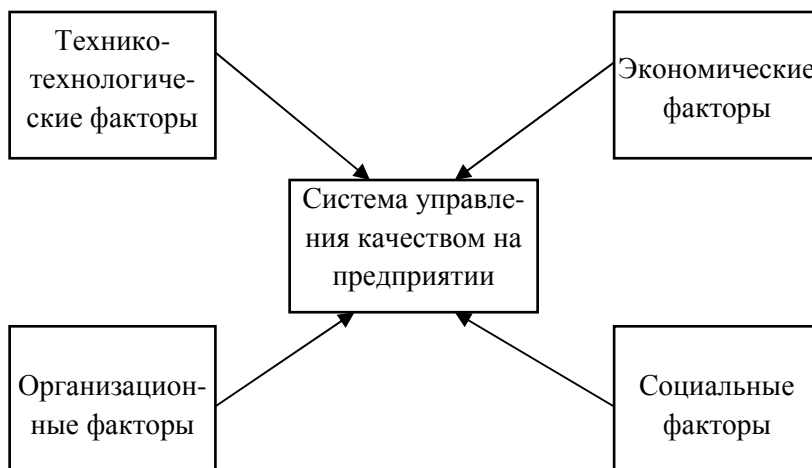


Рис. 1.9. Факторы внутренней среды предприятия

Технологические факторы воздействия на систему управления качеством на предприятии характеризуются состоянием техники в целом, а также технологией производства. Для того, чтобы предприятие было конкурентоспособным, ему необходимо сохранять в тайне информацию, касаемо новаций, возникающих в среде деятельности. Наука не стоит на месте в своем развитии, поэтому появляются новейшие технологии обработки информации, а также ресурсов.

Ускоряющиеся технологии значительно сокращают продолжительность жизненного цикла товара, поэтому предприятие должно предусмотреть, какие изменения несут с собой новые технологии. Данные изменения могут повлиять не только на управление качеством, но также оказать влияние на персонал. Например: подготовка персонала к работе с новыми технологиями или увольнение избыточной рабочей силы.

В состав технологических факторов, влияющих на систему управления качеством входят:

- качество материалов, сырья, из которых производится товар;
- состояние технологического оснащения;
- качество средств контроля и измерения;
- качество рабочего оборудования, инструментов;
- вид изготавливаемого оборудования и т.д.

Влияние социального фактора на систему управления качеством на предприятии достаточно весомо, так как моральное и материальное вознаграждение стимулирует рабочий персонал на улучшение производства труда. Каждое предприятие стремится к тому, чтобы работа персонала соответствовала требованиям высшего руководства, но для этого нужно поощрять и мотивировать работников. Для этого компании создает благоприятные условия, в состав которых входят умеренный график работы и организация отдыха.

Очень важным аспектом социального фактора является взаимоотношение руководителей с работниками. Во избежание конфликтных ситуаций руководителям предстоит уделить особое внимание воспитательной работе персонала, а также проведению соревнований. Именно проведение соревнований стимулирует работников на труд и в последующем, при достижении каких-либо положительных результатов, получению материальных вознаграждений.

Чтобы изменить обстановку на предприятии, которая отрицательно сказывается на единении людей по культурным, этническим, а также образовательным признакам, необходимо проведение тренингов, связанных с развитием лидерского потенциала. Для эффективного управления в среде организации могут потребоваться опыт работы и специальные навыки, при помощи которых можно будет улучшить эффективность организации.

Организационно-экономические факторы характеризуются эффективностью действующей на предприятии системы управления качеством, применением новой более оснащенной технологии, а также осуществлением затрат на обеспечение качества.

В число организационных факторов, влияющих на систему управления качеством относятся:

- организация отдыха;
- работа с поставщиками;
- планомерность работы персонала;
- техническое обслуживание оборудования и т.д.

Исследования системы управления в области организационной культуры, а также имиджа предприятия дают возможность для оценки положения компании сравнительно с конкурирующими предприятиями, способности привлекать квалифицированных работников, а также стремления к последовательности деятельности и достижения целей.

Экономические факторы должны всегда оцениваться высшим руководством, так как состояние экономики напрямую влияет на деятельность предприятия.

В состав экономических факторов входят:

- объем заработной платы;
- удержания за бракованный товар;
- премирование;
- соотношение качества, себестоимости и цены и т.д.

Состояние экономики в целом очень влияет на стоимость всех ресурсов, а также возможность потребителей приобретать тот или иной товар. Изучение экономики основывается на анализе конкурентных отношений, уровня образования, высококвалифицированности персонала и т.д. На одни предприятия данные изменения оказывают положительное влияние на другие – отрицательное.

Таким образом, влияние внутренних и внешних факторов на систему управления качеством на предприятии очень велико. Данное воздействие также может отрицательно сказаться на деятельности компании в целом. Поэтому для процветания и стабильности предприятия, руководству необходимо отвечать требованиям потребителей и поддерживать благоприятную атмосферу в коллективе, а также регулярно следить за изменениями во внешней среде [22].

Глава 2

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

2.1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «СЕРВИС ЛОГИСТИК»

В настоящее время в условиях жесткой рыночной экономики от системы управления качеством на предприятии зависит, какой будет деятельность организации и насколько данная организация будет прибыльной. Экономическая стабильность предприятия, эффективность деятельности, совершенствование и развитие непрерывно связано с системой управления качеством на предприятии. Для предприятия система управления качеством – это совокупность действий и методов, которые определяют направление управленческой деятельности (рис. 2.1) [21].

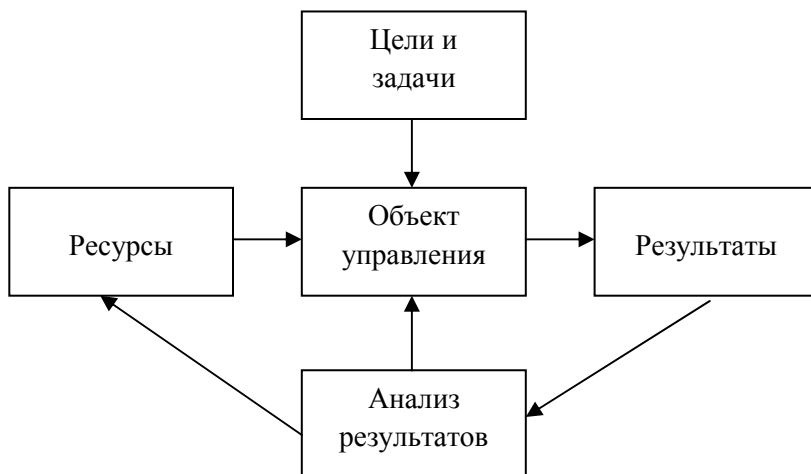


Рис. 2.1. Процесс управления

Процесс управления включает в себя согласованные действия, которые способствуют обеспечению общей цели, стоящей перед предприятием. Координацию действий определяет специальный орган, который реализует функцию управления. Вследствие этого на предприятии выделяется управляющая и управляемая части (рис. 2.2).

По данному рисунку можно сказать, что именно от системы управления зависит, как предприятие может реагировать на внешние и внутренние воздействия. Управляющая и управляемая часть непрерывно взаимодействуют между собой, учитывая при этом входящую информацию и необходимые ресурсы [5].

ООО «Сервис Логистик» опирается в своей деятельности на бюрократический тип управления, где главным понятием структуры управления является рациональность, ответственность и иерархичность. Данная структура управления является эффективной, так как она обеспечивает слаженную и четкую работу целого коллектива работающего на единую цель.

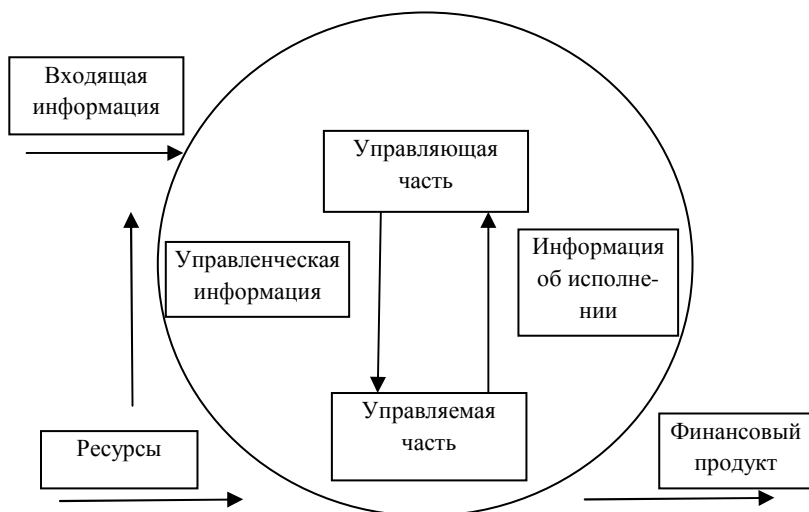


Рис. 2.2. Управляющая и управляемая части

Управление качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» – является деятельностью оперативного характера, которая осуществляется руководителем и рабочей силой предприятия, воздействующими на процесс создания товара, услуги с целью обеспечения ее качества, путем выполнения функции планирования, внедрения мероприятий, осуществления контроля за качеством информации, а так же принятия решений по качеству.

Для ООО «Сервис Логистик» процессом управления качеством является состав, а также последовательность выполнения функций управления по качеству высшего руководства на этапах создания продукции, услуги (рис. 2.3).

Генеральный директор является главным в структуре управления ООО «Сервис Логистик», так как он несет полную ответственность за его состояние и деятельность, к примеру, за убытки предприятия или за деятельность всех звеньев организационной структуры. Главным качеством генерального директора является то, что его деятельность осуществляется добросовестно и разумно и опирается при этом на интересы потребителей.

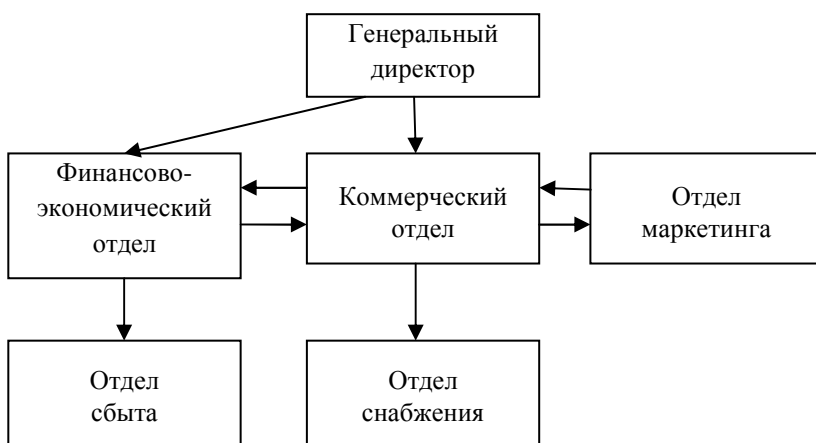


Рис. 2.3. Структура управления ООО «Сервис Логистик»

В обязанности генерального директора входит:

- заключение договоров, предусмотренных законом;
- утверждает необходимые требования, правила, а также инструкции;
- является представителем работодателя при заключении коллективного договора;
- рассматривает вопросы касательно необходимости переоценки основных фондов;
- утверждает штатное расписание;
- определяет организационную структуру;
- принимает или увольняет рабочий персонал;
- выдает вознаграждения в случае хорошей работы;
- ведет расчетные и валютные счета;
- ведет бухгалтерский учет;
- представляет годовой отчет на рассмотрение учредителям предприятия;
- осуществляет контроль над работой филиалов, подразделений и т.д.;
- участвует в подготовке собраний учредителей;
- обеспечивает внесение налогов и других обязательных платежей;
- обеспечивает безопасные условия труда;
- обеспечивает неразглашение коммерческой тайны;
- утверждает финансовые планы;
- устанавливает для персонала дополнительный отпуск или сокращение рабочего дня;
- решает остальные вопросы текущей деятельности предприятия.

Генеральный директор назначает на должность главного бухгалтера, который возглавляет финансово-экономический отдел.

По приказу генерального директора, работники финансово-экономического отдела назначаются на должность, а также освобождаются от нее [29].

Финансово-экономический отдел состоит из: главного бухгалтера, кассира, заместителя начальника отдела, ведущего экономиста и техника, а также бухгалтера по расчету заработной платы.

Основными целями финансово-экономического отдела являются:

- ведение налогового и бухгалтерского учета и формирование достоверной информации и деятельности компании;
- осуществление единой общей деятельности в области финансов;
- организация финансовой деятельности с целью использования всех материалов в процессе производства и реализации товаров;
- разработка учетной политики;
- анализ финансово-экономического состояния предприятия;
- создание выгодных условий для использования трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Финансово-экономический отдел выполняет ряд функций, к которым относятся:

- управление финансовыми ресурсами предприятия и упорядочивание финансовых отношений;
- разработка плана финансовой стратегии организации;
- реализация товаров, себестоимости и рентабельности;
- составление планов по распределению прибыли;
- оформление расчетных операций;
- соблюдение лимита остатка денег в кассе;
- своевременная оплата поставщикам за выполнение работы и оказание услуг;
- учет доходов и расходов предприятия;
- ведение и хранение необходимых документов по вопросам отчетности;
- своевременная выплата зарплаты;
- проведение мероприятий касаясь дисциплины на рабочем месте и т.д.

Финансовый отдел имеет полномочия контролировать финансовую деятельность предприятия, а также собирать данные анализа хозяйственной деятельности от других отделов. Финансовый отдел ведет переписку по вопросам финансового и налогового учета и по другим вопросам, касаемо отдела. Данный отдел привлекает к материальной или дисциплинарной ответственности персонал, по результатам проверок. Финансовый отдел не принимает к исполнению документацию, связанную с нарушением договорной дисциплины, а также без одобрения генерального директора.

В обязанности начальника финансового отдела входит подписание платежных, кредитных или расчетных документов. Начальник отдела имеет полномочия вносить предложения о перемещении работников, поощрении за эффективную работу, а также взыскания за нарушения в работе. Он визирует все документы, которые связаны с хозяйственной деятельностью предприятия. По согласованию с генеральным директором, начальник отдела привлекает специалистов к консультациям по различным вопросам.

Коммерческий отдел является структурным подразделением в составе ООО «Сервис Логистик». Начальник коммерческого отдела осуществляет общее руководство над всеми процессами, происходящими на предприятии. Что, касаемо деятельности коммерческого отдела, то данный отдел руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, уставом предприятия, приказами и другими регламентами, касающихся деятельности отдела. Отдел подчиняется непосредственно заместителю директора по коммерческим вопросам, назначаемый на должность приказом директора предприятия. Заместитель директора по коммерческим вопросам входит в состав руководителей предприятия. На его должность назначается лицо, стаж работы которого не менее 5 лет, при наличии высшего образования. Заместитель директора коммерческого отдела занимается распределением обязанностей между сотрудниками, а также утверждает их должностные инструкции.

К функциям коммерческого отдела относятся:

- определение стратегии коммерческой деятельности;
- выявление планов предприятия, касающихся финансовой деятельности;
- составление плана реализации продукции;
- принятие мер по заключению договоров с поставщиками;
- контроль над материально-техническим обеспечением организации;
- контроль над экономическими показателями деятельности предприятия;
- участие в торгах;
- обеспечение выдачи заработной платы персоналу;
- создание необходимых условий для хранения продукции;
- изучение рыночной конъюнктуры;
- бесперебойная поставка товара в магазины;
- заключение договоров, касаясь поставок продукции в магазины;
- рациональное использование транспортных средств, применение мер к оснащению данной службы необходимыми приспособлениями;
- составление финансовых и других расчетов точно в срок и т.д.

Отдел сбыта на предприятии ООО «Сервис Логистик» характеризуется тем, что является отдельным самостоятельным подразделением, который подчиняется указам и требованиям заместителя директора.

Ответственность за качество и своевременность выполнения задач несет начальник отдела сбыта, а степень ответственности остальных работников устанавливается должностными инструкциями.

К основным задачам отдела сбыта относятся:

- обеспечение рационального сбыта продукции;
- обеспечение поставок продукции предприятия потребителям точно в срок;

- рациональное хранение продукции и подготовка к от-
правке потребителю;
- определение потребности в транспортных средствах;
- внедрение стандартов предприятия касательно сбыта,
хранения и транспортировки готовой продукции;
- обеспечение защиты информации, которая составляет
коммерческую тайну.

Отдел маркетинга является самостоятельным подразделе-
нием организации, который создается или же ликвидируется
указом высшего руководства предприятия. Данный отдел под-
чиняется непосредственно высшему руководителю предпри-
ятия. Отдел маркетинга возглавляет начальник, который назна-
чается на должность приказом высшего руководства предпри-
ятия. Высшее руководство также отвечает за назначение состава
структурных подразделений, а также других работников отдела.

К функциям отдела маркетинга относятся:

- изучение рынка сбыта и потребителей;
- изучение товарной структуры;
- анализ внутренней среды предприятия;
- разработка новых технологий;
- материально-техническое снабжение;
- система управления качеством продукции;
- обеспечение системы товародвижения;
- организация сервиса, отвечающего высоким требова-
ниям качества;
- проведение товарной и ценовой политики;
- обеспечение стратегического и оперативного планиро-
вания;
- контроль маркетинга и т.д.

Отделом снабжения на предприятии ООО «Сервис Логи-
стик» является коллектив работников, которые занимаются по-
ставкой необходимых товаров для продажи. Самой основной
задачей руководителя отдела снабжения является обеспечение

предприятия нужными товарами в точно определенной срок и в определенном количестве.

Главными функциями отдела снабжения на предприятии ООО «Сервис Логистик» являются:

- обеспечение сотрудничества работников с поставщиками;
- анализ текущего состояния запасов на предприятии;
- организация сертификации поставляемой продукции;
- взаимодействие с производственными службами предприятия;
- оценка деятельности персонала по сбору информации о товарном рынке закупаемого сырья и т.д.

Таким образом, система управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» представляет собой организационную структуру, в состав которой входят: генеральный директор, финансово-экономический отдел, коммерческий отдел, отдел маркетинга, отдел сбыта и отдела снабжения. Каждый перечисленный элемент организационной структуры ООО «Сервис Логистик» дополняет и взаимодействует друг с другом. Но основную ответственность за эффективную деятельность организации несет генеральный директор ООО «Сервис Логистик», который отвечает за все процессы, происходящие в организационной структуре [30].

2.2. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Внутренняя среда предприятия ООО «Сервис Логистик» является источником его эффективной деятельности. Внутренняя среда включает в себя тот потенциал, который дает возможность ООО «Сервис Логистик» функционировать, т.е. существовать и выживать в определенных условиях и промежутке времени. Но данная среда может представлять угрозу для организации, если не обеспечивается необходимого функционирования системы управления качеством на предприятии.

Внутренняя среда предприятия ООО «Сервис Логистик» представляет собой единую организационную структуру, которая взаимодействует между собой и направляет свою деятельность на улучшение системы управления качеством.

Следует выделить то, что внутренние факторы, влияющие на систему управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» подразделяются на группы:

- личная характеристика генерального директора, т.е. его умение управлять предприятием;
- благоприятный психологический климат в коллективе;
- совершенствование системы управления на предприятии;
- качество и конкурентоспособность продукции;
- инновационная политика предприятия.

Данная классификация внутренних факторов позволяет более подробно представить данные факторы и их влияние на систему управления качеством [11].

Помимо данных факторов, влияющих на предприятие ООО «Сервис Логистик» существуют еще ряд субъективных и объективных факторов. Субъективные факторы характеризуются тем, что полностью зависят от управленческого аппарата, который включает в себя весь рабочий персонал.

Ответственность за все процессы, происходящие внутри предприятия ООО «Сервис Логистик» закрепляется за генеральным директором, который объединяет в себе лидерские и руководящие качества. Генеральный директор объединяет в себе:

- способность к творческому решению задач;
- ответственность и надежность;
- способность положительно влиять на персонал.

Самым главным звеном внутренней среды предприятия ООО «Сервис Логистик» является персонал, который и выполняет самую ответственную работу, а также оказывает сильное влияние на систему управления качеством. Для того, чтобы деятельность предприятия находилась на стадии постоянного раз-

вития, генеральный директор постоянно мотивирует рабочую силу, т.е. к данной мотивации относятся:

- экономическое вознаграждение;
- социальное взаимопонимание;
- внутреннее удовлетворение персонала от своей работы.

К экономическому фактору поощрения работников на предприятии ООО «Сервис Логистик» относится заработная плата и соблюдение прав персонала. Для улучшения системы управления качеством предприятие использует принцип сдельной платы работникам, а также вводит дополнительные возможности для реализации труда, что также сказывается и на внутреннем удовлетворении от работы.

Весомое влияние на систему управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» оказывает социальный фактор, так как взаимоотношения с персоналом формируют соответствующую атмосферу. Генеральный директор данного предприятия прибегает к различным психологическим ходам, которые значительно сказываются на поведении и деятельности рабочей силы. Для этого генеральный директор с помощью предоставления отпуска и различных наград, формирует не только благоприятную атмосферу, но и способствует улучшению показателей деятельности, что является главной целью практически для любого предприятия.

Для того, чтобы, повышать навык работников генеральный директор предприятия ООО «Сервис Логистик» проводит обучение персонала и его переподготовку. Обучения рабочей силы охватывает мероприятия по обучению внутри и вне предприятия ООО «Сервис Логистик». Планирование обучения персонала осуществляется при использовании собственных производственных ресурсов осуществляющих свою деятельность без поиска новых высококвалифицированных кадров во внешней среде [1].

На рисунке 2.4 следует отметить то, что 23% всех рабочих составляет персонал с высшим образованием, а 47% составляет рабочие со среднетехническим. Данный факт сказывается на

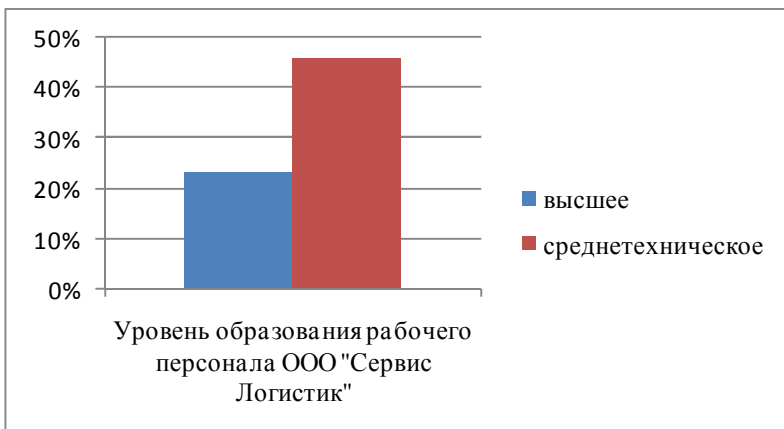


Рис. 2.4. Уровень образования рабочего персонала на предприятии ООО «Сервис Логистик» [30]

системе управления качеством на предприятии, так как организации не хватает высококвалифицированных работников, которые бы имели стаж и опыт работы.

Система управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» не может эффективно функционировать без слаженной работы менеджеров. В их ответственность входит постановка серьезных и ответственных задач, которые они тщательно должны распределить между членами команды. Так как, менеджер выполняет свою работу, используя при этом интеллект и труд, ему необходимо организовывать совместную деятельность персонала и сформировать дееспособную и продуктивную команду, чтобы выполнять поставленные цели, а также для принятия нестандартных и эффективных решений. Работая в команде, менеджеры ООО «Сервис Логистик» заботятся об уровне взаимодействия и культуре общения, опирая на следующие факторы:

- общение между персоналом строго конфиденциально;
- каждый из работников имеет право высказать свое мнение и предложить новые идеи;

- взаимоуважение между персоналом и высшим руководством.

Не менее весомое влияние на предприятие ООО «Сервис Логистик» оказывают:

- кадровый фактор, который охватывает такие процессы, как: взаимодействие менеджеров и рабочих, обучение и продвижение персонала;

- организационный фактор, включающий в себя: нормы и правила, организационные процессы, а также распределение прав и ответственностей;

- производственный фактор, в который входят: изготовление продукции, осуществление разработок, а также исследование;

- экономический фактор, который включает: процессы, связанные с обеспечением эффективного использования средств;

- маркетинговый фактор, который охватывает все процессы, связанные с реализацией продукции;

- технологический фактор.

Внутренняя среда предприятия ООО «Сервис Логистик» полностью пронизана организационной культурой, которая, как и вышеперечисленные факторы, подвергается серьезному изучению в процессе анализа влияния внутренней среды на систему управления качеством. Представление об организационной структуре предприятия ООО «Сервис Логистик», дает понять то, как персонал трудится на своих рабочих местах, как их работа сказывается на системе управления качеством, как происходит их деловое общение и многое другое.

Технологии находятся на стадии постоянного развития, поэтому предприятие ООО «Сервис Логистик» активно следит за инновационными новинками, которые обеспечивают:

- сохранность базы данных в защищенных условиях;
- возможность быстрого поиска клиентов;
- обмен информацией между сотрудниками и т.д.

Что, касаясь экономических факторов, то следует отметить, что на предприятии ООО «Сервис Логистик» осуществляется своевременная оплата труда, премирование работников, расходы на приобретение более современных компьютерных технологий, а также оплата отпуска работникам предприятия.

Маркетинговый фактор значительно сказывается на системе управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик», так как с помощью маркетинга организация устанавливает связь с рынком, т.е. удовлетворяет потребности потребителей, создает систему сбыта, а также придумывает эффективные рекламные акции. С помощью маркетинга предприятие ООО «Сервис Логистик» привлекает внимание потребителей различных категорий, формируя при этом высокий спрос, что значительно улучшает всю деятельность предприятия в целом [1].

Таким образом, влияние внутреннего фактора на систему управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» проявляется в слаженной работе персонала, умении высшего руководства правильно и рационально составить рабочий график, время отпуска, а также грамотно мотивировать персонал на увеличение показателей деятельности. Влияние экономического, производственного, организационного и технологического фактора также очень весомо, так как их соблюдение будет способствовать улучшению эффективности деятельности предприятия, а, следовательно, увеличению прибыли, что является главной целью предприятия ООО «Сервис Логистик».

2.3. ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «СЕРВИС ЛОГИСТИК»

Внешние факторы, влияющие на систему управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» характеризуется условиями, которые организация не может изменить, но учитывая их, может способствовать сохранению своих позиций на рынке и улучшению своей деятельности в целом.

Внешняя среда характеризуется средой прямого и косвенного воздействия. На рисунке 2.5 изображены четыре фактора прямого воздействия, в состав которых входят:

- 1) поставщики;
- 2) государственные законы;
- 3) потребители;
- 4) конкуренты.

Влияние поставщиков на деятельность предприятия проявляется в том, что они осуществляют поставки точно в установленный срок, а объем данной поставки строго отвечает требованиям организации. На предприятии ООО «Сервис Логистик» насчитывается около 15 поставщиков [5].

Весомое влияние на систему управления качеством на предприятие, оказывает политический фактор, в состав которого входят: закон и государственные органы. Как известно, влияние государства на деятельность предприятия проявляется через налоговую систему, бюджет и государственную собственность. К примеру, высокие ставки налогов значительно сказываются на показателях прибыли организации. Но имеются и положительные стороны политического фактора. Предприятие ООО «Сервис Логистик» находится на общепринятой системе налогообложения и перечисляет в бюджет 20% от прибыли.

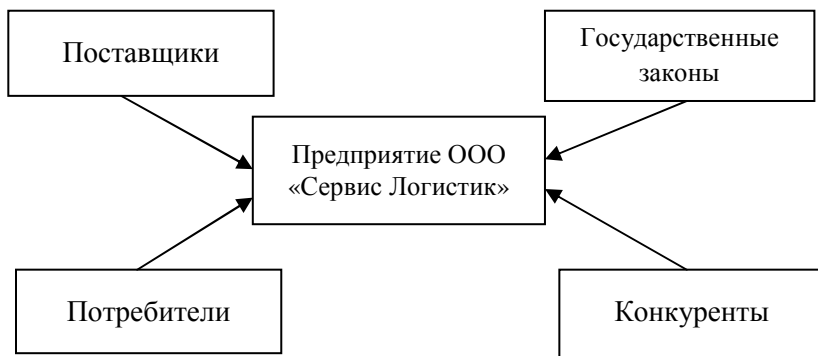


Рис. 2.5. Внешняя среда прямого воздействия на предприятие ООО «Сервис Логистик»

Деятельность предприятия ООО «Сервис Логистик» направлена на удовлетворение потребностей потребителей, путем продажи качественного товара. Ведь именно от спроса потребителей зависит насколько будет эффективной система управления качеством на предприятии.

На рисунке 2.6 изображен график спроса на продукцию в течение 2011 – 2015 гг., по которому можно отметить то, что предприятие «Колобок» является самым опасным конкурентом для предприятия ООО «Сервис Логистик», так как показатели спроса потребителей на продукцию «Колобок» с каждым годом растут. Хотя и предприятие ООО «Сервис Логистик» не сильно уступает позициям предприятия «Колобок», следует провести необходимые мероприятия, которые будут способствовать росту спроса и лидерству среди конкурентов [10].

Влияние потребителей на организационную структуру отражается в том, что они стимулируют персонал на более качественное обслуживание и продажи товаров, с целью получения максимальной прибыли. На предприятии ООО «Сервис Логистик» насчитывается около 367 потребителей, которые постоянно совершают покупки. Потребители также оказывают влияние на цели и общую стратегию организации. ООО «Сервис Логистик» также учитывает ряд факторов, которые могут отразиться

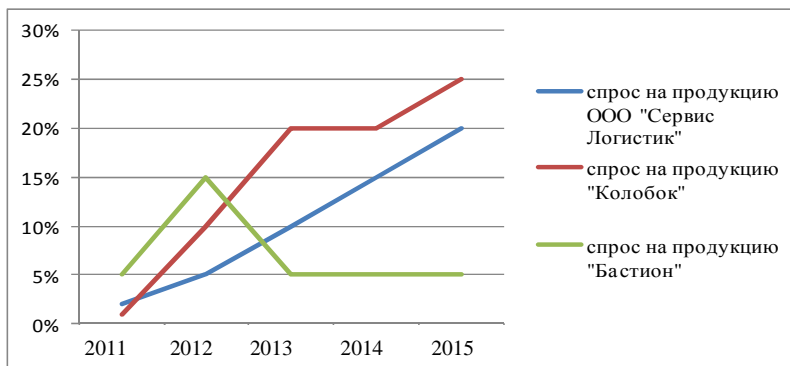


Рис. 2.6 Спрос потребителей на продукцию за 2011 – 2015 гг.

на поведении и спросе потребителей. Изучение потребительского поведения необходимо для того, чтобы снизить их негативное влияние.

Влияние на предприятие ООО «Сервис Логистик» такого фактора как конкуренция, проявляется во многих аспектах управления. Если недооценить конкурентов, то можно добиться этим значительных финансовых потерь, а также данный факт может привести к кризису. У предприятия ООО «Сервис Логистик» выделяются всего два сильных конкурента, но несмотря на это данные конкурирующие организации занимают значительную долю рынка и соответственно определенные объемы прибыли. К данным конкурентам относятся предприятие «Колобок» и предприятие «Бастион».

На рисунке 2.7 изображена диаграмма, на которой можно отметить то, что лидирующие позиции с 2013 по 2015 гг. занимает предприятие «Колобок», а организация ООО «Сервис Логистик» не сильно отстает в своей деятельности от данного предприятия, а на последнем месте располагается предприятие «Бастион».

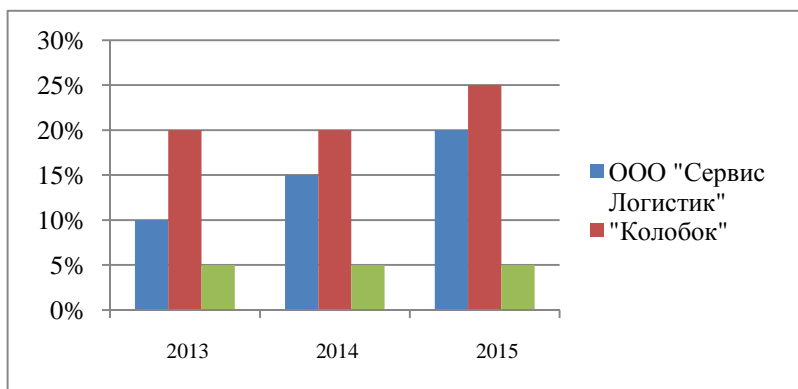


Рис. 2.7. Позиции предприятий по Тамбовской области за 2013 – 2015 гг.

Таким образом, основными элементами прямого воздействия являются потребители и конкуренты, так как именно от спроса потребителей зависит то, какую именно позицию займет предприятие среди конкурирующих сторон. Для этого, организации ООО «Сервис Логистик», необходимо разработать мероприятия по улучшению системы управления качеством на предприятии, а также всегда учитывать влияние факторов внешней среды [10].

Макросреда предприятия ООО «Сервис Логистик» представлена факторами, которые влияют на организацию, но не оказывают при этом непосредственного воздействия на ее текущую деятельность.

Выделяют пять факторов косвенного воздействия на предприятие ООО «Сервис Логистик». К данным факторам относятся:

- технологический;
- экономический;
- социокультурный;
- политический;
- международный.

Данные факторы, хоть и не сильно сказываются на деятельности предприятия ООО «Сервис Логистик», но их влияние значительно проявляется в общей ситуации, происходящей в мире.

Среда косвенного воздействия очень не предсказуема, поэтому зачастую при ее исследовании приходится опираться на прогнозы.

Для предприятия ООО «Сервис Логистик» технологический фактор является одновременно фактором внешней среды, а также фактором внутренней среды организации. Что касается внешней среды, то данный фактор отражает:

- уровень научно-технического прогресса;
- степень влияния инноваций на систему управления качеством;
- упрощение в пользовании, а также использование более качественной и модернизированной технологии;

- эффективность производства и продажи товара;
- скорость устаревания технологии;
- сбор, хранение и распределение необходимой информации;
- разработка новых методов рекламы и т.д.

Предприятие ООО «Сервис Логистик» планирует приобрести более современную компьютерную технологию, которая значительно упростит пользование программой, а также сократит рабочее время.

Технологический фактор оказывает весомое влияние на организационную структуру предприятия, так как современные технологии не только значительно сокращают и упрощают работу персонала организации, но также способствуют всеобщему развитию предприятия. К примеру, использование на предприятии ООО «Сервис Логистик» новых программ, необходимых для ведения отчетности и других важных документов, а также более упрощенный метод хранения, передачи и рекламы необходимой информации, касаемо товара.

Экономический фактор оказывает сильное влияние на общую ситуацию как в стране, так в регионе. Влияние экономического фактора существенно сказывается на деятельности предприятия ООО «Сервис Логистик», так как состояние экономики может оказать сильное влияние на общие стратегические цели организации.

К экономическим факторам, влияющим на систему управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» относятся:

- темп инфляции;
- налоговая ставка;
- ВВП и ВНП;
- уровень безработицы;
- стабильность национальной валюты.

Изменения, происходящие в экономике, могут оказать негативное, а также и положительное влияние на деятельность предприятия. К примеру, если повысятся налоги, то предприятию ООО «Сервис Логистик» будет намного сложнее продолжать свою деятельность, так как показатели прибыли значительно ухудшаться. Данный факт также скажется на организационной структуре предприятия, потому что из-за убытков высшему руководству придется сократить заработную плату персоналу или прибегнуть к увольнению.

Организация ООО «Сервис Логистик» тщательно следит за изменениями, происходящими в экономической среде, именно поэтому у данного предприятия наблюдается:

- стабильный спрос на продукцию;
- конкурентоспособность;
- своевременная выплата заработной платы персоналу;
- высокие показатели прибыли.

Система управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» представлена в виде организационной структуры, поэтому влияние социокультурного фактора очень важно для деятельности компании.

К социокультурным факторам, оказывающим влияние на деятельность предприятия, относятся:

- жизненные ценности страны;
- различные нормы и обычаи;
- демографические характеристики.

Социокультурные факторы сказываются на внутренней среде предприятия ООО «Сервис Логистик» тем, что влияют на:

- формирование спроса потребителей;
- уровень заработной платы;
- условия труда;
- взаимоотношения в коллективе.

Демографический фактор, включающий в себя пол, возраст, национальность, уровень образования, уровень доходов, взаимодействует со спросом потребителей на продукцию предпри-

ятия ООО «Сервис Логистик». Данное взаимодействие проявляется в предпочтениях и вкусах потребителей.

На рисунке 2.8 изображена категория покупателей по половому признаку, на которой 45% составляют мужчины, а 55% принадлежит женщинам [30].

На рисунке 2.9 представлена диаграмма, на которой изображена категория покупателей по возрастной структуре. По данному рисунку, можно сделать вывод о том, что покупатели в возрасте от 18 до 29, а также от 30 до 49 приобретают товары предприятия ООО «Сервис Логистик» больше всего.

В настоящее время очень важными вопросами, касаемо социокультурного фактора являются:

- отношение общества к предпринимательству;
- роль женщин в обществе;
- роль национальных меньшинств в обществе;
- движения в защиту потребителей.

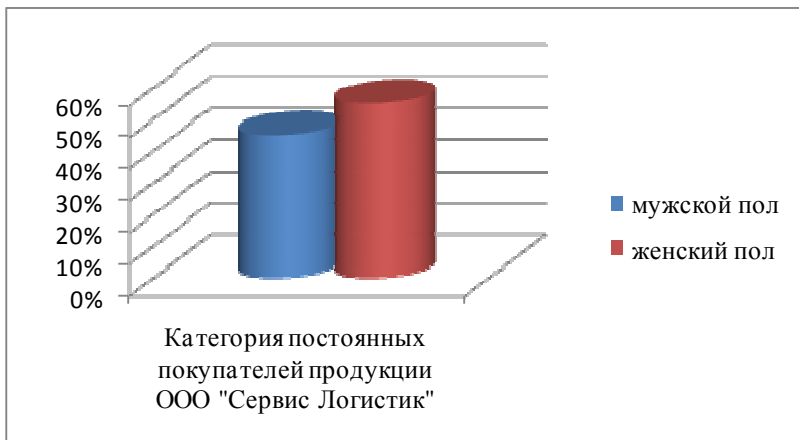
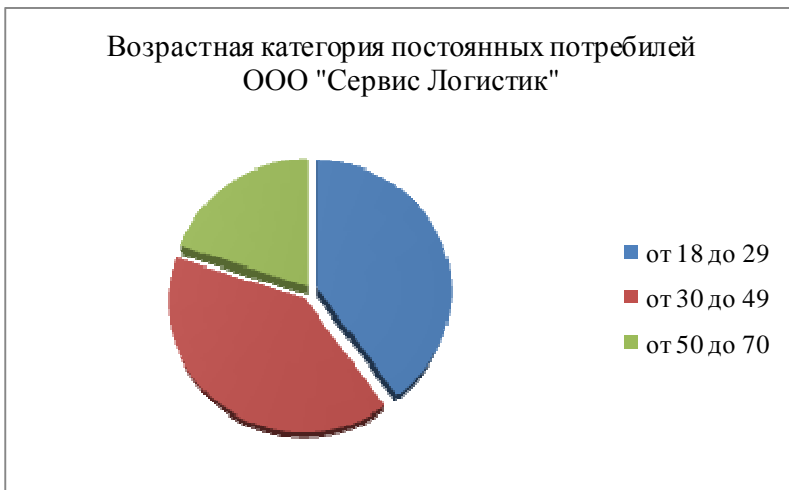


Рис. 2.8. Категория постоянных покупателей продукции ООО «Сервис Логистик»



**Рис. 2.9. Возрастная категория постоянных потребителей
продукции ООО «Сервис Логистик»**

Предприятие ООО «Сервис Логистик» активно следит за изменениями, происходящими в обществе, а также прогнозирует последствия, которые очень важны для принятия решений, касаемо деятельности предприятия.

Для успешного процветания своей деятельности, предприятие ООО «Сервис Логистик» активно следит за изменениями, происходящими в политике. В основе политического фактора, влияющего на систему управления качеством на предприятии, лежат законодательные акты, а также различные политические действия, целью которых является установление контроля над предприятием ООО «Сервис Логистик». Изучение предприятием политической среды, необходимо для того, чтобы организация имела представление о предстоящих изменениях в области законов, в отношении общества, а также в области денежных средств [30].

Международные изменения, происходящие во внешней среде, проявляются в том, что она происходит за пределами страны и дают возможность развиваться предприятиям за границей.

Международная среда способствует:

- появлению новых конкурентов;
- появлению новых поставщиков, потребителей;
- формированию новых технологий;
- развитию новых социальных тенденций.

Для предприятия ООО «Сервис Логистик» международный фактор очень важен, так как именно он способствует развитию организации.

Таким образом, предприятие ООО «Сервис Логистик» активно следит за изменениями, происходящими во внешней среде. Данная организация также извлекает для себя полезную информацию с помощью факторов внешней среды, занимается поиском новых поставщиков, следит за новыми технологиями и т.д.

Глава 3

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

3.1. РАССМОТРЕНИЕ И ОЦЕНКА ТЕКУЩИХ РЕЗУЛЬТАТОВ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Для того чтобы рассмотреть текущий результат деятельности предприятия ООО «Сервис Логистик» необходимо обратить внимание на прибыль. Прибыль является общим финансовым результатом и обеспечивает при этом эффективность производственной, инвестиционной, а также финансовой деятельности предприятия ООО «Сервис Логистик». Финансовый результат характеризуется показателями текущей деятельности предприятия, т.е. объемом продаж и полученного дохода, а также складывается по результатам производства и реализации продукции. Финансовый результат предприятия ООО «Сервис Логистик» зависит от ряда факторов:

- соблюдения договорной и платежной дисциплины;
- изменений во внешней среде;
- степени использования предприятием производственных ресурсов.

Доходы предприятия ООО «Сервис Логистик» складываются из доходов от основной деятельности, иными словами от оптовой торговли. По итогам основной деятельности определяется валовая прибыль предприятия, учитывая ее как разницу между выручкой и себестоимостью реализации товаров. Учитывая полученные расходы и доходы, предприятие ООО «Сервис Логистик» определяет прибыль, подлежащую налогообложению

по ставкам налога на прибыль, которая утверждается для всех видов деятельности. После выплаты всех налогов в распоряжении организации закрепляется чистая прибыль, которая подразделяется на дивиденды, выплачиваемые на развитие организации, а также собственникам бизнеса.

Валовая прибыль рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{ВП} = \text{В} - \text{С}, \quad (3.1)$$

где ВП – валовая прибыль; В – выручка; С – себестоимость реализованной продукции.

На предприятии ООО «Сервис Логистик» выручка трактуется как количество денежных средств, получаемых организацией за определенный период времени, за счет продажи товаров или услуг. Выручка отличается от прибыли тем, что прибыль рассчитывается по формуле:

$$\text{П} = \text{В} - \text{Р}, \quad (3.2)$$

где П – прибыль; В – выручка; Р – расходы (издержки).

Выручка от реализации продукции состоит из денежных средств, которые получены в результате реализации товаров по ценам в соответствии с договором. На предприятии ООО «Сервис Логистик» методом подсчета выручки является метод начисления, т.е. выручка начисляется в том случае, если у потребителей возникает обязательства касаясь оплаты продукции. Начисление происходит в момент отгрузки потребителю продукции.

Себестоимость представляет собой затраты на производство или реализацию товаров, а также выполнение или оказание услуг. Как правило, себестоимость составляют расходы, относящиеся к выпускаемой продукции, но возможен вариант подсчета себестоимости, при котором управленческие и коммерческие расходы также распределяются на стоимость выпускаемой продукции.

Исходя из данных бухгалтерской отчетности за 2015 г. (см. табл. 3.1).

3.1. Данные бухгалтерской отчетности за 2015 г.

Наименование	Количество	Единица измерения
Выручка	50 950	тыс. р.
Себестоимость	44 846	тыс. р.
Валовая прибыль	6104	тыс. р.

Следующим показателем эффективности результатов деятельности предприятия ООО «Сервис Логистик» является прибыль от продаж. Она является одним из основных показателей прибыли, отражаемой в бухгалтерской отчетности. Прибыль от продаж отражает эффективность всей основной деятельности организации и при этом трактуется как разница между валовой прибылью, коммерческими расходами и управленческими расходами.

На изменение прибыли от продаж оказывают ряд факторов, в состав которых входят изменение:

- цен на реализованную продукцию;
- объема продукции по основной стоимости;
- объема продукции из-за изменений в структуре продукции;
- себестоимости из-за структурных сдвигов в составе продукции;
- цен на материалы, тарифы или услуги;
- хозяйственной дисциплины [10].

Коммерческие расходы – это затраты, которые связаны с отгрузкой и реализацией товара, включающие стоимость тары, приобретаемой на стороне, оплату упаковки товара сторонниками предприятия, расходы на доставку, погрузку в транспортные средства, комиссионные сборы и отчисления, а также затраты на рекламу.

3.2. Данные бухгалтерской отчетности за 2015 г. ООО «Сервис Логистик»

Наименование	Количество	Единица измерения
Валовая прибыль	6104	тыс. р.
Коммерческие расходы	3542	тыс. р.
Прибыль от продаж	2562	тыс. р.

Согласно Налоговому Кодексу Российской Федерации (НК РФ) гл. 25, расходами являются обоснованные затраты, которые осуществляются налогоплательщиками, а также некоторые виды убытков.

Исходя из бухгалтерской отчетности на предприятии ООО «Сервис Логистик» за 2015 г. (табл. 3.2), где для того чтобы узнать прибыль от продаж нужно:

Прибыль от продаж = вал прибыль – коммерческие расходы.

(3.3)

Следующим показателем эффективности является прибыль до налогообложения:

Прибыль от продаж + операционные доходы и расходы +
+ внереализационные доходы и расходы.

Для предприятия ООО «Сервис Логистик» операционными доходами или расходами является поступления и платежи банков, предприятий, которые связаны с проведением за определенный период финансовыми и производственными операциями. Операционные доходы включают в себя чистую выручку от продаж, проценты по кредитам и вкладам, комиссионные сборы и т.д.

Операционными расходами являются те расходы, которые связаны с:

- предоставлением за оплату во временное пользование активами предприятия;
- продажей и прочим списанием основных средств, которые отличны от денежных средств товаров;
- процентами, которые уплачиваются организацией из-за возможности пользоваться ей денежными средствами;
- оплатой услуг, которые оказывают кредитные организации;
- отчислениями в оценочные резервы.

Внереализационные доходы являются доходами, которые не указаны в ст. 249 НК РФ. Внереализационными доходами налогоплательщика являются доходы:

- от долевого участия;
- в виде выплаты штрафов или иных санкций из-за нарушения договорных обязательств;
- от сдачи имущества в аренду.

Внереализационными доходами являются:

- штрафы возлагаемые за нарушение каких-либо условий договора;
- безвозмездное получение активов;
- поступления в возмещения причиненных предприятию ущербов;
- прибыль прошлых лет;
- сумма кредиторской и депонентской задолженности;
- курсовые разницы.

Внереализационными расходами являются:

- штрафы, при несоблюдении условий договоров;
- возмещение ущербов, которые причинила организация;
- ущерб прошлых лет, находящийся в отчетном году;
- сумма дебиторской задолженности;
- перечисление средств, связанных с благотворительностью, а также расходы спортивных мероприятий, развлечений и т.д.;

– сумма уценки активов.

На предприятии ООО «Сервис Логистик» прибыль до налогообложения = $2562 - 166 = 2396$ тыс. р.

Самым важным показателем эффективности является чистая прибыль.

Чистая прибыль является частью валового дохода, которая закрепляется за организацией после фонда оплаты труда и выплаты определенных налогов, отчислений, обязательных платежей в бюджет, в вышестоящие предприятия и банки. Чистая прибыль является главным источником для формирования денежных накоплений предприятия ООО «Сервис Логистик». Часть чистой прибыли распределяется между лицами, учитывая их доли в уставном капитале общества, в то время как другая часть прибыли идет на прочие нужды.

Формула расчета чистой прибыли имеет следующий вид:

$$\begin{aligned} \text{Чистая прибыль} &= \text{прибыль до налогообложения} - \\ &- \text{текущий налог на прибыль.} \end{aligned} \quad (3.4)$$

Сумму текущего налога на прибыль должны быть равна той величине налога, которую компания отразила в декларацию по налогу на прибыль. Ее определяют по формуле:

$$\begin{aligned} \text{Текущий налог на прибыль} &= \text{прибыль компании по данным} \\ &\text{бухгалтерского учета} \times \text{на ставку налога на прибыль.} \end{aligned} \quad (3.5)$$

$$\text{Текущий налог на прибыль} = 2396 \text{ тыс. р.} \cdot 20\% = 479 \text{ тыс. р.}$$

$$\text{Чистая прибыль} = 2396 \text{ тыс. р.} - 479 \text{ тыс. р.} = 1917 \text{ тыс. р.}$$

Для того, чтобы, оценить текущий результат деятельности предприятия ООО «Сервис Логистик», необходимо сравнить деятельность за аналогичный период предыдущего года, что указано в табл. 3.3.

3.3. Деятельность предприятия за 2014–2015 гг.

Наименование показателей	2015 г.	2014 г.
Валовая прибыль	6104	13 871
Прибыль (убыток) от продаж	2562	6389
Прибыль (убыток) до налогообложения	2396	6286
Чистая прибыль	1917	5029

Рассмотрев и проанализировав всю деятельность предприятия ООО «Сервис Логистик» следует отметить то, что деятельность предприятия по сравнению с 2014 г. ухудшилась на 62%. Данный результат является катастрофическим для организации, не смотря на то, что предприятие ООО «Сервис Логистик» не является убыточным. Как уже было сказано ранее, главной целью предприятия ООО «Сервис Логистик» является получение прибыли. Необходимый уровень прибыли позволяет решать комплекс задач, которые обуславливают стабильность и эффективность деятельности, а также создание крепкой и устойчивой материальной базы для реализации экономических функций государства. При соотношении прибыли и затраченных ресурсов можно определить эффективность деятельности предприятия в целом. Недостаточный уровень прибыли ведет к динамичному перераспределению ресурсов в экономике [10].

Таким образом, следует подвести итог, что предприятие ООО «Сервис Логистик» нуждается в повышении эффективности системы управления качеством, проведя при этом ряд мероприятий.

3.2. РАЗРАБОТКА ПЛАНА ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Для повышения эффективности системы управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» необходимо ставить новые цели и стремиться к их выполнению. Проведя анализ выяснилось, что предприятие находится в критическом состоянии, поэтому разработка плана по повышению эффективности системы управления качеством просто необходима.

Для этого следует предложить ряд мероприятий, которые значительно улучшат показатели прибыли, а также положительно скажутся на системе управления качеством.

Для того, чтобы, предприятию ООО «Сервис Логистик» было легче привлечь финансовые средства, а также расширить клиентскую базу необходимо ввести разнообразие в ассортимент реализуемой продукции и значительно увеличить его. Но не нужно забывать при этом, что новая продукция должна быть еще более востребована, чем старая, иначе предприятие вновь потерпит убытки и данный план окажется не эффективным. Для начала необходимо проанализировать сегменты рынка сбыта. Предприятие ООО «Сервис Логистик» занимается продажей алкогольных напитков, но после введения закона об ограничении продажи пивных напитков, была запрещена розничная продажа спиртных напитков с 21.00 до 8.00. Также данный закон предусматривает то, что нельзя продавать алкоголь после 23.00 в предприятиях общепита и закусочных, которые расположены в зданиях жилых домов. Что, касаясь павильонов и киосков, то в данных торговых точках продажа алкоголя строго запрещена. В связи с данными изменениями многие потребители были вынуждены отказаться от сотрудничества с предприятием ООО «Сервис Логистик», поэтому объем реализуемой продукции в 2013 г. значительно сократился. В данной сложившейся ситуации самым рациональным решением будет привле-

чение новых поставщиков с другим направлением деятельности, т.е. прибегнуть предприятию к расширению продукции.

Так как, основным направлением торговли предприятия ООО «Сервис Логистик» является пиво и пивные напитки, то уместным решением будет создание новых контрактов с дополняющим ассортиментом:

- бакалея, т.е. сухарики, чипсы, орешки, снеки и т.д.;
- газированные и негазированные безалкогольные напитки, т.е. соки, лимонады и т.д.;
- минеральные воды;
- чай, кофе;
- кондитерские изделия, например, шоколад или конфеты.

Не менее важной проблемой для современных предприятий является острая борьба с конкурирующими предприятиями.

Конкуренция трактуется как состояние между производителями или продавцами товаров, а также как борьба за рынки сбыта с целью получения прибыли. Рыночная специфика экономических отношений заключается в свободе выбора для покупателей и продавцов. Механизм рынка взаимодействует при помощи соотношения спроса и предложения, что включает в себя подвижность цен, конкурентоспособность товаров, а значит и товаропроизводителей. Конкуренция является неотъемлемой частью рыночной среды, как необходимое условие развития предпринимательской деятельности.

Что, касаясь, предприятия ООО «Сервис Логистик», то данной организации следует обратиться к следующим методам конкурентной борьбы:

- ценовой метод;
- неценовой метод.

Ценовой метод характеризуется тем, что в конкурентной борьбе за внимание потребителей и завоевании рынка, используется метод снижения цен. При принятии данного метода предприятие ООО «Сервис Логистик» надеется на то, что при использовании сниженной цены на товары, удастся ухудшить

позиции предприятий-конкурентов. Достигнув лидирующих позиций на рынке, при росте цен восполняются временные потери прибыли.

В современных условиях помимо снижения цен, основным методом конкурентной борьбы является снижение затрат производства и обращения. Данным прием является долгосрочной стратегией для развития предприятия ООО «Сервис Логистик».

Неценовой метод в настоящее время является основополагающим в условиях рыночной экономики. Смысл данного метода состоит в том, что повышается качество производимых товаров, улучшается послепродажное и до продажное обслуживание. Данный факт означает то, что в конкурентной борьбе предприятию ООО «Сервис Логистик» следует уделять особое внимание:

- высокому качеству товаров;
- надежности хранения товаров;
- экономичности товаров;
- упаковке продукции;
- лучшим экологическим характеристикам;
- большому сроку использования и хранения;
- способу доставки товара;
- возрастающей скорости при выполнении заказов потребителей.

На основе проведенного анализа, следует также отметить, что предприятие ООО «Сервис Логистик», не смотря на сплоченную организационную структуру, нуждается в новых кадрах. Данный фактор значительно скажется на системе управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик», так как новые взгляды, свежие мысли и силы работников, смогут расширить потенциал организации. Именно при привлечении новых кадров из вне, расширится клиентская база, а также ассортимент с контрактами. А остальные работники, почувствовав внутреннюю меж коллективную конкуренцию, будут выполнять свою работу четче и слаженней, что значительно скажется на эффективности предприятия.

В наше время ни одно предприятие не сможет нормально функционировать без грамотной маркетинговой политики. Предприятию ООО «Сервис Логистик» необходимо использовать рекламу своей продукции, как один из методов улучшения системы управления качеством, так и всей деятельности организации в целом. Ведь реклама является двигателем торговли, но в более широком своем понимании она трактуется как двигатель прогресса. Большинство успешных предприятий, которые пользуются современными технологиями, узнают о новинках именно с помощью рекламы. Соответственно новые товары быстрее получают спрос, а это означает, что передовые технологии и производство развивается гораздо более высокими темпами.

Для продвижения своей продукции предприятию ООО «Сервис Логистик» следует использовать:

- радио, телевидение, газеты, журналы, т.е. любые оплаченные конкретным лицом формы коммуникаций, которые предназначены для продвижения товаров;
- различные виды маркетинговой деятельности, которые стимулируют покупательскую активность, работу дистрибьюторов и торгового персонала;
- использование связи с общественностью, т.е. усилия по созданию благоприятного представления о товаре, отложенного в сознании потребителя;
- необходимые средства для осуществления стимулирования торговли включают в себя использование средств, доставляющих маркетинговое обращение в места продажи и которые повышают вероятную степень приобретения товаров покупателями; к примеру: купоны магазина, расположенные внутри, напоминают покупателю об определенном товаре, доставляют ему при этом маркетинговое обращение, а также информируют о выгодах будущей покупки;
- выдача специальных сувениров, т.е. бесплатных подарков, которые служат, напоминая о предприятии, которое производит товар;

– финансовая поддержка, т.е. спонсорство, оказываемое компанией некоммерческим предприятиям при организации различных мероприятий в обмен на установления с ними сотрудничества; также спонсорская деятельность может значительно повысить престиж предприятия и сформировать положительное представление о ее деятельности.

Для предприятия ООО «Сервис Логистик» также выгодным будет проведение акций, которые способствуют выстраиванию взаимоотношений, продаже, определению выгод покупателя от взаимодействия с продавцом. При этом акции прямого маркетинга являются хорошей возможностью для экспериментов, с целью улучшения продаж и обслуживания клиентов, так как гибкость данного маркетингового инструмента дает право продавцу применять акцию или нет, а также менять способы обращения к клиентам на разных этапах продажи.

Логичным завершением плана по разработки улучшения системы управления качеством является создание персонального сайта для предприятия ООО «Сервис Логистик». Рост пользователей сетью интернет огромен, потому что потребили разного пола, возраста, а также социального статуса пользуются данной сетью. Столь высокий процент пользования вызван тем, что в современном мире сеть интернет – это не только метод общения, а также и способ дополнительного заработка и рекламирования своей продукции. В России количество пользователей сетью интернет уже превысило 25 миллионов человек, причем в их состав входят топ-менеджеры, руководители и ведущие специалисты.

При создании своего персонального сайта предприятие ООО «Сервис Логистик» сможет добиться следующих плюсов:

- дополнительная возможность привлечения клиентов;
- размещение контактной и справочной информации о деятельности предприятия;
- сокращение времени на удовлетворение потребностей потребителей с информационной точки зрения;
- круглосуточная доступность информации.

Таким образом, следует отметить то, что проведение данных мероприятий может значительно улучшить систему управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик». Для этого нужно продумывать каждый ход по продвижению своей продукции, соотнося при этом текущее финансовое состояние предприятие, а уже исходя из тех экономических данных, которые имеет предприятие, создавать грамотную политику по расширению ассортимента продукции и борьбы с конкурирующими сторонами.

3.3. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «СЕРВИС ЛОГИСТИК»

Благодаря проведению мероприятий по улучшению системы управления качеством, предприятие ООО «Сервис Логистик» добилось того, что на сегодняшний день занимает лидирующие позиции по всей Тамбовской области.

Предприятие ООО «Сервис Логистик» тщательно изучило вкусы и предпочтения потребителей и, опираясь на полученные сведения, расширило ассортимент продукции. На данный момент в новый ассортимент товаров ООО «Сервис Логистик» входят: минеральная вода, лимонад, сухарики, чипсы, снеки, семечки.

Предприятие ООО «Сервис Логистик» заключило новые контракты с поставщиками, поэтому теперь поставляемая продукция, стала лучше по качеству, а, следовательно, более востребована.

Как известно, у предприятия ООО «Сервис Логистик» были два основных конкурента:

- 1) «Колобок»;
- 2) «Бастион».

Хоть и организация имела достаточно не плохие показатели прибыли, предприятие ООО «Сервис Логистик» стремится занять лидирующие позиции среди конкурирующих сторон.

В борьбе с конкурентами предприятие использовало ценовой и неценовой метод. Были снижены цены на издержки. Поэтому количество товаров, которое продает предприятие, будет зависеть от уровня издержек, а, следовательно, от значения издержек зависит, насколько успешной будет деятельность организации.

Предприятие ООО «Сервис Логистик» добилось расширения ассортимента продаваемого товара, а также заключило выгодные контракты с поставщиками. Но, для стабильной деятельности, организации необходимо привлечь новые кадры, которые обладают навыками и опытом работы.

Из рисунка 2.4 видно то, что в 2015 г. в ООО «Сервис Логистик» 23% составляли рабочие с высшим образованием, а со средним 47%.

Благодаря проведению мероприятий по улучшению системы управления качеством ситуация значительно изменилась.

На рисунке 3.1 можно отметить то, что в 2015 г. персонал с высшим образованием составляет 50%, а со средним 25%.

Данный факт означает то, что предприятие ООО «Сервис Логистик» добилось успеха, касаясь привлечения новых кадров и создания более высококвалифицированной организационной структуры.

Новые кадры, осуществляющие свою деятельность на предприятии, обладают следующими качествами:

- способность креативно мыслить;
- способность воплощать творческие идеи в жизнь;
- коммуникабельность;
- наличие высшего образования;
- навык работы;
- уважение к высшему руководству;
- способность решать проблемы по мере их поступления.

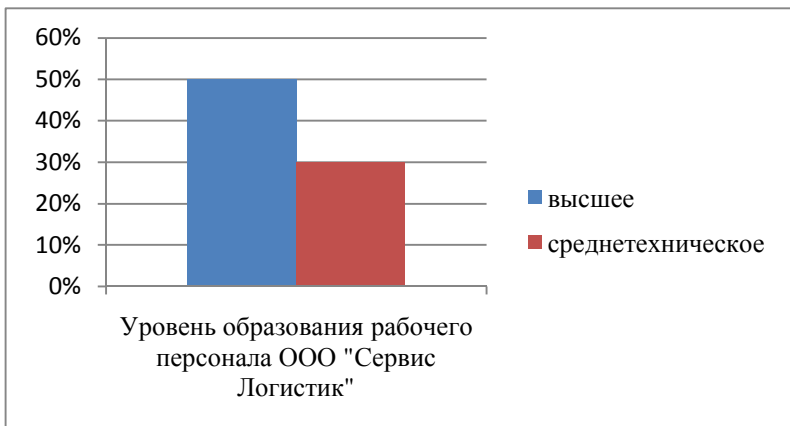


Рис. 3.1. Уровень образования персонала на предприятии ООО «Сервис Логистик» 2015 г.

Но для того чтобы персонал был ознакомлен с деятельностью организации и подробно изучил ее, предприятие ООО «Сервис Логистик» стало проводить тренинги для своих сотрудников, включающие в себя:

- продажу товара;
- сотрудничество с поставщиками;
- управление;
- маркетинг;

Что, касаясь, рекламной деятельности, то следует отметить то, что предприятие добилось определенных успехов. Благодаря тому, что организация разместила рекламу о своей деятельности, спрос на продукцию значительно увеличился.

На рисунке 3.2 видно то, что продукция предприятия ООО «Сервис Логистик» стала самой востребованной по сравнению с другими предприятиями.

Таким образом, благодаря проведению мероприятий по улучшению системы управления качеством, предприятию удалось добиться лидирующих позиций по сравнению с конкурирующими сторонами по всей Тамбовской области.

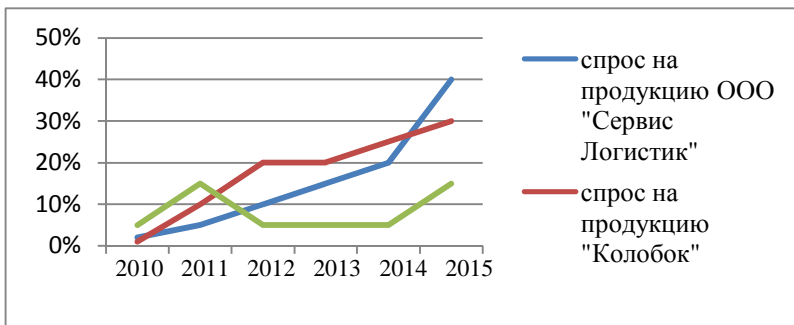


Рис. 3.2. Спрос на продукцию ООО «Сервис Логистик» 2010 – 2015 гг.

Рекламная деятельность заключается в том, что предприятие:

- продукция предприятия транслируется по радио;
- создание рекламных образцов предприятия;
- вывеска плакатов внутри супермаркетов или гипермаркетов.

Предприятие ООО «Сервис Логистик» стало оказывать спонсорскую поддержку местной футбольной команде, что значительно подняло рейтинг организации. Таким образом, предприятие приобрело узнаваемость и поддержку среди футбольных болельщиков.

Следующим шагом, значительно улучшившим деятельность предприятия ООО «Сервис Логистик», является проведение акций. Для осуществления данного мероприятия, организация применила определенный метод. То есть, к примеру, при покупке пяти упаковок воды, в подарок покупатель получает одну упаковку бесплатно; при покупке одной коробки семечек, в подарок вручается одна упаковка семечек по 100 г.

Создание персонального сайта предприятия ООО «Сервис Логистик» является завершающим этапом. Данное мероприятие значительно сказывается на деятельности организации, так как собственный сайт способствует:

- открытию широких возможностей и перспектив развития;
- экономии времени;
- получению дохода;
- рекламе продукции;
- обмену информации;
- вывески объявлений.

Персональный сайт предприятия ООО «Сервис Логистик» к последнему времени очень посещаем, так как на нем размещаются различные скидки на продукцию, акции, рекламы, объявления, вакансии, а также спонсорские программы.

По данным рис. 3.3, можно сказать то, что посещаемость сайта стабильно растет и данное развитие обусловлено тем, что была проведена эффективная стратегия по улучшению деятельности организации ООО «Сервис Логистик».

Следует упомянуть о том, что теперь предприятие получает прибыль с помощью контекстной рекламы. На данном сайте в автоматическом режиме, организация занимается продвижением товаров, а, соответственно, получает прибыль.

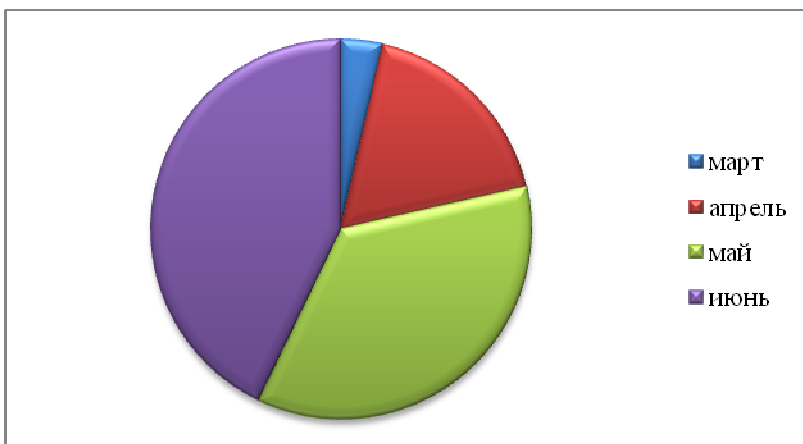


Рис. 3.3. Посещаемость сайта ООО «Сервис Логистик» в 2015 г.

Благодаря созданию сайта, предприятие улучшило свою деятельность во всем, заняв лидирующие позиции среди конкурирующих сторон.

Подводя итог, следует отметить, что предприятие добилось прироста:

- выручки;
- партнеров;
- покупателей;
- кадров;
- технологии;
- информации;
- прибыли.

В связи, со сложившимися экономическими и политическими изменениями, деятельность предприятия ООО «Сервис Логистик» была малоприбыльной, но благодаря проведению мероприятий по улучшению системы управления качеством, организация вновь стала функционировать и развиваться.

На основании данных улучшений, можно смело заявить о том, что возросли показатели прибыли.

На основании табл. 3.4, нужно сделать вывод о том, что предприятие ООО «Сервис Логистик» стало значить набирать обороты. Подробнее анализ выручки изображен на рис. 3.4.

3.4. Анализ выручки на предприятии ООО «Сервис Логистик»

Показатели выручки	Март	Апрель	Май	Июнь
2013	7100	6950	7900	8050
2014	2705	2400	2605	2550
2015	1917	1950	2100	3705

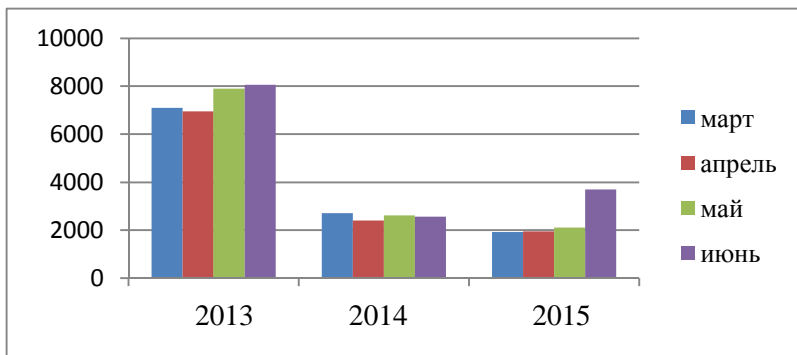


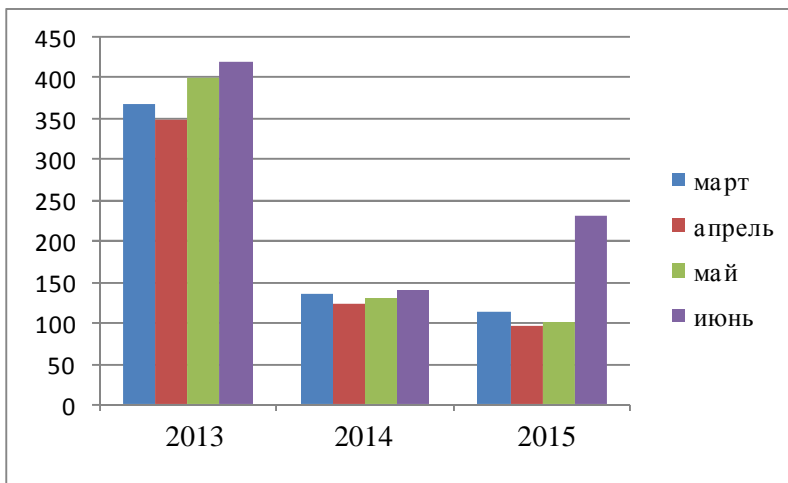
Рис. 3.4. Анализ выручки на предприятии за 2013 – 2015 гг.

На рисунке 3.4 нужно обратить внимание на то, что в 2013 г. деятельность предприятия ООО «Сервис Логистик» была намного прибыльней, чем в 2014 г. В 2014 году наблюдается значительный спад, который усугубил деятельность предприятия. Но, с помощью реализации мероприятий по повышению системы управления качеством на предприятии, организации удалось в июне 2015 г. значительно улучшить показатели выручки.

Из таблицы 3.5 следует, что показатели прибыли также сильно возросли. Более подробно анализ прибыли за 2013 – 2015 гг. представлен на рис. 3.5.

3.5. Анализ прибыли на предприятии ООО «Сервис Логистик»

Показатели выручки	Март	Апрель	Май	Июнь
2013	370	350	400	420
2014	136	123	130	140
2015	112	97	100	230



**Рис. 3.5. Анализ прибыли на предприятии
ООО «Сервис Логистик»**

По данным рис. 3.5 можно сделать вывод о том, что показатели прибыли возросли благодаря четким действиям руководства, а также всей организационной фирмы предприятия ООО «Сервис Логистик». Но самую весомую роль сыграл план, который не только значительно улучшил показатели качества и, соответственно, прибыли организации, но и положительно сказался на системе управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик».

Таким образом, на основе полученных данных, следует упомянуть о том, что система управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» значительно улучшилась, благодаря проведению мероприятий, включающих в себя улучшение организационной структуры предприятия, борьбу с конкурентами, а также способ рекламирования продукции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Следует отметить, что деятельность предприятия ООО «Сервис Логистик», до проведения мероприятий по улучшению системы управления качеством, находилась в критическом положении. Важно отметить то, что показатели прибыли и конкурентоспособности предприятия, также не устраивали руководство организацией. Но, для того, чтобы выйти из сложившейся ситуации, предприятие ООО «Сервис Логистик» предприняло ряд мероприятий, способствовавших значительному улучшению системы управления качеством и тем самым, обеспечило себе ряд преимуществ перед конкурирующими сторонами:

- расширение ассортимента продаваемой продукции;
- проведение тренингов персонала, касаемо управления, продажи и осуществления различных переговоров;
- использование наружной рекламы;
- оказание спонсорской поддержки;
- проведение акций;
- разработка и создание персонального сайта компании.

Благодаря данным преимуществам, предприятию ООО «Сервис Логистик» удалось увеличить показатели прибыли, заключить сотрудничество с новыми поставщиками, привлечь новых кадров, а также увеличить спрос на продукцию.

Как известно, система управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик» представляет собой организационную структуру. При улучшении показателей прибыли предприятия, высшее руководство увеличило объем заработной платы, а также объем наград и премиальных за работу персонала.

Несмотря на достижение положительных результатов, предприятие ООО «Сервис Логистик» не останавливается на достигнутом. В связи с развитием технологий, организация планирует использование современной компьютерной технологии,

для более упрощенного хранения и передачи информации. Предприятие ООО «Сервис Логистик» также стремится увеличить спрос на продукцию, при помощи более эффективных методов рекламы. К данным методам относятся реклама по телевидению, в виде коротких роликов, а также спонсорство солидных спортивных команд. Для улучшения системы управления качеством, предприятие ООО «Сервис Логистик» стремится в дальнейшем больше времени уделять организационной структуре. Для этого предприятие планирует назначить новую должность помощника директора, который будет отвечать, и следить за процессами, происходящими на предприятии, во время его отсутствия. Также высшее руководство планирует осуществлять поиск высококвалифицированных работников, имеющих навыки и опыт работы, а также высшее образование.

Таким образом, предприятие ООО «Сервис Логистик» добилось значительных результатов в своей деятельности, при помощи проведения различных мероприятий по улучшению системы качеством. Но данная организация не останавливается на достигнутом, поэтому в ее дальнейшие планы входит развитие и совершенствование организационной структуры, и проведение мероприятий, способствующих привлечению новых потребителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Агапова, С. Ф.** Макроэкономика : учебник / С. Ф. Агапова. – М. : Изд-во ДИС, 2007. – 789 с.
2. **Алексеев, Т. С.** Макроэкономика : учебное пособие / Т. С. Алексеев, Н. Ю. Дмитриева, Л. П. Зенькова и др. ; под ред. Л. П. Зеньковой. – Мн. : Новое знание, 2002. – 244 с.
3. **Ассель, Г.** Маркетинг: принципы и стратегия : учебник / Г. Ассель. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 280 с.
4. **Галлеев, В. И.** Управление качеством: проблемы, перспективы : учебное пособие / В. И. Галлеев, М. К. Варгина. М. : Вильямс, 2007. – 272 с.
5. **Гапоненко, А. Л.** Теория управления : учебник / под общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрушина. – М. : Изд-во РАГС, 2008. – 558 с.
6. **Глудкин, О. П.** Всеобщее управление качеством : учебник / О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин. – М. : Радио и связь, 2009. – 600 с.
7. **ГОСТ Р ИСО 9000–2008.** Система менеджмента качества. Основные положения и словарь. – М. : Стандартинформ, 2009. – 35 с.
8. **ГОСТ Р ИСО 9001–2015.** Система менеджмента качества. Требования. – М. : Стандартинформ, 2015. – 24 с.
9. **ГОСТ ИСО 9001–2011.** Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.12.2011 № 1575-ст).
10. **Годовые отчеты** предприятия ООО «Сервис Логистик». 2012 – 2015 гг. – С. 254 – 257.
11. **Дурович, А. П.** Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2004. – 464 с.

12. **О техническом регулировании** : федер. закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ.

13. **О стандартизации** в Российской Федерации : федер. закон от 29.06.2015 № 162-ФЗ.

14. **О сертификации** продукции и услуг : федер. закон от 10.06.1993 № 5151-1 (с изм. от 27.12.1995, 02.03., 31.07.1998, 25.07.2002).

15. **Иванов, И. Н.** Менеджмент корпорации : учебник / И. Н. Иванов. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 427 с.

16. **Ильенкова, С. Д.** Управление качеством : учебник / под ред. С. Д. Ильенковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 352 с.

17. **Короткова, А. В.** Управление маркетингом ; учебное пособие / А. В. Короткова, И. М. Синяева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с.

18. **Лapidус, В. А.** Всеобщее качество в российских компаниях : учебное пособие / В. А. Лapidус. – М. : Типография Новости, 2007. – 432 с.

19. **Локтионов, М. В.** Системный подход в менеджменте : учебник / М. В. Локтионов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 288 с.

20. **Мишин, В. М.** Управление качеством : учебник / В. М. Мишин. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 463 с.

21. **Мухин, В. И.** Основы теории управления : учебное пособие / В. И. Мухин. – М. : Изд-во экзамен, 2009. – 256 с.

22. **Новиков, Д. А.** Теория управления организационной системы : учебно-методическое пособие / Д. А. Новиков. – М. : Изд-во ФИЗМАТЛИТ, 2009. – 583 с.

23. **Окрепилов, В. В.** Всеобщее управление качеством : учебник. В 4 кн. / В. В. Окрепилов. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 2007. – 454 с.

24. **Пономарев, С. В.** Управление качеством продукции. Введение в систему менеджмента качества : учебное пособие / С. В. Пономарев. – М. : Стандарты и качество, 2008. – 248 с.

25. **Пономарев, С. В.** Управление качеством продукции. Инструменты и методы менеджмента качества : учебное пособие / С. В. Пономарев, С. В. Мищенко, В. Я. Белобрагин. – М. : Стандарты и качество, 2009. – 248 с.
26. **Портер, М.** Конкуренция : монография / М. Портер. – М. : Изд-во Вильямс, 2006. – 608 с.
27. **Свиткин, М. З.** Процессный подход при внедрении системы менеджмента качества в организации / М. З. Свиткин // Стандарты и качество. – 2002. – № 3. – С. 74 – 77.
28. **Суша, Г. З.** Экономика предприятия : учебное пособие / Г. З. Суша. – М. : Новое знание, 2010. – 384 с.
29. **Уколов, В. Т.** Теория управления : учебник / В. Т. Уколов, А. М. Масс, И. К. Быстряков. – М. : Экономика, 2003. – 180 с.
30. **Устав** предприятия ООО «Сервис Логистик». 2012 – 2015. – 108 с.
31. **Фокс, М. Дж.** Принципы и методы всеобщего руководства качеством / М. Дж. Фокс ; под ред. В. Н. Азарова. – М. : Фонд «Европейский центр по качеству», 2009. – 105 с.
32. **Цахаев, Р. К.** Основы маркетинга : учебное пособие / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – М. : Экзамен, 2007. – 448 с.
33. **Швандор, В. А.** Стандартизация и управление качеством продукции : учебник / В. А. Швандор. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 487 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Теоретические аспекты системы управления качеством на предприятии	4
1.1. Общие сведения о системе управления качеством на предприятии	4
1.2. Факторы, влияющие на систему управления качеством на предприятии	19
Глава 2. Анализ факторов влияющих на систему управления качеством	31
2.1. Система управления качеством на предприятии	31
2.2. Внутренние факторы, влияющие на систему управления качеством	39
2.3. Внешние факторы, влияющие на систему управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик»	44
Глава 3. Перспективы развития системы управления качеством на предприятии	54
3.1. Рассмотрение и оценка текущих результатов системы управления качеством на предприятии ...	54
3.2. Разработка плана по повышению эффективности системы управления качеством на предприятии	61
3.3. Результаты проведения мероприятий по улучшению системы управления качеством на предприятии ООО «Сервис Логистик»	66
Заключение	74
Список литературы	76

Научное электронное издание

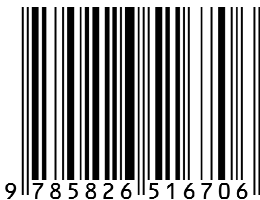
БОНДАРСКАЯ Татьяна Анатольевна
ЗЛОБИНА Наталья Васильевна
СИЗИКИН Александр Юрьевич

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ
УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Монография

Компьютерное макетирование М. А. Евсейчевой

ISBN 978-5-8265-1670-6



Подписано к использованию 30.12.2016.
Тираж 100 шт. Заказ № 519

Издательско-полиграфический центр
ФГБОУ ВО «ТГТУ»
392000, г. Тамбов, ул. Советская, д. 106, к. 14
Телефон 8(4752)63-81-08
E-mail: izdatelstvo@admin.tstu.ru

