

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/397792>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

Введение 3

1. Качество как экономическая категория и объект управления 4

1.1. Понятие качества продукции и управления им 4

1.2. Система показателей качества. Оценка уровня качества 8

1.3. Пути повышения качества в современной экономической ситуации 17

Задачи 21

Заключение 26

Литература 27

За последние несколько лет деловой мир чрезвычайно усложнился, стал невероятно нестабильным, уровень конкуренции повысился, ситуация в целом стала непредсказуемой, быстро меняющейся. Чтобы выжить и развиваться в реальных условиях, предприятия должны адаптироваться к динамично меняющимся условиям окружающей среды. Для этого у каждого предпринимателя, каждой компании должна быть своя экономическая стратегия, найти главное звено для победы в острой конкуренции. Одним из наиболее важных факторов повышения эффективности производства является улучшение качества предоставляемых товаров или услуг. Качество продукции - главное условие "выживания" и залог успеха на рынке в условиях жесткой конкуренции. Понятие качества постоянно меняется. Качество, которое удовлетворяло потребителя год назад, может больше не соответствовать его требованиям в этом году. Поэтому каждый руководитель должен следить за ситуацией в мире, быть в курсе всех событий, предвидеть вкусы, мнения и требования людей.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что проблема качества и конкурентоспособности становится ключевой для российских компаний, способствуя очевидному росту интереса к стратегическим вопросам бизнеса и проблеме качества.

Целью работы является исследование качества продукции предприятия и пути его повышения.

В связи с этим задачами курсового проекта являются:

- рассмотреть понятие качества продукции и управления им;
- описать систему показателей качества и оценку уровня качества;
- разобрать пути повышения качества в современной экономической ситуации.

1. Качество как экономическая категория и объект управления

1.1. Понятие качества продукции и управления им

Качество продукции - это совокупность характеристик и свойств, которые придают работам, услугам и продукции способность удовлетворять запланированные и предполагаемые потребности. С экономической точки зрения важны только те, кто способен обеспечить конкурентное преимущество. Рассмотрим, какие факторы влияют на показатели качества продукции, дадим их классификацию.

Качество продукции - это термин, который имеет ряд различных определений в разных стандартах и руководствах:

В ГОСТ 15467-79 под качеством понимается совокупность свойств продукта, которые определяют пригодность для удовлетворения различных потребностей в зависимости от назначения продукта [1].

В стандарте ISO 8402-86 под качеством понимается совокупность характеристик и свойств услуг, продуктов, которые придают ему способность удовлетворять условные или предполагаемые потребности потребителей [2].

В пособии В. Ю. Огвоздина качество представлено в виде совокупности присущих изделию характеристик, свойств, уровень которых формируется при его создании с целью удовлетворения существующих потребностей потребителей. Концепция качества продукции с точки зрения потребителей представляет

собой набор характеристик, отвечающих их потребностям. Все объекты недвижимости должны полностью соответствовать не только назначению продукта, но и ожиданиям покупателей [14].

Качество продукта - это совокупность свойств продукта, которые определяют его способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением.

В современных условиях качество продукции охватывает не только потребительские свойства, но и технологические свойства изделий, конструктивные и художественные особенности, надежность, долговечность, уровень стандартизации и унификации деталей и узлов в конструкции и т. д.

Свойства, составляющие качество продукта, характеризуются непрерывными или дискретными величинами, называемыми показателями качества, которые должны иметь количественный счетчик. Они могут быть абсолютными, относительными или конкретными. Значения величин зависят от условий и методов определения.

Показатели качества продукции устанавливаются объективными методами, органолептическими (то есть с помощью органов чувств), экспертами и т. д. и рассматриваются в зависимости от условий создания и эксплуатации (потребления) продукции. Показатель качества продукта, характеризующий одно из его свойств, называется уникальным, два или более свойств-сложным [20].

Относительная характеристика качества продукта, основанная на его сравнении с соответствующим набором основных показателей, называется уровнем качества продукта. Для оценки уровня используются технические и экономические данные.

Ни для кого не секрет, что качество выпускаемой продукции зависит от качества процессов предприятия, как производства, так и поставок этой продукции. Прозрачность и управление этими процессами позволяют компании работать эффективно и, следовательно, строго следовать политике компании в области качества и наилучшим образом удовлетворять потребности клиентов [8].

Управление качеством продукции - это действие, предпринимаемое при создании и эксплуатации или потреблении продукта и направленное на установление, гарантирование и поддержание его качества на требуемом уровне.

Под требованием понимается потребность или ожидание, которые установлены, обычно предполагаются или являются обязательными.

Таким образом, требования бывают трех типов: установленные (например, установленные документом), общепринятые или, другими словами, выражающие общепринятую практику организации, потребителей или других заинтересованных сторон, обязательные (например, требования безопасности) [22].

Основываясь на этом определении, можно отметить, что качество измеряется по отношению к требованиям в качестве отправной точки и выражается в терминах соответствия.

В рамках управления качеством объектом управления являются процессы, которые напрямую влияют на качество продукции. Они относятся как к предпроизводственной, так и к производственной фазе и даже к постпроизводственной фазе жизненного цикла продукции компании.

Стандарты ISO (в частности, серия 9000, обобщающая международный опыт управления качеством продукции компании) выделяют в жизненном цикле продукции («цикл качества») 11 этапов:

- маркетинг, отбор и анализ рынка;
- разработка и проектирование технических спецификаций, требований, самих продуктов;
- логистика;
- разработка и подготовка производственных процессов;
- производство [17].

Контур качества обеспечивает взаимодействие между производителем и потребителем продукции, пронизывает всю систему, в рамках которой обеспечивается решение задач управления качеством продукции.

Управленческие решения формируются на основе сравнения информации о фактическом состоянии управляемого процесса с информацией, определенной в программе управления характеристиками. В то же время важной частью программы управления качеством продукции является нормативная документация, которая регулирует значения параметров (показателей качества продукции): спецификации, по которым ведется разработка, технические условия, стандарты, условия поставки, чертежи, и т. д.

В зависимости от того, имеются ли недопустимые отклонения от требований или соблюдаются ли требования, контролирующие органы направляют либо коррекцию процесса, либо поддержание его стабильного состояния [11].

Управление качеством продукции должно осуществляться не случайным образом, а системным образом. Другими словами, предприятие должно организовать систему управления качеством продукции.

Система менеджмента качества продукции - это организационная структура, распределение обязанностей, процессы, процедуры и ресурсы, необходимые для реализации глобального менеджмента качества. Перед руководителями предприятий стоит задача разработки, создания и внедрения системы менеджмента качества – важного средства реализации определенных политик, достижения поставленных целей [4]. В системах менеджмента качества используются разные методы:

- экономический-обеспечить создание экономических условий, которые мотивируют команду изучать запросы потребителей, создавать, производить и обслуживать продукты, отвечающие выявленным потребностям. К ним относятся условия кредитования, правила ценообразования, экономические санкции за нарушение технических условий и стандартов, правила возмещения убытков потребителя при реализации некачественной продукции и т. д.,
- методы материального стимулирования-сотрудники могут получать премию за стабильное производство или создание высококачественной продукции (положительное стимулирование)или штраф за низкое качество (отрицательное стимулирование),
- организационно-административные методы, заключающиеся в издании приказов, директив, инструкций. К этой же категории относятся требования нормативной документации, воспитательные методы, влияющие на настроение и сознательность работников, побуждающие работать с высокой отдачей, выполнять специальные функции по управлению качеством продукции. Например, к ним относятся воспитание гордости за заводской бренд, моральное поощрение [18].

Использование только одной группы методов не может дать существенного эффекта, все они должны использоваться во взаимосвязи.

1.2.Система показателей качества. Оценка уровня качества

Совокупность показателей качества про

- 1.ГОСТ 15467-79 Группа Т00 Межгосударственный стандарт Управление качеством продукции
- 2.Международный стандарт ИСО 8402. Управление качеством и обеспечение качества.
3. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. - М.: Инфра-М, 2019. - 212 с.
- 4.Белый Е.М., Управление качеством: конспект лекций – Ульяновск, УлГУ, 2020 – 86 с.
- 5.Задоев А. Ю. Качество продукции предприятия и пути его повышения // Актуальные исследования. - 2023. - №23 (153). - С. 63-64.
- 6.Зайцев, Г.Н. Управление качеством в процессе производства: учебное пособие. – М.: Риор, 2020 – 63 с.
- 7.Звонилкин, Д. А. Принципы всеобщего управления качеством // Молодой ученый. — 2020. — № 17 (97). — С. 448-451.
- 8.Калыгина, Д. М. Управление качеством выпускаемой продукции // Молодой ученый. — 2021. — № 14 (118). — С. 338-341.
- 9.Кертиев, К. А. Что такое качество // Молодой ученый. — 2022. — № 43 (438). — С. 254-256.
10. Лифиц И. М. Основы стандартизации, метрологии и сертификации: Учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-М, 2019. – 268 с.
11. Магомедов, Ш.Ш. Управление качеством продукции: Учебник. - М.: Дашков и К, 2020. - 336 с.
12. Мазур И. И. Управление качеством. - М.: Высшая школа, 2020. - 98 с.
- 13.Медунецкий В.М. Основы обеспечения качества и сертификация промышленных изделий. Учебное пособие. – СПб НИУ ИТМО, 2019 - 61 с.
- 14.Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики: Учебное пособие. — М: Дело и сервис, 2002. — 356 с.
- 15.Смирнов, В. Г. Стандартизация и качество продукции : учебное пособие. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 304 с.
- 16.Тарасова, Т. В. Повышение качества товаров и услуг // Молодой ученый. — 2021. — № 35 (377). — С. 48-49.
- 17.Тарасова, Т. В. Управление качеством продукции // Молодой ученый. — 2021. — № 3 (345). — С. 326-328.
- 18.Труш, Ю. Л. Стратегия управления качеством продукции // Молодой ученый. — 2021. — № 1 (60). — С. 439-442.
- 19.Шамилева, Э.Э. Управление качеством продукции на предприятиях // Экономика и бизнес. – 2022 – № 11 – С. 12-14.
20. Шевелева Г. И. Контроль качества продукции: Учебный комплекс. - Кемерово, 2020. - 715 с.
21. Шевчук, Д. А. Управление качеством: Учебник. - М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2021. - 102 с.

22.Шестопалова, И. В. Совершенствование управления качеством продукции на предприятии // Молодой ученый. - 2023. - № 1. - С. 147-148.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/397792>