

*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/kursovaya-rabota/87723>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Управление качеством

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ 3

#### 1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ 5

#### 2. ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ 10

#### 3. ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 14

#### 4. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ 23

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ 26

### СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 28

Введение понятия жизненного цикла продукции стало одним из фундаментальных достижений в обеспечении развития системы качества на предприятиях. Оно повлияло на формирование системного взгляда на все процессы от создания изделий и маркетинговых исследований до их производства, эксплуатации и обслуживания.

Можно выделить следующие актуальные проблемы, которые стоят перед необходимостью обеспечения стандартов качества продукции, и основные методы их решения [5, с.127]:

1. Необходимо оценивать ущерб, который некачественная продукция может причинить обществу. При этом учитывается ущерб от готовой продукции, т.е. несоответствие требованиям клиента и т. п. В расчете предупредительных затрат на качество следует учитывать величину такого ущерба.
2. Чтобы продукция фирмы была конкурентоспособной, необходимо постоянно повышать ее качество и снижать себестоимость. Следует учитывать, что требования заказчика постоянно возрастают. Все это учитывается при разработке стратегии фирмы.
3. Основной целью программы повышения качества продукции на фирме должно быть постоянное уменьшение расхождений между показателями качества изделия и характеристиками, заданными заказчиком. С этой задачей связано постоянное совершенствование метрологической службы.
4. Ущерб, который терпит заказчик из-за несоблюдения его требований, пропорционален квадрату величины отклонения показателей качества. Это надо учитывать, устанавливая требования к качеству производственных процессов.
5. Качество и себестоимость готового изделия в основном определяются качеством проекта и технологии. Поэтому при проектировании, планировании производства и методов контроля надо ориентироваться на требования к качеству готовой продукции.
6. На этапе разработки и испытаний опытных образцов необходимо уменьшать отклонения характеристик изделия от заданного качества.
7. Нужно выявлять зависимость эксплуатационных характеристик от других параметров изделия и технологического процесса и, используя установленную зависимость, проводить планирование эксперимента на основе статистических расчетов.

Конкурентоспособность организации – понятие, которое требует серьезного анализа. Многие бизнесмены, давно работающие на рынке, уже испробовали разнообразные методы работы, направленные на расширение и стабилизацию бизнеса. Среди таких действий надо обязательно выделить повышение собственной конкурентоспособности. Процесс этот не является простым, но при этом очень эффективным. Именно поэтому важно изучить основные подходы к разработке мероприятий по увеличению конкурентных преимуществ фирмы.

Обозначаются основные разделы оценки конкурентоспособности:

- цена,
- услуги,
- первичный сервис,

- послепродажное обслуживание,
- устройство компании,
- качество товара,
- возраст компании-конкурента,
- удобство места расположения компании и пр.

Таким образом, начало изучения конкурентоспособности осуществляется через сбор полной и правдивой информации о конкурентах. И только потом организация обдумывает, а что надо сделать, чтобы компания догнала конкурентов и опередила их.

Как мы видим, качество является неотъемлемой характеристикой конкурентоспособного предприятия.

Целью СМК можно назвать достижение соответствия полученных в результате работы результатов деятельности и внутриорганизационных процессов компании существующим потребностям настоящего и потенциального потребителя, всей организации, всего общества. Причем соответствие должно выражаться как по параметрам явных требований, так и других, подразумеваемых потребностей.

Суть СМК заключается в том, что она является неким «задокументированным образом» организации как организма, то есть, другими словами, саморегулирующегося механизма, который приспособлен к жизни в конкретной существующей экономической среде. Совершенно естественно, что для жизни и нормального функционирования предприятия должно предоставлять услуги, производить продукцию, находящуюся по качеству не ниже определенного уровня, а для более успешного функционирования – еще более лучшего качества.

Таким образом, при системном управлении качеством главной целью контроля становится накопление данных для совершенствования процесса производства и повышения «репутации продукции», а значит, и ее производителя у потребителей. В этой связи службы контроля качества на фирмах имеют широкий спектр деятельности. Кроме собственно: контроля они принимают участие в обсуждении концепции создания новых изделий, привлекают характеристики будущего изделия, а также выбор поставщиков сырья и т.д.

## 2. ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Рассмотрим основные принципы и показатели менеджмента качества, которые применяются современными предприятиями в качестве руководства для совершенствования всей деятельности таких организаций. Эти принципы включают опыт международных экспертов и предназначены для достижения устойчивых организационных успехов.

Концепции, воплощенные в этих принципах, образуют основу семейства стандартов системы менеджмента качества Международной организации по стандартизации ИСО 9000 [2].

ИСО разрабатывает стандарты и руководства, которые повышают ценность организаций. Стандарты ИСО обычно помогают также продвижению интересов потребителей.

Принцип 1 - Ориентация на потребителя

Организации зависят от своих потребителей и поэтому должны понимать настоящие и будущие потребности потребителя, выполнять требования потребителя и стремиться превзойти ожидания потребителя.

Ключевые преимущества:

- \* Возрастающие прибыли и доли рынков, получаемые посредством гибких и быстрых откликов на возможности рынка.
- \* Повышение лояльности потребителей, ведущее к повторению бизнеса и хорошим отзывам.

Принцип 2 - Лидерство

Лидеры устанавливают единство целей и руководства в организации. Они создают и поддерживают среду, в которой работники могут быть полностью вовлечены в достижение целей организации.

Принцип 3 - Вовлечение персонала

Персонал на всех уровнях составляет основу организации, и его полное вовлечение позволяет использовать способности персонала на пользу организации.

Ключевые преимущества:

- \* Мотивированный, приверженный и вовлеченный персонал.
- \* Персонал ощущает ответственность за собственные результаты.
- \* Персонал стремится участвовать и вносить свой вклад в постоянное улучшение продукции.

Принцип 4 - Процессный подход

Желаемый результат достигается более эффективно, когда соответствующими ресурсами и видами деятельности управляют как процессами

Принцип 5 - Системный подход к менеджменту

Определение, понимание и управление системой взаимосвязанных процессов в целях улучшения результативности и эффективности организации.

Принцип 6 - Постоянное улучшение

Неизменной целью организации должно стать постоянное улучшение.

Ключевые преимущества:

\* Возросшее конкурентное преимущество благодаря улучшению продукции организации.

\* Гибкость при быстром реагировании в соответствии с возможностями предприятия.

Принцип 7 - Подход к принятию решений на основе фактов

Эффективные решения основываются на анализе данных и информации.

Принцип 8 - Взаимовыгодные отношения с поставщиками

Организация и поставщики взаимозависимы и их взаимовыгодные взаимоотношения увеличивают их способность создавать ценности

Итак, для реализации системы качества на предприятии необходимо учитывать следующие показатели при ее оценке [8, с.103]:

1. определение современного состояния и возможного будущего развития организации;

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей"
2. Федеральный Закон РФ от 10.06.1993 № 5151-1 "О сертификации продукции и услуг"
3. Международный стандарт ISO 9004-2000
4. Гиссин В.И. Управление качеством продукции. – СПб.: Питер, 2015. – 309 с.
5. Магер В.Е. Управление качеством. – М.: Инфра-М, 2016. – 176 с.
6. Матрос Д.Ш. Менеджмент качества на основе стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001, новых информационных технологий и образовательного мониторинга// ЦПО. 2016. – 132 с.
7. Михеева Е.Н. Управление качеством. – М.: Дашков и К, 2014. – 532 с.
8. Пузанков Д.В. Методические рекомендации по применению стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001// СПбГУ ЛЭТИ, 2015. – 220 с.
9. Салимова Т.А. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2014. – 414 с.
10. Фрейдина Е.В. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2017. – 189 с.
11. Швандар В.А. Стандартизация и управление качеством продукции. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 484 с.
12. Практическое руководство по сертификации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://progost.ru/>
13. Управление качеством [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.prostokachestvo.ru/>
14. <http://tourlib.net/>- книги по гостиничному делу и туризму
15. <http://www.oktober-hotel.spb.ru/> - гостиница «Октябрьская»

*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/kursovaya-rabota/87723>