

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/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/461732>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

Введение 3

1. Теоретические аспекты изучения понятия качества продукции современных компаний 5

1.1. Понятие и сущность качества продукции 5

1.2. Показатели и индикаторы качества продукции 8

2. Теоретические аспекты управления качеством продукции 14

2.1. Принципы обеспечения качества продукта 14

2.2. Основные методы повышения качества 18

Заключение 27

Список используемой литературы 30

Проблемы повышения качества продукции являются одним из важнейших направлений совершенствования состояния современного бизнеса, увеличения конкурентоспособности продукции.

Система управления развитием и качеством продукции и ресурсами предприятия включает в себя все цели, которые распределены между различными звеньями производства, а также их связи, обеспечивающие координацию отдельных действий по выполнению этих целей.

Актуальность данной темы заключается в том, что современные предприятия во многом зависят от удовлетворения потребностей своих клиентов и, следовательно, должны принимать их запросы, выполняя всю совокупность требований к качеству и безопасности продуктов. Качество продукции оказывает влияние на рост спроса, что соответственно положительно влияет на получаемую прибыль компании. В условиях пандемии и санкций также вопросы обеспечения качества продукции очень важны, поскольку импорт сокращен, и отечественные предприятия должны сами производить качественную продукцию для удовлетворения спроса.

Предметом работы выступает качество услуг на предприятии.

Объект работы – управление качеством.

Целью работы выступает разработка рекомендаций по улучшению качества услуг на предприятии.

В связи с этой целью ставится ряд основных задач:

□ обобщить теоретические аспекты повышения качества услуг современных предприятий;

□ выявить нормативное регулирование обеспечения ее качества.

Работа состоит из двух основных разделов.

В первом разделе рассмотрены теоретические основы понятия качества услуг.

Во втором разделе изучаются основы управления качеством в организации.

Для раскрытия темы были использованы исследования современных авторов в области качества продукции организаций, обеспечения качества, ресурсы Интернет.

1. Теоретические аспекты изучения понятия качества продукции современных компаний

1.1. Понятие и сущность качества продукции

Качество продукции в современных условиях жесткого рынка представляет собой метод повышения эффективности деятельности предприятий с учетом того, что будет обеспечен правомерный прирост клиентов.

Стабильное качество имеет решающее значение для повышения эффективности деятельности предприятия, эффективного управления и удовлетворения ожиданий клиентов.

Вначале рассмотрим основные определения и термины качества.

Качество – это совокупность определенных ее свойств, которые могут удовлетворить потребности покупателей на высочайшем уровне.

Качество продукции отражает совокупность качеств и определенных свойств товара, который может обеспечить потребность клиента в получении безопасной и качественной продукции для эксплуатации.

Качество продукции выступает главнейшим фактором в системе обслуживания клиентской базы любого предприятия. Ведь от того насколько соблюдены все условия по товару, будет зависеть сможет ли потребитель быть удовлетворенным своей покупкой. Борьба за единицу клиента является важнейшей борьбой на рынке между действующими фирмами. Спрос формируется тогда, когда качество находится на изначально высоком уровне и не падает с течением времени.

Компания должна уделять внимание всем деталям в своей системе качества. Ее целью выступает довольный клиент, а не тот, кто может написать негативный отзыв и передать информацию по кругу другим потребителям. Это ударит по имиджу фирмы на рынке в перспективе. Если компания рекламирует и продает свой товар, значит она должна быть уверена в его качестве, не боясь ухудшения своей корпоративной репутации и падения прибыли.

Качество товаров предполагает, что клиенты будут использовать безопасные и эффективные товары в своей повседневной жизни.

Рисунок 1 – Качество продукта

При этом качество определяется по лабораторным, экспертным, измерительным качествам. Полная оценка качества услуги позволяет судить о том, насколько полно услуга способна удовлетворить нужды потребителей.

В начале компания должна разработать единый свод и план выпуска или продажи своей продукции. Она собирает номенклатуру товаров, она производит оценку их замысла для удовлетворения нужд клиентов. Когда концепция товара получила отклик, можно приступить к поиску необходимого сырья и ресурсов для запуска производства. Здесь такие факторы, как используемые технологии и качество рабочей силы, вмешиваются в конечный показатель качества будущего продукта. Если данные факторы соблюдены на высочайшем уровне, то тогда фирма может не беспокоиться о том, как товар примут клиенты на рынке. Он в перспективе обязательно принесет доход.

Качество товаров включает в себя функции, инструменты и методики удовлетворения пожеланий клиента. Он отражает степень выполнения требований клиентов.

Соответственно, качество выпускаемой продукции должно быть «на высоте» или максимально приближено к этому. Для достижения этой цели не надо проверять каждый товар в отдельности, нанимать персонал, который будет отслеживать качество - достаточно лишь четко настроить систему производства. Система должна работать всегда четко и бесперебойно (как и рабочий персонал, так и оборудование). Что же касается того, что качество продукции иногда падает: причины этого надо искать в неправильных действиях руководства предприятия и рабочего персонала. Для предотвращения подобного нужно разработать четкую инструкцию и для рабочих, и для руководителя предприятия. Государство должно обеспечивать контроль качества выпускаемой продукции. В случае выпуска брака, нужно запретить выпуск такой низкокачественной продукции.

1. Гиссин В.И. Управление качеством продукции/ Гиссин В.И. – СПб.: Питер, 2022. – 309 с.
2. Гродзенский, С. Менеджмент качества: Учебное пособие / С. Гродзенский. - М.: Проспект, 2019. - 200 с.
3. Елиферов, В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление/ Елиферов В.Г. – М.: Дашков и К, 2019. – 386 с.
4. Зайцев, М.Г. Методы оптимизации управления производством/ Зайцев М.Г. – СПб.: Дело, 2019. – 293 с.
5. Кишкель, Е.Н. Основы управленческой деятельности/ Кишкель Е.Н. - М.: Инфра-М, 2019. – 504 с.
6. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент/ Кожухар В.М. – М.: Юнити-Дана, 2021. – 412 с.
7. Магер, В.Е. Управление качеством/ Магер В.Е. – М.: Инфра-М, 2019. – 176 с.
8. Минько, Э.В. Менеджмент качества: Учебное пособие / Э.В. Минько. - СПб.: Питер, 2020. - 464 с.
9. Розенков, Д.А. Классический менеджмент: организационные структуры управления/ Розенков Д.А. – М.: Кнорус, 2020. – 501 с.
10. Румянцева, З.П. Общее управление организацией/ Румянцева З.П. – М.: Юнити-Дана, 2021. – 302 с.
11. Салимова, Т.А. Управление качеством/ Салимова Т.А. – М.: Омега-Л, 2019. – 414 с.
12. Серенков, П.С. Методы менеджмента качества. Методология управ. / П.С. Серенков. - М.: Инфра-М, 2019. - 152 с.
13. Федоськина, Л.А. Менеджмент качества и обесп.безопас. в.: Монография / Л.А. Федоськина. - М.: Инфра-М, 2018. - 320 с.

14. Фрейдина, Е.В. Управление качеством/ Фрейдина Е.В. – М.: Омега-Л, 2019. – 189 с.
15. Швандар, В.А. Стандартизация и управление качеством продукции/ Швандар В.А. – М.: Юнити-Дана, 2022. – 484 с.

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/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/461732>