

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО (СГУ)**

Кафедра менеджмента и маркетинга

АВТОРЕФЕРАТ

**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ БАКАЛАВРСКУЮ
РАБОТУ**

**Совершенствование управления качеством услуг в организации
(на примере ИП Давыдова)**

студентки 5 курса
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент организации»
экономического факультета

Перевязкиной Любови Игоревны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель
Д.э.н., профессор

_____ И.Н. Пчелинцева
подпись, дата

Зав. Кафедрой
К.э.н., доцент

_____ Л.И. Дорофеева
подпись, дата

Саратов 2017

Введение.

В условиях рыночных отношений в любых организациях и на предприятиях проблема управления качеством определяется его направленностью на обеспечение такого уровня качества продукции и услуг, который может полностью удовлетворять все запросы потребителей. Успешная работа организации, удовлетворение нужд и запросов потребителей, невозможны без постоянного совершенствования ее деятельности, нацеленной на повышение качества предоставляемых услуг.

Сфера услуг является одной из наиболее перспективных областей современной экономики, охватывающая широкий круг деятельности: от торговли и транспорта до образования и страхования.

Активное развитие сферы услуг – одна из тенденций современной российской экономики. За последнее десятилетие существенно возросло количество сервисных организаций, возросла занятость в этой сфере, расширился спектр предлагаемых услуг.

В условиях ограниченности спектра предоставляемых услуг требования к качеству были не столь жесткими. По мере расширения рынка услуг появилась конкуренция и роль качества услуг возросла.

Актуальность выбранной темы объясняется тем, что качество стало фактором, определяющим возможность реализации услуги и обеспечения конкурентоспособности организации. Внимание к качеству услуг позволяет оценивать конкурентоспособность услуг и организаций.

Качество как экономическая категория достаточно широко исследована с методологической и теоритической точки зрения. Однако аналитический аспект категории «качество» касался материальных продуктов, а качеству услуг уделялось и до сих пор уделяется недостаточно внимания.

Источниками информации для написания данной работы послужили труды отечественных и зарубежных авторов (Аристов О.В., Миронов М.Г., Никифоров А.Д., Окрепилов В.В., Протасова Л.Г., Хаксвер К.), статьи и

обзоры в периодических изданиях («Наука и мир», «Перспективы науки», «Наука на рубеже тысячелетий»), справочная литература.

Объектом исследования выступает организация «ИП Давыдова».

Предмет исследования – управление качеством услуг в организации.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка мероприятий, направленных на повышение качества услуг «ИП Давыдова».

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- рассмотреть теоритические вопросы управления качеством услуг в организации;
- дать общую характеристику хозяйственной деятельности исследуемой организации;
- проанализировать финансовые показатели деятельности организации;
- рассмотреть особенности управления качеством услуг в исследуемой организации;
- разработать мероприятия, направленные на повышение качества услуг;
- дать прогнозную оценку экономической эффективности мероприятий в организации.

Работа выполнена на 60 страницах печатного текста и состоит из: введения, трех глав, заключения, восьми таблиц и двух приложений. Список использованных источников приведен в конце работы и включает 36 наименований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.

Глава 1 Теоретические основы совершенствования управления качеством услуг на предприятии

Современное общество живет и развивается в условиях рыночной экономики, где спрос определяет предложение. Наряду с различными товарами предприятия предоставляют широкий спектр самых разнообразных услуг.

В экономике услуга часто ставится в один ряд с товаром. Товар – это некоторая вещь, предмет, произведенный для продажи. Услуга – это «продукт труда, полезный эффект которого выступает не в форме вещи, а в форме деятельности, направленной на вещь или на человека»¹.

Более подробно услугу можно описать так: услуга обладает полезностью для того, кто ее не производит (с этой позиции она схожа с товаром, произведенным кем-то для продажи).

В условиях современной экономики, проблемы повышения качества услуг особо выделяются среди большого количества проблем, связанных с обеспечением выживания и развитием сервисных организаций.

Под управлением качеством понимают воздействие на процесс производства с целью обеспечения высокого качества услуг. Данное понимание управления включает три составляющих: субъект управления (кто воздействует), объект управления (на что воздействуют) и сам процесс воздействия.

Изначально вопросы управления качеством рассматривались в отношении к продукции, производимой предприятием. И в этой области на настоящий момент сформировалась хорошая теоретическая база, набор инструментов и методов для управления качеством продукции и его оценки.

С появлением и внедрением международных стандартов серии ИСО серии 9000 в большинстве стран мира практически сформировался системно-комплексный подход к менеджменту качества. Сегодня акцентируется внимание не только на качество продукции, но и на качество оказания услуг.

Наиболее эффективные системы качества интегрируются в единое понятие Total Quality Management (TQM), «тотальное, или всеобщее управление качеством».

Всеобщее управление качеством – концепция, предусматривающая всестороннее целенаправленное и хорошо скоординированное применение

¹Протасова Л. Г. Управление качеством в сфере услуг. Екатеринбург: Изд-во УГЭУ, 2013. С.94

систем и методов управления качеством во всех сферах деятельности от исследований и разработок до послепродажного обслуживания при участии руководства и служащих все уровней и при рациональном использовании технических возможностей.

Многие предприятия в настоящее время несут ощутимые убытки из-за недостаточной подготовки к сертификации систем качества. Ведь для участия в тендерах наличие у предприятия сертифицированной системы качества является обязательным условием.

В последнее время прослеживается тенденция к распространению применения международных стандартов ИСО серии 9000 в различных сферах услуг, таких как туристические услуги, торговля, общественное питание.

Вопрос качества актуален абсолютно для всех товаров и услуг. Проблема сертификации услуг в России является актуальной в связи с введением Закона РФ «О защите прав потребителей», предусматривающего обязательную сертификацию товаров и услуг на соответствие требованиям безопасности для жизни и здоровья людей, а также охраны окружающей среды.

Проблемы российской экономики проявляются не только в снижении объемов производства, взаимных неплатежах, но и в ее качественных характеристиках.²

Технология отечественного производства, низкий уровень технического оборудования значительно ниже, чем в индустриально развитых странах. Но даже если создать новые технологии, провести модернизацию оборудования, то оправдать затраты на это будет возможно только за счет выпуска конкурентоспособной продукции и услуги, пользующейся спросом у потребителей.

² Концепция национальной политики России в области качества продукции и услуг // Вестник Госстандарта России. 2011. № 6. С. 18

При введении стандартов, предприятия сталкиваются с непониманием необходимости осуществления этих действий. Условия, принципы и требования, отраженные в стандартах, на практике выполняются не в полном объеме, что противоречит системному подходу в решении задач качества.

Причины невыполнения кроются в нестабильности сбытовых, производственных и экономических процессов, происходящих на предприятии. Особую трудность представляет организация маркетинговой деятельности и осуществление прогноза необходимого уровня качества услуги.

Таким образом, решить задачу соответствия качества услуг уровню, обеспечивающему постоянное удовлетворение требований потребителей, пока достаточно сложно. Кроме того, на сегодняшний день большинство предприятий России не могут гарантировать потребителю уверенность в том, что намеченное качество предлагаемых услуг достигается или будет достигнуто.

Глава 2 Исследование управления качеством услуг в организации «ИП Давыдова»

Фирма «ИП Давыдова» была основана в 2005 году гражданкой Давыдовой Галиной Васильевной и зарегистрирована Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №4 по Саратовской области. Свидетельство о государственной регистрации № 305642209500041.

Место нахождения фирмы (юридический адрес): Российская Федерация, Саратовская область, с. Александров гай, пер. Северный, д.3.

Организационно-правовая форма деятельности – индивидуальный предприниматель без образования юридического лица. Учредителем и собственником является Давыдова Г.В. В собственности магазин под названием «Любаша».

Реализация продукции осуществляется покупателями для личного, домашнего, семейного использования. Поэтому магазин следует отнести к предприятиям розничной торговли.

В соответствии с анализом динамики товарооборота можно сделать вывод, что розничный товароборот в организации «ИП Давыдова» увеличивался с каждым годом все больше и больше. Это говорит об увеличении спроса на продукцию, продаваемую в магазине. А значит можно сделать вывод о положительной торговой деятельности организации, и об удовлетворении спроса покупателей.

Анализ прибыли показал как рост выручки от реализации на 1152 тыс.руб., так и рост валовой прибыли на 400 тыс.руб., или на 21% по сравнению с прошлым годом. Также наблюдается увеличение прибыли от продаж на 34,5% и чистой прибыли на 37.4%

Таким образом, рассмотрев основные экономические показатели эффективности хозяйственной деятельности «ИП Давыдова», можно подвести итог, что магазин работает рентабельно, у него достаточно высокий торговый потенциал, а значит оно остается конкурентоспособным и способно приносить прибыль.

На экономическое состояние любой организации, представляющей услуги в сфере торговли огромное влияние, конечно же, оказывает качество предоставления услуг.

Услуги торговли включают:

- реализацию товара;
- оказание помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании;
- информационно-консультационные услуги;
- создание удобств покупателям.

С точки зрения взаимосвязи с процессом продажи, все дополнительные услуги, оказываемые покупателям в магазине, принадлежащему «ИП Давыдова», подразделяются на три основных группы:

1) Услуги, оказываемые покупателю в процессе осуществления ими покупок.

К таким услугам относятся прием предварительных заказов. В магазине покупатель может позвонить по телефону и сделать заказ на определенный товар. По просьбе клиента сотрудники магазина могут отложить интересующий клиента товар к нужному времени, или даже упаковать товар по продиктованному списку.

2) Информационно-консультационные услуги.

В процессе продажи товаров продавцами магазина оказываются консультационные услуги. Покупатель всегда может узнать о производителе товара, сроках годности, его свойствах.

3) Услуги, оказываемые покупателям в процессе послепродажного обслуживания.

К числу самых важных оказываемых услуг в организации «ИП Давыдова» относится предоставление покупателю необходимой информации по телефону, что повышает качество торгового обслуживания. Возле магазина организована парковка для создания максимальных удобств покупателям.

Наряду с проведением опроса по методу SERVQUAL был проведен анализ записей в книге жалоб и предложений, который выявил в магазине ряд проблем:

- отсутствие возможности оплаты за покупки пластиковой картой;
- допущение ошибок и неточностей при обслуживании покупателей;
- наличие больших очередей в вечернее время;
- отсутствие рекламы и ограниченность предоставления информации для покупателей;
- недостаточно опрятный внешний вид сотрудников, небрежно написанные ценники на товары;
- отсутствие некоторых товаров в наличии.

Глава 3 Пути совершенствования управления качеством услуг в организации «ИП Давыдова»

Рассмотрев недостатки качества услуг организации «ИП Давыдова», можно составить комплекс мероприятий, направленных на повышение качества предоставляемых услуг.

Для создания более комфортных условий для покупателей, необходимо ввести более прогрессивный метод продаж – самообслуживание.

Сотрудники магазина правильно мотивированы и искренне стремятся оказать качественную услугу покупателям. Но, как показал опрос, они не всегда знают как это сделать. Поэтому им необходимо пройти повышение квалификации.

Так как торговый персонал магазина организации «ИП Давыдова» имеет недостаточно опрятный внешний вид, необходимо ввести корпоративную форму одежды для всех сотрудников магазина а также установить стандарты внешнего вида.

Для контроля над обеспечением выполнения всех требований к качеству услуг, организации «ИП Давыдова» следует ввести должность менеджера по качеству.

На основе приведенных данных в Главе 1 об ассортименте магазина, предлагается расширить ассортимент парфюмерно-косметической продукции, свежих фруктов и ягод, кондитерских изделий, товаров детского и диетического питания. Также предлагается некоторые группы товаров отнести к сезонным и регулировать их широту и глубину исходя из сезонности их потребления.

Как показал анализ данных, в магазине организации «ИП Давыдова» недостаточно развита реклама. Поэтому, имеющиеся дополнительные средства от деятельности магазина необходимо направить на развитие рекламы.

Рекламную политику следует вести как на внешнем уровне, помещая рекламные объявления в газеты, на радио и телевидение, так и на внутреннем – используя внутримагазинную рекламу.

На качество оказания услуг оказывает сильное влияние предоставление дополнительных услуг. Не смотря на то, что в организации «ИП Давыдова» достаточно широкий спектр дополнительных услуг, для повышения качества торгового обслуживания рекомендовано расширить спектр дополнительных услуг.

На основе комплекса предложений по повышению качества услуг в организации «ИП Давыдова» можно дать прогнозную оценку экономических результатов внедрения этих мероприятий.

В магазине организации «ИП Давыдова» планируется улучшить качество торгового обслуживания за счет квалифицированных торговых работников.

Расчёт эффекта воздействия обучения работников на производительность труда показал, что положительный экономический эффект внедрения программы по обучению персонала составляет 82500 рублей.

Экономическая эффективность от внедрения метода самообслуживания выражается в увеличении пропускной способности магазина, расширении ассортимента, товарооборота.

Для определения более точных показателей эффективности работы магазина организации «ИП Давыдова» после перевода на самообслуживание, были взяты в качестве примера результаты деятельности однотипного магазина, также перешедшего на метод самообслуживания.

На основе приведенных расчетов можно сделать вывод, что метод самообслуживания должен положительно отразиться на экономической эффективности работы магазина организации «ИП Давыдова».

Эффект от внедрения мер по расширению дополнительных услуг достаточно трудно спрогнозировать. Однако, сам факт заботы организации о

своих клиентах, учет их просьб и интересов обязательно будет оценен покупателями.

Заключение.

По мере формирования рыночной экономики отечественные предприятия сферы услуг начинают проявлять все больший интерес к проблеме качества услуг. Потребители стали целеустремленными покупателями с высокими ожиданиями ценности приобретения. Высокое качество товара – всего лишь один параметр ценности, который покупатель имеет в виду. Ценность приобретения увеличивается, если качество товара сопровождается высоким качеством оказания услуги.

Теоретическое осмысление проблемы управления качеством услуг позволило сделать ряд выводов:

1) Одним из основных условий создания конкурентных преимуществ является оказание услуг более высокого качества по сравнению с конкурентами. Особенно важным здесь является предоставление таких услуг, которые бы удовлетворили, а еще лучше превосходили бы ожидания клиентов.

2) К важнейшим характеристикам услуги, которые обеспечивают ее способность удовлетворять определенные потребности, относятся: доверительность, надежность, предупредительность, доступность, коммуникативность, внимательное отношение.

3) Среди основных качеств услуг, вызывающих трудности в процессе стандартизации, является ее неосвязаемость. Нет смысла рассуждать о качестве услуг, если ни сам клиент ни контролирующие органы не в состоянии оценить как услуга была предоставлена.

4) Современные проблемы ограниченности внедрения мероприятий, направленных на совершенствование управления качеством услуг, носят не методологический, а практический характер. Причинами этих проблем является отсутствие квалифицированных кадров, недостаточная техническая

и материальная оснащенность, недостаточный опыт массового использования статистических методов.

В данной бакалаврской работе была рассмотрена хозяйственная деятельность организации «ИП Давыдова».

«ИП Давыдова» была основана в 2005 году. Организация относится к предприятиям розничной торговли. Ассортимент продаваемых товаров разнообразен. Это хозяйственные товары, бытовая химия, хлебобулочные изделия, крупы, полуфабрикаты, консервы, колбасная продукция.

По типу организационной структуры организация «ИП Давыдова» является линейной. Возглавляет ее Давыдова Галина Васильевна.

Для общей оценки финансового состояния исследуемой организации был проведен анализ динамики товарооборота, анализ издержек обращения, анализ прибыли. На основании произведенных расчетов, можно сделать следующие выводы:

- ✓ За 3 года товарооборот увеличился на 4602 тыс.руб. (или на 38%)
- ✓ Издержки обращения увеличились за 3 года на 103,8 тыс.руб.(или на 11,9%)
- ✓ Выручка от реализации выросла на 2510 тыс.руб.(или на 59%)
- ✓ Валовая прибыль за 3 года возросла на 722 тыс.руб. (или на 46%)
- ✓ Рентабельность продаж увеличилась на 3 %

Таким образом, рассмотрев основные экономические показатели, можно сделать вывод, что организация «ИП Давыдова» является рентабельной и финансово устойчивой.

Помимо финансовых показателей также был проанализирован процесс управления качеством услуг в исследуемой организации, который выявил ряд проблем:

- 1) Отсутствие прогрессивного метода продажи;
- 2) Недостаточно опрятный внешний вид сотрудников;
- 3) Допущение ошибок при обслуживании клиентов;
- 4) Отсутствие возможности оплаты покупок пластиковой картой;

5) Отсутствие рекламы и ограниченность предоставления информации для покупателей.

Основываясь на результатах проведенного анализа, в третьей главе выпускной квалификационной работы для улучшения качества услуг, предоставляемых организацией «ИП Давыдова» был разработан комплекс технических и организационных мероприятий.

Для создания более комфортных условий для покупателей необходимо внедрить прогрессивный метод продаж – самообслуживание. Сотрудникам магазина следует пройти повышение квалификации.

Для обеспечения приятного впечатления необходимо ввести корпоративную форму. Также внесено предложение установить в организации стандарты внешнего вида.

Для контроля над выполнением всех требований к качеству услуг, организации следует ввести должность менеджера по качеству.

Кроме этого были разработаны мероприятия по оптимизации ассортиментной и рекламной политики.

Наряду со всеми изменениями предлагается расширить спектр дополнительных услуг. Таких, например, как организация камер хранения, возможность оплаты картой, подарочную упаковку некоторых товаров.

На основе комплекса предложений по повышению качества услуг в организации «ИП Давыдова» была дана прогнозная оценка экономических результатов внедрения этих мер. Она показала, что все предложенные меры являются экономически эффективными.

В долгосрочной перспективе проведенные мероприятия позволят создать базу для предоставления услуг более высокого качества по сравнению с другими фирмами, что повысит рентабельность организации.

Таким образом, поставленные цели и задачи были выполнены. Приведенные в выпускной квалификационной бакалаврской работе расчеты и рекомендации могут быть использованы в любой торговой организации города, что обуславливает ее практическую ценность.