

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САРАТОВСКИЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра материаловедения, технологии
и управления качеством

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕТОДОВ И РЕШЕНИЙ В
СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЯХ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 431 группы

по направлению 27.03.02 «Управление качеством»

факультета nano- и биомедицинских технологий

Лапшина Александра Владимировича

Научный руководитель

ассистент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е. Н. Дубовская

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

профессор, д.ф.-м.н.

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

С. Б. Вениг

инициалы, фамилия

Саратов 2018

Введение. Первое десятилетие XXI в. характеризуется повышенным вниманием к вопросам развития и совершенствования экономики и улучшения качества жизни человека. При этом уровень развития непродуцированной сферы является одним из важнейших показателей развития социально-экономического комплекса любой страны. Он отражает совокупность социально-экономических проблем, их динамику и перспективы, а также культурный и интеллектуальный уровень населения. Актуальность исследования путей повышения качества услуг обусловлена тем фактом, что в условиях глобализации рынков все большее значение придается качеству, особенно его социальным аспектам.

В настоящее время качество является фундаментом для любой организации в целях повышения конкурентоспособности и тем самым занятия лидирующих мест в «гонке» за потребителями [1].

Наиболее успешными организациями становятся те, которые стремятся определить и угодить потребностям своих нынешних и будущих потребителей.

Качество как экономическая категория отражает совокупность свойств продукции, и предопределяет степень ее пригодности удовлетворять потребности человека согласно своего назначения.

Однако процесс улучшения качества необходим не только для получения прибыли отдельными субъектами хозяйствования, но и обществу в целом. Это обусловлено тем, что качество является важнейшим фактором повышения уровня жизни населения, экономической, социальной и экологической безопасности государства.

Каждое изделие или услуга является носителем различных конкретных факторов, которые отражают полезность и отвечают определенным потребностям человека.

Полезность любых вещей отражает их потребительскую стоимость. Потребительская стоимость того или иного товара должна быть оценена. Следовательно, потребительская стоимость и качество изделий непосредственно связаны между собой. Однако, это не тождественные понятия,

поскольку одна и та же потребительная стоимость может быть полезной не в одинаковой мере.

Проблема качества остается актуальной уже не одно десятилетие. Она является стратегической, поскольку вопросы обеспечения качества в условиях рыночной экономики является залогом того, что предприятие не прекратит свое существование. Повышение эффективности и качества управленческой деятельности становится одним из направлений совершенствования деятельности предприятия в целом [2].

Целью дипломной работы является поиск информации и внедрение управленческих методов, и методов мотивации персонала в современных компаниях в целях повышения качества обслуживания (на примере компании «Яндекс.Такси»).

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

1. Поиск материалов об управленческих решениях и методах мотивации персонала, и их внедрение.
2. Поиск информации о роли качества в сфере услуг и влияние улучшения качества для организации.
3. Поиск и подробный анализ информации о компании «Яндекс.Такси», а также поиск местоположения филиала компании для дальнейшего общения при написании работы.
4. Внедрение решений и методов для повышения качества обслуживания, как для потребителей, так и для персонала (большинство водители), предоставление результатов.

Дипломная работа занимает 47 страниц, имеет 11 рисунков и 1 таблицу.

Обзор составлен по 18 информационным источникам.

Во введении рассматривается актуальность работы, устанавливается цель и выдвигаются задачи для достижения поставленной цели.

В первом разделе описываются теоретические основы управления предприятием, а именно рассмотрено влияние управленческих решений на

организацию в целом и их применение, так же рассмотрены виды управленческих решений.

Во втором разделе рассмотрена теоретические основы методов стимулирования трудовой деятельности организации для повышения качества предоставляемых услуг.

В третьем разделе описывается роль влияния улучшения качества на организацию в целом.

В четвёртом разделе рассмотрена роль крупных предприятий на экономику России.

В пятом разделе анализируется информация о компании «Яндекс.Такси», после анализа собранной информации переходим к практической части работы, а именно внедрению методов мотивации в компанию и анкеты в приложение.

В шестом разделе произведена работа с филиалом компании на территории г.Саратова «Феникс» от «Яндекс.Такси». Внедрение в компанию мотивационных методов и расширение информативности для водителей в целях повышения качества.

Основное содержание работы

Влияние управленческих решений на качество и организацию. Качество является самым эффективным средством удовлетворения требований современных потребителей и одновременно с этим средством снижения расходов. Поэтому современная рыночная экономика ставит принципиально новые требования к качеству. Это связано с тем, что сейчас процветание любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности [3].

Принятие решений лежит в основе управленческого процесса, его начальную и наиболее важную стадию. Управленческое решение представляет из себя проанализированный вывод о необходимости осуществления тех или иных действий (либо наоборот, воздержаться от тех самых действий), связанные с достижением целей предприятия. Управленческие решения помимо целей организации должны опираться на желания потребителей и

сотрудников организации. Если упустить из внимания факт удовлетворения потребителя/сотрудников, а в приоритет ставить именно экономическую выгоду, то те действия, которые мы собрались принять могут нанести колоссальный вред организации, в некоторых случаях пути обратно (именно до принятия этого решения) может и не быть. Решения в крупных компаниях (например «Яндекс»), затрагивают интересы большого количества людей. Поэтому требуется очень много сил, времени и средств для принятия правильного решения, тем не менее не всегда удаётся достичь успеха из-за невозможности учесть все факторы влияющие на результат.

Факторы, влияющие на эффективность принятия решения:

- наличие четкой проблемы и причины связи между ней и ситуацией, в которой принимается решение;
- взаимоотношения внутри организации;
- занимаемая автором (инициатором) решения должность;
- располагаемое время (то количество времени, которое нам нужно на принятие решения);
- степень риска (менее рискованные действия требуют большее количество времени на их принятие, что противоположно предыдущему фактору);
- приближение к цели организации;
- достижение выгоды.

Теоретические основы стимулирования трудовой деятельности организации. Стимулирование труда предполагает создание условий, при которых активная трудовая деятельность, дающая определенные, заранее зафиксированные результаты, становится необходимым и достаточным условием удовлетворения значимых и социально обусловленных потребностей работника, формирования у него мотивов труда.

По характеру направленности на персонал стимулы бывают прямые и косвенные. Прямые стимулы – это те, которые используются в качестве управленческого воздействия в виде материальных или морально-

психологических предложений персоналу с целью вызвать определенную ответную активность. Косвенные стимулы ориентированы на создание внутренней организационной среды, которая способствует удовлетворению значимых потребностей персонала в различных областях жизнедеятельности.

По другим основаниям выделяют следующие типы стимулов:

- негативные (неудовольствие, наказание и т.п.);
- денежные (заработная плата, премия и т.п.);
- натуральные (аренда жилья, предоставление автомобиля и т.п.);
- моральные (грамоты, почетные знаки и т.п.);
- патернализм - забота о работнике (путевка в санаторий и т.п.);
- организационные (повышение в должности, расширение полномочий);
- участие в управлении [4].

Теоретические основы влияния качества на организацию. В соответствии с определением международной организации по стандартам (ISO) – качество – совокупность свойств продукта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности [5].

При этом существует пять подходов к определению качества:

1. Исключительность самого изделия – при этом качество выступает синонимом понятия «присущее превосходство».
2. Подход, основанный на производстве, что предполагает производство бездефектных изделий.
3. Подход с точки зрения пользователя, основная цель которого – изготовить продукцию, подходящую для заказчика.
4. Подход на основе изделия: качество рассматривается как набор измеряемых и требуемых потребителем характеристик.
5. Стоимостный подход, когда производство выходит на ступень определения качества в терминах себестоимости и цены.

Повышая качественные характеристики своего продукта, предприятие услуг получает значительные преимущества перед конкурентами, которые

могут служить основанием для назначения более высокой цены. Если же предприятие удерживает цену своих услуг на уровне конкурентов, то более высокое качество позволяет ему занять лидирующее положение на рынке, увеличить число потребителей своих услуг и размер занимаемой рыночной доли [6].

Роль крупных предприятий в экономике России. У крупного бизнеса есть возможность оказывать на экономику государства довольно серьезное влияние в силу своего положения на рынке. Например, такой гигант как российская компания Яндекс при повышении или занижении цен приводит к изменениям в данной области не только на рынке Российской Федерации, но и на международном уровне.

Крупные предприятия, являющиеся центром и лидером отрасли оказывают влияние на самые разные аспекты ее развития:

- ценовое позиционирование товаров и услуг,
- конкурентоспособность товаров и услуг,
- инновационность,
- инфраструктурная обеспеченность,
- способность решать социальные задачи на достаточном уровне качества

[7].

Анализ информации и внедрение управленческих методов в «Яндекс.Такси» и их филиал на территории г.Саратова «Феникс Саратов». Яндекс.Такси – это сервис заказа такси, на территории РФ основан 26.10.2011 г., который позволяет быстро и без всяких звонков диспетчеру, а всего за пару кликов по смартфону вызвать официальное такси и возможность следить за выполнением заказа на карте в программе [8].

На данный момент при сотрудничестве с таксопарком «Феникс» мной была разработана и локализована в саму программу небольшая анкета (она распространяется для всех водителей г.Саратова) для улучшения качества работы водителей, эта анкета была составлена после опроса водителей и я постарался выделить основные плюсы и минусы, исходя из результатов данной

анкеты «Яндекс.Такси» на территории г.Саратова предприняла определённые решения для повышения качества сервиса, анкета в самой программе представлена на рисунке 1, а результаты анкетирования представлены на рисунке 2 в виде гистограммы в процентном соотношении.

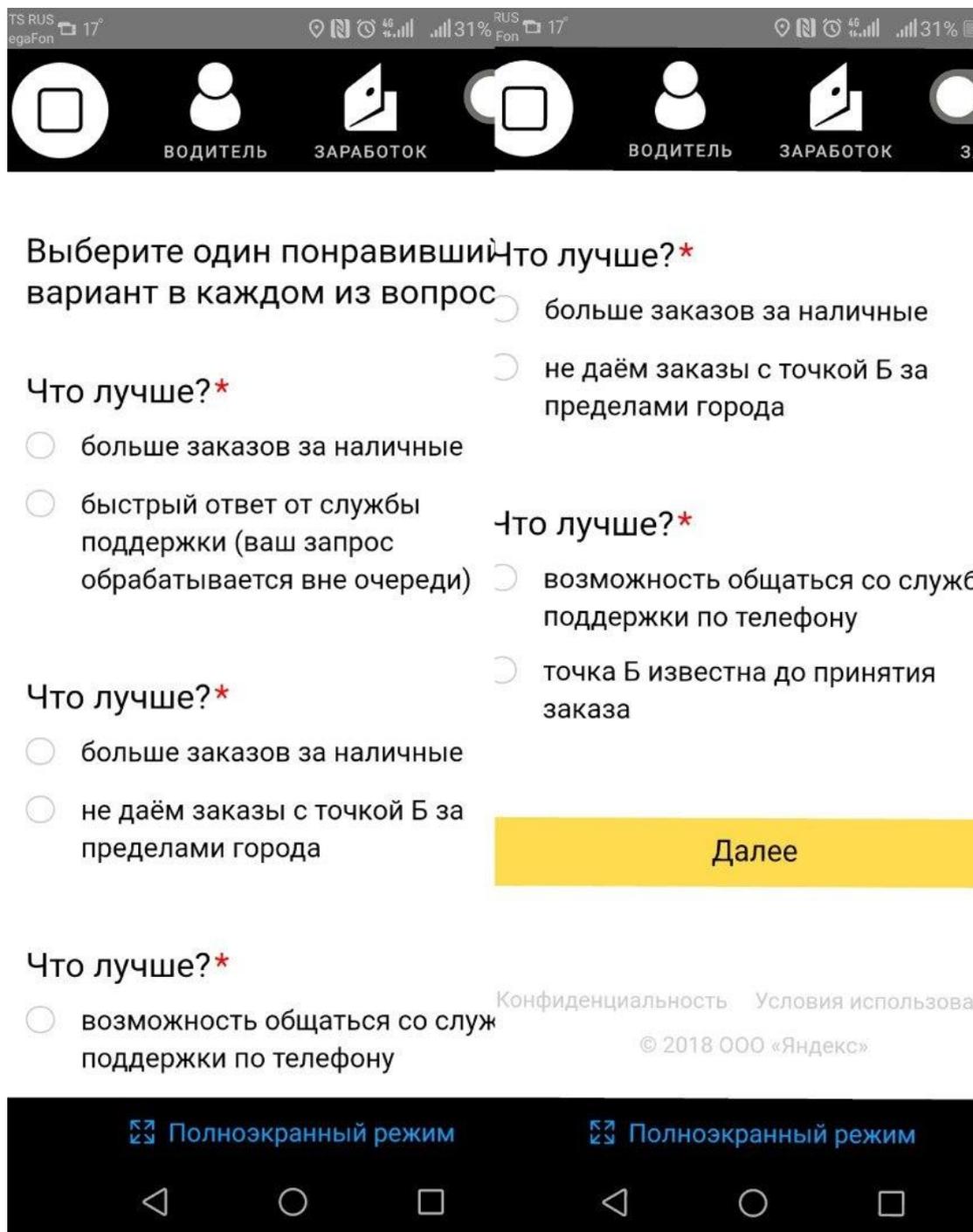


Рисунок 1 – Анкета

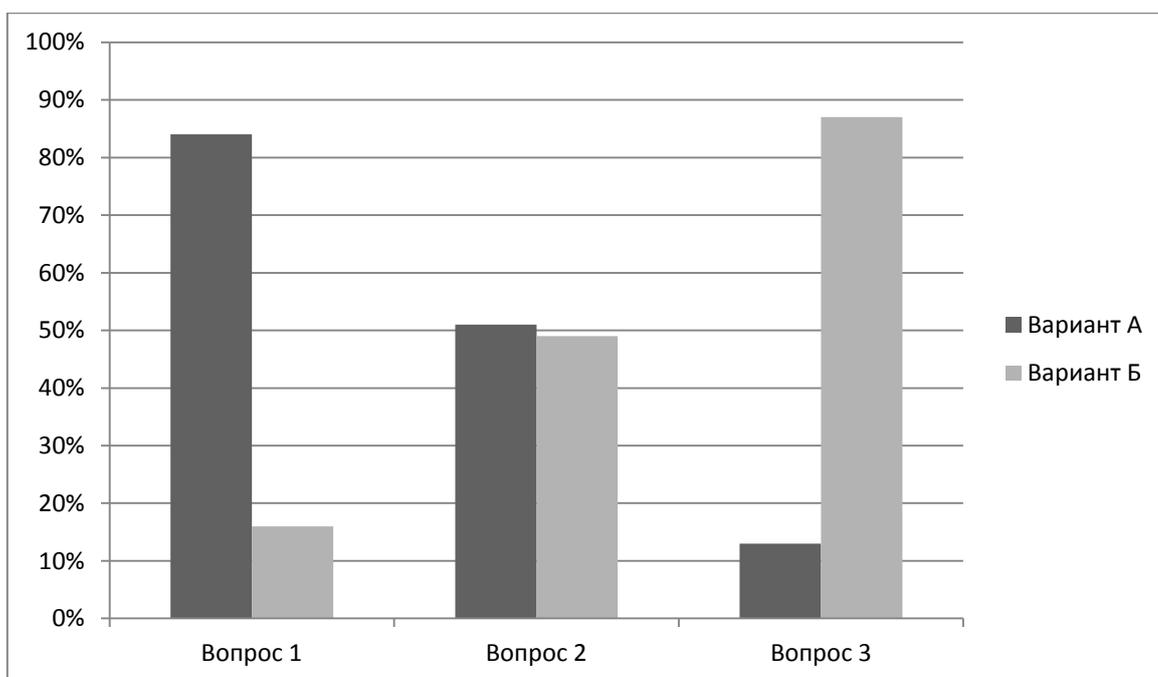


Рисунок 2 – Результаты анкеты

В данном опросе приняло участие 1603 водителя, опрос производился в добровольном порядке на территории Саратова и Энгельса.

По результатам первого вопроса «Что лучше?» видно, что за вариант А проголосовало 84%, а за вариант Б проголосовало 16%, где были варианты ответов:

- а) больше заказов за наличные;
- б) быстрый ответ от службы поддержки.

По результатам второго вопроса «Что лучше?» видно, что за вариант А проголосовало 51%, а за вариант Б проголосовало 49%, где были варианты ответов:

- а) больше заказов за наличные;
- б) не даём заказы с точкой Б за пределы города.

По результатам третьего вопроса «Что лучше?» видно, что за вариант А проголосовало 13%, а за вариант Б проголосовало 87%, где были варианты ответов:

- а) возможность общаться со службой поддержки по телефону;
- б) точка Б известна до принятия заказа.

По результатам опроса с 8 июня при поездках из Саратова в Энгельс и обратно водители будут видеть конечную точку маршрута. Также при поездках из Саратова в другие областные города и посёлки будут видеть конечную точку маршрута. Этим внедрением поездки между городами станут намного удобнее для водителя, так как он знает, что поездка в соседний город. С 11 июня увеличены минимальные доплаты в пиковые часы со 130/170 рублей до 140/200 рублей соответственно. В целях большего интереса выполнения заказов за безналичные средства была упрощена процедура вывода безналичных средств, ранее этот процесс занимал 1-2 дня только в будни дни (в выходные дни вывод безналичных средств не производился), водитель должен был за день позвонить в таксопарк и только на следующий день приезжал за деньгами, либо пересылали ему на карту. Сейчас процесс вывода безналичных средств занимает 5-30 минут, водителем отсылается смс сообщение и после проверки данных компьютером водителю на карту перечисляются деньги, которые он мог в любой момент обналичить в ближайшем банкомате.

Внедрение методов мотивации персонала для повышения качества услуги в таксопарк «Феникс». Были внедрены методы стимулирования для водителей путём заключения договоров со станцией технического обслуживания «Феникс СТО», с магазином автозапчастей «Ваз –Эконом», с двумя автомойками «iWash» и «Экспресс 24». Также в офисе «Феникса» были размешены информативные баннеры о данных скидках для ознакомления их с водителями [9].

После введения данных методов мотивации для водителей возросло количество принятых и выполненных заказов, что несёт за собой непосредственно и экономическую пользу для организации. Для сравнения на рисунке 3 представлено количество заказов такси от пассажиров за неделю до принятия методов мотивации и за неделю после принятия, так же на рисунке 4 представлено количество принятых заказов, а на рисунке 5 количество выполненных заказов, данная статистика распространяется только на Саратов и Энгельс.

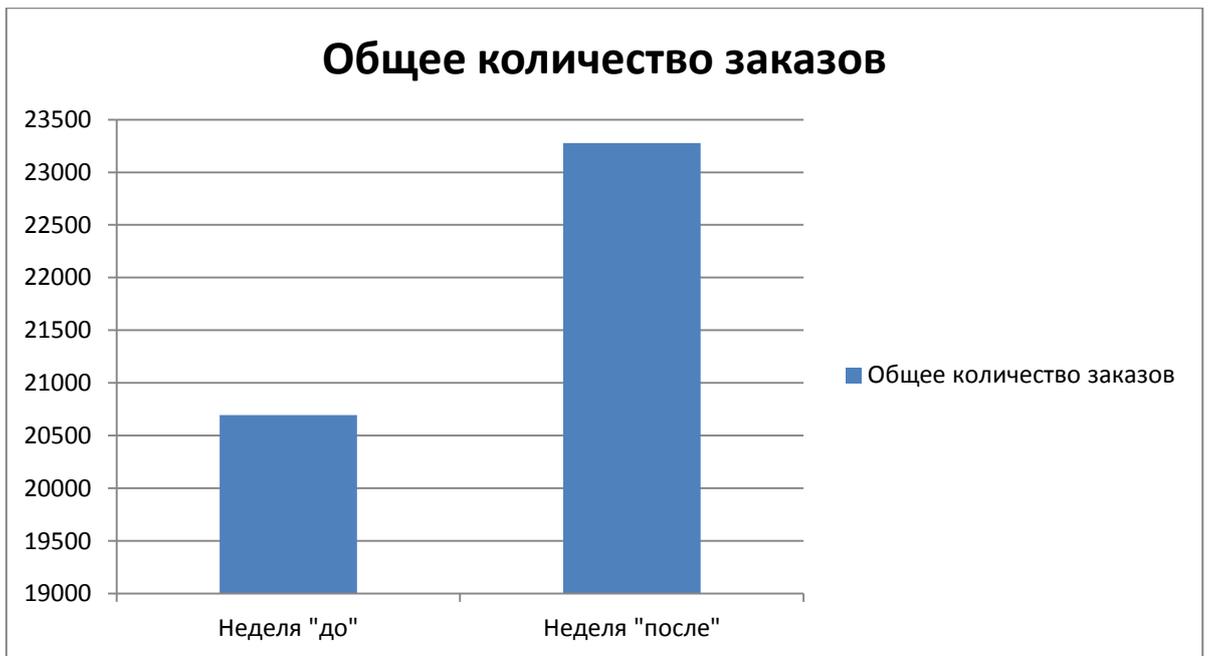


Рисунок 3 – Общее количество заказов

Глядя на рисунок 3 видно, что за неделю общее количество заказов возросло почти на 2500, а именно за неделю «до» заказов было 20696 (за сутки 2956), а за неделю «после» заказов стало 23279 (за сутки 3325).

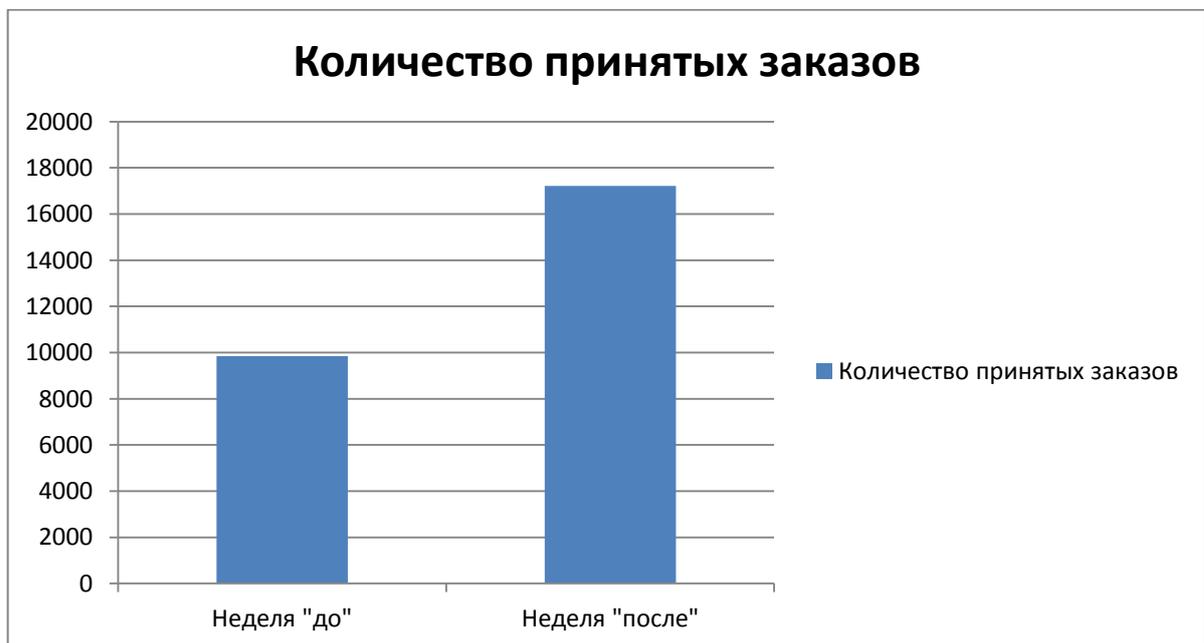


Рисунок 4 – Количество принятых заказов

Глядя на рисунок 4 заметно, что за неделю количество принятых заказов возросло почти вдвое, а именно за неделю «до» принятых заказов было 9855 (за сутки 1407), а за неделю «после» принятых заказов стало 17221 (за сутки 2460).

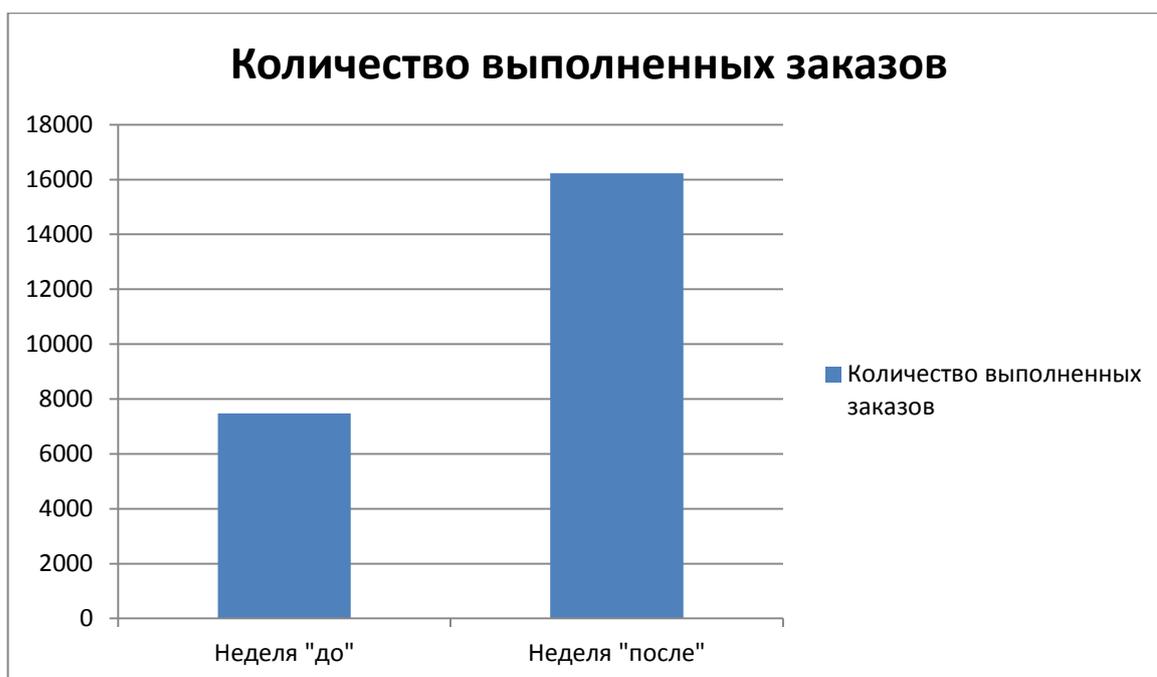


Рисунок 5 – Количество выполненных заказов

По количеству выполненных заказов можно сделать вывод, что успешно выполненных заказов стало более чем в 2 раза больше, а именно за неделю «до» выполненных заказов было 7481 (за сутки 1068), а за неделю «после» принятых заказов стало 16224 (за сутки 2317).

Заключение. Любая организация нуждается в постоянном улучшении качества предоставляемых услуг, так как без улучшения качества наступает момент, когда показатели эффективности и результативности работы начинают снижаться. Улучшение качества для организации способствует её конкурентоспособности, даёт возможность по максимуму удовлетворять потребностям потребителя.

В данной работе был произведён анализ компании Яндекс.Такси, проводилась работа с оптимизацией мобильного приложения для водителей, внедрение анкеты в приложение по итогам которой были предприняты конкретные решения, а так же более подробно рассмотрены методы мотивации и внедрение их в данную компанию для улучшения качества сервиса. По результатам предпринятых методов и решений, на рисунках 3, 4, 5 видно, как увеличилась динамика роста заказов и их успешное выполнение.

В ходе выполнения работы были получены следующие результаты:

1. Была изучена вся необходимая литература и документация, касающаяся теоретических основ управления предприятием, методов мотивации персонала в предприятии, влияние улучшения качества на организацию, роль крупных предприятий в экономике России.

2. Произведен поиск и анализ информации о компании «Яндекс.Такси» и его таксопарка на территории г. Саратова «Феникс». Анализ показал, что в компании существует система стимулирования персонала, которая состоит из материального и нематериального стимулирования, но эту систему можно было бы расширить.

3. Для повышения качества работы со стороны водителей была запущена анкета в мобильное приложение, по итогам которой для оптимизации работы приложения и повышения качества работы водителей были внедрены в приложение конкретные решения.

4. Проводилось общение с отделом по работе с водителями от Яндекс.Такси, в ходе которого с моей стороны были предложены решения для оптимизации работы приложения в целях повышения качества. 18.06.2018г. данный отдел внедрил в приложение новые решения, в которых присутствовали и мои предложения, некоторые из них на данный момент тестируются в некоторых городах.

5. В таксопарк «Феникс» г. Саратов была внедрена система мотивации для водителей в виде скидок и купонов на предоставления различных услуг, данный вид мотивации зависит от количества выполненных заказов водителем. Чем больше заказов – тем больше скидка. По итогам внедрения данных методов количество заказов выполненных водителями существенно увеличилось, что влияет и на экономическую выгоду организации.

Список использованных источников

1 Альперин, Л. А. Современный взгляд на системы качества и их развитие / Л. А. Альперин // Стандарты и качество. 2008. № 10. С. 24-27.

2 Белобрагин, В. Я. Современные проблемы теории управления эффективностью производства и качеством продукции в условиях становления рынка / В. Я. Белобрагин. М. : Изд-во стандартов, 2004. 103 с.

3 Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг / Е. В. Песоцкая. СПб. : Питер, 2000. 160 с.

4 Бочаров, В. В. Экономическое стимулирование в промышленности / В. В. Бочаров, В. Д. Бирюков, Б.П. Ножкин. СПб. : Союз писателей, 2012. 324 с.

5 Комаров, Е. Г. Стимулирование и мотивация в современном управлении / Е.Г. Комаров. М. : Центр качества, 2011. С. 38-41

6 Демиденко, Д. С. Управление затратами при формировании качества промышленной продукции / Д. С. Демиденко. СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 2015. 163 с.

7 Вечканов, Г. С. Словарь рыночной экономики / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканов. СПб. : Петрополис, 2005. 31 с.

8 Яндекс [Электронный ресурс] // Яндекс.Такси [Электронный ресурс] : [сайт]. URL: <https://taxi.yandex.ru/about/> Яндекс.Такси (дата обращения: 08.05.2018). Загл. с экрана. Яз.рус.

9 Феникс Саратов [Электронный ресурс] // Акции и бонусы Феникс [Электронный ресурс] : [сайт]. URL: <http://fenix-saratov.ru/bonusy-dlya-voditeley/> Акции и бонусы Феникс (дата обращения: 09.05.2018). Загл. с экрана. Яз. рус.