

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра материаловедения, технологии  
и управления качеством

**ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 4101 группы  
направления 27.03.02 «Управление качеством»  
института физики

Вавилина Григория Викторовича

Научный руководитель,  
старший преподаватель

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

С.А. Винокурова

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой,  
д.ф.-м.н., профессор

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

С.Б. Вениг

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

**Введение.** Современная экономика характеризуется взаимодействием трех основных её субъектов: производителя, потребителя и государства. Каждый из участников хозяйственных процессов имеет конкретные цели и задачи, в соответствии с которыми и строит свою деятельность. Актуальность темы исследования определяется тем, что недооценка планирования в деятельности любой организации, являющейся субъектом рыночной экономики, может привести к резкому снижению конкурентоспособности, разбалансированию её потенциала, нарушению принципов и методов управления, созданию конфликтных ситуаций с работниками и партнерами и в целом негативно повлиять на конечные результаты работы. Ориентация в работе на потребителя и повышение его удовлетворенности от качества обслуживания является одним из видов управленческой деятельности и влияет на расширение производства и торговли путем выявления запросов потребителей.

К сожалению, жесткая конкуренция на рынке присутствия и экономические факторы, оказывающие влияние на деятельность организации, не всегда позволяют достигать запланированных результатов. Поэтому в настоящее время организациям приходится применять различные методы для достижения поставленных целей и возможности сохранять конкурентоспособность. Одним из самых распространенных подходов к организации деятельности, при котором можно обеспечить и гарантировать удовлетворенность потребителей, является применение различных методов менеджмента качества.

Целью выпускной квалификационной работы является применение методов управления качеством в деятельности организации для анализа текущей ситуации, стратегического планирования и сокращения потерь.

В соответствии с поставленной целью поставлены задачи:

- изучить теоретические основы SWOT-анализа, бенчмаркинга и постановки цели в формате SMART;
- описать теоретические основы и принципы бережливого производства;

- провести SWOT-анализ и бенчмаркинг для организации «FLAME», а также сформулировать SMART-цель;

- применить элементы бережливого производства для сокращения потерь и трудозатрат в организации «FLAME».

Выпускная квалификационная работа занимает 38 страниц, состоит из двух разделов, содержит 8 таблиц. Обзор составлен по 14 информационным источникам.

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

Первый раздел представляет собой описание теоретического материала о некоторых методах управления качеством и их применении.

Во втором разделе работы проводится анализ организации, выявлены её сильные и слабые стороны, поставлена цель формата SMART и описаны пути её достижения. Также описан процесс внедрения элементов бережливого производства в деятельность организации.

### **Основное содержание работы**

#### **Теоретическая часть. Методы управления качеством.**

Методы управления качеством продукции используются для создания продукции высокого качества и минимизации производственных затрат. Они включают в себя методы измерения и контроля, методы испытаний и анализа, методы моделирования и оптимизации.

Бенчмаркинг – это метод, который используется для измерения и сравнения производительности организации, продукта или услуги с лучшими практиками других компаний в отрасли. Целью бенчмаркинга является получение информации о том, какие методы и подходы используются наиболее успешными организациями в отрасли, и дальнейшее применение этих знаний для улучшения результатов своей компании [1].

SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз) – это методика, позволяющая проанализировать внутреннюю и внешнюю среду организации. В результате анализа выявляются сильные и слабые стороны

компании, а также возможности и угрозы, которые могут подвергнуть ее риску. Полученная информация позволяет компании разрабатывать стратегии и принимать решения, основанные на их реальных возможностях и угрозах, в том числе и в контексте возможностей и угроз внешней среды [2].

SMART-цель – это формулировка цели таким образом, чтобы она была конкретной (Specific), измеримой (Measurable), достижимой (Achievable), релевантной (Relevant) и ограниченной по времени (Time-bound). Такая формулировка цели помогает более точно определить, что именно нужно достигнуть, за какое время и какими способами, а также как измерить результаты и контролировать их достижение. SMART-цели широко применяются в бизнесе, менеджменте, маркетинге и других областях деятельности [3].

Бережливое производство – это методология управления производством, которая нацелена на устранение любых видов потерь, максимизацию эффективности и прибыльности производства. Бережливое производство основывается на концепции "бесплатной" производительности и ориентированности на потребность клиентов. Данный подход к управлению производством включает в себя реализацию комплекса мероприятий, направленных на сокращение затрат, экономию времени и ресурсов, улучшение качества продукции и повышение уровня удовлетворенности клиентами. Цель бережливого производства – создать оптимальные условия для работы производственных систем, обеспечивающих максимальный выход продукции при оптимальном использовании ресурсов. Для этого используется системный подход, основанный на идентификации и устранении всех ненужных операций и отходов в производственном процессе [4].

#### **Практическая часть. Применение методов управления качеством.**

**Краткие сведения об организации «FLAME».** «FLAME» – это небольшая организация сферы развлечений, которая находится в г. Энгельс, открыта с мая 2022 года. Заведение небольшое: посадка 5 столов.

Первым использованным методом стал внешний отраслевой бенчмаркинг.

Цель проведения бенчмаркинга: сравнить показатели организации-эталона с собственными, после чего провести анализ лучших практик и внедрить в свою организацию.

Задачи:

1. Проанализировать конкурентов и выявить лидеров.
2. Сравнить организацию с организацией-эталонем.
3. Провести анализ лучших практик и определить пути их достижения.

Для сравнения мы решили провести выбор из прямых конкурентов, которые находятся в одном городе. Далее перешли к этапу сбора информации о конкурентах, для этого мы посетили указанные заведения и трудоустроились к конкурентам в качестве нового сотрудника.

После этого мы перешли к сравнению таких показателей как проходимость, цена, средний чек, ассортимент, количество мест и расположение. Сравнение происходило путём оценки каждого показателя по пятибалльной системе.

Проанализировав данные было определено, что «FLAME» проигрывает конкурентам в количестве мест, ассортименте, проходимости и в среднем чеке.

Далее по результатам проведения бенчмаркинга в работе был сформирован план действий по улучшению.

Вторым использованным методом стал SWOT-анализ. Была составлена матрица SWOT и проведен корреляционный SWOT-анализ.

На основании проведенного SWOT-анализа организации «FLAME» можно сделать вывод о том, что на основании выявленных возможностей организации рекомендуется развиваться с помощью удержания доступной цены и высокого качества услуг. Существующие угрозы можно снизить за счет активного расширения и удержания клиентской базы с помощью регулярных маркетинговых акций, гибкой системы бонусов и скидок, а также за счет крупного опта снижать себестоимость продукта, тем самым держать

конкурентную цену. При этом наибольшую опасность для предприятия представляют конкуренты, которые могут предлагать более интересные маркетинговые предложения и цены на их услуги могут быть ниже. Помешать воспользоваться имеющимися возможностями может недостаток финансовых ресурсов, в связи с финансовым кризисом и низкой платежной способностью населения, а также отсутствие возможности рекламировать кальянные и делать скидки из-за федерального закона.

Третьим использованным методом стала постановка SMART-цели. Было поставлено 2 цели для организации:

1. «Увеличить выручку организации за год с 5 апреля 2023 года на 50%».
2. «Увеличить количество заказов на 25% за следующие 3 месяца (июнь, июль, август) 2023 г.»

Далее мы показали, что они соответствуют всем принципам SMART.

Следующим шагом были предложены способы увеличения выручки, которые оптимальны для данной организации, ими стали:

- 1) расширение ассортимента продукции и услуг за счет обновления меню и введения в него новых позиций;
- 2) реклама и маркетинг, за счет проведения тематических вечеров и других мероприятий;
- 3) расширение географии продаж, за счет предоставления оборудования в аренду, работы на выезд, и предоставления услуг кейтеринга.

Четвёртым использованным методом стало реализация и внедрение элементов системы «бережливого производства».

Первое, что было сделано для реализации и внедрения бережливого производства – это адаптация ключевых принципов системы бережливого производства, которые могут быть применены в организации FLAME:

1. Устранение излишков и потерь.
2. Оптимизация процесса оказания услуг и минимизация времени, затрачиваемого на каждый шаг.

3. Повышение качества и уменьшение количества рекламаций (возвратов).

4. Уменьшение затрат на оказание услуг.

5. Использование стандартизированных процессов, чтобы повысить качество и уменьшить количество ошибок.

Для устранения излишков и потерь в организации FLAME было рассмотрено и проанализировано моменты нерационального использования продуктов. Благодаря этому были исправлены такие моменты, как излишнее списания фруктов и перерасход угля, были предложены и внедрены идеи по более рациональному их использованию.

Далее был оптимизирован процесс выдачи заказов, тем самым уменьшено время, затрачиваемое на его приготовление.

Также было повышено качество и уменьшено количество возвратов. Это было достигнуто благодаря введению стандартизированных процедур.

Последним было уменьшение затрат на приготовление продукции, благодаря которым удалось снизить себестоимость на 35%.

Последним этапом в разделе были сформулированы рекомендации по улучшению деятельности организации.

Организации «FLAME» рекомендуется развиваться с помощью удержания доступной цены и высокого качества услуг. Существующие угрозы можно снизить за счет активного расширения и удержания клиентской базы с помощью регулярных маркетинговых акций, гибкой системы бонусов и скидок, а также за счет крупного опта снижать себестоимость продукта, тем самым держать конкурентную цену. Для достижения поставленных SMART-целей по итогам применения методов управления качеством рекомендуется:

1. Расширить ассортимент продукции и услуг за счет обновления меню и введения в него новых позиций.

2. Привлекать посетителей за счет проведения тематических вечеров и других мероприятий.

3. Ввести новые правила для заведения.

4. Использовать стандартизованные и оптимизированные процессы подготовки заказа и процесс выдачи заказа в целом.

5. Уменьшить затраты на приготовление заказа за счет установленного изменения состава продукции.

6. Расширить географию продаж за счет предоставления оборудования в аренду, работы на выезд.

**Заключение.** Методы управления качеством являются необходимым инструментом в современном менеджменте. Их применение позволяет компаниям создавать продукты и оказывать услуги высокого качества, увеличивать прибыль и повышать удовлетворенность клиентов.

В результате выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с поставленными целью и задачами получены следующие результаты:

- изучен необходимый теоретический материал;
- для выбранной организации проведен бенчмаркинг, по итогам сравнения с конкурентами определены показатели, в которых организация проигрывает конкурентам, и составлен план действий для улучшения показателей ассортимент, проходимость и средний чек;
- проведен SWOT-анализ, на его основании организации рекомендовано развиваться с помощью удержания доступной цены и высокого качества услуг, а угрозы снижать за счет расширения и удержания клиентской базы с помощью регулярных акций, системы бонусов и скидок, а также держать конкурентную цену;
- поставлена SMART-цель и предложены способы её достижения;
- применены элементы системы бережливого производства, связанные с устранением излишков и потерь, оптимизацией процесса выдачи заказа, уменьшением затрат на приготовление повышением качества, уменьшением количества возвратов, использованием стандартизованных процессов;
- на основании всех примененных методов сформулированы рекомендации по улучшению деятельности организации.

### Список использованных источников

1 Бенчмаркинг [Электронный ресурс] // Секреты и советы [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <http://www.secreti.info/p25m.html> (дата обращения: 16.05.2023). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

2 Горленко, О. А. Анализ рисков и возможностей процессов менеджмента качества на основе SWOT-анализа / О. А. Горленко, Т. П. Можаяева // Вектор науки тольяттинского государственного университета. серия: экономика и управление. – 2018. – № 1 (32). – С. 13-18.

3 Жакупов, А. SMART 2.0. Как ставить цели, которые работают / А. Жакупов. – М. : ЛитагентРидеро, 2016. – 130 с.

4 Бережливое производство, СМК и маркетинг [Электронный ресурс] // АРБ-Консалтинг [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://www.arbconsulting.ru/posts/lean-smk-marketing/> (дата обращения: 29.05.2023). – Загл. с экрана. – Яз. рус.