

# Итоговый отчет по предмету «Комплексное управление качеством»

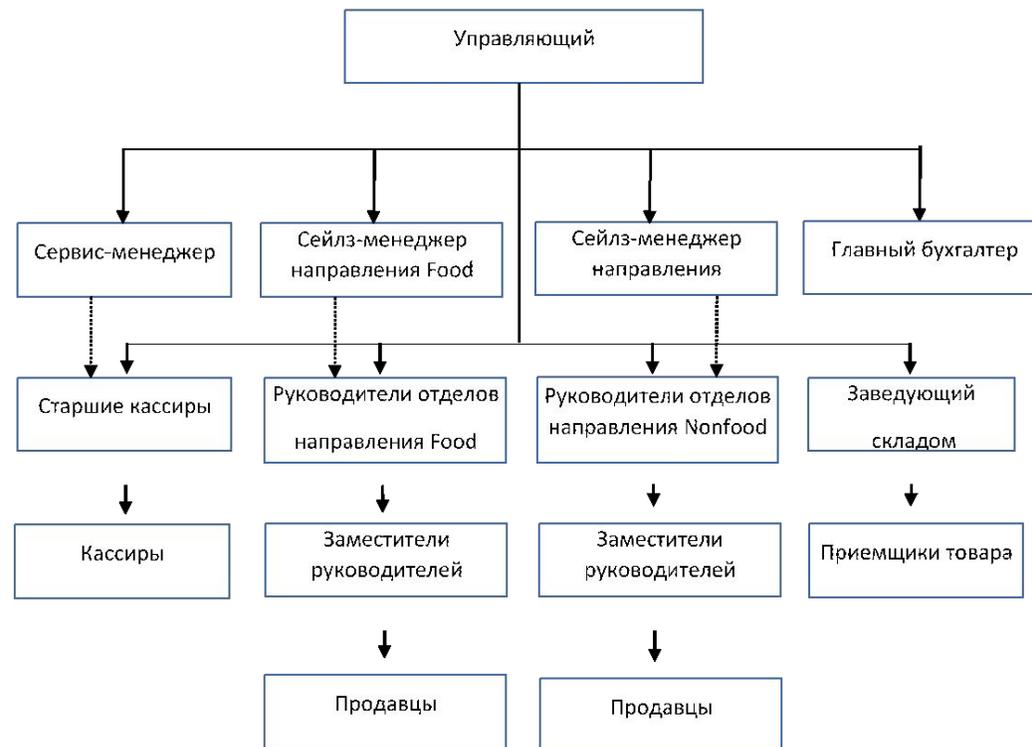
---

ПОДГОТОВИЛ СТУДЕНТ  
ГРУППЫ 237432/4401  
АНКУДИНОВ ИВАН СЕРГЕЕВИЧ



# Организационная характеристика ООО «Prisma»

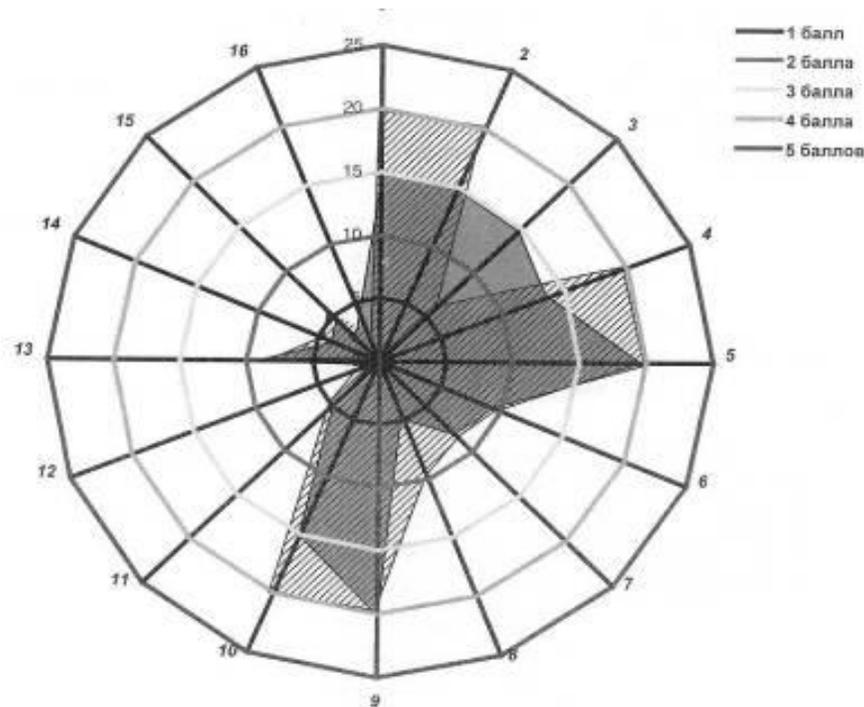
Классификационный признак	Характеристика магазина «Prisma»
Вид предприятия	Универсальный магазин
Тип предприятия	Гипермаркет
Вид торговли	розничная торговля
Площадь торгового объекта	8400 м <sup>2</sup>
Ассортимент товаров	Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров, в том числе под собственными торговыми марками
Формы торгового обслуживания	Преимущественно самообслуживание



# Проблемы ООО «Prisma»

	Фактическое состояние (что имеем?)	Ожидаемое состояние - (план) (как должно быть?)	Препятствие (какое, где?)	Определение проблем какие проблемы?	Возможные причины проблемы (почему возникла проблема)
Произвол, программа	Загрузка на 30-40%	Загрузка на 50-60%	Падение объемов продаж, устаревшее оборудование	Дорогое новое оборудование, перебои с сырьем.	Овощные комбинаты отправляют сырье на экспорт, отсутствие фин. средств для закупа нового оборудования
РЫНОК	Малый охват рынка, ограниченная емкость	Проникновение на рынок соседних регионов	Приход на рынок новых конкурентов	Потеря доли рынка	Мало конкурентных преимуществ
Цена	средние	ниже среднего	Демпинг конкурентов	Увеличение себестоимости	Падение объемов продаж
Стимулирование сбыта	слабое	высокое	Нет специалистов в области продаж, текучка персонала	Отсутствие рекламы	Слабая система мотивации
Организация маркетинга	слабая	развитая	Нет специалистов по маркетингу, нет открытой информации по конкурентам	Своими усилиями проводить исследования тяжело, без отсутствия специалистов	Неосознанность руководства в необходимости проведения исследования

# МНОГОУГОЛЬНИК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И SWOT анализ



	<b>Сильные стороны (s)</b> 1. низкие издержки 2. лучшие производственные возможности 3. хорошая репутация 4. налаженные контакты с поставщиками сырья 5. гибкая система оплаты	<b>Слабые стороны (w)</b> 1. слабая маркетинговая стратегия 2. текучка персонала 3. задержки по поставке сырья 4. падение объемов продаж 5. загрузка производства на 30-40%
<b>Возможности (s)</b> 1. выход на другие рынки (соседние регионы) 2. облегчение условий по предоставлению кредитов 3. потребительские стереотипы и предпочтения меняются в пользу качественных товаров 4. использование уникальных возможностей экспорта товаров из-за границы	<b>Поле «Сила - возможности»:</b> 1. выйти на другие регионы с низкими издержками, гибкой системой оплаты 2. возможность удешевления заемных средств и ускорение их получения 3. увеличить оборот, ассортимент	<b>Поле «Слабость - возможности»:</b> 1. разработать маркетинговую стратегию, п/п 2. разработать систему мотивации персонала. 3. заключить дополнительно договора с другими поставщиками 4. провести маркетинговое исследование, разработать рекламную кампанию 5. дозагрузить производственные мощности и выйти на соседние регионы
<b>Угрозы (T)</b> 1. Увеличение пошлин на экспортируемую продукцию 2. Высокая текучесть кадров 3. Технологические сдвиги на отраслевом рынке 4. Отсутствие эффективной рекламной политики 5. Усиление конкурентов	<b>Поле «Сила - угрозы»:</b> 1. оптимизация налогового планирования 2. получения сырья, продукции с отсрочкой платежа 3. диверсификация бизнеса	<b>Поле «Слабость - угрозы»:</b> 1. оптимизировать издержки - сделать рекламу 2. пересмотреть существующие договора (пени за недопоставку в срок), принять товарный кредит 3. пересмотреть политику мотивации по среднему персоналу (дополнительно замотивировать), для низшего звена принять текучку как данность

# Анализ применения принципов TQM в деятельности магазина

№	Принципы (тезисы) TQM	Выполнение принципов TQM в деятельности магазина	Действия
1	Удовлетворенность потребителя	Я выявил неудовлетворенность потребителей качеством предоставляемых торговых услуг и несоответствия в деятельности магазина	Данный тезис необходимо развивать в деятельности магазина "Prisma"
2	Процессный подход	Процессный подход не применен в деятельности магазина, организация не определила основные процессы.	Требуются мероприятия по улучшению
3	Постоянное улучшение	По проведенному анализу деятельности магазина не было выявлено применение данного метода. Необходимо его внедрять.	Требуются мероприятия по улучшению
4	Системный подход к управлению	Разрозненная система качества в данной организации существует, но отсутствует системность.	Требуются мероприятия по улучшению
5	Работа с поставщиками	Продукция закупается централизованно, сам магазин не закупает продукцию	Мероприятия не требуются
6	Управление на основе фактов	В настоящее время по результатам проведенного анализа, выявлено, что данный метод не используется. Его необходимо развивать и внедрять.	Требуются мероприятия по улучшению
7	Вовлечение всех сотрудников	Не применяется. Необходимо проводить обучение работников магазина "Prisma".	Требуются мероприятия по улучшению
8	Ведущая роль руководства	При анализе организационной структуры магазина мы выяснили отсутствие в ней представителя организации, ответственного за качество работы магазина. Данный тезис не выполняется, требуется внедрение.	Требуются мероприятия по улучшению

## ВЫВОД:

В связи с тем, что многие из принципов TQM в деятельности магазина «Prisma» не выполняются, это приводит к неудовлетворению потребностей некоторой части потребителей и тем самым снижению выручки магазина

Разработка предложений по  
повышению качества торговых  
услуг и совершенствованию  
деятельности гипермаркета  
"Prisma".

---

# Мероприятия по устранению несоответствий торговых услуг

№ п. п.	Выявленные несоответствия	Возможные причины несоответствия	Предложения по устранению
1	Не полные консультации продавцов	- не проводится должное обучение и аттестация продавцов и кассиров; - недостаточно квалифицированный персонал	- ознакомить продавцов с правилами взаимодействия с покупателями в торговом зале; - ознакомить персонал с ассортиментом и принципами выкладки товара в магазине; - проводить периодические аттестации персонала; - разработка формы речевого шаблона; - внедрение обучения персонала; - ежемесячный контроль "Тайный покупатель".
2	Маленький ассортимент продукции	- часть поставщиков обанкротилась в связи с экономическим кризисом	- поиск и оценка новых поставщиков. - пересмотр ассортиментной матрицы по результатам анализа потребительских предпочтений.
3	Возвраты от покупателей	- низкое качество продукции от поставщиков	- провести анализ работы всех поставщиков и выбрать лучших; - разработать процедуру по оценке и выбору поставщиков.
4	Высокий процент кредита	- работа с банками с высоким процентом кредита	- провести анализ работы всех банков и выбрать лучшие
5	Отсутствие дешевых товаров (только оригинальные комплектующие)	- поставки только от фирменных производителей	- провести поиск и оценку новых поставщиков
6	Ошибки кассира во время работы за кассой	- неправильная или неточная выписка на товар - не работает кассовый аппарат - человеческий фактор	- проводить периодическое техническое обслуживание оборудования - обязательные перерывы для отдыха

# Изменения оргструктуры

