МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ   
*Федеральное государственное бюджетное образовательное   
учреждение высшего образования***«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)  
Кафедра экономики и управления инновационными системами**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

Внедрение стандартов ИСО в области менеджмента как инструмент повышения уровня конкурентоспособности организации

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Работу выполнила | |  | | Супрун Андрей Павлович | | |
| Факультет | Экономический | | | курс | | 2, группа 212 |
| Направление | |  | 27.03.02 «Управление качеством» | | | |
| Научный руководитель | |  | | | Ст. преподаватель А. А. Сальникова | |
| Нормоконтролер | |  | | | Ст. преподаватель А. А. Сальникова | |

Краснодар

2018

Содержание

[Введение 3](#_Toc515795847)

[1 Внедрение стандартов ИСО инструмент повышения уровня конкурентоспособности организации 6](#_Toc515795848)

[1.1 Теоретические основы управления качеством 6](#_Toc515795849)

[1.2 Международные стандарты качества серии ИСО 9000 14](#_Toc515795850)

[1.3 Влияние качества управления на уровень конкурентоспособности организации 23](#_Toc515795851)

[2 Практические аспекты внедрения стандартов ИСО 30](#_Toc515795852)

[2.1 Общая характеристика организации и системы качества ООО «Пивоваренная компания «Балтика» 30](#_Toc515795853)

[2.2 Влияние внедрение ИСО 9000 на повышение уровня конкурентоспособности организации 37](#_Toc515795854)

[Заключение 42](#_Toc515795855)

[Список использованных источников 44](#_Toc515795856)

Введение

Процесс глобализации в экономике обостряет конкуренцию, так как расширение рынка позволяет покупателю выбирать товары практически всех мировых производителей. В результате, каждый из них соперничает с другими в определенной области. В таких условиях выживает только тот, кто обеспечивает высокое качество по низкой цене.

В последние годы все эти факторы обусловили бурное развитие систем, методов и инструментов управления качеством. Их использование позволяет систематизировать работы в области повышения качества, поставить их на научную основу и повысить их эффективность. Они дают возможность объективно оценить пожелания потребителей, преобразовать их в требования к продукции, установить возможности производства, найти слабые места, препятствующие достижению требуемого качества, правильно выбрать корректирующие и предупреждающие действия, оценить удовлетворенность потребителей и других участников данного производства и наметить пути его развития. Только при условии непрерывного улучшения качества продукции компания имеет шанс сохранить и укрепить свои позиции на рынке.

Международные стандарты ISO могут рассматриваться как основа для внедрения системы менеджмента качества (TQM) на предприятии. В то же время, международные стандарты ИСО устанавливают определенный минимум требований, которые должны быть соблюдены для обеспечения качества и регулирования отношений между производителем и потребителем. В целом, концепция TQM, в отличие от серии ISO 9000, не ограничивается строгими требованиями, но предоставляет широкий спектр конкретных подходов и методов для руководителей бизнеса, чтобы соответствовать требованиям, установленным стандартами ISO.

Цель работы – выделить проблемы внедрения Внедрение стандартов ИСО в области менеджмента как инструмент повышения уровня конкурентоспособности российских органиаций. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

* рассмотреть понятие, сущность, подходы и состав показателей, определяющий систему управления качеством;
* исследовать методические основы и историческую ретроспективу создания международных стандартов качества серии ИСО 9000;
* изучить влияние качества управления на уровень конкурентоспособности организации;
* рассмотреть динамику развития и состояние системы качества одной из ведущих компаний на рынке России ООО «Пивоваренная компания «Балтика»;
* оценить влияние внедрение ИСО 9000 на повышение уровня конкурентоспособности организации.

Объектом исследования является ввнедрение стандартов ИСО в области менеджмента как инструмент повышения уровня конкурентоспособности организации.

Предмет исследования ‒ ООО «Пивоваренная компания «Балтика».

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы: системный и сравнительный анализ, синтез, анализ статистических данных, дедукция.

В качестве информационной базы исследования были использованы публикации, учебники, учебные пособия, нормативно-правовые акты, кодексы, публикации международных стандартов, монографии.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. Во введении обоснована актуальность темы, сформулированы цели и задачи исследования, указаны объект и предмет исследования. Первая глава включает три параграфа. В ней раскрываются теоретические и методические аспекты формирования системы управления качеством на основе использования международных стандартов. Вторая глава состоит из дву параграфов. Она содержит в себе анализ динамики развития ООО «Пивоваренная компания «Балтика», характиристику его системы качества, а также оценку влияния внедрения ИСО на повышение уровня конкурентоспособности организации. В заключении подведены итоги и сделаны выводы исследования.

# 1 Внедрение стандартов ИСО инструмент повышения уровня конкурентоспособности организации

## 1.1 Теоретические основы управления качеством

В условиях рынка залогом того, что предприятие выживет и будет успешно развивать, является его способность удовлетворить требования потребителей. Этому способствует, в первую очередь свойства и качество выпускаемой продукции. Таким образом, повышение качества продукции, которое, в свою очередь, приводит к росту конкурентоспособности ее, является актуальной задачей для любого предприятия.

В настоящее время степень актуальности проблемы повышения качества продукции возрастает, что обусловлено следующими факторами.

Во-первых, рост требований НТП диктует существенные качественные изменения ко всем сферам научно-производственной деятельности. При этом происходит ужесточение требований к характеристикам и свойствам продукции, в первую очередь, к надежности (долговечности, сохраняемости, безотказности и др.), экономичности в эксплуатации, эстетичности и т.п. Это обусловлено тем, что работа современной техники происходит в сложных условиях, характеризующихся критическими режимами и колоссальными нагрузками. При этом отказ техники приводит к огромным убыткам для предприятия.

При этом повышение качества готовой продукции невозможно без улучшения качества используемого сырья, материалов, комплектующих изделий, а также применения современных эффективных методов организации труда и производства, а также новых современных технологий. Таким образом, повышение качества продукции – это комплексная задача, затрагивающая множество, а фактически, все, отрасли индустрии.

Во-вторых, усложнение связей внутри отрасли, между отраслями, а также межгосударственных связей происходит из-за дальнейшего углубления общественного разделения труда и его кооперации. В этих условиях для обеспечения качества любого изделия необходима безусловная и равная ответственность каждого работника предприятия за добросовестный труд, вне зависимости на какой бы ступени производства он не находился бы. Созданная в результате их труда продукция только тогда сможет удовлетворять потребности потребителей, когда каждая ее составляющая (деталь, блок, узел) и каждый производственный процесс выполнен в строгом соответствии с техническими условиями и стандартами.

В-третьих, в связи с более полным насыщением рынка, происходит всё более полное удовлетворение в количественном выражении потребностей в предметах потребления и средствах производства, что выдвигает на первый план качественные их характеристики. Необходимо не просто дать удовлетворение потребности в «базовом» варианте, а удовлетворять всё более и более возрастающие и появляющиеся новые потребности, которые предъявляют всё более и более высокие требования к качеству продукции.

Одновременно, повышение качества продукции означает, что для более полного удовлетворения потребности, можно израсходовать относительно меньшее количество сырья и материалов.

В-четвертых, процессы глобализации экономики приводят к обострению конкурентной борьбы между предприятиями различных стран за рынки сбыта на фактически едином мировом рынке. В этих условиях успешно реализовывающие свою продукцию предприятия могут захватить солидную долю мирового рынка и обеспечить себе огромные прибыли, а аутсайдеры во множестве своем приходят к банкротству. Успешной реализации продукции способствует ее высокое качество.

В-пятых, рост уровня качества продукции важен также с точки зрения решения не только экономических и технических задач, но также и социальных.

Таким образом, интерес к повышению качества продукции проявляют не только потребители, но и такие субъекты как изготовители, и даже государство (рис.1).

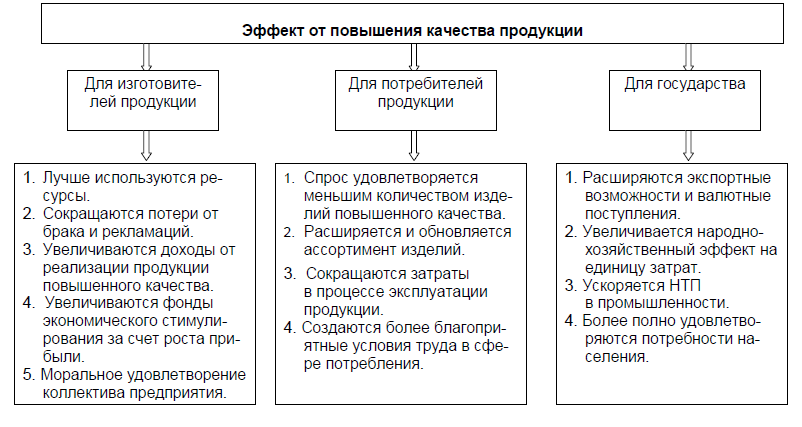


Рисунок 1 – Эффект от повышения качества продукции

Международная организация по стандартизации (ИСО) трактует качество как совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворить установленные и предполагаемые потребности.[[1]](#footnote-1)

Исходя из вышесказанного становится ясным, что достичь высокого качества продукции в современной технико-технологической и организационно-экономической ситуации возможно лишь при наличии хорошо продуманной и четко организованной системе управления качеством, являющейся целевой подсистемой системы управления предприятием. Подобная система является упорядоченной совокупностью взаимодействующих и взаимосвязанных элементов производственного объекта, которые предназначены для достижения цели, состоящей в создании условий обеспечивающих требуемый уровень качества производимой продукции при минимизации затрат на это.

В табл. 1 показано разнообразие формулировок понятий качества продукции. Однако для конкретных условий совместной деятельности людей данную терминологию необходимо конкретизировать или стандартизировать[[2]](#footnote-2).

Под свойством продукции понимается ее объективная особенность, проявляющаяся при производстве, эксплуатации или потреблении.

Различают производственные и потребительские свойства продукции. Производство относится ко всему набору свойств, созданных в процессе производства. Это потенциальное качество.

Потребительские свойства продукции характеризуют лишь ту совокупность показателей, которые являются одними из самых важных и значимых для потребителя. Это реальное качество продукции.

Продукт труда, созданный в процессе производства, до реализации потребителю обладает только потенциальным качеством, которое переходит в реальное качество, лишь вступив в процесс реализации и потребления, то есть, когда продукт начинает участвовать в удовлетворении конкретных общественных потребностей. Если эта потребность не удовлетворяется, нет качество речи.

Количественные характеристики свойств и показателей (экономические, технические и др.) называется показателем качества продукции.

По количеству характеризуемых свойств все показатели качества делятся на:

* единичные;
* комплексные;
* определяющие;
* интегральные.

Таблица 1 - Динамика определений понятий качества

|  |  |
| --- | --- |
| Автор | Формулировка определений качества |
| Аристотель  (III в. до н.э.)  Гегель  (XIX в. н.э.)  Китайская версия  Шухарт  (1931 год)  К. Исикава  (1950 год)  Дж. Джуран  (1979 год)  ГОСТ 15467—79  Международный стандарт  ИСО 8402-86  Международный стандарт  ИСО 8402-94 | Различие между предметами; дифференциация по признаку «хороший – плохой»  Качество есть в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество  Иероглиф, обозначающий качество, состоит из двух элементов – «равновесие» и «деньги» (качество = равновесие + деньги), следовательно, качество тождественно понятию «высококлассный», «дорогой»  Качество имеет два аспекта: объективные физические характеристики и субъективную сторону (насколько вещь «хороша»)  Качество – свойство, реально удовлетворяющее потребителей  Пригодность для использования (соответствие назначению). Субъективная сторона – степень удовлетворения потребителя (для реализации качества производитель должен знать требования потребителя и сделать свою продукцию такой, чтобы она удовлетворяла эти потребности)  Качество продукции – совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением. Качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности  Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности |

Один показатели качества характеризуют одно свойство продукта (например, скорость, Потребляемая мощность и т. д.).

Комплексные показатели качества характеризуют совокупность нескольких свойств продукции (например, надежность и др.).

Оценочными являются определяющие качественные показатели – они являются основанием, по которому оценивают качество.

Интегральные показатели качества выражаются через соответствующую сумму экономических или технических показателей (например, суммарный полезный эффект от эксплуатации продукции, общие затраты на создание и эксплуатацию изделия).

Показатели качества продукции машиностроения и радиоэлектронного приборостроения весьма разнообразны. Поэтому для каждого вида продукции следует подбирать соответствующий спектр показателей, которые наилучшим образом характеризуют ее качество.

Измерение числовых значений показателей качества производится с помощью приборов, средств измерений, эмпирически или расчетным путем и выражается в натуре (пунктах, других единицах) или в стоимостном выражении[[3]](#footnote-3).

Для оценки некоторых свойств продукции (например, эстетических) технические средства неприемлемы, поэтому измерения производятся органолептическими методами (с помощью органов чувств по балльной системе). Иногда свойства продукции оцениваются путем социологических опросов потребителей или экспертов.

Выше номенклатура показателей качества является основой для количественной оценки качества конкретного товара. Причем уровень качества изделия может оцениваться в зависимости от поставленной цели дифференцированно по индивидуальным, комплексным или интегральным показателям, производственной или потребительской группе. Таким образом, уровень качества является относительной характеристикой, основанной на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с соответствующими показателями продукции, принятыми за основу для сравнения.

Наряду с уровнем качества определяется технический уровень продукции – относительная характеристика, полученная путем сравнения совокупности показателей качества продукции данного типа с соответствующим набором базовых показателей. Технический уровень продукции обычно оценивается при разработке новых или аттестации серийно выпускаемых изделий по номенклатуре показателей, представленных на рис.2.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели качества продукции | | | | | | | | | | | | | | | |
| Производственная группа | | | | | | | Потребительская группа | | | | | | | | |
| назначения | технологичности | | | | | патентно-правовые показатели | надежности | | | | эргономические | эстетические | экологические | безопасности | прочие показатели |
| трудоемкости изготовления | трудоемкости подготовки изделия к функционированию | материалоемкость | стандартизации и унификации | прочие показатели | долговечности | безотказности | сохраняемости | ремонтопригодности |
| Технического уровня | | | | | | | | | |
| Экономические | капиталовложения в производство изделия | | | | | | Экономические | капиталовложения, связанные с эксплуатацией изделия | | | | | | | |
| себестоимость и оптовая цена изделия | | | | | | себестоимость единицы работы (продукции) выполняемой изделием | | | | | | | |
| рентабельность | | | | | | производительность труда | | | | | | | |

Рисунок 2 - Показатели качества изделия

Номенклатура включает только технические показатели производственно-потребительской группы.

Главная идея управления качеством заключается в том, что компания должна работать не только над качеством продукции, но и над качеством организации работы в компании, включая работу персонала. Параллельное постоянное улучшение 3 компонентов:

* качество продукции
* качество процессов организации
* уровень квалификации персонала
* это позволяет добиться более быстрого и эффективного развития бизнеса.
* Качество определяется следующими категориями:
* степень выполнения требований клиентов
* рост финансовых показателей компании
* повышение удовлетворенности сотрудников своей работой.

TQM или система менеджмента качества (СМК) включает 2 механизма:

Quality Assurance (QA) — контроль качества — поддерживает необходимый уровень качества и заключается в предоставлении компанией определенных гарантий, дающих клиенту уверенность в качестве данного товара или услуги.

Quality Improvements (QI) — повышение качества — предполагает, что уровень качества необходимо не только поддерживать, но и повышать, соответственно поднимая и уровень гарантий.

Два механизма: контроль качества и повышение качества — позволяют постоянно совершенствовать, развивать бизнес.

Каждая компания имеет некоторую систему управления качеством (СМК). Важно, насколько хорошо это способствует бизнес-требованиям компании. СМК - это возможность системной реализации устремлений, целей и задач компании, связанных с качеством. СМК-это единое целое, включающее в себя организационную структуру, процессы, ресурсы компании и ее эффективное, результативное управление. СМК-это не отдельная система, а понятие последовательности. Другими словами, система менеджмента качества-это концепция, учитывающая вопросы качества в деятельности организации. Деятельность по управлению качеством не может быть отделена от общей деятельности организации. Управление качеством индивидуально для каждой компании, поэтому каждая система качества должна быть названа в честь компании.

Управление качеством - это долгосрочная деятельность. Лидерство в области качества - это личная Категория. Лидер поддерживает последовательность цели, гарантируя интеграцию бизнеса и превосходства по качеству. В задачи руководителя входит принятие обязательств перед персоналом, собственниками, потребителями, партнерами и компанией. Лидер не может делегировать личную ответственность в области качества.

Руководство определяет распределение ответственности, полномочий и взаимодействия подразделений в системе менеджмента качества. Круг полномочий зависит от важности принимаемых решений. Системный подход к управлению качеством предполагает, что управление качеством является функцией каждого подразделения организации. Все сотрудники должны осознавать важность своей деятельности, роль в достижении установленных политик и целей, вклад в реализацию потребительских требований[[4]](#footnote-4).

## 1.2 Международные стандарты качества серии ИСО 9000

Стандарты серии ISO 9000 обобщают опыт, накопленный в мире менеджмента качества за счет использования комплекса проверенных видов работ (функций, элементов) и объединения их в единую систему качества. Для улучшения организации работы по повышению качества предприятия следует обратиться к этому опыту, так как для того, чтобы выпускать продукцию на уровне международных стандартов, необходимо, чтобы организация работы была на качественном современном международном уровне. [5]

Рекомендации стандартов ИСО 9000 используются не только при создании систем качества, но и в качестве критериев оценки систем качества при сертификации и заключении договоров, когда заказчики проверяют и оценивают способность поставщиков обеспечить стабильность требуемого качества продукции. Поэтому после публикации стандартов многие предприятия, особенно те, которые осуществляют экспортные поставки, стремятся организовать работу по качеству с рекомендованными стандартами видов работ (функций, элементов).

Разработчик стандартов — ISO — Всемирная федерация национальных органов по стандартизации (комитетов — членов ISO), основанная в 1947 году, членами которой в 1999 году были 161 национальная организация, из которых 119 — полноправные члены[[5]](#footnote-5).

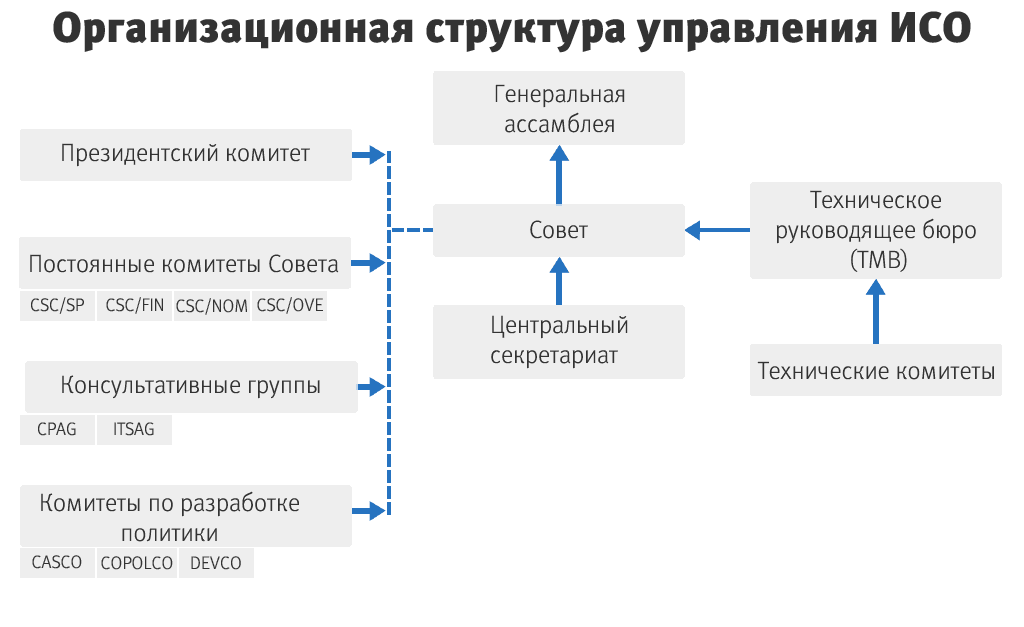


Рисунок 3 - Организационная структура управления ИСО

Существует три категории членства. Они различаются уровнем доступа к электронным ресурсам ИСО и степенью влияния на содержание разрабатываемых документов. Это помогает учесть различные потребности и возможности каждого национального органа по стандартизации.

Действительные члены влияют на содержание стандартов и стратегии ИСО, разрабатываемых путем голосования и международных встреч. Полноправные члены имеют право продажи и принятия международных стандартов на национальном уровне.

Члены-корреспонденты наблюдают за разработкой стандартов ИСО и стратегией путем просмотра результатов голосования, и посредством участия в международных заседаниях в качестве наблюдателя. Члены-корреспонденты имеют право продажи и принятия международных стандартов на национальном уровне.

Члены получают актуальную информацию о работе, проводимой в ИСО, но не могут участвовать в работе. Члены не имеют права продавать и принимать международные стандарты на национальном уровне[[6]](#footnote-6).

В 1987 году международная организация по стандартизации приняла международные стандарты ИСО серии 9000 по системам качества, которые были разработаны на основе советских (Львовской, Саратовской, Краснодарской и др.), Японской и других систем обеспечения или управления качеством.

Разрабатываемые стандарты ИСО сгруппированы по семействам. ISO 9000-это семейство стандартов качества, призванных помочь организациям всех типов и размеров разрабатывать, внедрять и эксплуатировать эффективные СМК.

Основной набор международных стандартов, связанных с управлением качеством, был принят ISO в марте 1987 г. и периодически обновляются. Он содержал стандарты ISO 9000-9004, а также Словарь терминов и определений в ИСО 8402.

В 1994 году, вторая редакция основных стандартов этой серии был опубликован, которая включает почти 25 стандартов (номера начинаются с 9000 и 10000). Эта серия широко была использована на сегодняшний день.

Международные стандарты ИСО вобрали в себя все наиболее рациональное из того, что было накоплено в этой области знаний и практики. Стандарты не только устраняют технические барьеры в сотрудничестве, устанавливая унифицированные подходы к системе качества и методам ее оценки, но служат ценным источником мирового опыта эффективных организационных решений в области обеспечения качества. Главное в стандартах ИСО, является то, что они являются средством регулирования интересов производителя товаров и услуг, их потребителей и общества.

По мнению многих авторитетов в области качества, разработка стандартов стала выдающимся научным успехом, ибо его создателям удалось решить казалось бы неразрешимую проблему: найти приемлемый подход для всего мирового сообщества для оценки систем качества и создания гарантии качества для потребителей.

Стандарты серии 9000 были признаны по всему миру и стали одним из самых популярных документов ИСО за более чем 50 лет существования организации.

Стандарты особенно широко используются в Западной Европе, где они находят признание в качестве стратегического оружия в бизнесе компаний и фирм. Среди наиболее активных сторонников-всемирно известные компании «Philips», «Renault», «Volkswagen», «Olivetti» и другие.

Семейство стандартов ISO 9000 применяется ко всем продуктам в промышленном и экономическом секторах.

В конце 2000 года был опубликован новый вариант под общим обозначением ISO 9000: 2000, который должен быть принят к 15 декабря 2003 года.

Стандарты серии 9000 принципиально отличаются от всех ранее разработанных. Впервые появились универсальные стандарты, обеспечивающие Управление качеством во всех отраслях экономики.

ISO 9000 является общим стандартом для систем менеджмента качества.

Обобщение здесь говорит о том, что одни и те же стандарты могут применяться к любой организации, большой или малой, независимо от характера продукции (в данном случае «продукт» также включает услугу). Кроме того, стандарты ISO 9000 применимы ко всем формам бизнеса, государственного управления и их структурных подразделений, а также общественных организаций.

Международная организация по стандартизации (ИСО) пересмотрела стандарты ИСО серии 9000 версии 1994 г. В результате комплекс документов, состоявший, более чем, из 20 стандартов содержит четыре базовых стандарта:

* ИСО 9000:2000 «Система менеджмента качества. Основные принципы и словарь»
* ИСО 9001:2000 «Система менеджмента качества. Требования».
* ИСО 9004:2000 «Система менеджмента качества. Руководящие указания по улучшению качества»
* ИСО 19011:2000 «Руководящие указания по проверке системы менеджмента качества и охраны окружающей среды».

15 декабря 2000 года, ИСО 9000, ISO 9001 и ISO 9004 были опубликованы в качестве официальных стандартов. ИСО 19011 был принят в третьем квартале 2001 года.

Основополагающие стандарты ISO 9001 и 9004, которые полностью гармонизированы по структуре и содержанию. Их можно использовать как вместе, так и по отдельности. Оба стандарта имеют одинаковую структуру, основанную на модели процесса менеджмента качества, но разные приложения.

ИСО 9001: 2000 устанавливает минимальный набор требований к системам качества и применяется для целей сертификации и аудита.

ISO 9004: 2000 содержит рекомендации по созданию систем менеджмента качества, ориентированных на высокую эффективность предприятий.

Оба стандарта применяются ко всем категориям продукции и составляют основу для требований, которые могут быть разработаны конкретными отраслями.

Планируется, что стандарты ISO 9001:2000 и ISO 9004:2000 будут совместимы со стандартами других систем, в частности ISO 14001 и 14004, которые регулируют системы экологического менеджмента.

Пересмотренный стандарт ISO 9001: 2000 заменяет такие стандарты версии 1994г., как ISO 9001, ИСО 9002, ИСО 9003.

Восемь принципов управления качеством лежат в основе стандартов ISO 9000:

1. Ориентация на клиента-организации зависят от своих клиентов и поэтому должны понимать их текущие и будущие потребности, соответствовать их требованиям и стремиться превзойти их ожидания.

2. Лидерство руководителя-руководители обеспечивают единство цели и направления деятельности организации.

3. Участие сотрудников работников всех уровней составляют основу организации, и их полное вовлечение дает возможность организации получать выгоды от своих способностей.

4. Процессный подход-желаемый результат достигается более эффективно, когда деятельность и связанные с ней ресурсы управляются как процесс.

5. Системный подход к управлению – идентификация, понимание и менеджмент взаимосвязанных процессов как системы способствуют результативности и эффективности организации в достижении своих целей.

6. Постоянное совершенствование - постоянное совершенствование организации в целом должно рассматриваться как ее постоянная цель.

7. Принятие решений на основе фактов-эффективные решения основаны на анализе данных и информации.

8. Взаимовыгодные отношения с поставщиками - организация и ее поставщики взаимозависимы, а взаимовыгодные отношения повышают способность обеих сторон создавать ценность.

При разработке стандартов ИСО 9000 2000 года одна из целей заключалась в упрощении структуры стандартов для облегчения их применения в организациях.

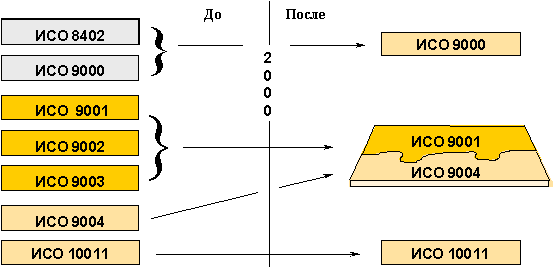


Рисунок 4 - Структура редакции стандартов ИСО 1994 и 2000 годов

Основополагающие стандарты ISO 9001 и 9004, которые полностью гармонизированы между собой по структуре и содержанию. Их можно использовать как вместе, так и по отдельности. Оба стандарта имеют одинаковую структуру, основанную на модели процесса менеджмента качества, но разные приложения. Первый стандарт предназначен для целей сертификации и содержит набор требований для создания системы менеджмента качества. Второе - призвано помочь предприятиям различных форм собственности, видов и масштабов деятельности постоянно совершенствовать свои бизнес-процессы и повышать эффективность. Стандарт ISO 9004: 2000 является рекомендательным стандартом и не предназначен для целей сертификации.

ISO 9001: 2000 и ISO 9004:2000 были запланированы как стандарты-уступчивые другие системы, в частности ISO 14001 и 14004, который регулирует систему управления охраны окружающей среды.

Аутентичный перевод стандартов ISO 2000 на русский язык был опубликован в 2001 году. В системе сертификации ГОСТ Р было 3 основных стандарта:

ГОСТ Р ИСО 9000-2001 - «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»;

ГОСТ Р ИСО 9001-2001 - «Системы менеджмента качества. Требования»;

ГОСТ Р ИСО 9004-2001 - «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности».

В 2005 году были внесены изменения в стандарт ISO 9000 (вступил в силу 20.09.2005), которые уточнили и упростили формулировки основных понятий. Эти изменения были сделаны неоднозначными, дебаты продолжались в течение года. Затем в 2008 году был изменен стандарт ISO 9001 (вступил в силу 15.10.11). Изменения были незначительными и касались скорее устранения двусмысленности в прочтении статей.

В 2009 году были внесены изменения в стандарт ISO 9004 (вступил в силу 30.10.2009). Новая редакция позволяет организациям повышать качество продукции и услуг для своих клиентов, продвигая самооценку как важный инструмент, позволяющий организациям.

Аутентичный русский перевод этой версии стандартов был сделан позже. В таблице 2 перечислены стандарты ISO и соответствующие стандарты ГОСТ.

1 января 2013 года Приказом Росстандарта от 22.12.2011 N 1575-ст введены в действие два межгосударственных стандарта по системам менеджмента качества:

ГОСТ ISO 9000-2011 «Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь (ISO 9000:2005, IDT) Quality management systems. Fundamentals and vocabulary»;

ГОСТ ISO 9001-2011 «Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования (ISO 9001:2008, IDT) Quality management systems. Requirements».

Таблица 2 – Соответствие российских и международных стандартов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Стандарт  ISO | Русскоязычная версия | | |
| Обозначение | Наименование | Дата введения в действие |
| 9000-2005 | ГОСТ Р ИСО 9000-2008 | Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь | 10.09.2009 |
| 9000-2008 | ГОСТ Р ИСО 9001-2008 | Системы менеджмента качества. Требования | 13.11.2009 |
| 9000-2009 | ГОСТ Р ИСО 9004-2010 | Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации.  Подход на основе менеджмента качества | 01.06.2011 |

Стандарты ISO 9000 содержат минимальные требования, которым должна отвечать организация работы по обеспечению качества, независимо от того, какую продукцию производит компания или какие услуги она оказывает. Если система управления качеством, которая реализует процессы управления в организации, соответствует требованиям стандартов ISO, то это воспринимается потребителями как убедительное доказательство способности предприятия обеспечить производство, выполнение работ или оказание услуг требуемого уровня качества.

Одной из важнейших черт этих стандартов является их универсальность, т. е. принцип применимость ко всем видам деятельности без исключения.

## 1.3 Влияние качества управления на уровень конкурентоспособности организации

Конкурентоспособность является важнейшим качеством, которым должна обладать организация для того, чтобы ее деятельность была успешной. Она проявляется в степени реального или потенциального удовлетворения данной организацией по сравнению с другими, аналогичными, представленными на рынке, конкретных потребностей клиентов.

Чтобы оценить конкурентоспособность организации можно сопоставить конкретные показатели деятельности на одном и том же рынке различных организаций. Данное сопоставление должно охватывать комплекс организационно-экономических, технико-технологических, интеллектуальных и иных характеристик. Для оценки обычно используют следующие параметры:

1. возможности имеющейся или потенциально возможной к применению технологии;

2. способность адаптироваться к изменяющимся условиям рынка;

3. уровень знаний и практического опыта персонала;

4. точность и иные характеристики оборудования;

5. наличие и состояние системы управления качеством;

6. маркетинговая политика организации;

7. сложившийся имидж организации и возможности ее коммуникационной политики, включая состояние и способности информационных каналов.

М. Портер отмечает, что «конкуренция – динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты»[[7]](#footnote-7).

Р.А. Фатхутдиновым предлагается следующее определение: «Конкуренция – процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях»[[8]](#footnote-8).

С точки зрения развития общества, конкуренция-это соревнование старого с новым: это - новые продукты, новые технологии, новые источники потребностей, новые типы организации и т. д.

На современном этапе экономического развития конкуренция, как движущая сила, вынуждает производителей постоянно искать новые пути повышения своей конкурентоспособности.

На мой взгляд, конкурентоспособность предприятия-это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Это показывает уровень развития конкурентных фирм по степени удовлетворения потребности людей со своими товарами и по эффективности производственной деятельности. На конкурентоспособность предприятия существенное влияние оказывает социальная среда.

Современное толкование понятия конкурентоспособности как многофакторного экономического процесса реализации конкурентных отношений предполагает важнейшее условие его осуществления - управление конкурентоспособностью.

Конкурентоспособность продукции (услуг) зависит от ряда факторов, влияющих на предпочтение товаров и определяющих объем их реализации на данном рынке. Эти факторы можно считать компонентами (составляющими) конкурентоспособности и разделить на три группы: технико-экономические, коммерческие, нормативно-правовые факторы.

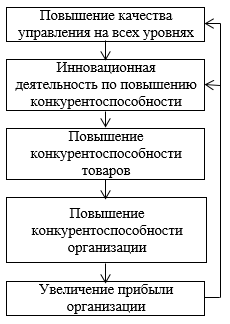


Рисунок 5 – Логическая цепочка увеличения прибыли организации

Технико-экономические факторы включают: качество, продажную цену и затраты на эксплуатацию (использование) или потребление продукции или услуги.

Эти составляющие зависят от: производительности и интенсивности труда, производственных затрат, наукоемкой продукции и др.

Коммерческие факторы определяют условия реализации товаров на конкретном рынке. Они включают:

- конъюнктуру рынка (острота конкуренции, соотношение между спросом и предложением данного товара, национальные и региональные особенности рынка, влияющие на формирование платежеспособного спроса на данный товар или услугу);

- предоставляемый сервис (наличие дилерских пунктов изготовителя и станций обслуживания в регионе покупателя, качество технического обслуживания, ремонта и других услуг);

- реклама (наличие и действенность рекламы и других средств воздействия на потребителя с целью формирования спроса);

- имидж компании (популярность бренда, Репутация компании, компании, страны).

Нормативно-правовые факторы отражают требования технической, экологической и иной (возможно, морально-этической) безопасности использования товара на данном рынке, а также патентно-правовые требования (патентной чистоты и патентной защиты).

Конкурентное преимущество компании достигается выбором сферы конкуренции, отличной от конкурентов, т. е. поиском новых путей, таких как:

новые, более передовые технологии, позволяющие производить новую или более качественную продукцию. Совершенствование организации производства и труда, позволяющее снизить себестоимость продукции. Совершенствование маркетинговых исследований, способствующих лучшему изучению спроса на продукцию, сокращению радиуса ее доставки и улучшению потребительских свойств продукции;

* новые или измененные запросы клиентов;
* появление нового сегмента отрасли или перегруппировка существующих сегментов;
* изменения в стоимости или наличии компонентов производства, таких как сырье, труд, транспорт, связь, энергетика, оборудование, средства массовой информации и другие;
* изменение государственного регулирования в области налогообложения, торговых стандартов, охраны окружающей среды.

Таким образом, экономический и социальный потенциал предприятия по сравнению с другими предприятиями отражает уровень его конкурентоспособности.

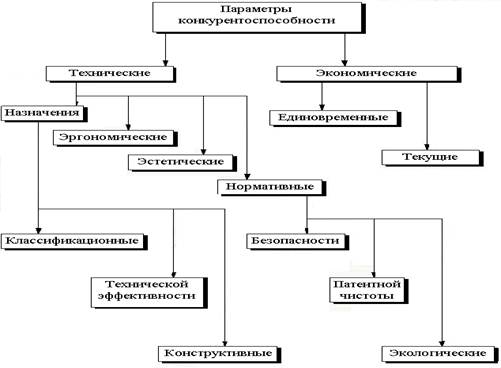


Рисунок 6 – Взаимосвязь параметров конкурентоспособности

Концепция качества и конкурентоспособности во многом взаимосвязана. Конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за рубежом. Конкурентоспособность не является имманентным качеством фирмы, это означает, что конкурентоспособность фирмы может быть оценена только в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих аналогичные товары (услуги). Конкурентоспособность можно определить только путем сопоставления этих фирм как на национальном, так и на глобальном рынке.

Конкурентоспособность продукции определяется совокупностью потребительских и стоимостных характеристик, позволяющих конкурировать с аналогичной продукцией и удовлетворять рыночный спрос. Конкурентоспособная продукция реализуется на рынке по наименее затратным каналам сбыта. Это связано с тем, что для продвижения продукта конечному пользователю не требуется дополнительных усилий. Этот процесс основан на более высоком качестве продукта.

Конкурентоспособность товара, в отличие от качества, определяется совокупностью свойств, представляющих интерес для покупателей и обеспечивающих удовлетворение конкретной потребности. При этом другие характеристики и свойства товара не учитываются. Возможно, что продукт более высокого качества будет менее конкурентоспособным, если его стоимость значительно возросла из-за стоимости придания продукту более высоких характеристик. Продукт может быть конкурентоспособным на внутреннем рынке и неконкурентоспособным на внешнем. Очевидно, что существует объективная связь между качеством и конкурентоспособностью, но она не линейна и зависит от многих обстоятельств внешней и внутренней среды предприятия.

Количественная оценка конкурентоспособности товара осуществляется путем сравнения параметров изделия с параметрами базового образца. Так рассчитывается параметрический показатель конкурентоспособности по определенному параметру. Если суммировать все единичные параметрические показатели продукта, то получится комплексный показатель конкурентоспособности по определенным параметрам.

Оценка конкурентоспособности продукции может осуществляться по экономическим параметрам. В этом случае общие затраты потребителя сравниваются по сравниваемому продукту и выборке (стандартной).

Однако конкурентоспособность продукции важна не только для свойств с точки зрения потребителя, но и для управления проектированием и строительством новых свойств продукции. В этом случае используется точечный метод оценки конкурентоспособности. Каждому параметру качества продукции присваивается оценка, основанная на значении этого параметра для продукта в целом. Затем определяется средняя оценка элемента.

Важно иметь в виду, что конкурентоспособность продиктована особенностями функционирования рынка, ставит на первый план процесс планирования и управления качеством продукции, выбор более экономичного варианта реализации технологического процесса.

# 2 Практические аспекты внедрения стандартов ИСО

## 2.1 Общая характеристика организации и системы качества ООО «Пивоваренная компания «Балтика»

В курсовой работе рассмотрен Краснодарский филиал ООО «Пивоваренная компания «Балтика», а также производственные подразделения, в т.ч. «Пивзавод «Южная Заря 1974», который стал первым пищевым предприятием в Ростовской области, прошедшим в 2001 году сертификацию качества менеджмента на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО-9000.

Компания «Балтика» находится в Краснодаре и расположена по адресу Московская улица, 111/1.

ООО «Пивоваренная компания «Балтика», лидер российского рынка пива с долей более 38% крупнейшая российская компания в сфере производства товаров народного потребления. Пивоваренные заводы в 10 городах России - в Санкт-Петербурге, Ярославле, Туле, Воронеже, Ростове-на-Дону, Самаре, Челябинске, Красноярске, Хабаровске, Новосибирске и Баку.

Среди брендов компании «Арсенал», «Невское», «Ярпиво», Туборг, Карлсберг, Кроненбург 1664, ряд региональных брендов и 10 безалкогольных брендов. Продукция, реализуемая компанией, представлена в 98% торговых точек России . Бренд «Балтика» входит в тройку самых дорогих брендов России, № 1 по продажам в Европе экспортирует в 50 стран мира, в том числе в страны Западной Европы, Северной Америки, ближневосточного региона.

Производственные мощности Балтийского компаний составляет более 52 млн дал пива в месяц; компании принадлежит более 30 пивных и 9 непивных брендов. Продажи осуществляются в 98% торговых точек России. По собственным данным, продукция «Балтики» была представлена в 2012 году более чем в 75 странах, включая Западную Европу, Северную Америку и Азиатско-Тихоокеанский региона[[9]](#footnote-9). Всего продажи за пределами стран СНГ составляют менее 1% от общего объема выпускаемого пива компании в 2007 году

Бренд «Балтика» - один из двух российских брендов (наряду с ЛУКОЙЛОМ), которые вошли в список 100 крупнейших мировых торговых марок, составленный в апреле 2007 года Британской газетой Financial Times. Знак товара «Балтика» входит в тройку лидеров рейтинга международного бренд-консалтингового агентства interbrand, как один из самых дорогих брендов.

Основным владельцем компании является скандинавский пивоваренный концерн Baltic Beverages Holding, принадлежащий Carlsberg Group (100% доля в уставном капитале). В ноябре 2012 года Carlsberg выкупила у прочих акционеров все акции компании «Балтика.

В ноябре 2012 года Carlsberg Group выкупила у миноритарных акционеров оставшиеся в их владении акции, став владельцем 100% акций ОАО «пивоваренный завод Балтика». В целях упрощения процесса корпоративного управления компанией в 2013 году было принято решение об изменении организационно-правовой формы акционерного общества в Общество с ограниченной ответственностью. Этот шаг стал возможен после консолидации 100% акций компании в руках одного владельца – группы Carlsberg. Преобразование в Общество с ограниченной ответственностью было завершено в январе 2014 года.

«Пивзавод «Южная Заря 1974»- исторический преемник заводов «Южная Бавария» (1874) и «Новая Заря» (1974), расположенных в Ростове-на-Дону. Это сочетание опыта всех поколений Пивоваров юга и дальнейшего развития местных традиций пивоварения.

«Пивзавод «Южная Заря 1974» был создан на базе предприятия «Новая Заря», которое было построено в 1974 году и принадлежало государству. Его мощность составила 7,2 млн литров пива в год. На этом заводе, как и на многих других Пивоварнях СССР, выпускались сорта пива, предписанные ГОСТом: «Жигулевское», «Рижское», «Московское», «Славянское», а также собственные разработки – «Дебютное», «Люкс», «то же»и « Донское».

В августе 1991 году завод был преобразован в арендное предприятие Ростовский пивоваренный завод «Донское пиво». В 1993 году компания была приватизирована и преобразована в открытое акционерное общество. К 1997 году компания «Балтика» приобрела контрольный пакет акций ОАО «Донское пиво» и начала активно восстанавливать предприятие и инвестировать в производство. В 1999 году компания сменила название на ОАО «Балтика-Дон», а позже была переименована в «Балтика-Ростов». С 1 ноября 2017 года филиал носит название «Пивзавод «Южная Заря 1974».

С 1998 года завод реализовал ряд инвестиционных проектов на сумму более 180 млн. долларов США. Например, с 2006 года осуществляются инвестиционные проекты по реконструкции элеватора, монтажу оборудования для производства безалкогольного пива, увеличению мощности линии бочонка, монтажу оборудования для производства литровых ПЭТ-бутылок, монтажу линии розлива в алюминиевую банку.

Сегодня мощность завода составляет 5,6 млн. гектолитров пива в год, площадь завода составляет около 13 гектаров. 2 линии для розлива пива в ПЭТ-упаковке, 1 линия для розлива в алюминиевую банку и стеклянную бутылку и 2 линии для розлива в бочонки-алюминиевые и ПЭТ.

С момента появления конкурса «Лучшее предприятие города Ростова-на-Дону «Пивзавод «Южная Заря 1974» дважды награждался Кубком «Лучшее предприятие пищевой промышленности». «Пивзавод «Южная Заря 1974» стал первым пищевым предприятием в Ростовской области, прошедшим в 2001 году сертификацию менеджмента качества на соответствие ГОСТ Р ИСО-9000.

Предприятие выпускает более десятка различных сортов пива, способных удовлетворить даже самый изысканный вкус потребителей.

Фирменное пиво Юга России - это «Дон» («Дон Светлое», «Дон Классическое», «Дон Ледяное, «Дон Живое», «Дон Нефильтрованное», «Дон Баварское»). Бренд «Дон» имеет свою отличительную особенность: он создан специально для жителей Южного, с учетом их вкусовых предпочтений. «Дон» является неоднократным победителем конкурсов «лучшие товары Дона» и «100 лучших товаров России». Мы расширили спектр региональных портфель с таких сортов, как «Чешское от Южной Зари», «Приазовское» и «Франц Клинка».

В составе пивоваренной компании «Балтика», лидера российского рынка, компания выпускает национальные бренды компании: «Балтика», «Жигулевское», «Кулер», «Арсенальное». Также на предприятии производится по лицензии Carlsberg Group пиво Tuborg, Carlsberg.

Пивоваренная отрасль в России является одной из наиболее перспективных и конкурентоспособных среди других отраслей пищевой промышленности. Рост деловой активности бизнес-структур и денежных доходов населения, усиление конкуренции обусловили высокую положительную динамику отрасли в последние годы.

Российская Пивоваренная отрасль характеризуется достаточно высоким уровнем концентрации производства и капитала. Всего в отрасли насчитывается чуть более 300 предприятий, и это число постоянно сокращается, но на долю семи крупнейших производителей приходится около 75% рынка.

Рынок является олигополистическим, т. е. производство пива поделено между несколькими крупными производителями. В настоящее время у новой компании практически нет шансов конкурировать на российском пивном рынке. «Балтика» уверенно занимает первое место.

Процесс производства высокотехнологичный. Вся цепочка начинается с добычи воды из артезианских скважин, которые расположены на территории предприятия. Вода проходит многоступенчатую очистку с помощью угольных и песочных фильтров, а затем подаётся на варочный участок. Такую, тщательно очищенную воду не только непосредственно в производстве напитка используют, но даже в бутылкомоечную машину её подают. Кроме того, у компании есть жёсткие спецификации к сырьевому материалу. Наши поставщики «заточены» на продажу нам материалов только высочайшего качества. Получая такое сырьё, наши пивовары делают продукт, который позволяет быть лидером на рынке не только в России, но и занимать значимые позиции в Европе и в мире.

В компании присутствуют система многоступенчатого контроля. Специалисты компании контролируют качество, начиная с поставляемого сырья и материалов, всех производственных процессов, измеряя физико-химические показатели сусла, пива на стадии брожения и готового к розливу пива (такие как: цвет, горечь, количество образовавшегося сахара и алкоголя), внешний вид пива и прочие на соответствие нормативным документам. И только по результатам оценки на всех этих стадиях пиво готовится к отправке. Важными факторами для сохранения качества уже готового напитка являются условия транспортировки и хранения, а потому важно учитывать еще одну точку контроля — мнение покупателя.

В компании следят не только за качеством пива, но и за качеством сырья и упаковки. В частности, качество напитка сильно зависит от качества воды, ведь воды в пиве около 90%. Вкус пива зависит как от самой воды, так и от растворенных в ней солей. Некоторые сорта пенного напитка лучше варить на жесткой воде, для других подходит более мягкая. Все это выясняют специалисты-технологи и подбирают наилучшие варианты, чтобы напиток радовал потребителей.

На заводах модернизированы линии розлива и дополнительно оснащены автоматическими инспекторами пустой тары. Это позволяет ещё тщательнее проверять то, чтобы бутылки были чистыми, без сколов и трещин. Также на всех заводах компании установлены фильтры PVPP (поливинилполипирролидона), которые позволяют обеспечивать стабильность вкуса пива.

Как лидер рынка, «Балтика» соответствует всем стандартам качества. Система управления базируется на ведущих международных стандартах — менеджмента качества ИСО 9001, экологического менеджмента ИСО 14000, охраны труда и техники безопасности OHSAS 18000 и менеджмента безопасности производства пищевой продукции ИСО 22000. Назначение всех этих стандартов — обеспечить полный многоступенчатый контроль качества на всех стадиях от закупки сырья до покупки продукта потребителем.

Компания имеет собственную программу поддержки качества, основанную на лабораторных исследованиях и опыте других компаний. Но пожелания народных экспертов оказались очень полезными, ведь они позволили получить информацию из самого надежного и авторитетного источника — любителей пива. Если специалисты в области качества, в первую очередь, определяют соответствие пива существующим государственным стандартам, то любители пива полагаются на пять чувств: прикосновение, запах, вкус, зрение и даже слух! В свою очередь, производители пива стремятся приготовить напиток, отвечающий как техническим, так и национальным стандартам качества.

Компания имеет стандарт «Качество прежде всего». В дополнение к тому, что качество контролируется, начиная с поставки сырья и материалов (зерна, солода, хмеля, воды, упаковки и т. д.), физико-химический, микробиологический и органолептический анализ (дегустация) продукции на всех этапах производства, проводятся мероприятия по контролю качества продукции и за пределами предприятия. Такой подход соответствует работе ведущей компании на рынке.

Компания постоянно работает с нашими партнерами-дистрибьюторами. Качество хранения продукции на своих складах, соблюдение условий транспортировки в торговых точках осуществляется. В торговых точках как торговые представители, так и партнеры контролируют продукцию с истекшим сроком годности или ненадлежащим внешним видом (скомканная или порванная этикетка, загрязненная бутылка и др.). Более того, это делают добровольно сотрудники всех подразделений «Балтики», потому что они хотят, чтобы продукт их труда был адекватно представлен потребителю в любой точке продажи.

Абсолютно все заявки в компанию рассматриваются и анализируются ответственными подразделениями. После получения результата ответ сообщается заявителю в кратчайшие сроки. Также компания обладает комплексом сопротивлений-своеобразным пивным архивом, в котором хранятся контрольные образцы каждой партии продукции на протяжении всего срока годности. В любое время, если запрос от клиентов или соучастников, то образец управления можно извлечь от комнаты стойкости для повторного анализа.

Компания стремится к повышению эффективности всех процессов. И, хотя проект «Бережливое производство» стартовал в благоприятных экономических условиях, сейчас он стал особенно актуальным, поскольку позволяет нейтрализовать возможные последствия кризиса. Пилотный проект был организован в Ростове-на-Дону. Когда результаты были реальными, было принято решение распространить программу на все отрасли. Были определены цели по изменению показателей производства на одного работника, затрат энергии, расхода воды, пара, которые необходимы для производства одного декалитра пива.

Производство контролируется Роспотребнадзором, Ростехрегулированием, организациями, которые сертифицируют систему управления безопасностью пищевых продуктов. «Балтика» также имеет собственные производственные лаборатории, которые проверяют все партии продукции и контролируют само производство. Лицензиары компании, например, Carlsberg, ценят качество своих брендов, которые» Балтика « производит по лицензии. Они строго контролируют как сырье, так и весь технологический цикл. Раз в месяц компания, как и все другие владельцы лицензий, отправляет образец пива компаниям, владеющим лицензией, где их специалисты проводят профессиональные дегустации. Несколько раз в год заводы «Балтики», производящие «Туборг», «Карлсберг», «Кроненбург 1664» и другие лицензированные бренды посещает комиссия, которая проводит аудит технологий производства и контроля качества.

## 2.2 Влияние внедрение ИСО 9000 на повышение уровня конкурентоспособности организации

Информация относительно управления качеством продукции взята с официального сайта ООО «Балтика». Главной целью компании являются осуществление действий и процессов направленных на удовлетворение ожиданий и запросов потребителей и клиентов, а также других заинтересованных сторон – сотрудников, акционеров, поставщиков, партнеров и общества – в должной степени.

Компания открыто заявляет, что берет на себя обязательства обеспечить все необходимые ресурсы для производства и поставки продукции на высочайшем уровне качества, полностью соблюдая все требования к продукции и процессам на каждой стадии производства.

Обязательства, которые берет на себя ООО «Пивоваренная компания «Балтика» в отношении качества выпускаемой продукции отражены в политике по управлению качеством.

Главным принципов реализуемым компанией является контроль качества на каждом этапе. Рассмотрим подробнее, конкретные мероприятия которые проводит «Балтика»:

1. **Входной контроль ингредиентов**. Входной контроль проводят на предприятиях (в объединениях) и в организациях, разрабатывающих и изготовляющих промышленную продукцию. Входной контроль проводят с целью предотвращения запуска в производство продукции, не соответствующей требованиям. Входной контроль компанией «Балтика» включает в себя следующие операции:

- выращивание ячменя в рамках агропроекта в соответствии со строгой спецификацией, а также с использованием лучших образцов семенного фонда. Под началом «Балтики» есть собственный агропроект, в рамках которого осуществляется селекция и гарантируется закупка ячменя сельхозпредприятиям

- осуществление систем очистки воды. Вода является основным ингредиентом производства пивных, энергетических напитков. От того, качественно ли проведена очистка воды зависит вкусовые качества готовой продукции.

- оценка сырья в собственных лабораториях и выездной контроль.Содержаниелаборатории для выявления микробиологических, химических и физических отклонений, с целью ее дальнейшего устранения.

- проверка поставщиков. На соответствие сертификации на поставляемое сырье, а также проверки в лабораториях с целью подтверждения качества.

**2) Контроль в процессе производства.** Контроль качества продукции на всех стадиях производства осуществляется почти по 100 критериям и параметрам. Параметры проверки по качественной оценке превышает требования ГОСТ.

Данный этап управления качеством продукции включает в себя следующие конкретные мероприятия:

- проверка продукции на соответствие физико-химическим и микробиологическим требованиям.

- дегустация продукции.

- оснащенность оборудования согласно развитию научно-технического прогресса.

- проверка соответствия требованиям СанПиН в сторонних аккредитованных центрах.

**3) Транспортировка.** Постоянное развитие логистической системы является основным звеном для предоставления своевременной и качественной продукции. Мероприятия, реализуемые компанией:

- использование собственного автотранспорта для бережной доставки готовой продукции

- специальная подготовка собственного транспорта для перевозки пива. Так, например, «Балтика» применяет не только автоперевозку, но и имеет в своем распоряжении подведенные рельсы. Такое решение позволяет в краткие сроки предоставить готовую продукцию в другие регионы.

**4) Хранение и дистрибуция продукции.** Так как отгрузка обычно производится на складах и является частью складских процессов, то требования к управлению качеством на складах также распространяются на отгрузку требования к этим процессам в той или иной степени рассматриваются в стандарте ИСО 9001. Данный этап управления качеством продукции включает в себя:

- содержание собственных складов.

- постоянная работа с партнерами-дистрибьюторами и информирование их о правилах хранения продукции.

- контроль ассортимента, качества и сроков хранения продукции в торговых точках сотрудниками службы продаж.

Наша компания предъявляет строгие требования к транспортировке и хранению пива. Список требуемых критериев включает соблюдение температурного режима, сроков перевозки, защиту от попадания солнечных лучей, плавное перемещения продукции.

1. **Обратная связь.** Система по работе с обращениями потребителей и клиентов организована в соответствии с требованиями стандартов ISO 10002. Вопросы и пожелания по качеству продукции потребитель может адресовать нашим специалистам по горячей линии или через форму сайта.

Система управления компании основана на ведущих международных стандартах среди которых:

1. менеджмента качества ИСО 9001;
2. экологического менеджмента ИСО 14000;
3. охраны труда и техники безопасности OHSAS 18000;
4. менеджмент безопасности производства пищевой продукции ИСО 22000.

Помимо этого, для того, чтобы отвечать потребностям и ожиданиям всех заинтересованных сторон, компания себя ООО «Пивоваренная компания «Балтика» переходит с функционального подхода управления на процессный. В отличие от традиционной модели, базирующейся на решении задач в рамках отдельных бизнес-­функций, процессное управление имеет целый ряд преимуществ, включая более высокую скорость принятия решений, мотивацию руководителей и сотрудников на конечный результат, снижение организационных барьеров и упрощение взаимодействия заинтересованных сторон.

В этом изменении заложен огромный потенциал повышения результативности работы на всех уровнях, поэтому задача по внедрению процессного подхода является одной из ключевых в списке инициатив компании на ближайшие годы.

ООО «Пивоваренная компания «Балтика» имеет большое количество сертификатов подтверждающих качество выпускаемой продукции. Практика сертификации относиться к 1990-м годам, когда «Балтика» стала одной из первых российских компаний, получивших международный сертификат качества ИСО 9001. С тех пор система менеджмента качества компании регулярно поддерживается и совершенствуется.

Среди сертификатов компании имеются следующие:

1. международный сертификат качества ИСО 9001:2008;
2. сертификат соответствия процессов производства пива системе менеджмента безопасности пищевой продукции (СМБПП), основанной на принципах ХАССП (НАССР — Hazard analysis and critical control points). ХАССП является одной из основных моделей управления качеством и безопасностью производства пищевых продуктов в мире;
3. сертификатом менеджмента безопасности пищевой продукции по ГОСТ Р ИСО 22000-2007
4. сертификата соответствия стандартам экологического менеджмента ИСО 14001
5. сертификата соответствия стандартам охраны труда и техники безопасности OHSAS 18001

Помимо этого, планируется сертификация по FSSС 22000. Весь мир сейчас, и наша компания в том числе, начинает движение в сторону стандарта ИСО 9004. За этим новым подходом будущее. Стандарт расширяет границы управления. Он подразумевает фокусировку на удовлетворении нужд и ожиданий заинтересованных сторон, участвующих в жизни компании, цикле производства.

Благодаря высоким стандартам и профессиональному подходу продукция «Балтики» регулярно завоевывает награды престижных профессиональных конкурсов (всего более 600) и продается более чем в 75 странах по всему миру.

Заключение

основании проведенного можно сделать выводы. Качество продукции оказывает большое влияние на конкурентоспособность продукции и эффективность производства. Качество-синтетический показатель, отражающий совокупное проявление различных факторов. Это понятие отражает совокупность свойств и характеристик продукта. конкурентоспособность качества управления

При разработке стратегии повышения качества товара следует учитывать изменчивость показателей качества в динамике. Одним из элементов стратегии повышения качества товаров являются системы управления качеством, которые должны строиться на основе международных стандартов ИСО серии 9000. Важным элементом обратной связи в реализации стратегии повышения качества товаров является их сертификация.

ООО «Пивоваренная компания «Балтика», лидер российского рынка пива с долей более 38% крупнейшая российская компания в сфере производства товаров народного потребления.

Бренд «Балтика» входит в тройку самых дорогих брендов России, № 1 по продажам в Европе экспортирует в 50 стран мира, в том числе в страны Западной Европы, Северной Америки, ближневосточного региона.

ООО «Пивоваренная компания «Балтика» имеет большое количество сертификатов подтверждающих качество выпускаемой продукции. Практика сертификации относиться к 1990-м годам, когда «Балтика» стала одной из первых российских компаний, получивших международный сертификат качества ИСО 9001. С тех пор система менеджмента качества компании регулярно поддерживается и совершенствуется.

По технологической оснащённости заводы Общества соответствуют мировым стандартам и опережают многие известные российские и зарубежные предприятия. На сегодня ассортиментный ряд «Балтики» насчитывает 36 различных сортов пива, а также лимонады, минеральные и минерализированные воды. Компания является членом Европейского фонда Управления Качеством (ЕФУК) в Брюсселе и Академии Проблем Качества (Москва) и членом Союза российских пивоваров. «Балтика» первой среди предприятий пивоваренной отрасли страны получила сертификат соответствия международному стандарту ISO-9001, стала лауреатом премии, проводимой Государственным комитетом Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации, «Российские традиции качества».

Новейший подход к стратегии предпринимательства заключается в понимании того, что качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей и одновременно с этим - снижением издержек производства.

Список использованных источников

1. Агарков, А.П. Управление качеством: Учебник для бакалавров / А.П. Агарков. - М.: Дашков и К, 2015. - 208 c.
2. Аристов, О.В. Управление качеством: Учебник / О.В. Аристов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 224 c.
3. Афанасьев, В.А. Техническое регулирование и управление качеством / В.А. Афанасьев, В.А. Лебедев, В.П. Монахова. - М.: КД Либроком, 2013. - 256 c.
4. Басовский, Л.Е. Управление качеством: Учебник / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 253 c.
5. Баташева М. А., Баташева Э. А. Конкурентоспособность предприятия: сущность и способы ее эффективного повышения // Молодой ученый. — 2015. — №21. — С. 355-358. — URL https://moluch.ru/archive/101/22986/ (дата обращения: 25.05.2018).
6. Беляев, С.Ю. Управление качеством: Учебное пособие для бакалавров / С.Ю. Беляев, Ю.Н. Забродин, В.Д. Шапиро. - М.: Омега-Л, 2013. - 381c.
7. Васин, С.Г. Управление качеством. всеобщий подход: Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Васин. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 404 c.
8. Вдовин, С.М. Система менеджмента качества организации: Учебное пособие / С.М. Вдовин, Т.А. Салимова, Л.И. Бирюкова. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 299 c.
9. Гембрис, С. Управление качеством / С. Гембрис, Й. Геррманн; Пер. с нем. М.Н. Терехина. - М.: СмартБук, 2013. - 128 c.
10. Горбашко, Е.А. Управление качеством: Учебник для СПО / Е.А. Горбашко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 463 c.
11. Гродзенский, С.Я. Менеджмент качества. Учебное пособие / С.Я. Гродзенский. — М.: Проспект, 2015. — 200 c.
12. Губарев, А.В. Информационное обеспечение системы менеджмента качества / А.В. Губарев. — М.: ГЛТ, 2013. — 132 c.
13. Дремина, М.А. Проектный подход к разработке и внедрению систем менеджмента качества: Монография / М.А. Дремина, В.А. Копнов, А.А. Станкин. — СПб.: Лань, 2015. — 304 c.
14. Заика, И.Т. Документирование системы менеджмента качества: Учебное пособие / И.Т. Заика, Н.И. Гительсон… — М.: КноРус, 2013. — 186 c.
15. Кане М.М. Системы, методы и инструменты менеджмента качества. – СПб.: Питер, 2012. – 576 с.
16. Магомедов, Ш.Ш. Управление качеством продукции: Учебник / Ш.Ш. Магомедов, Г.Е. Беспалова. - М.: Дашков и К, 2016. - 336 c.
17. Марыганова, Е.А. Управление качеством производственных процессов (для бакалавров) / Е.А. Марыганова, С.А. Шапиро. - М.: КноРус, 2013. - 232 c.
18. Международная организация по стандартизации //https://www.iso.org/ ru/structure.html
19. Минько, Э.В. Менеджмент качества продукции и процессов: Учебное пособие / Э.В. Минько, А.П. Ястребов. — СПб.: ГУАП, 2011. — 412 c.
20. Минько, Э.В. Менеджмент качества: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — СПб.: Питер, 2013. — 272 c.
21. Назаров Н.Г. Методы экспериментальной оценки качества партии изделий с учетом степени риска – М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2015. – 95с.
22. Основы менеджмента качества [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.manastart.ru/masts-182-1.html
23. Официальный сайт «Пивоваренная компания «Балтика» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.baltika.ru/age>
24. Портер, М.Е. Конкуренция. М.: ИНФРА-М, 2012. - 325с.
25. Салимова Т. А. Управление качеством : учеб. по специальности «Менеджмент организации» [Текст]/ Т. А. Салимова - М. : Издательство «Омега-Л», 2013, 376 с.
26. Сергеев А. Г., Терегеря В. В. Метрология, стандартизация и сертификация. Учебник и практикум [Текст]/ А. Г. Сергеев, В. В. Терегеря - М. : Academia, 2014, 320 с
27. Сергеев, А.Г. Менеджмент и сертификация качества охраны труда на предприятии: Учебное пособие / А.Г. Сергеев, Е.А. Баландина, В.В. Баландина. — М.: Логос, 2013. — 216 c.
28. Управление качеством / Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 287 c.
29. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2014. - 892с.
30. Фрейдина, Е.В. Управление качеством: Учебное пособие / Е.В. Фрейдина. - М.: Омега-Л, 2013. - 189 c.
31. Щепетова, С.Е. Менеджмент и экономика качества: От естественного к формальному, от формального к естественному / С.Е. Щепетова. — М.: КомКнига, 2010. — 512 c.
32. <http://krasnodar.cataloxy.ru/firms/www.baltika.ru.htm>

1. Общее руководство качеством и стандарты по обеспечению качества. Часть 1. Руководящие указания по выбору и применению. [↑](#footnote-ref-1)
2. Новицкий, Н.И. Управление качеством продукции: учеб. пособие для вузов. / Н.И. Новицкий. – Минск: Новое знание, 2001 [↑](#footnote-ref-2)
3. ## Назаров Н.Г. Методы экспериментальной оценки качества партии изделий с учетом степени риска – М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2015. – 95с.

   [↑](#footnote-ref-3)
4. Фрейдина, Е.В. Управление качеством: Учебное пособие / Е.В. Фрейдина. - М.: Омега-Л, 2013. - 189 c. [↑](#footnote-ref-4)
5. Международная организация по стандартизации //https://www.iso.org/ru/structure.html [↑](#footnote-ref-5)
6. Международная организация по стандартизации //https://www.iso.org/ru/structure.html [↑](#footnote-ref-6)
7. Портер, М.Е. Конкуренция. М.: ИНФРА-М, 2012. - 325с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2014. - 892с. [↑](#footnote-ref-8)
9. http://corporate.baltika.ru/s/43/news.html [↑](#footnote-ref-9)