

Содержание

Введение	3
Глава 1. Качество как экономическая категория и объект управления на предприятиях общественного питания.....	8
1.1 Понятие и значение повышения качества продукции и услуг.....	8
1.2 Контроль качества продукции на предприятиях общественного питания.....	16
1.3 Системы менеджмента качества на предприятиях общественного питания	24
Глава 2. Комплексный анализ системы управления качеством продукции в кафе ООО «Дума»	32
2.1 Экономико-организационная характеристика кафе	32
2.2 Анализ элементов системы управления качеством в кафе	39
2.3 Оценка уровня качества продукции кафе.....	43
Глава 3. Пути повышения качества продукции в кафе ООО «Дума».....	49
3.1 Внедрение отдела контроля качества в организационную структуру кафе	49
3.2 Повышение мотивации персонала	52
3.3 Внедрение методики «8D» в систему управления качеством продукции кафе.....	54
3.4. Оценка экономической и социальной эффективности мероприятий.....	69
Заключение	72
Список использованной литературы.....	75
Приложение 1	78

Введение

В последнее время мы всё чаще встречаемся с такими понятиями как качество, конкурентоспособность и безопасность продукции, говорим о сертификации продукции, требуем соблюдения законов и защите прав потребителей. Всё это свидетельствовало об изменении нашего отношения к качеству товаров и услуг.

В рыночных условиях никакие инвестиции не спасут предприятие, если оно не сможет обеспечить конкурентоспособность своей продукции или услуг, и поэтому именно качеству отдают предпочтение покупатели и заказчики. Для обеспечения качества необходимо четкое управление качеством. Отсюда такой интерес предприятий к управлению качеством, осознавших истину: нельзя рассчитывать на стабильное обеспечение качества продукции без внедрения системы в работе по качеству (система качества), отвечающей современному уровню организации работ.

При внедрении тотального управления качеством главным в работе предприятия является безусловное выполнение требований к качеству продукции. Основой обеспечения устойчивой и эффективной работы предприятия в условиях рынка служит конкурентоспособность, а значит, стабильность требуемого качества выпускаемой продукции.

Качество продукции – это совокупность свойств, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Улучшение качества выпускаемой продукции – важнейшая задача каждого предприятия. Качество продукции – это не просто частная проблема, для отдельных производителей, это проблема общенациональная.

Конкуренция — это тонкий механизм, реагирующий на любые изменения рыночной ситуации, стимулирующий адаптацию организаций к новым рыночным условиям, ориентация на самые высокие показатели в