СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение……………………………………………………………………… | 3 |
| 1 Теоретические аспекты управления конкурентоспособностью и качеством продукции на предприятии …………………………………...... | 7 |
| Подходы к управлению качеством на предприятии…………………... | 7 |
| 1.2 Понятие конкурентоспособности, связь и отличия качества и конкурентоспособности……………………………………………………... | 1  14 |
| 1.3 Качество услуг как критерий конкурентоспособности предприятия на рынке телекоммуникационных услуг…………………………………. | 22 |
| 2 Анализ качества и конкурентоспособности ПАО «Ростелеком» …………………………………………………. | 29 |
| 2.1 Общая характеристика ПАО «Ростелеком» Екатеринбургский филиал………………………………………………………………………... | 29 |
| 2.2 Анализ качества телекоммуникационных услуг и конкурентоспособности ПАО «Ростелеком» ……………..……………………………………….. | 39 |
| 2.3. Анализ процесса продаж ПАО «Ростелеком» ……………………….. | 53 |
| 3 Мероприятия по повышению качества и конкурентоспособности ПАО «Ростелеком» ……………………….………. | 64 |
| 3.1 Совершенствование качества телекоммуникационных услуг….…….. | 64 |
| 3.2 Экономическая эффективность предлагаемых мероприятий………… | 67 |
| Заключение…………………………………………………………………… | 73 |
| Список использованных источников………………………………………. | 77 |
|  |  |

# 

# Введение

Актуальность работы заключается в том, что в современном мире обеспечение качества – одна из главных задач, имеющая большое значение. В понятие качества входит качество всех процессов начиная с целей и заканчивая организацией конкретных производственных процессов.

В современном, постоянно развивающемся мире организация не сможет долгое время существовать без внедрения инноваций и улучшений. Постоянное совершенствование должно быть жизненной философией любой организации, если она хочет выжить и успешно функционировать в средней, а особенно в долгосрочной перспективе. Основной функцией управления качеством является контроль. Под контролем понимают сравнение запланированного показателя качества с действительным его значением.

Из большего числа статистических методов для широко применяются только семь. Они были предложены японскими учеными. Эти методы просты и могут легко применяться специалистами различного профиля. Они помогают вовремя выявить и показать проблемы, показать на чем стоит акцентировать свое внимание. К таким методам относятся: диаграмма Парето, диаграмма Исикавы, контрольные карты, гистограммы, контрольное листки, метод расслоения, диаграмма разброса.

Контроль за качеством рассматривают, как одно из эффективных методов достижения намеченных целей и является важнейшей функции управления, которая способствует правильному использованию объективно существующих, а также созданных предпосылок условий выпуска продукции или оказания услуг высокого качества. Эффективность производства в целом зависит от степени совершенства контроля качества его технической оснащенности.

В процессе контроля осуществляется сопоставление фактических результатов функционирования системы с запланированными результатами. Современные методы контроля позволяют при минимальных затратах достичь высокой стабильности показателей качества.

Одной из приоритетных задач любого предприятия в современных условиях хозяйствования является повышение качества продукции, определяющее не только выживаемость предприятия в условиях рынка, но и обеспечивающее рост эффективности производства и экономию всех видов ресурсов, что позволяет более полно удовлетворять потребности общества.

Проблема повышения качества может быть решена только при совместных усилиях государства, федеральных органов управления, руководителей и членов трудовых коллективов предприятий.

Важную роль в решении этой проблемы играют потребители, диктующие свои требования и запросы производителям товаров и услуг. Улучшение качества продукции – важнейшее направление интенсивного развития экономики, источник экономического роста, эффективности общественного производства.

Цель выпускной квалификационной работы – изучение направлений роста конкурентоспособности предприятия за счет повышения качества услуг.

Задачи:

1. выявить теоретические аспекты связи конкурентоспособности предприятия и качества услуг;

2. проанализировать конкурентоспособность и качество телекоммуникационных услуг ПАО «Ростелеком»;

3. предложить рекомендации по повышению качества и конкурентоспособности ПАО «Ростелеком» за счет повышения качества телекоммуникационных услуг.

Объект исследования – ПАО «Ростелеком».

Предмет исследования – связь конкурентоспособности и качества телекоммуникационных услуг ПАО «Ростелеком». Теоретической основой исследования служат разработки отечественных и зарубежных специалистов в области теории и практики управления конкурентоспособностью.