СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc93676595)

[1Теоретические аспекты системы менеджмента качества в органзации 6](#_Toc93676596)

[1.1 Основы системы менеджмента качества 6](#_Toc93676597)

[1.2 Анализ и оценка системы менеджмента качества в организации 16](#_Toc93676598)

[2 Система менеджмента качества в организации ООО «Техногрупп» 19](#_Toc93676599)

[2.1.Характеристика деятельности ООО «Техногрупп» 19](#_Toc93676600)

[2.2. Разработка элементов системы менеджмента качества в организации ООО «Техногрупп» 29](#_Toc93676601)

[Заключение 59](#_Toc93676603)

[Список использованных источников … 62](#_Toc93676604)

ВВЕДЕНИЕ

В силу постоянно меняющихся потребностей рынка и ужесточения процесса конкуренции, оценка эффективности деятельности организации и поиск путей её повышения, является неотъемлемой частью успешной стратегии существования любого предприятия

Согласно статистике ассоциации производителей «Росчайкофе», ежегодно один человек выпивает 300 стаканов кофе. Используя простую арифметику, можно сделать вывод, что ежедневно в Российской Федерации потребляется более 120 миллионов стаканчиков кофе.

2021 год стал годом прорыва для кофейного бизнеса, повсеместно стали открываться множество кофейн. В больших городах страны,кофейни разного характера уже стали обыденностью для местных жителей. Кофейня в современном понимании это не только про кружку кофе, но и про общение и совместное времяпрепровождения.

В современном мире, не всегда есть возможность забежать в ближащую кофейню и купить любимый напиток из натуральных кофейных зерн. Для простоты и экономия времени граждан, были разработаны нвендинговые автоматы по изготовлению кофейных напитков из натуральных зерен. Процесс производства ничем не отличается от приготовления в любимой кофейне, просто вместо человеческих рук – кофе варит машина. И это происходит гораздо быстрее.

Но, к сожалению, на территории Тюмени, бизнес по продаже кофе с помощью вендингово оборудования стал набирать обороты. Конкуренция значительно выросла. Именно поэтому, важно и нужно повышать свою конкурентноспособность и выделять себя среди других представителей данного вида бизнесса, что в свою очередь повысит узнаваемость компании и увеличит прибыль.

Тема исследования заключается в том, что для постоянного роста компании не могут быть достигнуты без эффективного функционирования системы менеджмента качества. Разработка концепции TQM (universalqualitymanagement) с каждым годом становится все популярнее, от организаций требуется внедрение стандартов серии ISO 9000, это еще раз подчеркивает актуальность проблем неконтролируемой работы систем менеджмента качества на предприятиях.

Концепция качества для организаций предполагает комплексный подход, который характеризует эффективность всех аспектов деятельности в организации.

Требования, указанные в международных стандартах серии ISO 9000, являются наиболее эффективными при создании СМК.Теоретические и практические асᴨекты разработки и внедрения систем менеджмента качества были рассмотрены в трудах зарубежных и отечественных ученых.

Объект исследования: Общество с ограниченной ответственностью «Техногрупп».

Предмет исследования: элементы системы менеджмента качества.

Цель работы: изучить деятельности и разработать элемент системы менеджмента качества в организации.

Для достижения цели выпускной квалификационной работе, необходимо решить следующие задачи:

1. Дать характеристику рассматриваемой организации.
2. Провести анализ и дать характеристику деятельности организации.
3. Основываясь на проведенном анализе организации, разработать элемент системы менеджмента качества.

Методы исследования, используемые для решения поставленных в работе задач:

1. Теоретический метод – изучение и анализ теоретических источников и нормативных документов.
2. Эмпирический метод – описание и сравнение данных.
3. Статистический метод – построение диаграмм и таблиц.
4. Практический метод – анализ и обработка данных, результатов деятельности организации.

Выпускная квалификационная работа содержит введение, 2 главы с разбивкой на 2 параграфа, заключение и список литературы.

Основная информация для создания работывзята изразработак и трудов отечественных и зарубежных авторов по исследуемой теме, а также государственные стандарты, нормы которых регулируют деятельность предприятий общественного питания, данные статистики, а так же электронные ресурсы по теме исследования, материалы и статьи в открытой испециализированной печати, посвященные маркетингу сферы услуг, обслуживанию на предприятиях общественного питания.