

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА «ОРИЕНТАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ» В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Цыварева О.П. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург, Россия)

Научный руководитель: Жужома Ю.Н., ассистент (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург, Россия)

Основное внимание системы менеджмента должно быть сосредоточено на выполнении требований потребителей и на попытках превзойти их ожидания.

Устойчивый успех достигается, когда организация привлекает и сохраняет доверие потребителей и других заинтересованных сторон, от которых она зависит. Каждый аспект взаимодействия с потребителями предоставляет возможность создания для них больше ценностей. Понимание текущих и будущих потребностей потребителей и других заинтересованных сторон вносит вклад в устойчивый успех организации.

Цель: рассмотреть, как реализуется один из основных принципов менеджмента качества «ориентация на потребителя» на предприятии малого бизнеса.

Задача: ознакомиться с теорией и практикой данного вопроса.

«Ориентация на потребителя» один из самых важных принципов менеджмента качества. Рынки изменчивы и непостоянны, поскольку постоянно развивается конкурентная среда, улучшаются технологии, внедряются новые продукты и услуги. Как следствие, потребители становятся еще более требовательными. Появляется все больше запросов к качеству продукции.

Для того чтобы реализовать данный принцип, организация может осуществить следующие действия:

- определить основных клиентов;
- определить их текущие и будущие потребности;
- определить, связаны ли цели организации с ожиданиями клиентов, если нет – связать их;
- планировать, разрабатывать, производить и поставлять товары и услуги с целью удовлетворения потребителя;
- проводить мониторинг удовлетворенности клиентов;
- активно управлять отношениями с потребителями.

Для выполнения поставленных целей и задач, была рассмотрена деятельность кафе-кондитерской «Фамильная выпечка», являющегося представителем малого бизнеса. Учитывая высокую конкуренцию на рынке кондитерских изделий в Санкт-Петербурге за последние годы и продолжающийся рост спроса на их готовую продукцию с учетом подходов «здорового питания», необходимо постоянно анализировать быстроизменяющиеся потребности клиентов.

В данном случае, клиенты предъявляют свои требования не только к качеству продукции (хлебобулочные и кондитерские изделия), но и к сервису (скорость обслуживания, отношение персонала, чистота заведения и т.д.). При условии поддержания всего этого на высоком уровне, организация может добиться хорошего результата, а именно получить большую прибыль, удержать старых клиентов и привлечь новых.