

Шавалиева Юлия Алексеевна

магистрант

Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВО
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

г. Набережные Челны, Республика Татарстан

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ В ПРОДУКТОВОМ РИТЕЙЛЕ

Аннотация: российские компании активно используют мировую практику управления качеством в целях повышения конкурентоспособности своих товаров и услуг на современном рынке. В статье рассматриваются особенности использования систем менеджмента качества в продуктовом ритейле, представлены инструменты системы управления качеством продукции.

Ключевые слова: система менеджмента качества, управление качеством, продуктовый ритейл, качество продукции, инструменты управления качеством, аудит.

Развитие систем менеджмента качества (СМК) в продуктовом ритейле является актуальной проблемой ввиду накопившихся проблем и необходимостью повышения эффективности СМК [3]. Принципы, особенности и методы совершенствования СМК на современных предприятиях продуктового ритейла необходимо рассматривать с точки зрения их значимости для обеспечения продукции, развития предприятия, отрасли и национальной экономики в целом [1; 2].

Значимость систем менеджмента качества имеет важнейшее значение для экономики любой страны. Большинство систем менеджмента качества на предприятиях продуктового ритейла основано на принципах международного стандарта ISO 9001, внедрение которых само обеспечивает рост на 1% валового внутреннего продукта и снижение инфляции на 0,4% за счет улучшения качества товаров и услуг, повышения доверия к качеству отечественной продукции, удовлетворения ожиданий и требований потребителей.

По мнению подавляющего большинства – до 80% опрошенных руководителей производства, специалистов по качеству и специалистов по системам качества, результативность систем менеджмента качества не соответствует ожиданиям, как и эффективность всего менеджмента качеством, результаты же систем менеджмента качества слабо коррелируются с показателями качества.

Анализ проблем качества на предприятиях продуктового ритейла показывают наличие несоответствий и технологических провалов:

- в цепи поставок;
- в системе контроля качества;
- в системе контроля над системами контроля качества (СМК).

Для совершенствования систему менеджмента качества можно рассматривать как систему, имеющую четыре измерения:

- количественное – бюджет, количество подразделений и работников всех уровней, техники и ресурсов и другого;
- технологическое – эффективность и степень совершенствования методов и средств обеспечения качества процессов и продукции;
- организационно-административное – эффективность управления в части обеспечения качества, упорядоченность процессов и соблюдение стандартов (дисциплина), компетентность персонала и расстановку работников;
- морально-общественное – готовность, способность и желание персонала эффективно использовать СМК и обеспечивать высокое качество продукции.

Объективная оценка эффективности СМК предприятия, полученная с использованием широкого диапазона методов и средств оценивания, может быть сделана только самим промышленным предприятием, а база эффективности СМК в соответствии с внутри- и внешне организационными критериями и их показателями, должна строиться на оценке применимости методов и средств улучшения СМК.

Качество продукции имеет очень тесную связь с отношением потребителей, где качество продукции дает стимул потребителям установить прочные связи с

компанией. В долгосрочной перспективе это позволяет компании тщательно понимать ожидания клиентов и их потребности.

Хотя продукты, предлагаемые компанией, соответствуют ожиданиям потребителей, без поддержки хорошего и правильного качества продукции, это приведет к неспособности выполнить потребительские запросы. Компании должны уделять внимание проблемам продукта как можно лучше, потому что хорошее и правильное качество продукта может поддерживать хорошие отношения между компаниями и потребителями. Качество продукта положительно влияет на намерение покупки.

Существуют несколько способов подтверждения соответствия определенному стандарту качества или другому нормативно-техническому документу. Обычно это происходит путем сертификации. Также существует Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300–1 (ред. от 18 июля 2019 г.) «О защите прав потребителей», который устанавливает права и обязанности изготовителя для определения срока службы, срока годности, а также гарантийного срока на товар и регулирует отношения в области защиты прав потребителей.

Несмотря на существующие законы и сертификацию, многие торговые сети халатно относятся к проверке срока годности продуктов и отслеживанию высокого качества продаваемых товаров.

Однако поставлять потребителям неизменно высококачественную продукцию непросто. Многие продуктовые розничные продавцы имеют непоследовательные и неэффективные процессы проверки, общее отсутствие технологий, помогающих выполнять работу, и ограниченную видимость исторической эффективности своих поставщиков. Проблемы с качеством часто обнаруживаются постфактум, вынуждая бакалейщиков выбирать между продажей низкокачественного продукта, дополнительными трудозатратами на обрезку и выбраковку продукта в магазине, снижением цены для быстрой продажи или его выбрасыванием. Это, в свою очередь, негативно влияет на потребительское восприятие и прибыльность. Упущенные проблемы с качеством и отсутствие данных о каче-

стве также подталкивают розничных продавцов к принятию субъективных решений о поставщиках. Это не только мешает розничным торговцам налаживать позитивные партнерские отношения с поставщиками, но также приводит к непредсказуемому качеству, увеличению потерь, неудовлетворенности клиентов.

Компания «Пятерочка» – крупнейшая российская сеть универсамов экономического класса, находящаяся в управлении компании X5 Retail Group. «Пятерочка» имеет более 15 000 универсамов эконом класса и на сегодняшний момент является крупнейшей в России сетью бюджетных магазинов по объемам продаж.

X5 Retail Group придает большое значение отношениям с поставщиками. X5 в 2017 году работала более чем с 6000 поставщиками продукции – как российскими, так и зарубежными, при этом на продукцию десяти крупнейших поставщиков приходится 12% от чистой выручки компании. Всего в магазинах торговых сетей X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») представлена продукция около 6000 поставщиков, при этом доля отечественной продукции в ассортименте магазинов «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель» превышает 90% [4].

Деятельность магазина «Пятерочка» соответствует требованиям СП 2.3.6.1066–01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов». Миссия «Пятерочки» – производить и продавать качественные продукты питания и товары для дома.

Компания напрямую контролирует качество продукции на всех этапах работы, общается с поставщиками и каждый день поставляет качественную продукцию многочисленным клиентам. Начатое улучшение качества направлено на постоянный мониторинг всех этапов жизненного цикла товара: от контроля прибытия товара в точку доставки до проверки срока годности реализуемого товара.

Компания владеет методом, основанным на принципах «анализа рисков и приоритетного управления», а также разрабатывает и внедряет современные процедуры безопасности, такие как мониторинг и тестирование, защита хранения и транспортировка продукции Masu. Кроме того, X5 Retail Group тестирует

технологии, которая использует современную маркировку продукции, предотвращая продажу просроченной продукции.

Для управления качеством пищевых продуктов используется приложение iFoodDS Quality Insights, которые автоматизируют процесс проверки и используют данные, чтобы помочь продуктовым розничным сетям укрепить отношения с поставщиками, улучшить качество продукции и укрепить лояльность клиентов. Результат – довольные покупатели и увеличение продаж по всему магазину.

Компания ведет непосредственный контроль качества товаров на всех стадиях работы, общается с поставщиками, предоставляя огромному количеству потребителей высокопробные товары каждый день. Внедренная программа по улучшению качества направлена на непрерывный контроль на всех стадиях жизненного цикла продукции, от входного контроля на распределительных центрах до проверки сроков годности в торговых залах.

В компании применяется подход, построенный на принципах «Анализа опасностей и контроля критических точек», а также создаются и используются новейшие методы обеспечения качества, такие как лабораторный анализ и тестирование, надежное хранение и транспортировка продукции. К тому же, X5 Retail Group проводит тестирование уникальных технологий с нанесением на продукты новейшей маркировки, благодаря которой создается блокировка продажи товара с истекшим сроком годности.

Маркировка фиксирует нарушение температурного режима при хранении и транспортировке. Из вышесказанного понятно, что «Пятерочка» тщательно проверяет качество продаваемой продукции, а также осуществляет тестирование новых методов и технологий обеспечения качества, что крайне эффективно влияет на увеличение доверия к магазину и увеличение количества продаж.

Для продовольственных ритейлеров поиск и продажа высококачественной продукции также означает увеличение продаж. Покупатели не только тратят больше в продуктовом отделе, когда они довольны качеством и свежестью фрук-

тов и овощей, но и способствуют увеличению продаж в других отделах. Стабильность и высокое качество продукции также оказывает сильное влияние на восприятие потребителя.

Таким образом, особенности системы управления качеством применительно к предприятиям продуктового ритейла связаны с тем, что отношение потребителей оказывает положительное влияние на намерение совершать покупки. Также качество продукции имеет очень тесную связь с отношением потребителей, где качество продукции дает стимул потребителям установить прочные связи с компанией.

Тенденции в поведении потребителей показывают, что потребители не только выбирают продуктовый магазин в зависимости от качества и свежести фруктов и овощей, но и тратят больше, когда качество высокое. Для продовольственных ритейлеров, стремящихся выделиться на конкурентном рынке, поставка продукции высочайшего качества имеет решающее значение. Цифровые решения по управлению качеством, такие как приложение iFoodDS DC Insights, предлагают ритейлерам инструменты для улучшения партнерских отношений с поставщиками, получения доступного продукта самого высокого качества и оптимизации ресурсов для проверки.

Список литературы

1. ГОСТ Р 50.1.028–2001. Информационные технологии поддержки жизненного цикла продукции. Методология функционального моделирования.
2. ГОСТ Р ИСО 22000–2007. Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции.

3. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» от 17.04.2012 №559-р (ред. от 13.01.2017).

4. Федорова М.А. Разработка стратегии развития предприятия на примере «X5 Retail Group» / М.А. Федорова, Ю.А. Гончарова, Л.И. Папышева. – 2014.