Основы управления качеством

Теоретическое занятие

Специальность: 15.02.14 Оснащение средствами автоматизации технологических процессов и производств (по отраслям)

ОП.02 Метрология, стандартизация и сертификация

Тема 3.1 Основы управления качеством

Преподаватель: Сентябрева Г.Н.

2022

Основы управления качеством

Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности[1]. Стандартизацию следует рассматривать как эффективное средство обеспечения качества, совместимости, взаимозаменяемости, унификации, типизации, норм безопасности и экологических требований, единства характеристик и свойств продукции, работ, процессов и услуг.

Мировой опыт управления качеством сконцентрирован в пакете международных стандартов ИСО 9000, принятых Международной организацией по стандартизации (ИСО).

История Международной организацией по стандартизации (ИСО).

Была создана в 1945 году, 25 национальными организациями по стандартизации. Сфера деятельности ИСО касается стандартизации во всех областях, кроме электротехники и электроники, относящихся к компетенции Международной электротехнической комиссии (МЭК)

Международные стандарты по управлению качества теперь называют «семейством» стандартов ИСО серии 9000 и совмещенные с ним стандарты ИСО серии 14000 признаны всеми странами мира.

Семейство основополагающих стандартов ИСО 9000 было разработано для того, чтобы помочь организациям всех видов и размеров внедрить и обеспечить функционирование эффективных систем менеджмента качества:

Современные тенденции развития экономики и управления нацелены на повышение конкурентоспособности предприятий и организаций России. Отечественные предприятия и организации просто обязаны стать конкурентоспособными. Вступление во всемирную торговую организацию предполагает, что предприятия и организации России должны быть конкурентоспособными. Только тогда можно сохранить и приумножить имеющийся

---

[1] Шишмарёв В. Ю. Метрология, стандартизация, сертификация и техническое регулирование. – М.: Академия, 2020.

потенциал, только тогда можно быть уверенным, что продукция и услуги предприятий и организаций России будут востребованы. Только тогда потребители продукции и услуг проголосуют за отечественных производителей.

Успешная продажа товара или услуги всегда определяется их качеством, своевременной поставкой и ценой. При этом многолетние исследования показали, что в экономически развитых странах решение о покупке товара в первую очередь зависит от его качества.

Критерии покупок:

- качество – 30%;
- срок поставки – 20%;
- цена – 18%;
- известность фирмы – 18%;
- известное качество продукции – 14%.

Требования потребителей к продукции и услугам растут, технологии развиваются, условия конкурентной борьбы постоянно меняются. Именно поэтому успешная работа любой организации на рынке неосуществима без постоянного совершенствования ее деятельности, нацеленной на улучшение качества продукции и услуг. Потребителей, безусловно, волнует качество продукции, которую они приобретают, но, кроме того, они стремятся иметь дело с компаниями, проявляющими заботу о покупателях, быстро реагирующими на их обращения, способными прислушиваться к индивидуальным запросам потребителей и немедленно их удовлетворять.

Предприятия и организации используют различные подходы к совершенствованию деятельности и повышению своих показателей:

- случайные инициативы при отсутствии какой-либо внятной системы;
- международные стандарты ИСО серии 9000 и серии 14000, устанавливающие минимальные требования по совершенствованию организаций;
- методология «шесть сигм», нацеленная на решение отдельных проблем;

- TQM – всеобщее управление качеством – охватывающее всю организацию от момента ее создания до ликвидации, и нацеленное на командную работу;
- модели, применяемые при оценке соискателей национальных премий за качество и нацеленные на повышение деловых результатов компаний;
- TIM – всеобщее управление совершенствованием компаний, представляющее комплексный подход к повышению качества, надежности, технических характеристик и результатов работы компаний;
- концепция организационного совершенства.

В XXI веке будут способны преуспевать только те компании, которые добились совершенства во всех аспектах своего бизнеса. Они должны не просто производить отличную продукцию, но и завоевывать признание своего совершенства со стороны современного, грамотного потребителя. Компания должна стремиться удивлять постоянных потребителей, а не просто удовлетворять их потребности. Добиться этого можно управляя процессами, проектами, изменениями структуры организации, применением информационных технологий, ресурсами и знаниями.

Список использованной литературы

1. Зайцев С.А. Метрология, стандартизация и сертификация в машиностроении. – М.: Академия, 2019. – 288 с.

2. Ляпина О.П. Стандартизация, сертификация и техническое документоведение. – М.: Академия, 2020. – 320 с.

3. Шишмарёв В.Ю. Метрология, стандартизация, сертификация и техническое регулирование. – М.: Академия, 2020. – 320 с.