

OBSAH

OBSAH

1. ÚVOD

- 1.1. Pojem jakosti
- 1.1.1. Vývoj pohledu na jakost
- 1.1.2. Definice jakosti
- 1.1.3. Třída jakosti
- 1.2. Znaký jakosti produktu
- 1.2.1. Užité vlastnosti výrobku
- 1.2.2. Užité vlastnosti služby
- 1.2.3. Užité vlastnosti procesu
- 1.3. Strategická koncepce C – Q – T
- 1.4. Národní politika podpory jakosti

2. SMYČKA JAKOSTI

- 2.1. Popis smyčky jakosti
- 2.2. Přístupy k zabezpečování jakosti
- 2.2.1. Marketing
- 2.2.2. Navrhování výrobku (služby)
- 2.2.3. Vývoj
- 2.2.4. Zásobování
- 2.2.5. Výroba
- 2.2.6. Kontrola
- 2.2.7. Balení a skladování
- 2.2.8. Prodej a distribuce
- 2.2.9. Poprodejní servis
- 2.2.10. Likvidace

3. ZÁKLADY ŘÍZENÍ JAKOSTI

- 3.1. Místo systému řízení jakosti v řídicím systému firmy
- 3.2. Tvorba systému řízení jakosti
- 3.2.1. Organizační struktury útvaru řízení jakosti
- 3.2.2. Zásady tvorby systému řízení jakosti
- 3.2.3. Vliv faktorů odvětví na systém řízení jakosti
- 3.3. Příprava a zavádění systému řízení jakosti
- 3.4. Nástroje řízení jakosti
- 3.4.1. 7 jednoduchých nástrojů jakosti
- 3.4.2. Sedm nástrojů managementu
- 3.5. Základní metody řízení jakosti
- 3.5.1. Metoda FMEA
- 3.5.2. Metoda QFD
- 3.5.3. Cyklus P – D – C – A
- 3.5.4. Deník kvality
- 3.5.5. Metoda POKA – YOKE
- 3.5.6. Metoda FTA
- 3.5.7. Analýza spolehlivosti

4. ÚLOHA LIDSKÉHO ČINITELE V JAKOSTI

- 4.1. Úkoly vrcholového vedení v řízení jakosti
- 4.2. Lidský faktor ovlivňující jakost

3

5

5

5

6

8

9

9

10

11

11

11

11

13

14

15

15

17

17

19

21

23

24

24

24

27

29

29

30

30

31

32

32

32

33

35

36

38

38

40

42

43

43

43

43

45

45

46

5. SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKŮ	48
6. PŘÍSTUPY K ŘÍZENÍ JAKOSTI	52
6.1. Systém řízení jakosti dle norem ISO 9000	52
6.2. Total Quality Management	54
6.3. Environmentální management – ISO 14 000	57
7. EKONOMIKA JAKOSTI	60
7.1. Podstata ekonomiky jakosti	60
7.2. Náklady na jakost	61
7.2.1 Náklady na jakost u výrobce	61
7.2.2 Náklady na jakost u uživatele	62
8. STRATEGIE JAKOSTI PODNIKU	65
8.1. Rozlišení řízení jakosti	65
8.1.1. Politika jakosti	66
8.1.2. Plánování jakosti	68
8.1.3. Výchovné programy k jakosti	68
8.1.4. Zásady uplatňované při tvorbě organizační struktury ŘJ	69
8.1.5. Spolupráce s dodavateli	69
8.1.6. Vazba řízení jakosti na marketing a vývoj	70
8.1.7. Sledování efektů jakosti	70
8.1.8. Prověrky systému řízení jakosti	70
9. CERTIFIKACE	72
9.1. Důvody certifikace	73
9.2. Činnost poradenské firmy	73
9.3. Nejdůležitější fáze auditu	75
10. OCHRANA SPOTŘEBITELE	77
10.1. Ochrana spotřebitele v České republice	77
10.1.1. Regulovaná oblast	78
10.2. Státní instituce	79
10.3. Spotřebitelské organizace	80
10.4. Spotřebitelé	81
11. METODY A TECHNIKY HODNOCENÍ VÝROBKŮ	83
11.1. Testování výrobků	83
11.1.1. Ukazatel jakosti	84
11.2. Označování výrobků	85
12. CENY ZA KVALITU	87
12.1. Demingova cena	87
12.2. Cena Malcolma Baldridge	87
12.3. Evropská cena za jakost	87
12.4. Cena České republiky za jakost	90
13. TRENDY V ŘÍZENÍ KVALITY	92
13.1. Všeobecné trendy	92
13.2. Situace v USA	93
13.3. Situace v Japonsku	93
13.4. Situace v Evropském společenství	96
13.5. Cesty k dosažení vyšších úrovní v řízení jakosti	96