

OBSAH

| | |
|---|-----------|
| 1. ÚVOD | 7 |
| 1.1. Pojem jakosti | 7 |
| 1.1.1. Vývoj pohledu na jakost | 7 |
| 1.1.2. Definice jakosti | 9 |
| 1.1.3. Třída jakosti | 11 |
| 1.2. Znaky jakosti produktu | 12 |
| 1.2.1. Užité vlastnosti výrobku | 12 |
| 1.2.2. Užité vlastnosti služby | 14 |
| 1.2.3. Užité vlastnosti procesu | 14 |
| 1.3. Strategická koncepce C – Q – T | 14 |
| 1.4. Národní politika podpory jakosti | 15 |
| 2. SMYČKA JAKOSTI | 17 |
| 2.1. Popis smyčky jakosti | 18 |
| 2.2. Přístupy k zabezpečování jakosti | 20 |
| 2.2.1. Marketing | 20 |
| 2.2.2. Navrhování výrobku (služby) | 22 |
| 2.2.3. Vývoj | 22 |
| 2.2.4. Zásobování | 25 |
| 2.2.5. Výroba | 27 |
| 2.2.6. Kontrola | 29 |
| 2.2.7. Balení a skladování | 31 |
| 2.2.8. Prodej a distribuce | 31 |
| 2.2.9. Poprodejní servis | 31 |
| 2.2.10. Likvidace | 35 |
| 3. ZÁKLADY ŘÍZENÍ JAKOSTI | 37 |
| 3.1. Místo systému řízení jakosti v řídicím systému firmy | 37 |
| 3.2. Tvorba systému řízení jakosti | 38 |
| 3.2.1. Organizační struktura útvaru řízení jakosti | 38 |
| 3.2.2. Zásady tvorby systému řízení jakosti | 39 |
| 3.2.3. Vliv faktorů odvětví na systém řízení jakosti | 40 |
| 3.3. Příprava a zavádění systému řízení jakosti | 41 |
| 3.4. Nástroje řízení jakosti | 42 |
| 3.4.1. 7 jednoduchých nástrojů jakosti | 44 |
| 3.4.2. Sedm nástrojů managementu | 46 |
| 3.5. Základní metody řízení jakosti | 48 |
| 3.5.1. Metoda FMEA | 48 |
| 3.5.2. Metoda QFD | 51 |
| 3.5.3. Cyklus P – D – C – A | 53 |
| 3.5.4. Deník kvality | 54 |
| 3.5.5. Metoda POKA – YOKE | 54 |
| 3.5.6. Metoda FTA | 54 |
| 3.5.7. Analýza spolehlivosti | 54 |
| 4. ÚLOHA LIDSKÉHO ČINITELE V JAKOSTI | 56 |
| 4.1. Úkoly vrcholového vedení v řízení jakosti | 56 |
| 4.2. Lidský faktor ovlivňující jakost | 57 |

| | |
|---|------------|
| 5. SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKŮ | 59 |
| 6. PŘÍSTUPY K ŘÍZENÍ JAKOSTI | 63 |
| 6.1. Systém řízení jakosti dle norem ISO 9000 | 63 |
| 6.2. Total Quality Management | 65 |
| 6.3. Environmentální management – ISO 14 000 | 70 |
| 7. EKONOMIKA JAKOSTI | 73 |
| 7.1. Podstata ekonomiky jakosti | 73 |
| 7.2. Náklady na jakost | 74 |
| 7.2.1. Náklady na jakost u výrobce | 74 |
| 7.2.2. Náklady na jakost u uživatele | 76 |
| 7.2.3. Celospolečenské náklady na jakost | 76 |
| 8. STRATEGIE JAKOSTI PODNIKU | 78 |
| 8.1. Rozlišení řízení jakosti | 78 |
| 8.1.1. Politika jakosti | 79 |
| 8.1.2. Plánování jakosti | 81 |
| 8.1.3. Výchové programy k jakosti | 82 |
| 8.1.4. Zásady uplatňované při tvorbě organizační struktury ŘJ | 83 |
| 8.1.5. Spolupráce s dodavatelem | 83 |
| 8.1.6. Vazba řízení jakosti na marketing a vývoj | 84 |
| 8.1.7. Sledování efektů jakosti | 85 |
| 8.1.8. Prověrky systému řízení jakosti | 85 |
| 9. CERTIFIKACE | 87 |
| 9.1. Důvody certifikace | 88 |
| 9.2. Činnost poradenské firmy | 88 |
| 9.3. Nejdůležitější fáze auditu | 91 |
| 10. OCHRANA SPOTŘEBITELE | 93 |
| 10.1. Ochrana spotřebitele v České republice | 94 |
| 10.1.1. Regulovaná oblast | 95 |
| 10.2. Státní instituce | 96 |
| 10.3. Spotřebitelské organizace | 97 |
| 10.4. Spotřebitelé | 98 |
| 10.5. Přehled souvisejících zákonů | 99 |
| 11. METODY A TECHNIKY HODNOCENÍ VÝROBKŮ | 101 |
| 11.1. Testování výrobků | 101 |
| 11.1.1. Ukazatel jakosti | 102 |
| 11.2. Označování výrobků | 104 |
| 12. CENY ZA KVALITU | 106 |
| 12.1. Demingova cena | 106 |
| 12.2. Cena Malcolma Baldrige | 106 |
| 12.3. Evropská cena za jakost | 106 |
| 12.3.1. Kriteria kodelu EFQM | 107 |
| 12.4. Cena České republiky za jakost | 110 |

| | |
|--|------------|
| 13. TRENDY V ŘÍZENÍ JAKOSTI | 112 |
| 13.1. Všeobecné trendy | 112 |
| 13.2. Situace v USA | 113 |
| 13.3. Situace v Japonsku | 114 |
| 13.4. Situace v Evropském společenství | 117 |
| 13.5. Cesty k dosažení vyšších úrovní v řízení jakosti | 117 |

Zakládáním předpokladem pro úspěšnou realizaci osobitých výrobků na evropském, případně světovém trhu, je podstatné zvýšení jejich jakosti. Je třeba zdůraznit celkově přijatý základní imperativ mezinárodního trhu, ve kterém je kvalita výrobku dominantním kritériem úspěšnosti, jež svým významem předsahuje v dané třídě výrobků i cenu.

CÍL

- Po prostudování této kapitoly byste měli být schopni:
 - vysvětlit podstatu pojmů jakost
 - popsat a specifikovat základní vlastnosti výrobku, požadované úroveň a cenu.

1.1. POJEM JAKOSTI

Je možné konstatovat, že v současné době jakost výrobků je nevyhnutelným činitelem ovlivňující zisk a postavení firmy na světovém trhu. Toto tvrdí dokonce i výsledky výzkumu, ve kterém se zjistilo, že po:

- 95% dotazovaných je jakost klíčem k úspěchu;
- 95% - " - " - zdrojem konkurenční výhody;
- 78% - " - " - zdrojem produktivity;
- 75% - " - " - záležitosti všech [5].

1.1.1. VÝVOJ POHLEDU NA JAKOST

V průběhu vývoje průmyslové výroby je možné vysledovat následující etapy vývoje pohledu na jakost:

A) JAKOST VÝROBKU JAKO JEHO BEZVADNOST

Jakost výrobku se zabezpečovala následovně kontrolou podle stávajících technických pravidel a předpisů. Byl-li výrobek podle nich ošetřen bez vady, byl prohlášen a označen za jakostní. Tento kontrolní přístup měl oporu ve staré průmyslové tradici. Zjednotěná pojetí se zobrazilo v tom, že jakost výrobku byla pojmována zejména jako shoda s technickou normou