

«ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В СООТВЕТСТВИИ С СТ РК ИСО 9001-2009»

Основа СМК

Системы менеджмента качества приводятся в движение требованиями потребителя организации. Потребителям необходима продукция (услуга), характеристики которой удовлетворяли бы их потребности и ожидания. Потребности и ожидания потребителей постоянно изменяются, из-за чего организации испытывают давление, создаваемое конкурентной средой (рынком) и техническим прогрессом.

Для поддержания постоянной удовлетворенности потребителя организации должны постоянно совершенствовать свою продукцию и свои процессы.

СМК организации, как один из инструментов менеджмента, дает уверенность высшему руководству самой организации и ее потребителям, что организация способна поставлять продукцию, полностью соответствующую требованиям (необходимого качества, в необходимом количестве за установленный период времени, затратив на это установленные ресурсы).

Принципы СМК

СМК основана на восьми принципах менеджмента качества:

1. **Ориентация на потребителя** — организации необходимо делать то, что хочет потребитель сейчас и захочет в будущем, даже если он этого не осознает.
2. **Лидерство руководителя** — так как организация действует всегда в рамках ограниченности ресурсов и входных данных в конкурентной среде, то только лидер, обладающий видением, силой духа способен обеспечить достижение ее целей (миссии).
3. **Вовлечение персонала** — так как персонал организации является ее основным ресурсом и одновременно самой чувствительной заинтересованной стороной, опора лидеров на него - залог успеха.
4. **Процессный подход** — СМК организации не статичное образование и ее элементами являются процессы, через которые достигаются цели, то есть через процессы обеспечивают любые изменения.

Принципы СМК

1. **Системный подход к менеджменту** — подразумевает учет всех факторов, воздействующих на внешнюю и внутреннюю среду организации.
2. **Постоянное улучшение** — основа современного менеджмента, которая подразумевает постоянную адаптацию к произошедшим и ожидаемым изменениям в среде, а иногда и формирует их.
3. **Принятие решений, основанных на фактах** — напоминание о том, что стабильность функционирования организации возможна не только на основе интуиции, но и с использованием данных измерений.
4. **Взаимовыгодные отношения с поставщиками** — вместе с принципом *ориентация на потребителя* предполагает создание устойчивых цепей поставок на основе взаимовыгодного сотрудничества.

Цель

- Достижение долгосрочного успеха путем максимального удовлетворения запросов потребителя, сотрудников, владельцев и общества. Целью СМК является соответствие результатов процессов компании потребностям потребителя, организации и общества. (соответствие как явным требованиям, так и подразумеваемым потребностям).

- ЗАДАЧИ
 - Постоянное улучшение качества продукции и снижение затрат на обеспечение качества посредством использования цикла PDCA (цикл Деминга, состоящего из: планирования, действия, анализа, корректировки (устранение причин несоответствия, а не просто коррекция полученных результатов));
 - создание у потребителей уверенности в отсутствии брака за счет сертификации системы менеджмента качества.

Реализация

1. Предупреждения причин дефектов.
2. Вовлечение всех сотрудников в деятельность по улучшению качества.
3. Активное стратегическое управление.
4. Непрерывное совершенствование качества продукции и процессов за счет корректирующих и предупреждающих мероприятий.
5. Использование научных подходов в решении задач.
6. Регулярная самооценка.

МЕТОДЫ

1. Средства для сбора данных.
2. Средства предоставления данных.
3. Методы статистической обработки данных, например Индексы воспроизводимости, Контрольные карты Шухарта.
4. Теория общего менеджмента.
5. Теория мотиваций и межличностных отношений.
6. Экономические расчеты.
7. Системный анализ производства, например Бережливое производство.
8. Управление с помощью планирования.

Компоненты СМК

- Основные составляющие систем менеджмента качества:
- 1. Бизнес-процессы (установление **потребностей и ожиданий** потребителей и других заинтересованных сторон организации в области качества производимой продукции или услуги и другие).
- 2. **Политика и цели** организации (или выделенной части организации), соответствующие потребностям потребителей (внешних и внутренних).
- 3. Определение необходимых **ресурсов** и обеспечение ими ответственных за процессы для достижения целей организации (или выделенной части организации)
- 4. Разработка и применение **методов для измерения результативности и эффективности** каждого процесса на основе ключевых показателей качества
- 5. Определение механизмов, необходимых для **предупреждения несоответствий и устранения их причин**. И реализация данных механизмов в процессах СМК
- 6. Разработка и применение процесса для **постоянного улучшения всей СМК**
- Каждый из вышеописанных пунктов является ключевым для любой СМК, которые находятся в постоянном цикличном взаимодействии на пути к предельно высокому качеству.

Заключение

Стандартизация СМК на основе требований ISO 9001 дает лишь основы для стабильного удовлетворения потребителя, однако в каждой отрасли имеются свои особые требования и специфика.

Для более полного обеспечения удовлетворенности потребителя в отраслях создаются собственные отраслевые модели систем менеджмента качества в виде отдельных стандартов или в виде Рекомендаций по внедрению ISO9001. Наиболее развитыми моделями систем менеджмента качества в отраслях являются:

ISO 22000 - цепь поставок пищевой продукции.

ISO 27000 - информационная безопасность

ISO 29001 - нефтехимическая и газовая отрасль.

ISO 14001 - экологическая безопасность

ISO 18001 -

и мн. др. стандартов