

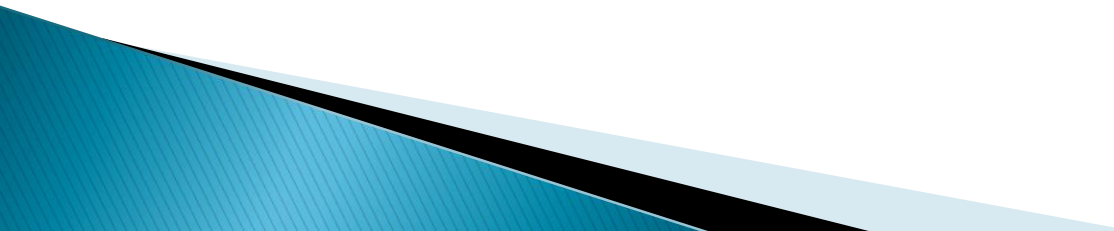
Managementul calității– funcții și principii

Curs 1

"Calitatea produsului nu este totul, dar totul este nimic fără calitate."

(Peters și Waterman – "In search of Excellence").

CALITATEA

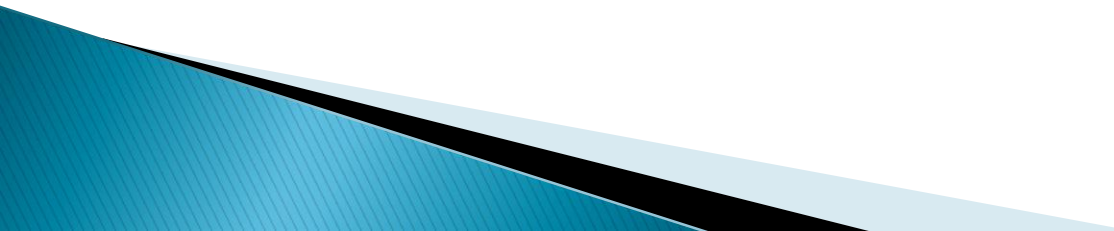
- ▶ Calitatea, ceea ce înseamnă calitatea proceselor și a rezultatelor, este și va fi întotdeauna un factor de competiție important, dacă nu cel mai important.
 - ▶ Standardul ISO 8402 definește calitatea ca reprezentând "ansamblul caracteristicilor unei entități, care îi conferă aptitudinea de a satisface nevoile exprimate sau implicite".
- 

CALITATEA

Conform acestei definiții:

- ▶ calitatea nu este exprimată printr-o singură caracteristică, ci printr-un ansamblu de caracteristici;
 - ▶ calitatea nu este de sine stătătoare, ea există numai în relația cu nevoile clienților;
 - ▶ calitatea este o variabilă continuă și nu discretă;
 - ▶ prin calitate trebuie satisfacute nu numai nevoile exprimate, dar și cele implicite.
- 

Managementul calității

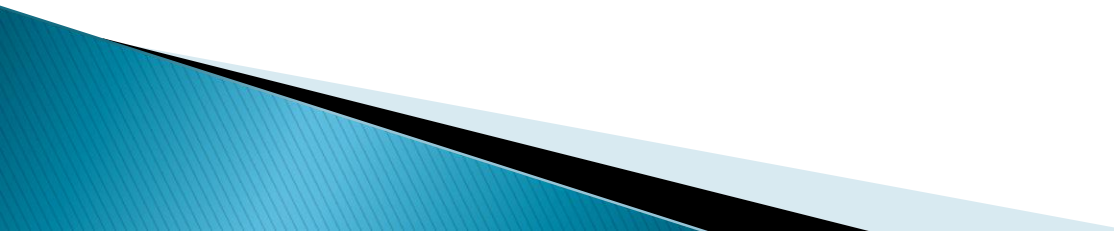
- ▶ Managementul calității reprezintă un ansamblu de activități având ca scop realizarea unor obiective, prin utilizarea optimă a resurselor.
 - ▶ Acest ansamblu cuprinde activități de:
 - planificare,
 - coordonare,
 - organizare,
 - control
 - asigurare a calității.
- 

Managementul calității

- ▶ Acest ansamblu cuprinde activități de planificare, coordonare, organizare, control și asigurare a calității. Întreprinderea își propune o serie de "obiective strategice": economice, sociale, tehnice, comerciale, care se realizează prin intermediul unor "obiective operaționale".
- ▶ Acestea din urmă ar fi:
 - obținerea unor produse și servicii de calitate corespunzătoare cerințelor,
 - în cantitatea solicitată,
 - la termenul convenit
 - care să fie disponibile la locul sau pe piața dorită, toate acestea, în condițiile unor costuri minime.

CARACTERISTICILE MANAGEMENTULUI CALITATII

Un bun Sistem de Management al Calitații trebuie să aibă următoarele caracteristici:

- ▶ să fie stabilit în scris;
 - ▶ să asigure indeplinirea cerințelor clienților;
 - ▶ să asigure indeplinirea cerințelor organizației;
 - ▶ să fie aplicabil în toate activitățile organizației.
- 

Avantajele implementării sistemului de management al calității, sunt evidente pentru clienți dar și pentru organizația care le furnizează:

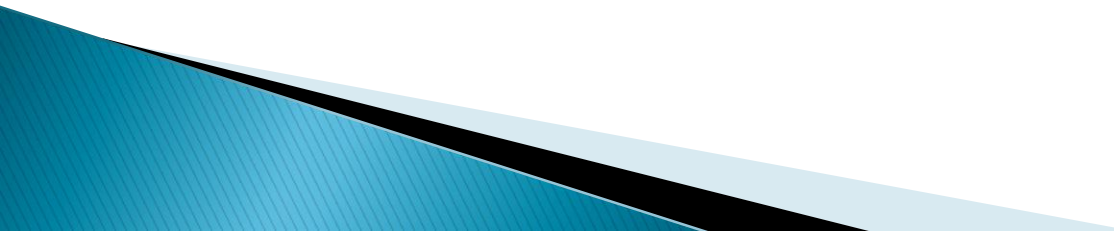
- ▶ creșterea veniturilor și reducerea costurilor;
- ▶ credibilitatea (clientii și potențialii clienți preferă să facă achiziții de la furnizori certificați ISO, știind că aceștia controlează în mod riguros toate procesele din cadrul organizației achiziționează produse cu costuri minime și de calitate garantată)
- ▶ îmbunătățirea imaginii organizației;
- ▶ diferențierea față de concurență;
- ▶ creșterea satisfacției clienților;
- ▶ facilitarea participării la licitații;
- ▶ controlul tuturor proceselor din cadrul organizației;
- ▶ constientizarea (responsabilizarea) personalului de implicarea sa la realizarea obiectivelor organizației;
- ▶ certificatul care atestă funcționarea într-un sistem de management al calității este un valoros instrument de marketing.

Principiile managementului calității

- ▶ Principiul 1 : Orientarea către client
 - ▶ Principiul 2: Conducerea (leadership)
 - ▶ Principiul 3: Implicarea personalului
 - ▶ Principiul 4: Abordarea bazată pe proces
 - ▶ Principiul 5: Abordarea managementului ca sistem
 - ▶ Principiul 6: Îmbunătățirea continuă
 - ▶ Principiul 7 : Abordarea bazată pe fapte
 - ▶ Principiul 8. Relații reciproc avantajoase cu furnizorul
- 

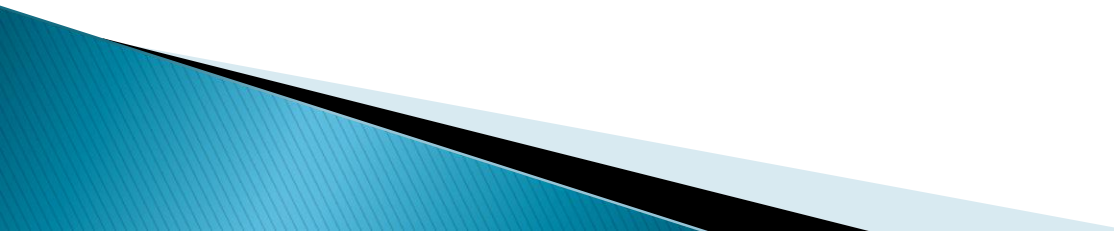
Principiul 1 : Orientarea către client

Organizațiile depind de clienții lor și de aceea ar trebui să înțeleagă necesitățile curente și viitoare ale clienților, ar trebui să satisfacă cerințele clientului și ar trebui să se preocupe să depășească așteptările clientului.



Principiul 1 : Orientarea către client

Beneficii:

- ▶ creșterea venitului și a cotei de piață printr-un răspuns flexibil și rapid la oportunitățile pieței;
 - ▶ creșterea nivelului de utilizare a resurselor organizației în scopul satisfacerii clientului;
 - ▶ obținerea loialității clientului, acest fapt permițând o continuare a relațiilor de colaborare.
- 

Principiul 1 : Orientarea către client

Aplicarea principiului orientării către client conduce la:

- ▶ căutarea și înțelegerea nevoilor și așteptărilor clientului;
 - ▶ asigurarea că obiectivele organizației sunt legate de nevoile și așteptările clientului;
 - ▶ difuzarea nevoilor și așteptărilor clientului în organizație;
 - ▶ măsurarea satisfacției clientului și la inițierea de acțiuni în funcție de rezultate;
 - ▶ gestionarea sistematică a relației cu clientul;
 - ▶ asigurarea unei abordări echilibrate între satisfacerea clienților și a celorlalte părți
 - ▶ interesate (cum ar fi: proprietari–acționari, angajați, furnizori, finanțatori, comunități locale, societatea în ansamblu).
- 