

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ХИМИКО-
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра управления и экономико-математического
моделирования

Учебное пособие

Менеджмент качества

Составители: П.С. Гладков
Н.А. Разумов

Иваново 2008

Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы управления качеством и объективная необходимость применения систем управления качеством на предприятиях	
1.1.Повышение качества продукции - объективная закономерность развития предприятия.....	5
1.2. Основные понятия о системах управления качеством продукции.....	7
1.3. Основные цели и принципы систем управления качеством.....	8
1.4. Организационно - правовые основы систем управления качеством продукции.....	11
1.5. Сертификация систем качества.....	14
1.6. Существующие системы управления качеством продукции.....	16
Глава 2. TQM - вершина современных методов управления качеством	
2.1. Понятие концепции всеобщего управления качеством TQM.....	19
2.2. Анализ концепции всеобщего управления качеством (TQM).....	24
2.3. Принципы TQM.....	27
2.4. Современные способы контроля и управления качеством продукции...30	
2.4.1. Статистическое управление технологическим процессом.....	30
2.4.2. Семь инструментов контроля качества.....	36
2.4.3. Семь инструментов управления качеством.....	43
2.4.4. Статистический приемочный контроль в оценке качества.....	51
2.5. Человеческий ресурс как составная часть TQM.....	53
Глава 3. Методика оценивания состояния TQM на предприятии	
3.1. Введение.....	58
3.2. Алгоритм расчета уровневых и индексных показателей качества.....	59
3.2.1. Создание информационной базы.....	59
3.2.2. Структурирование системы показателей.....	60
3.2.3. Задание первичных показателей и пересчет их в относительные величины.....	62

3.2.4. Расчет уровневых показателей.....	63
3.2.5. Расчет индексных показателей качества.....	63
3.3. Описание методик.....	64
3.3.1. Методика оценивания возможностей персонала.....	64
3.3.2. Методика оценивания деятельности подразделения предприятия.....	68
3.3.3. Методика оценивания поставщика продукции (взгляд потребителя).....	77
3.3.4. Методика оценивания производителя продукции (взгляд партнера, самооценка).....	93
Заключение.....	114
Список использованной литературы.....	116
Приложения.....	118