

OBSAH

1. ÚVOD	1
1.1. Pojem jakosti	1
1.1.1. Vývoj pohledu na jakost	1
1.1.2. Definice jakosti	3
1.1.3. Třída jakosti	5
1.2. Znaky jakosti produktu	6
1.2.1. Užité vlastnosti výrobku	6
1.2.2. Užité vlastnosti služby	8
1.2.3. Užité vlastnosti procesu	8
1.3. Strategická koncepce C – Q – T	8
1.4. Národní politika podpory jakosti	9
2. SMYČKA JAKOSTI	11
2.1. Popis smyčky jakosti	12
2.2. Přístupy k zabezpečování jakosti	13
2.2.1. Marketing	14
2.2.2. Navrhování výrobku (služby)	16
2.2.3. Vývoj	16
2.2.4. Zásobování	18
2.2.5. Výroba	21
2.2.6. Kontrola	23
2.2.7. Balení a skladování	25
2.2.8. Prodej a distribuce	25
2.2.9. Poprodejní servis	25
2.2.10. Likvidace	29
3. ZÁKLADY ŘÍZENÍ JAKOSTI	30
3.1. Místo systému řízení jakosti v řídicím systému firmy	30
3.2. Tvorba systému řízení jakosti	31
3.2.1. Organizační struktura útvaru řízení jakosti	31
3.2.2. Zásady tvorby systému řízení jakosti	32
3.2.3. Vliv faktorů odvětví na systém řízení jakosti	33
3.3. Příprava a zavádění systému řízení jakosti	34
3.4. Nástroje řízení jakosti	35
3.4.1. 7 jednoduchých nástrojů jakosti	37
3.4.2. Sedm nástrojů managementu	39
3.5. Základní metody řízení jakosti	41
3.5.1. Metoda FMEA	41
3.5.2. Metoda QFD	44
3.5.3. Cyklus P – D – C – A	46
3.5.4. Deník kvality	47
3.5.5. Metoda POKA – YOKE	47
3.5.6. Metoda FTA	47
3.5.7. Analýza spolehlivosti	47

4. ÚLOHA LIDSKÉHO Činitele v JAKOSTI	48
4.1. Úkoly vrcholového vedení v řízení jakosti	48
4.2. Lidský faktor ovlivňující jakost	48
5. SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKŮ	50
6. PŘÍSTUPY K ŘÍZENÍ JAKOSTI	54
6.1. Systém řízení jakosti dle norem ISO 9000	54
6.2. Total Quality Management	56
6.3. Environmentální management – ISO 14 000	61
7. EKONOMIKA JAKOSTI	63
7.1. Podstata ekonomiky jakosti	63
7.2. Náklady na jakost	64
7.2.1. Náklady na jakost u výrobce	64
7.2.2. Náklady na jakost u uživatele	66
7.2.3. Celospolečenské náklady na jakost	67
8. STRATEGIE JAKOSTI PODNIKU	68
8.1. Rozlišení řízení jakosti	68
8.1.1. Politika jakosti	70
8.1.2. Plánování jakosti	71
8.1.3. Výchovné programy k jakosti	72
8.1.4. Zásady uplatňované při tvorbě organizační struktury ŘJ	73
8.1.5. Spolupráce s dodavateli	73
8.1.6. Vazba řízení jakosti na marketing a vývoj	74
8.1.7. Sledování efektů jakosti	75
8.1.8. Prověrky systému řízení jakosti	75
9. CERTIFIKACE	76
9.1. Důvody certifikace	77
9.2. Činnost poradenské firmy	77
9.3. Nejdůležitější fáze auditu	80
10. OCHRANA SPOTŘEBITELE	82
10.1. Ochrana spotřebitele v České republice	83
10.1.1. Regulovaná oblast	84
10.2. Státní instituce	85
10.3. Spotřebitelské organizace	86
10.4. Spotřebitelé	87
10.5. Přehled souvisejících zákonů	88
11. METODY A TECHNIKY HODNOCENÍ VÝROBKŮ	90
11.1. Testování výrobků	90
11.1.1. Ukazatel jakosti	91
11.2. Označování výrobků	93
12. CENY ZA KVALITU	95
12.1. Demingova cena	95
12.2. Cena Malcolma Baldrige	95

