

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	7
1. Rys historyczny	9
2. Definiowanie jakości	15
2.1. Jakość jako kategoria filozoficzna	15
2.2. Jakość definiowana z różnych punktów widzenia	16
2.3. Ujęcie jakości w różnych kulturach	20
2.4. Rozumienie jakości w praktyce przemysłowej	21
2.5. Jakość z punktu widzenia dostawcy i odbiorcy – klienta	21
3. Jakość produktu	24
3.1. Cechy jakości produktu	24
3.1.1. Podstawowe pojęcia	24
3.1.2. Grupowe cechy jakości	26
3.1.3. Cechy usługi	28
3.1.4. Klasyfikacja cech jakości produktu informatycznego	29
3.1.5. Hierarchia ważności cech produktu	31
3.2. Wymagania dotyczące jakości	31
3.2.1. Określenie wymagań	31
3.2.2. Sformułowanie specyfikacji wymagań	33
3.3. Jakość w odniesieniu do skali czasu	33
3.3.1. Jakość w cyklu istnienia produktu	33
3.3.2. Pętla jakości produktu	34
3.4. Poziom jakości	35
3.4.1. Stany jakości	35
3.4.2. Wyznaczanie i kształtowanie poziomu jakości	35
3.5. Łańcuch dostawca–klient	37
3.6. Zadowolenie klienta	38
3.6.1. Postępowanie klientów	38
3.6.2. Model powstania satysfakcji klienta	39
4. Podstawy zarządzania jakością	41
4.1. Pojęcie zarządzania jakością	41
4.2. Zasady zarządzania jakością	41
4.2.1. Orientacja na klienta	42
4.2.2. Przywództwo	44
4.2.3. Zaangażowanie ludzi	45
4.2.4. Podejście procesowe	46
4.2.5. Systemowe podejście do zarządzania	48
4.2.6. Ciągłe doskonalenie	50
4.2.7. Podejmowanie decyzji na podstawie faktów	52
4.2.8. Związki z dostawcami oparte na wzajemnej korzyści	52
4.3. Zarządzanie jakością według Deminga	53
4.4. Zarządzanie jakością według Jurana	56
4.4.1. Mapa planowania jakości	56
4.4.2. Trylogia jakości (<i>quality trilogy</i>)	57

4.5. Zarządzanie jakością według Crosby'ego	58
4.5.1. Podstawy	58
4.5.2. Program „zero braków”	58
4.6. System zarządzania jakością	60
4.6.1. Pojęcie systemu zarządzania jakością	60
4.6.2. Normy systemu zarządzania jakością	60
4.6.3. Sektorowe normy systemów zarządzania jakością	64
4.6.4. Kształtowanie SZJ według wymagań normy ISO 9001:2000	66
4.7. Koszty jakości	68
5. Planowanie jakości	71
5.1. Od wizji po cele związane z jakością	71
5.1.1. Wizja, misja i wartości	71
5.1.2. Formułowanie celów organizacji	74
5.1.3. Cele organizacji związane z jakością	76
5.2. Projakościowa strategia i polityka organizacji	77
5.2.1. Strategia organizacji w zakresie jakości	77
5.2.2. Polityka jakości	78
5.2.3. Strategiczna karta wyników jako narzędzie wspierające strategię projakościową	79
5.2.4. <i>Hoshin kanri</i> – rozwinięcie polityki jakości	82
5.3. Plan jakości	84
5.3.1. Pojęcia planowania i planu jakości	84
5.3.2. Przebieg planowania jakości	86
6. Kontrola jako element sterowania jakością	88
6.1. Podstawowe cele i warunki sterowania	88
6.2. Pojęcie sterowania jakością	89
6.3. Rodzaje kontroli	90
6.4. Wady, niezgodności i braki	92
6.5. Miejsce kontroli w procesie realizacji produktu	94
6.6. Ocena odbiorcza	98
6.6.1. Zmienność	98
6.6.2. Statystyczne sterowanie jakością	99
6.6.3. Odbiór statystyczny	100
6.6.4. Wadliwość	101
6.6.5. Warunki statystycznej kontroli odbiorczej	102
6.6.6. Charakterystyka planu badania	103
6.6.7. Plany badania	104
6.7. Statystyczne sterowanie procesem (SPC)	105
6.7.1. Pojęcie statystycznego sterowania procesem	105
6.7.2. Rozkład wartości cech kształtowanych w wyniku procesu	106
6.7.3. Zdolność jakościowa procesu	106
6.7.4. Zastosowanie SPC	109
6.7.5. Kryteria uregulowania procesu	112
6.7.6. Postępowanie w ramach SPC	113

6.8. Badanie stopnia zadowolenia klienta	114
6.8.1. Potrzeba oceny zadowolenia klienta	114
6.8.2. Proces badania zadowolenia klienta	114
6.8.3. Proaktywne i reaktywne techniki i narzędzia oceny zadowolenia klienta	116
6.8.4. Metoda SERVQUAL	117
6.8.5. Technika zdarzeń krytycznych	119
6.8.6. Wskaźnik zadowolenia klienta	120
6.8.7. Znaczenie oceny satysfakcji klientów dla organizacji	122
7. Doskonalenie jakości	123
7.1. Dojrzewanie do doskonałości	123
7.2. Podejście japońskie – <i>kaizen</i>	126
7.3. Benchmarking	127
7.4. Reinżynieria	129
7.5. Koncepcja Six Sigma	132
7.6. Kompleksowe produktywne utrzymanie ruchu (TPM)	134
7.7. TQM	137
7.7.1. Pojęcie TQM	137
7.7.2. Wybrane modele TQM	138
7.7.3. Kształtowanie TQM w organizacji	139
7.8. Przedsięwzięcia projakościowe	143
7.9. Zastosowanie metod, technik i narzędzi projakościowych	145
7.10. Nagrody jakości	149
Bibliografia	154