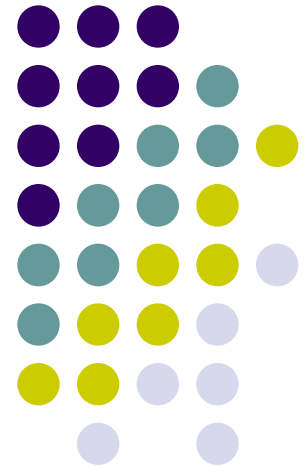


Политика качества



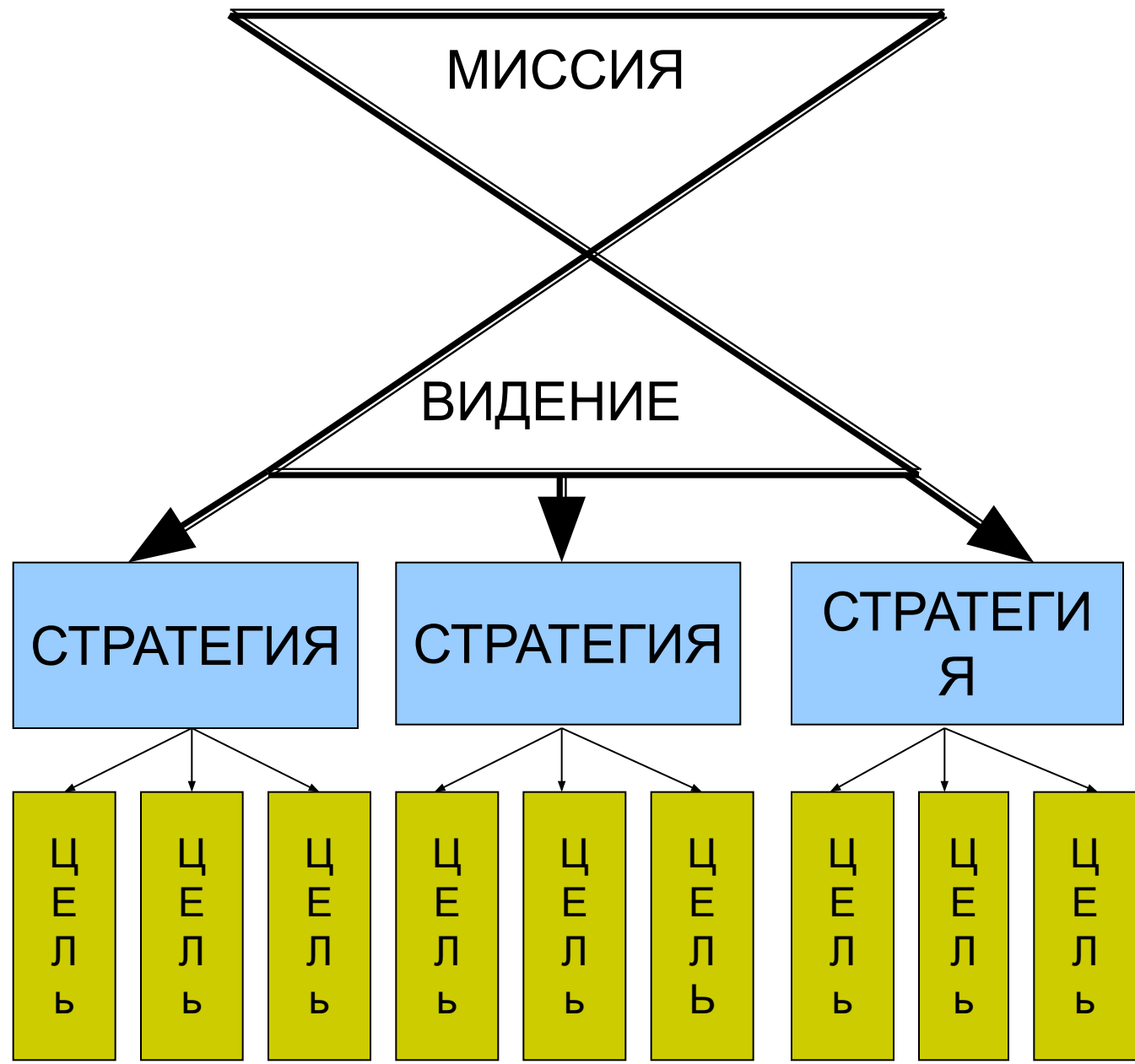
ИСО 9001:2000. Системы менеджмента качества. Требования.



5.3 Политика в области качества

Высшее руководство должно обеспечить, чтобы политика в области качества:

- а) соответствовала целям организации;
- в) включала обязательство соответствовать требованиям и постоянно повышать результативность системы менеджмента качества;
- с) создавала основы для постановки и анализа целей в области качества;
- д) была доведена до сведения персонала организации и понятна ему;
- е) анализировалась на постоянную пригодность



Миссия- выбор направления, чтобы начать двигаться.



Декларация о миссии определяет основную цель организации – почему она существует?

Миссия раскрывает причину существования организации помимо простого создания богатства акционеров и отражает мотивацию сотрудников, побуждающую их принимать участие в деятельности компании.

Миссия задает основу существования компании

Образцы деклараций о миссии



- Мерк (Merck): «Сохранять и улучшать человеческую жизнь».
 - Уол-Март (Wal-Mart): «Предоставлять обычным людям возможность покупать такие же вещи, какие покупают богатые».
- Мариотт (Marriott): «Делать так, чтобы люди вдали от дома чувствовали, что они среди друзей и им всегда рады».
- Сони (Sony): «Испытывать радость от развития и применения технологии на благо общества».
- Мэри Кэй (Mary Kay): «Предоставлять женщинам неограниченные возможности».

Видение — постановка цели, чтобы знать, куда движемся



Хорошо разработанное видение дает следующие эффекты:

- помогает людям осознать свою важность;
- придает ценность обучению и повышению компетентности;
- объединяет людей и дает им почувствовать принадлежность к команде;
- Делает работу вдохновенной, осуществляемой без нажима, ради достижения общей цели;
- Создает в организации целостность, открытость, креативность и желание рисковать;
- Вдохновляет людей на мысли о долгосрочных результатах;
- Дает людям возможность понять общий замысел.

Примеры видения:



1. Я создам автомобиль для широких масс... Он будет так дешев, что станет доступен любому человеку со средней зарплатой. Автомобиль позволит владельцу и его семье проводить время на природе. Лошади исчезнут с дорог, автомобиль будет восприниматься как норма... Это выльется в создание большого числа хорошо оплачиваемых рабочих мест».

(начало XX столетия, Генри Форд)

2. «Сделать напиток Соса доступным для любого потребителя в любом уголке земного шара» (компания Соса-Cola).

3. «Стать самой известной в мире компанией, внесшей весомый вклад в изменение мирового имиджа японских продуктов, «прославившихся» низким качеством.»

- Мы создадим самые популярные продукты в мире.
- Мы будем первой японской компанией, вышедшей на американский рынок и создавшей собственную дистрибьюторскую сеть.
- Через 50 лет наша торговая марка станет известной во всех уголках мира, и будет служить символом инноваций и качества... «Сделано в Японии» будет звучать гордо». (Начало 1950-х годов, компания Sony)

Ценности (values) или направляющие принципы (guiding principles)



-определяют, как будет реализовываться видение через сформулированные отношения и приемы сотрудников на всех уровнях организации и через их точное и осознанное поведение.

Пример: Federal Express утверждает: «Мы помогаем, мы вежливые, мы профессионалы и в отношении друг с другом, и с общественностью. Мы стараемся, чтобы после каждой транзакции с нами клиент был доволен».

Миссия, видение и направляющие принципы создают фундамент для стратегического планирования.

Что такое стратегия?



Стратегия — выбор пути для достижения цели.

- Стратегия – деятельность организации по достижению совершенства. Устойчивое стратегическое положение – результат системы действий, из которых каждое подкрепляет друг друга.

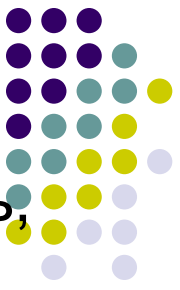
(Майкл Портер)

- Стратегия – это гипотеза. Она предполагает движение организации от настоящего положения к желаемой, но неясной будущей позиции.

(Р. Каплан, Д. Нортон)

- Видение определяет цель, стратегия – логику движения к этой цели. (Р. Каплан, Д. Нортон)
- Стратегия есть способ реализации теории бизнеса в практической деятельности. (П. Друкер)

Стратегические цели (strategic objectives)



-это то, что организация должна изменить или улучшить, чтобы остаться конкурентоспособной. Они обычно фокусируются на внешнюю для организации среду и связаны с потребителями рынком, товаром, услугой или технологическими возможностями и вызовами.

Стратегические цели задают долгосрочную направленность деятельности организации и помогают ее руководителям принимать решения о распределении ресурсов.

Например, стратегической целью поставщика, действующего в очень конкурентной отрасли, может быть занятие позиции ценового лидера и ее сохранение. На основе стратегии разрабатываются конкретные планы действий (action plans), где четко описывается то, что нужно сделать, планы использования человеческих ресурсов, вспомогательные показатели и индикаторы функционирования, а также планы размещения ресурсов.