

Тема 3. Базовые концепции и идеология всеобщего управления качеством (TQM)

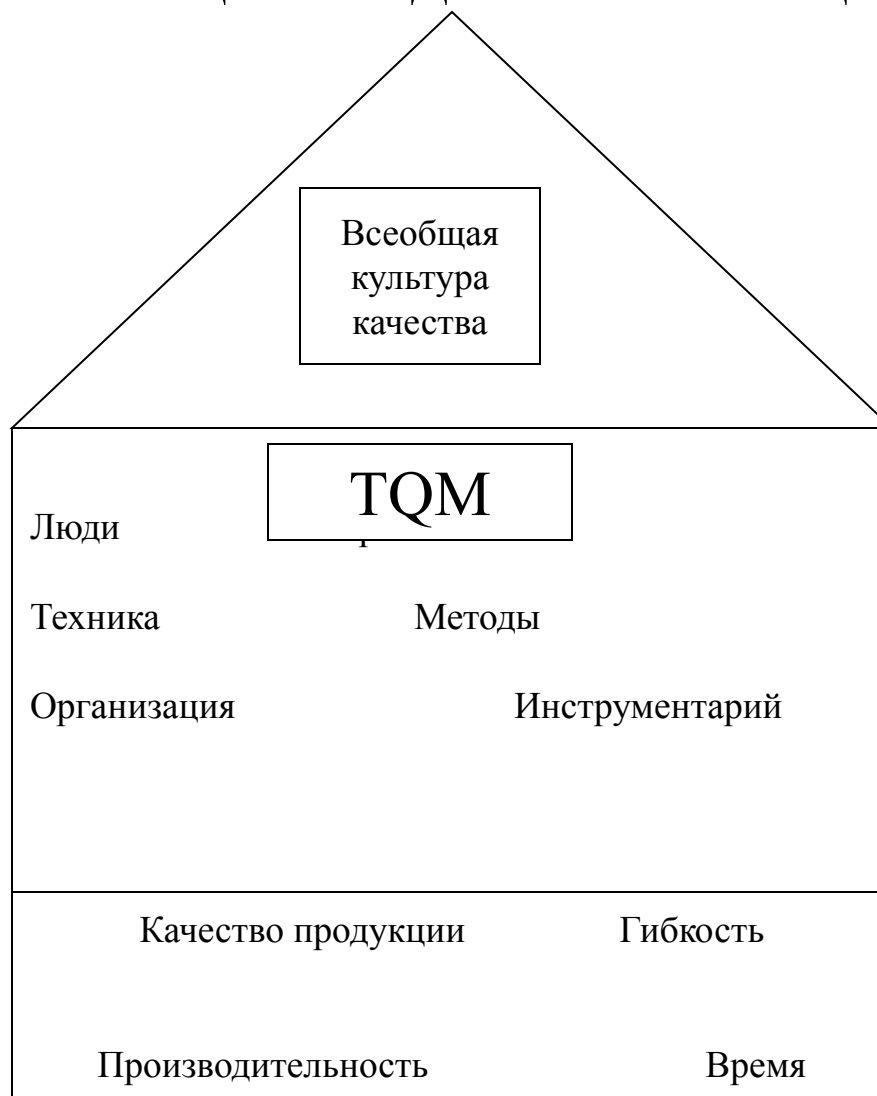
Новая парадигма, поражённая главенствующей ролью потребителя

- ❖❖ Процессы, существуют, чтобы удовлетворять нужды людей и потребности общества;
- ❖❖ Процессы полезны, если они добавляют ценность для людей и общества;
- ❖❖ Желания и нужды различны во времени и пространстве (для разных наций и культур);
- ❖❖ Процессы различны в различных культурах и у разных наций;
- ❖❖ Потребности и процессы их удовлетворения могут быть смоделированы и отслежены с использованием статистического анализа;
- ❖❖ Лучшая модель процесса удовлетворения потребностей общества должна быть принята руководством при непосредственном участии каждого члена общества.

Преимущества от использования фирмой методологии TQM



Факторы, влияющие на достижение целей TQM



Важнейшие элементы TQM

Вовлечение высшего руководства

Базирование решений на фактах

Внимание процессам

Акцент на потребителя

Постоянное улучшение

Вовлечённость в работу всех

Организация, ориентированная на требования потребителя (а) и требования руководителя(б)

а)

б)

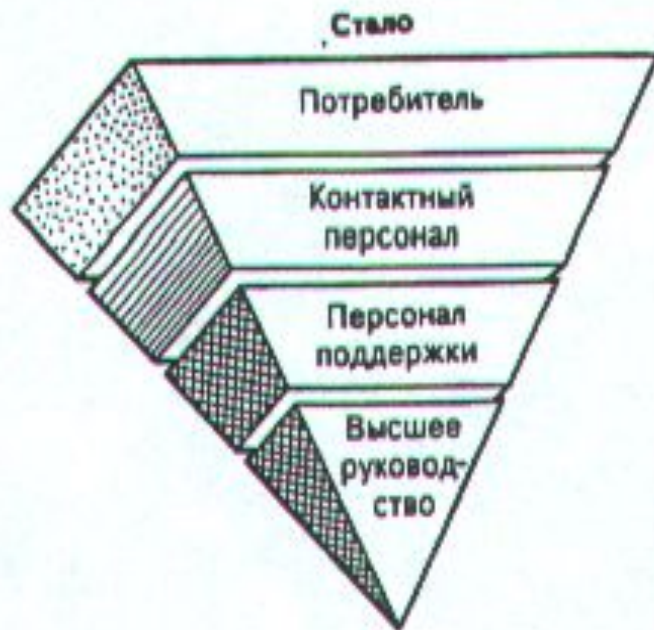


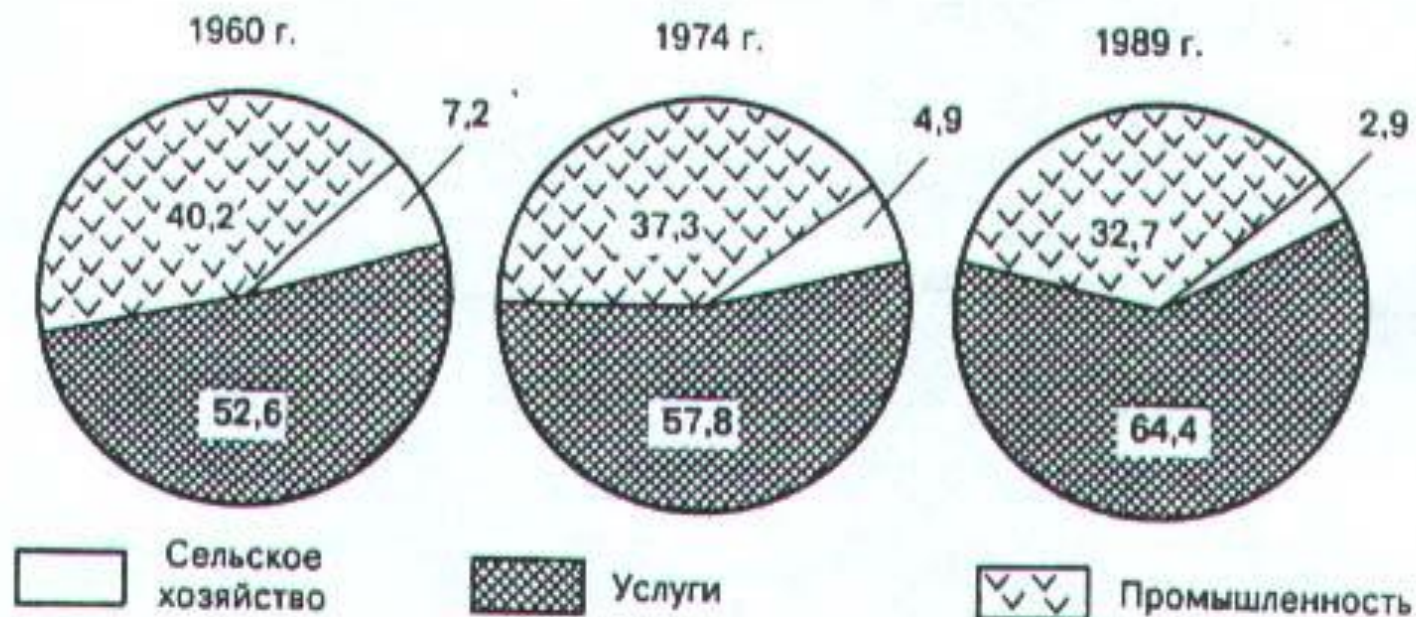
Схема взаимоотношений «Поставщик - Потребитель»



Схема обеспечения удовлетворенности потребителя за счет обратной связи



Рост сферы услуг



Архитектура ожиданий потребителя



Схема взаимосвязи пользователей результатов прибыли компании

