[품질경영 Report]

1. 품질의 정의를 진화단계별로 구분하여 쓰고 설명하시오.  
    품질은 시대순으로 분류해볼 때, 생산자 관점, 소비자 관점, 이해관계자 관점 순으로 진화했다. 먼저, 생산자 관점에서 품질은 용도에의 적합성 또는 제품의 특성으로 정의하며 제품이 정해진 규격과 요구조건에 일치할수록 좋은 품질이다. 다음으로, 소비자 관점에서 품질은 소비자 기대에 부응하고 사용목적에 적합하며 고객을 만족시키는 정도로 정의한다. 마지막으로, 이해관계자 관점에서 품질은 고객, 주주, 직원, 협력사, 지역사회 등의 이해관계자의 균형된 만족 정도로 정의한다.
2. 품질의 형성단계에 따라 품질을 네 가지로 분류하고 설명하시오.  
    품질의 형성단계는 요구품질(시장품질), 설계품질, 제조품질, 사용품질로 분류할 수 있다. 요구품질(시장품질)은 고객의 요구를 파악하고 실제 사용상에서 평가하게 되는 품질이다. 설계품질은 소비자의 요구를 충족시키기 위하여 기술수단 및 코스트라는 두 가지 제한조건과 타사제품의 품질이나 가격 등을 종합 고려하여 경영정책으로 결정되는 품질수준이다. 제조품질은 설계품질대로 만들어진 제품의 품질이며 설계품질과 실제로 생산된 제품의 품질과의 차이를 적합품질이라고 한다. 사용품질은 제품/서비스가 고객에게 인도되어 사용되어질 때 결론적으로 평가되며 결정되는 품질이다. 이때에는 제품의 품질뿐만 아니라 판매과정의 서비스 정도, 고객 불만 등의 컴플레인이나 클레임 발생 시 A/S 대응정도 등 모든 측면에서 평가가 이루어진다.
3. 품질경영의 정의 및 구성요소를 쓰고 설명하시오.  
    품질경영(QM)이란 최고경영자의 리더십하에서 품질을 경영의 최우선 과제로 하여 고객만족의 확보를 통한 기업의 장기적인 성공은 물론 기업구성원과 사회전체의 이익에 기여하기 위해, 경영활동 전반에 걸쳐 모든 구성원의 참가와 총체적 수단을 활용하는 전사적, 종합적 경영관리 체계이다. 즉, 품질에 관하여 조직을 지휘하고 관리하는 조정 활동을 의미한다. 품질경영의 구성요소로는 품질기획(QP), 품질관리(QC), 품질개선(QI), 품질보증(QA)이 있다. 품질기획(QP)은 설정한 품질목표를 달성하기 위하여 필요한 운영 프로세스 및 관련 자원을 규정하는데 초점을 맞추는 것이다. 품질관리(QC)는 기법을 활용하고 유지관리하여 품질 요구사항을 충족시키는데 초점을 맞추는 것이다. 품질개선(QI)은 품질요구사항이 충족될 것이라는 신뢰를 제공하는데 초점을 맞추는 것이다. 품질보증(QA)은 품질요구사항을 충족시키는 능력을 증진하는데 초점을 맞추는 것이다.
4. 품질경영의 발전과정에 대해 쓰시오.  
    품질경영은 품질관리(QC), 품질보증(QA), 품질전략(QM), 품질문화(TQM) 순으로 발전했다. 품질관리(QC)는 검사의 의미에서 예방의 원리에 입각한 통계적 품질관리(SQC)로 발전하게 되었다. 이 과정에서 품질은 경쟁무기가 될 수 없으며 품질에 의한 부정적 영향을 방지하는 것이 품질에 관련된 최선의 목적이다. 품질보증(QA) 과정은 주어진 품질을 유지하거나 보증하기 위한 통제 위주의 기법과 절차를 중심으로 한다. 아직 품질에 의한 경쟁력의 우위를 기대하기는 힘들며 경쟁자와 동등한 수준 정도의 품질을 확보하여 시장을 유지하고 확보하는 것이 목적이다. 품질전략(QM) 과정은 본격적인 품질경영의 도입 과정이며 소비자 니즈의 파악과 이에 대응한 제품의 개발과 설계, 공정의 지속적 향상과 관리를 통한 적합 품질의 확보, 외주업체의 육성과 관리를 통한 적합한 외주품질의 확보 등을 통해서 품질을 향상시켜 나가는 과정이다. 이 과정에서는 품질이 경쟁력을 뒷바침하여 품질우위에 의한 경쟁력을 강화시켜 나가고 시장의 점유율을 높여간다. 마지막으로 품질문화(TQM)는 품질경영의 완성단계로서 전 직원이 창의적 개선활동에 참여하여 제품의 품질뿐만 아니라 공정, 사람, 자원, 업무 등 기업의 총체적인 질의 향상을 추구하는 과정이다. 이 과정에서 거의 전적으로 고객중시, 인간성 존중을 통한 혁신의식과 개선의식이 충만한 기업문화를 구축한다.
5. 품질경영의 추진요소를 쓰고 설명하시오.  
    품질경영의 추진요소에는 고객중심의 기업 문화로의 변화, 구성원의 행동의식 변화와 전원 참여, 경영간부의 리더십 발휘, 인재육성과 인적자원의 활용, 총체적 품질정책과 전략, 공정의 계획 및 관리와 지속적 개선, 사실에 의한 관리와 과학적 기법의 적용, 장기적 관점에서의 성과 평가, 협력 관계의 증진과 사회적 책임이 있다.  
    먼저, 품질은 궁극적으로 고객이 판단하는 것이기 때문에 제품/서비스는 고객 관점에서 만든다는 기업문화를 조성하고 적절한 품질시스템이 이루어져야 한다. 이를 위해서 제품/서비스에 대한 소비자 정보의 수집 및 활용에 대한 방침과 방법이 정해져 있어야 한다.  
    다음으로, 제품/서비스의 품질을 만드는 것은 사람이므로 조직의 모든 구성원이 QM의 가장 중심에 위치하며 활동에 참여하여 자신의 직무를 성실히 수행하겠다는 마음자세와 품질에 대한 신뢰성과 정직성을 갖추는 것은 매우 중요하다. 행동의식의 변화를 위해서 품질혁신활동, 소집단활동 등 성취에 만족감을 높일 수 있는 동기부여와 교육훈련이 필요하다.  
    세 번째로, 경영간부인 경영자와 관리자는 명확한 품질가치와 성과를 인식하고, 이를 위한 회사의 전략과 시스템을 고안할 수 있어야하고 이를 통해 조직구성원의 참여와 창의력이 발휘하도록 이끄는 리더십이 있어야한다. 따라서 모든 경영간부는 경영의 전반적인 활동단계에 필요한 자신의 안목과 능력을 기르도록 노력하여야 한다.  
    네 번째로, 회사의 품질 및 경영 계획에는 반드시 ‘인적자원의 육성과 활용’이 포함되어야 한다. 교육을 통해 회사의 인력자원을 최대한 활용할 수 있고 모든 인원에게 새로운 일을 찾아 낼 수 있는 기회를 제공할 수 있게 되기 때문이다.  
    다섯 번째로, QM 추진은 ‘고객만족을 위한 총체적 품질을 확보하기 위한 일련의 활동체계’이므로 회사의 종합적인 품질정책과 이를 달성하기 위한 품질전략, 그리고 품질목표 달성을 위해 프로세스 기반으로 과제를 도출하고, 이를 시스템과 유기적으로 연계하여 전개하는 것이 필요하다.  
    여섯 번째로, 고객우위 품질의 달성요건을 충족하고 지속적인 품질과 경영의 성과를 위해서는 제품/서비스의 조사, 설계로부터 제조, 판매 및 마케팅에 이르기까지 모든 관련부서와 과정을 설정하고 체계적으로 관리하여야한다. 따라서 프로세스의 체계를 확립하고 지속적으로 관리와 개선을 해야하며 모든 프로세스를 면밀히 분석하여 문제점을 발견하고 끊임없이 개선해 나가야한다.  
    일곱 번째로, 품질목표와 경영목표의 달성을 위해서는 모든 업무에서 신뢰성 있는 정보의 활용이 필요한데, 이를 위해서는 사실과 데이터에 의한 관리를 기초로 해야만 한다. 또한 회사의 모든 관리개선활동에 있어서 과학적 접근방법을 적극적으로 활용해야 한다. 이를테면 고객의 요구파악과 품질설계에 있어서는 품질기능전개(QFD)를 활용하면 효과적이다.  
    여덟 번째로, 회사 내의 각 계층이 전반적인 업무 중에서 성과창출에 대한 자신의 역할과 기여정도를 인식하고 평가할 수 있어야 한다. 이때에는 과거와 현재의 성과를 비교할 수 있는 각종 평가지표를 활용하되, 소비자만족과 운용성과를 가장 잘 나타낼 수 있는 것으로 해야 한다. 또한 QM 추진에 있어 회사의 전략, 계획, 자원배분, 인재육성, 기술개발 등 품질과 관련된 제요소들(?)을 장기적 관점에서 평가하고, 벤치마킹 방식을 도입하여 국제적 수준과 비교하는 것도 큰 의미가 있다.  
    마지막으로, 기업은 본래 협력관계를 전제로 이루어진 조직체이므로 회사 내의 조직 및 개인 간의 관계, 모기업과 협력기업 간의 관계 등이 개선 또는 증진되지 않고서는 QM 추진을 통한 총체적 품질은 확보될 수 없다. 또한 공공의 안전, 환경보전과 관련된 방침과 시스템을 확립하고 운영함으로써 기업의 사회적 책임을 중요시하는 것도 QM 추진의 중요한 요건이다.
6. 제조품질과 서비스품질의 차이점에 대해 설명하고, 서비스품질의 측정방법에 대해 쓰시오.  
    제품과 서비스의 차이는 무형성, 동시성, 소멸성, 불균일성이므로 제조품질과 서비스품질도 이 특성에 의해 차이가 생긴다. 먼저, 제조품질은 가시적인 형태를 지닌 제조물인 제품의 품질특성을 설계도면과 적합한지 측정해 봄으로써 객관적인 품질 수준을 평가할 수 있는 반면, 서비스 품질은 비가시적이고 무형적인 서비스를 평가해야하는 것이므로 객관적인 방법으로 품질수준을 평가하기가 쉽지 않다. 따라서 서비스품질은 제조품질과 달리 고객의 지각에 의해 결정된다. 다음으로, 서비스는 제공과 소비가 동시에 발생하므로 서비스의 제공 시 고객 대응이 참여되고 구입 전에는 비교와 평가가 불가능하다. 그리고, 서비스 수요와 제공에 시한성이 존재하여 판매되지 않을 경우 소멸되고 재고로 저장할 수 없다. 마지막으로 서비스 제공 시 여러가지 변수가 발생하므로 표준화와 관리가 어렵다. 이러한 특성을 갖는 서비스품질은 서브퀄(SERVQUAL)로 측정할 수 있다. 서브퀄은 미국의 파라슈라만, 자이다믈, 베리 등 세 사람에 의해 개발된 서비스품질의 측정도구로서 서비스 기업이 고객의 기대와 평가를 이해하는 데 사용할 수 있는 다문항 척도이다. 서비스의 기대 측정, 서비스 경험 측정의 2가지를 구분하여 서비스의 기대 측정을 먼저 측정한 후, 서비스의 경험 측정을 측정하여 측정된 기대와 성과의 차이를 이용하여 서비스 품질을 평가한다. 설문항목은 유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성에 관련된 내용들로 구성되어 있다.
7. 미국의 국가 품질상인 MB상에 대해 설명하시오.  
    MB상은 미국의 국가 품질상이며 미 정부와 관련 기관들이 연합하여 업무를 수행하는 것이 특징이다. MB상의 7가지 평가요소는 리더십, 전략계획, 고객중시, 정보 및 분석, 인적자원, 프로세스 관리, 사업성과이며 성과평가의 비중이 45%로 상대적으로 전략과 시스템을 중시하는 ‘what to do’의 접근 방식을 중시하는 목표지향형이다. MB상은 무한 경쟁사회에서 가장 중요한 품질 의식의 고취, 우수한 성과를 홍보하여 산업 전반에 걸친 경쟁력 강화 유도, 성공적인 수행을 위한 전략에 있어서 정보공유 및 전략의 실행으로부터 얻어지는 이익의 분배 촉진을 목적으로 만들어졌다.
8. KANO모델에 대해 설명하시오.  
    카노의 고객만족모델은 고객 반응에 대해 6가지 속성으로 품질 특성을 분류하여 제시하였다. 당연적 품질, 일차원적 품질, 매력적 품질, 역 품질요소, 무관심 요소, 회의적인 결과가 제시된 속성이다. 당연적 품질은 고객이 당연히 있을 것으로 생각하는 기본적 품질요소이므로 고객의 구매포인트가 될 수 없고 부적합품을 사게 되면 당연히 고객은 화를 내게된다. 일차원적 품질은 시장에서 고객이 제품/서비스를 선택하게 되는 일반적 사항으로 성능이 우수할수록 고객이 가치를 인정하고, 구매의욕을 고취하게 된다. 즉 계약된 성능이 우수할수록 고객은 만족하지만, 성능이 경쟁사에 비해 뒤쳐질수록 불만을 가지게 된다. 매력적 품질은 고객이 존재여부도 모르므로 기대하지 않는 사항이며 고객내면에 잠재되어 있는 품질특성이다. 이 요인이 충족되지 않아도 원래 기대하던 특성이 아니므로 불만을 일으키지 않지만, 충족될 경우 고객은 흥분과 함께 가지고 싶은 욕구가 커진다. 역 품질요소는 품질을 높일수록 거꾸로 불만이 높아지는 특성이고 무관심 요소는 품질이 좋고 나쁨에 관계없이 고객이 관심을 느끼지 않는 특성이다.
9. 품질기능전개에 대해 쓰고, 품질의 집(HOQ)에 대해 설명하시오.   
    품질기능전개는 고객이 요구하는 참 특성을 대응특성으로 전환하는 과정을 체계화한 기법이다. 이 기법으로 인해 품질의 관점이 제조자 중심의 관점에서 고객 중심의 설계로 초점이 옮겨졌다. 품질의 집(HOQ)는 고객이 요구하는 무엇과 고객이 요구를 충족시키기 위해 제공하는 제품/서비스를 어떻게 할 것인지를 명시하는 그림이다. 품질의 집(HOQ)은 고객요구사항, 고객요구의 중요도, 설계품질특성, 설계특성 간의 상관관계, 고객요구사항과 설계품질특성 간의 관계 평가, 타사와의 경쟁수준, 조직의 목표, 조직의 객관적 수준으로 총 8개의 블록으로 구성되어 작성된다. 고객요구사항은 고객의 요구사항을 정리하여 나타내는 영역이고 단순히 현재 시장에 관계되는 고객뿐만 아니라, 미래의 고객도 함께 분석하여 그들의 요구사항까지도 고려해야한다. 고객요구의 중요도는 고객 요구사항에 대한 평가이다. 설계품질특성은 고객요구사항을 대응특성으로 전환한 실제 관리하고자 하는 품질 특성이다. 설계특성간의 상관관계는 설계품질특성과 설계품질특성의 관계를 분석하여 평가하는 칸이고 상관관계의 측정은 ‘강한 상관: ◎‘, ‘약한 상관: ○‘, ‘약한 부정: ×‘, ‘강한 부정: (×겹친모양)‘ 등으로 표현하고 특별한 관계가 없을 경우 표기하지 않는다. 고객요구사항과 설계특성간의 관계 평가 칸은 고객요구사항과 설계품질특성을 결부시켜 상관관계를 평가하여 표현하는 칸이다. 상관관계의 표현은 ‘매우상관: ◎‘, ‘상관: ○‘, ‘약한 상관: △‘으로 표현한다. 타사와의 경쟁력수준은 고객요구사항에 대한 경쟁사와 비교를 통한 자사의 품질수준을 평가하는 란이다. 조직의 목표는 고객이 원하는 기술특성의 목표값을 기입하는 칸이다. 마지막으로 조직의 객관적 수준은 설계품질특성에 대해 경쟁사와의 비교를 통해 자사의 품질수준을 평가한 결과를 나타낸 것이다. 결론적으로 품질기능전개(QFD)와 품질의 집(HOQ)은 고객의 품질요구항목을 중심으로 설계 품질 항목을 도출하여 관리점을 설계하는 것으로 조직은 고객의 요구사항에 대해 무엇이 중요하고 무엇을 해야 할지를 명확히 할 수 있다는 장점이 있다.
10. 표준화의 정의 및 원리에 대해 설명하시오.
11. 표준화의 목적 및 효과에 대해 설명하시오.
12. 표준화의 구조(공간)에 대해 설명하시오.
13. 사내표준의 구조(공간)에 대해 설명하시오.
14. 사내표준을 2가지로 구분하여 설명하고 어떤 것들이 있나 예를 들어 설명하시오.
15. 사내표준화의 추진순서에 대해 설명하시오.
16. KS 인증제도의 심사기준에서 제품, 가공기술의 인증의 경우 공장심사기준에 대해 설명하시오.
17. KS 인증제도의 심사기준에서 서비스 인증의 경우 사업장심사기준과 서비스심사기준에 대해 설명하시오.
18. 시스템표준이란 무엇이고, 어떤 것들이 있는가를 4가지 이상 쓰고 설명하시오.
19. ISO 9001 : 2015 품질경영원칙에 대해 설명하시오.
20. ISO 9001 : 2015 구조 및 요구사항에 대해 설명하시오.
21. 품질보증의 정의를 쓰고, 품질의 인식변화에 따른 품질보증활동의 변천과정을 쓰고 설명하시오.
22. 품질보증활동의 체계를 단계별로 설명하시오.
23. 결함에 대한 책임의 변천과정을 쓰고 제조물책임(PL)제도에 대해 설명하시오.
24. 결함의 구분을 들고 그 발생요인에 대해 설명하시오.
25. 제조물책임 제도와 리콜 제도의 차이를 비교 설명하시오.