

ПОЛИТИКА в области качества АО «НИИМЭ»

Политика в области качества включает главные цели, направления и принципы деятельности в области качества.

ГЛАВНЫМИ ЦЕЛЯМИ АО «НИИМЭ» в области качества являются удовлетворение непрерывно растущих и изменяющихся требований и ожиданий потребителей наших продуктов и услуг. Только успешная деятельность в этом направлении создает устойчивую основу для поддержки реализации действующей стратегии развития компаний, повышения благосостояния и удовлетворенности их работников и акционеров.

ГЛАВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРИНЦИПЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ в области качества:

1. Развитие и постоянное повышение результативности системы менеджмента качества, основанной на требованиях международных и национальных стандартов, четком разграничении ответственности и полномочий, командном и процессном подходах, моральной и материальной заинтересованности работников, должно быть основой для установления целей в области качества.
2. Приверженность и личное участие высшего руководства и руководителей всех уровней в развитии, постоянном улучшении результативности и обеспечении соответствия системы менеджмента качества стратегическим намерениям и бизнес среде, в которой действуют компании.
3. Регулярное и достаточное обеспечение требуемыми ресурсами всех видов деятельности, влияющих на качество.
4. Поддержание результативных процессов разработки и внедрения новых современных технологий и оборудования, разработки и продвижения на рынок новых продуктов.
5. Непрерывное обучение и развитие всех работников и поддержка их усилий, направленных на обеспечение высокого качества продуктов и услуг. Обеспечение осведомленности персонала об актуальности и важности его деятельности и вкладе в достижение целей в области качества.
6. Мониторинг и анализ удовлетворенности, потребностей и ожиданий всех заинтересованных сторон во всех видах деятельности организации. Установление взаимовыгодных и партнерских отношений с поставщиками и потребителями.
7. Регулярное доведение высшим руководством до сведения и понимания всего персонала обязательности и важности выполнения требований и ожиданий потребителей, как внешних, так и внутренних, а также законодательных требований и других применимых требований, установленных Организацией.