

8.2.3. Анализ требований к продукции и услугам

Код	
Название	8.2.3. Анализ требований к продукции и услугам
Текст пункта стандарта	<p>8.2.3.1. Организация должна убедиться, что обладает способностью выполнять требования к продукции и услугам, которые она предлагает потребителям. Организация должна проводить анализ, прежде чем принять обязательство поставить продукцию или предоставить услуги потребителям, чтобы учесть:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) требования, установленные потребителем, в том числе требования к поставке и деятельности после поставки; б) требования, не заявленные потребителем, но необходимые для конкретного или предполагаемого использования, когда оно известно; с) требования, установленные организацией; д) законодательные и нормативные правовые требования, применимые к продукции и услугам; е) требования контракта или заказа, отличающиеся от ранее сформулированных. <p>Организация должна обеспечивать, чтобы были приняты решения по требованиям контракта или заказа, отличающимся от ранее установленных.</p> <p>Если потребитель не выдвигает документированных требований, организация должна подтвердить его требования до принятия к исполнению.</p> <p>ПРИМЕЧАНИЕ – В некоторых ситуациях, таких как продажи, осуществляемые через Интернет, практически нецелесообразно проводить официальный анализ каждого заказа. Вместо этого анализ может распространяться на соответствующую информацию о продукции, такую как каталоги.</p> <p>8.2.3.2. Организация должна регистрировать и сохранять документированную информацию, насколько это применимо, в отношении:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) результатов анализа; б) любых новых требований к продукции и услугам.
Описание	На каждый проект организации формируется техническое задание и эскизный проект с учетом пожеланий потребителя и нормативных требований, а также план проекта.
Комментарий	

Состав

Элемент	Тип
A1.1 Анализ рынка	IDEF0
Методика анализа требований к продукции	Бумажный документ
Отчет об анализе требований к продукции	Бумажный документ