

مدیریت کیفیت جامع

TQM

تألیف :

دکتر سنجر سلاجقه

عضو هیات علمی گروه مدیریت
دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

مهدیه شیخ پور

انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

بهار ۹۳

سرشماده	: سلاجقه، سنجر
عنوان و نام بدندآور	: مدیریت کیفیت جامع (TQM) تألیف سنجر سلاجقه، مهدیه شیخ پور، ویراستار ادبی مجید غلامحسین پور.
مستندات نشر	: کرمان: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، مرکز انتشارات علمی، ۱۳۹۳.
مستندات ظاهری	: ۱۶۱ ص. : جدول (بخشی رنگی)، نمودار.
وضعت فهرست نویسی	: فلیپ
یادداشت	: کتابخانه: ص. (۱۵۵-۱۶۰).
موضوع	: کیفیت فرآیند مدیریت
شماره افزوده	: شیخ پور، مهدیه، ۱۳۵۹ =
شماره افزوده	: بنیاد معین پور، مهدیه، ۱۳۴۴ = ویراستار
شماره افزوده	: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، مرکز انتشارات علمی.
رده بندی کتبی	: ۱۳۹۷ م ۷۶ ص/ ۱۵/ ۶۴ IID
رده بندی دیوبی	: ۶۵۸/۵۶۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۵۲۱۴۲۰
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۲۹۴۰-۳
	ISBN : 978-964-10-2940-3

عنوان:	مدیریت کیفیت جامع TQM
مؤلفان:	دکتر سنجر سلاجقه، مهدیه شیخ پور
ویراستار ادبی:	مجید غلامحسین پور
حروف نگاری و صفحه آرای:	مریم کمالی
طراح جلد:	نسرین شهاب پور
ناشر:	انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان
ناظر چاپ:	فاطمه معین الدینی
سال و نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۳
شمارگان:	۳۰۰۰
بها:	۸۰۰۰ ریال
شماره نشر:	۹۳/۰۹
شابک:	۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۲۹۴۰-۳

(حق چاپ برای ناشر محفوظ است)

نشانی: کرمان، بلوار ولی عصر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان - انتشارات

تلفن و نمابر انتشارات: ۳۲۰۱۹۲۹

کد پستی: ۷۶۳۵۱۳۱۱۶۷

به نام خدایی که توفیق از اوست

دل زنده را نور تحقیق از اوست

مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان می‌کوشد تا با توجه به ضرورت معرفی توانمندی‌های علمی موجود در مجموعه و شناساندن روند خجسته‌ی تولید فکر و نظریه، نسبت به چاپ و انتشار تألیفات و ترجمه‌های گران سنگ اعضای هیأت علمی خود و دیگر پژوهشگران و اندیشمندان اقدام نموده و بدین ترتیب در حد بضاعت، به جهاد علمی مطرح در سطح کشور و به ویژه مجامع هم پیوند با آموزش عالی، یاری رساند. اهتمام به پذیرش آثار قلمی نویسندگان و مترجمان دانشگاهی و تقبل مسئولیت در قبال کلیه‌ی مراحل آماده‌سازی، چاپ و انتشار هر اثر، آفرینندگان آثار را از بی‌گیری‌های ممتد و دراز دامنه در بیرون از واحد بی‌نیاز نموده و زمینه‌های مناسبی برای ترغیب روز افزون اعضای هیأت علمی به ارائه‌ی آثار نوین، کاربردی و اثر گذار در موضوعات گوناگون فراهم آورده است.

علاوه بر آن مرکز در صدد است تا با تکیه بر تشریک مساعی عموم مسئولان، امکانات و تجهیزات خود را، متناسب با چشم انداز توسعه‌ی واحد، توسعه داده و به وجه شایسته تقویت نماید. اما در عین حال استمرار موفقیت این مرکز، جز در پرتو الطاف بی‌دریغ الهی و حسن توجه و حمایت پدیدآورندگان آثار ارزشمند علمی، ناممکن می‌نماید. از این رو فروتنانه از پروردگار متعال مدد طلبیده و بر عزم جدی خود در ادامه‌ی مسیری که برگزیده‌ایم، پای می‌فشاریم. تا چه در نظر آید.

مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

واحد کرمان

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۳	پیشگفتار
۱۵	مقدمه

فصل اول: کیفیت

۱۷	۱-۱- مقدمه
۱۸	۱-۲- تعریف کیفیت
۲۱	۱-۳- جایگاه و اهمیت کیفیت
۲۳	۱-۴- تاریخچه کیفیت
۲۴	۱-۵- نگرش‌ها و تفکرات مختلف در مورد کیفیت
۲۶	۱-۶- ابعاد کیفیت در بخش خصوصی
۲۹	۱-۷- ابعاد کیفیت در بخش عمومی

فصل دوم: مدیریت کیفیت جامع

۳۱	۲-۱- مقدمه
۳۳	۲-۲- تعریف مدیریت کیفیت جامع
۳۷	۲-۳- اصول و مبانی مدیریت کیفیت جامع
۳۸	۲-۴- ابعاد مدیریت کیفیت جامع
۴۰	۲-۵- ابزار مدیریت کیفیت جامع
۵۹	۲-۶- اندیشمندان و صاحب نظران مدیریت کیفیت

فصل سوم: استانداردهای ایزو

۷۷	۳-۱- مقدمه
----	------------

۷۸	۲-۳- سازمان بین المللی استاندارد و استاندارد ایزو:
۸۱	۳-۳- استانداردهای سری ۹۰۰۰:
۸۸	۴-۳- استانداردهای سری ۱۰۰۰۰:
۹۵	۵-۳- ارتباط ایزو با مدیریت کیفیت:

فصل چهارم: مدل تعالی سازمانی

۹۷	۱-۴- مقدمه:
۹۸	۲-۴- الگوهای مهم تعالی سازمانی:
۹۹	۳-۴- مزایای استقرار مدل های تعالی سازمانی:
۹۹	۴-۴- جوایز کیفیت و مدل های تعالی:
۱۰۳	۵-۴- مدل تعالی سازمانی (EFQM):
۱۰۶	۶-۴- منطق راهار در EFQM:
۱۰۹	۷-۴- امتیازها در EFQM:

فصل پنجم: مدل CAF

۱۱۱	۱-۵- مقدمه:
۱۱۱	۲-۵- تاریخچه مدل:
۱۱۳	۳-۵- مدل CAF:
۱۱۴	اهداف CAF عبارتند از:
۱۱۴	۴-۵- موارد کاربرد CAF:
۱۱۶	۵-۵- تبیین اجزا و سازه های مدل CAF:

فصل ششم: کارت امتیازی متوازن

۱۱۹	۱-۶- مقدمه:
۱۲۰	۲-۶- کارت امتیازی متوازن:
۱۲۲	۳-۶- ویژگی های کارت امتیازی متوازن:
۱۲۲	۴-۶- مراحل پیاده سازی کارت امتیازی متوازن:

فصل هفتم: مدل سروکوال

۱۲۷	۱-۷- مقدمه:
۱۲۸	۲-۷- تاریخچه:
۱۲۸	۳-۷- مدل سروکوال:
۱۳۳	۴-۷- ویژگی های مدل سروکوال پراسورامون:

فصل هشتم: شش سیگما

۱-۸ - مقدمه :	۱۳۶
۲-۸ - تاریخچه شش سیگما:	۱۳۷
۳-۸ - شش سیگما چیست؟	۱۳۷
۴-۸ - محاسبه سیگمای خط مبنا:	۱۴۳
۵-۸ - اصول شش گانه شش سیگما :	۱۴۴
۶-۸ - ابزارها و روش های شش سیگما :	۱۴۶
۷-۸ - ساختار شش سیگما در سازمان ها	۱۴۸
۸-۸ - شش سیگما و مشتری :	۱۵۱
۹-۸ - فرق شش سیگما با سایر فعالیتهای کیفیت	۱۵۲
منابع:	۱۵۶
منابع لاتین:	۱۶۱

پیشگفتار:

ارزش نهادن به کیفیت و ارتقای مداوم آن، امروزه به عنوان یک اصل جهت ماندگاری در بازار، در سرتاسر جهان پذیرفته شده است. کیفیت در سخن گفتن با مشتری، کیفیت در ساماندهی، کیفیت در طراحی، کیفیت در تولید محصول، کیفیت در ارائه خدمات پشتیبانی و بالاخره کیفیت از لحظه تولید یک اندیشه تا تبدیل آن به یک محصول و توسعه آن و یا همانندسازی، به طور پیوسته، نقش اساسی دارد.

کتاب پیش رو برای دانشجویان رشته مدیریت، تألیف شده است. این کتاب منبعی ساده و در عین حال کامل است که مباحث مهم کیفیت و سیستم‌های آن را، پوشش می‌دهد. در فصل اول کتاب کلیات و مبانی کیفیت، مورد بررسی قرار می‌گیرد. در فصل دوم با معرفی برخی ابزارها و تکنیک‌های کیفیت و توضیح مختصری در خصوص هر ابزار، اندیشمندان و صاحب نظران مدیریت کیفیت نیز معرفی می‌گردد. فصل سوم به بررسی استانداردهای ایزو پرداخته و در فصل چهارم مدل تعالی سازمانی EFQM مورد بحث قرار می‌گیرد. فصل پنجم مدل CAF را که برگرفته از مدل تعالی EFQM می‌باشد، معرفی می‌کند. در فصل ششم کارت امتیاز متوازن (BSC) معرفی گردیده و در فصل‌های هفتم و هشتم به ترتیب مدل سرکوال و شش سیگما را، بررسی می‌کنیم.

امید است انتشار این اثر در اعتلای دانش کیفیت و مدیریت آن، مؤثر باشد.

دکتر سنجو سلاجقه

بهار ۱۳۹۳

مقدمه:

امروزه اقتصاد نوین بین الملل با ویژگی‌هایی همچون تغییرات تکنولوژیکی، یکپارچگی سیستم‌های اقتصادی و بازارهای جهانی با رقابت‌های شدید، از طرفی باعث به وجود آمدن یک-سری تهدیدات و از طرفی دیگر، زمینه ساز یک‌سری فرصت‌ها شده است. توجه به پیشرفت و بهبود و ارتقای سطح زندگی و بهره‌وری، همواره خواست بشر بوده و انسان تنها موجود روی کره زمین است که روش زندگی‌اش، هیچ گاه با گذشته‌اش یکسان نبوده و همواره روندی تکاملی داشته است و این امر نشانه‌ی توجه جدی وی به مفاهیمی همچون کیفیت است. عصری که امروزه در آن زندگی می‌کنیم، عصر مشتری گرایی و مخاطب محوری است و میزان موفقیت هر سازمان با میزان توجه آن به مشتری، خواسته‌های وی و کیفیت خدمات و محصولات، رابطه مستقیم دارد.

از دهه ۱۹۵۰ به بعد کیفیت با سرعت فزاینده‌ای مورد توجه تولید کنندگان کالاها و ارائه کنندگان خدمات و مشتریان آنان، قرار گرفته است با پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی، عصر کنونی، عصر توقعات است و امروزه مانند گذشته مشتریان حاضر به پذیرفتن هر نوع کالا و یا خدمتی نیستند. بنابراین سازمان‌هایی که نتوانند نیازها و خواسته‌های مشتریان را براساس توقعات جدیدشان پاسخ دهند، از دور خارج می‌شوند.

ارزش‌ها، انتظارات و توقعات به شدت در حال تغییر است. این تغییرات و دگرگونی‌های فاحش، نگرانی را نسبت به آینده در اذهان مردم به وجود می‌آورد. الگوهای سنتی و قدیمی، جاذبه خود را از دست داده و بایستی الگوهای جدید را، جایگزین آن‌ها ساخت.

مدیریت کیفیت جامع، نوعی مدیریت نوین است که با به کارگیری آن، سطح کیفی کالاها و خدمات ارتقاء می‌یابد. مدیریت کیفیت جامع به عنوان یک استراتژی مهم مدیریتی توانسته است موفقیت‌های قابل توجهی را در سازمان‌های صنعتی و غیر صنعتی، در زمینه ارتقای کیفیت کالا یا خدمات کسب نماید. این امر منجر به عملکرد بهتر سازمان و جلب رضایت مشتریان گردیده و در سایه همین موفقیت‌ها بوده که امروزه به کارگیری آن در سطح گسترده تری در کشورهای مختلف از جمله ایران مطرح است.

در ایران در سال‌های اخیر، توجه مجریان و پژوهشگران متعددی به استفاده از این استراتژی و تکنیک‌های آن، معطوف گشته و در برخی موارد به طور عملی از آن استفاده شده است که عمده تجارب کسب شده در بخش صنعت می‌باشد. شایان ذکر است اگر چه اجرای مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی یک ضرورت است، اما به این دلیل که ساختارهای بخش دولتی با بخش خصوصی و صنعتی متفاوت است، در صورتی می‌توان به اجرای درست مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی امیدوار بود که یک سری اصلاحات و تغییرات در بخش دولتی، تحقق پیدا کند.

www.ketab.ir