



مقدمه ای بر سبک کیفیت جامع
(ابعاد، نظریه ها، کاربردها)

مهندس مرتضی رحمانی نیکو

انتشارات سیدعلی زاده

چون ترین ناشر سال ۱۳۹۰

سرشناسه	:	رحمانی نیکویی، مرتضی، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مقدمه‌ای بر مدیریت کیفیت جامع (ابعاد، نظریه‌ها، کاربردها) / مرتضی رحمانی نیکویی.
مشخصات نشر	:	یزد: انتشارات سیدعلی زاده، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	:	۸۰ صفحه: مصور.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۶۹۹۰-۷۱-۲
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	کیفیت فراگیر -- مدیریت
موضوع	:	Total quality management
رده بنده کنگره	:	۱۳۹۵ ۷م۳۱۵//HD۶۲
رده بندی دیو	:	۵۶۲/۶۵۸
شماره کتابخانه	:	۴۲۴۲۸۳۰

مقدمه‌ای بر مدیریت کیفیت جامع (ابعاد، نظریه‌ها، کاربردها) مهندس مرتضی رحمانی نیکویی

- ☒ ناشر: انتشارات سیدعلی زاده ☒ نوبت چاپ، نخست - تیرماه ۱۳۹۵
☒ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه - قطع رقعی ☒ ۱۰۰۰ صفحه: جفافی: سمن
☒ ویراستار: سیداحمد سیدعلی زاده ☒ صفحه آرا و طرح جلد: سیداحمد سیدعلی زاده
☒ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۹۰-۷۱-۲ ☒ قیمت: ۱۰۰۰ تومان

نشر، پخش، فروش: انتشارات سیدعلی زاده
 نشانی: یزد، خیابان فرخی، طبقه همکف پاساژ ۱۱۰، کدپستی: ۶۴۹۵۷-۸۹۱۳۹
 تلفن: ۰۳۵-۳۶۲۲۰۹۰۸-۳۶۲۶۵۵۰۳ همراه: ۰۹۱۹۴۳۹۹۰۲۰

Gmail:seyedalizade@gmail.com

فهرست مطالب

مقدمه	۵
-------	---

فصل اول

ماهیت، مدیریت و کیفیت جامع	۷
تعریف کیفیت از نظر تعدادی از محققان	۱۷
عوامل اساسی موثر بر کیفیت	۱۸
رابطه بین مفاهیم کیفیت	۲۰
عوامل موثر در موقعیت مدیریت کیفیت جامع	۲۲
مدل فراگیر مدیریت کیفیت جامع	۲۴

فصل دوم

ارکان فلسفی مدیریت جامع کیفیت جامع	۲۵
فرایندگرایی	۲۵
مشتری محوری	۲۵
ارتقای مستمر و فراگیر فرایندها و سیستم‌ها	۲۶
اصول مدیریت جامع کیفیت	۲۶
نقش مدیریت جامع در تغییرات سازمانی	۳۱
تغییر فرهنگی	۳۱

فصل سوم

محدودیت‌های مدیریت کیفیت جامع	۳۳
مدیریت کیفیت جامع و دولت	۳۳
چالش‌های دولتی	۳۴
ارتباطات و آموزش مدیریت کیفیت جامع	۳۸

فصل چهارم

۴۱	سنجش و اندازه گیری مدیریت جامع
۴۲	مشتریان
۴۲	اهداف استراتژیک
۴۳	اثرات مدیریت کیفیت جامع در سازمان
۴۳	دیدگاه ضمنی از سازمان
۴۴	توانایی اولیه
۴۵	تأثیر بر فرهنگ سازمانی
۴۵	الزامات
۴۶	تاکید کنترل مدیریت
۴۷	مدیریت کیفیت جامع و مشتری مداری
۵۲	سه اصل مهم مدیریت کیفیت جامع از نظر دمینگ
۵۲	مدل مدیریت کیفیت جامع
فصل پنجم	
۵۵	مدیریت بر کیفیت خدمات
۵۹	دیدگاه راهبردهای کیفیت
۵۹	تعهد مدیریت ارشد
۶۰	استانداردهای عالی
۶۱	رسیدگی به شکایت های مشتریان
۶۴	تأمین رضایت کارکنان و مشتریان
۶۴	رابطه میان مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و کیفیت ارتباط (RQ)
۶۵	مدیریت کیفیت جامع در سازمان های بزرگ
۷۰	منابع

مقدمه

سازمان‌ها برای ادامه حیات و عبور از فراز و نشیب و دوره عمر و رسیدن به مرحله تکامل نیاز به بهبود مستمر دارند و از این طریق نقد فراگیر و سازندگی مسیر می‌گردد و در غیر این صورت با مخفی کردن عیوب سازمانی نمی‌توان کشش کسب و کار را در دریای پر تلاطم رقابت به ساحل موفقیت رساند. پایداری بخشی از مفهومی مدیریت کیفیت فراگیر برای مدت طولانی بخشی از اقدامات انسانی بوده و در سراسر تاریخ مدنظر قرار گرفته است. مدیریت کیفیت جامع یکی از کاملترین و کارآترین فلسفه‌های مدیریتی است که به عنوان شایسته‌ای مباحث کیفیت و رضایت مشتری را در بردارد. در دنیای امروز که از یکسو رقابت‌های ملی منطقه‌ای و بین‌المللی بسیار شدید و تنگنا و از سوی دیگر تغییرات و تحولات در تکنولوژی نیاز بازار و بسیار سریع و پرشتاب بوده و مسلماً تجزیه و تحلیل شناخت صحیح و بکارگیری مناسب مباحثی از قبیل مدیریت کیفیت جامع می‌تواند بسیار راهگشا و مؤثر باشد. از نکات برجسته و ممتاز بحث مدیریت کیفیت جامع این

است که بسیاری از فنون و روش های مرتبط با مسائل مدیریتی و کیفیتی را به طور جامع و با تلقینی مناسب و به صورت یکپارچه در خود جای داده است. به طور کلی شرکت هایی که در جهت اجرای فلسفه مدیریت کیفیت فراگیر قدم بر می دارند بایستی از تلاش های بهبود مستمر کیفیت که در تمام اجزا سازمان جریان دارد مطمئن شوند. شرکت در جهت یک فرایند بهبود مستمر اغلب با پذیرش یکی از فلسفه های مدیریت کیفیت مانند اصول دمنینگ فلسفه جوران یا کرازبی شروع می شود. این افراد صاحب نام اصول و راهنمایی هایی را برای تغییر محیط درون سازمان ایجاد فرهنگ کیفیت مداری در سطح سازمانها با نگرشها و رویکردهای منابع انسانی تدوین کرده اند (باقری، ۱۳۸۸). عملکرد هر فرد در هر موقعیتی که قرار دارد نشانگر بینش و آگاهی آن شخص نسبت به آن موقعیت و یا مسئله خاص است که در مورد آن ارزیابی میگردد و با توجه به اینکه غوش سازمانی افراد، نشانگر آگاهی و اطلاعات افراد در رابطه با عوامل مرتبط بر سازمان است (لنگست، ۲۰۰۴).