

مدیریت کیفیت

www.ketab.ir



انتشارات
جهاد دانشگاهی
قزوین

سرشناسه: نولز، گریم، ۱۹۵۱ - م.

Knowles, Graeme

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت کیفیت / تألیف گرام نولز؛ مترجمان محمد انیسه، آرمان معتمدی، مولود صادقیان.

مشخصات نشر: قزوین: جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات، واحد قزوین، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۲۵۴ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۸۶-۴۳-۶

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Quality Management.

موضوع: کیفیت فراگیر -- مدیریت

موضوع: Total quality management

موضوع: کنترل کیفی -- مدیریت

موضوع: Quality control -- Management

شابک افزوده: انیسه، محمد، ۱۳۴۷ -، مترجم

شابک افزوده: معتمدی، آرمان، ۱۳۶۵ -، مترجم

شناسه افزوده: صادقیان، مولود، ۱۳۶۵ -، مترجم

شابک افزوده: جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات، واحد قزوین

رده بندی کنگره: ۹۴۱۳۹۷/۱۵/HD۶۲

رده بندی - یوبی: ۵۶۲ ۶۵۸

شماره کتابشناسی: ۵۳۱۵/۱۷

عنوان: مدیریت کیفیت

تألیف: گرام نولز

مترجمان: محمد انیسه، آرمان معتمدی، مولود صادقیان

طراح گرافیک و صفحه آرایی: مرضیه حمیدی زاد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۸۶-۴۳-۶

چاپ: نوبت اول - تابستان ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بهاء: ۲۶۰۰۰ ریال

مصوبه شماره ۹۷/۰۴۶ چاپ کتاب، گروه علمی انتشارات جهاد دانشگاهی قزوین
مورخه ۱۳۹۷/۰۳/۲۳

ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی قزوین

کلیه حقوق محفوظ است ©

۱	فصل ۱: مقدمه
۳	فصل ۲: پیشینه و تاریخچه
۷	۲-۲) مفهوم مدیریت کیفیت
۹	۲-۲) گسترش تفکر کیفیت
۹	۲-۳-۱) عصر مهارت (تا سال ۱۹۰۰)
۱۰	۲-۳-۲) عصر استانداردسازی، تولید انبوه و تضمین کیفیت (۱۹۰۰-۱۹۳۰)
۱۱	۲-۳-۳) عصر کنترل کیفیت (۱۹۵۰-۱۹۹۳)
۱۳	۲-۳-۴) عصر مدیریت کیفیت جامع (۱۹۵۰-۱۹۷۰)
۱۴	۲-۳-۵) استانداردها و جوایز (۱۹۹۰-۱۹۷۰)
۱۴	۲-۳-۶) عصر خلاقیت (حال-۱۹۹۰)
۱۷	فصل ۳: چرا مدیریت کیفیت؟
۱۹	۳-۱) مقدمه
۱۹	۳-۲) معایب نگرش‌های قدیمی چیست؟
۱۹	۳-۲-۱) نبود رهبری
۲۰	۳-۲-۲) تمرکز کوتاه مدت
۲۱	۳-۲-۳) نبود تمرکز بر مشتری
۲۲	۳-۲-۴) ارزیابی هزینه / کیفیت

۲۲	 نبود نظام فکری (۵-۲-۳)
۲۳	 اندیشه منابع انسانی (۶-۲-۳)
۲۴	 سود محسوس (۳-۳-۳)
۲۴	 هزینه کیفیت ضعیف (۱-۳-۳)
۲۸	 اتلاف (۲-۳-۳)
۳۱	 سودهای نامحسوس (۴-۳-۳)
۳۱	 رضایت افزایش یافته مشتری (۱-۴-۳)
۳۱	 افزایش انگیزه و رضایت نیروی کار (۲-۴-۳)
۳۲	 تأثیر محیطی بهبود (۳-۴-۳)
۳۵	فصل ۱: نظریات دکتر ادوارد دمنینگ
۳۷	 (۱-۴) مقدمه
۳۸	 (۲-۴) چهارده اصل
۴۱	 (۳-۴) علل نابودی
۴۳	 (۴-۴) سیستم دانش عمیق
۴۵	فصل ۵: استانداردها و مدل‌ها
۴۷	 (۱-۵) چرا به استانداردها و مدل‌ها نیاز داریم؟
۴۷	 (۲-۵) استانداردهای مجموعه ایزو ۹۰۰۰
۴۷	 (۱-۲-۵) تاریخچه
۴۸	 (۲-۲-۵) چرا ایزو ۹۰۰۰ را اتخاذ می‌کنیم؟
۴۹	 (۳-۲-۵) اصول و مضمون ایزو ۹۰۰۰ (۲۰۰۸)
۵۰	 (۴-۲-۵) روند تأیید
۵۱	 (۵-۲-۵) نقد ایزو ۹۰۰۰
۵۲	 (۶-۲-۵) خلاصه‌ای از ایزو ۹۰۰۰
۵۲	 (۳-۵) مدل‌های خودارزیابی کیفیت
۵۳	 (۱-۳-۵) جایزه دمنینگ
۵۳	 (۲-۳-۵) جایزه ملی کیفیت مالکوم بالدريج
۵۴	 (۳-۳-۵) جایزه برترین کیفیت اروپا
۵۸	 (۴-۳-۵) فرایند خودارزیابی
۵۹	 (۵-۳-۵) فواید فرایند خودارزیابی

فصل ۶: مشتریان	۶۱
۱-۶) مقدمه	۶۳
۲-۶) مشتریان و کیفیت: فرضیات	۶۳
۱-۲-۶) فرضیه ۱: سازمان می‌داند که مشتری انتظار بیشتری از آنچه خود انجام می‌دهد، دارد.	۶۳
۲-۲-۶) فرضیه ۲: پاسخگویی به شکایات، سطح رضایت مشتری را بالا می‌برد.	۶۵
۳-۲-۶) فرضیه ۳ و ۴: رضایت مشتری و وفاداری مشتری	۶۵
۴-۲-۶) فرضیه ۵: بین رضایت مشتری و عملکرد رابطه مستقیم وجود دارد.	۶۶
۳-۶) مشتریان داخلی و خارجی	۶۷
۴-۶) شناسایی نیازها و تحلیل ارزش آن‌ها	۶۸
۱-۴-۶) ارزش مشتری	۶۸
۲-۴-۶) شناسایی نیازها	۶۹
۳-۴-۶) تبدیل نیازها برای طراحی آینده	۶۹
فصل ۷: رهبری در مدیریت کیفیت	۷۱
۱-۷) مقدمه	۷۳
۱-۱-۷) فرضیه‌های رهبری	۷۳
۲-۷) اصول رهبری برای کیفیت	۷۵
۱-۲-۷) تجسم ارزش‌های کیفیت	۷۵
۲-۲-۷) به وجود آوردن هدف یکسان	۷۵
۳-۲-۷) تمرکز بر فرآیند نه خروجی	۷۵
۴-۲-۷) انگیزه افراد	۷۶
۵-۲-۷) کنترل و مشارکت	۷۷
۶-۲-۷) یادگیری، آموزش و تعلیم	۷۹
۷-۲-۷) صداقت، کمال و چشم‌انداز بلندمدت	۸۰
۸-۲-۷) تغییرات را بپذیرید و قانونمند (سیستماتیک) فکر کنید	۸۰
۳-۷) تصمیم‌گیری رهبری	۸۱
۱-۳-۷) مقدمه	۸۱
۲-۳-۷) تعصبات	۸۲
۳-۳-۷) کاربرد مدیریت اطلاعات و تأثیر آن	۸۴

فصل ۸: مدیریت کیفیت راهبردی	۹۳
۸-۱) مقدمه	۹۵
۸-۲) چشم انداز، ارزش ها و مأموریت سازمان	۹۵
۸-۲-۱) چشم انداز	۹۵
۸-۲-۲) مأموریت سازمان	۹۶
۸-۲-۳) ارزش ها	۹۷
۸-۳) اهداف راهبردی	۹۷
۸-۳-۱) توسعه اهداف راهبردی: مدیریت بر مبنای هدف	۹۷
۸-۳-۲) برنامه ریزی و اجرای راهبرد	۹۹
۸-۴) هوشیاری کانری	۱۰۱
۸-۴-۱) مقدمه	۱۰۱
۸-۴-۲) اصول برنامه ریزی هوشیاری کانری	۱۰۲
۸-۴-۳) مراحل برنامه ریزی هوشیاری کانری	۱۰۴
۸-۴-۵) مزایای هوشیاری کانری	۱۰۵
فصل ۹: فرآیندها	۱۰۷
۹-۱) مقدمه	۱۰۹
۹-۱-۱) تعریف فرآیند	۱۰۹
۹-۱-۲) تولید به عنوان یک سیستم	۱۱۰
۹-۲) فرآیندهای کسب و کار: ماهیت	۱۱۱
۹-۳) برنامه ریزی فرآیند	۱۱۲
۹-۴) کنترل فرآیند	۱۱۴
۹-۴-۱) پیشینه	۱۱۴
۹-۴-۲) علل ویژه و مشترک تغییرات	۱۱۶
۹-۴-۳) نمودار مسیر	۱۱۷
۹-۴-۴) نمودار شوهارت: کاربرد اصول علمی و اقتصادی	۱۱۸
۹-۴-۵) شرایط خارج از کنترل	۱۱۹
۹-۴-۶) کاربرد فرآیند کنترل آماری	۱۲۱
۹-۵) قابلیت فرآیند	۱۲۱
۹-۵-۱) درک قابلیت فرآیند	۱۲۱

۱۲۳	۹-۵-۲) قابلیت و رضایت مشتری
۱۲۶	۹-۶) مدیریت کاهش تغییر با استفاده از فرآیند کنترل آماری
۱۲۶	۹-۶-۱) مقدمه
۱۲۶	۹-۶-۲) ۱۴ نکته
۱۲۷	۹-۶-۳) نظریه سه بخشی ژوران
۱۲۸	۹-۶-۴) بحث افراد
۱۲۸	۹-۷) فواید فرآیند کنترل آماری
۱۳۱	فصل ۱۰: مشارکت و منابع
۱۳۳	۱۰-۱) مقدمه
۱۳۳	۱۰-۲) مدل تعاملی رابط عرضه کننده
۱۳۳	۱۰-۲-۱) مفروضات اساسی
۱۳۴	۱۰-۲-۲) مسائل مربوط به مدل معامله‌ای
۱۳۶	۱۰-۳) مدل مشارکت تأمین کننده
۱۳۸	۱۰-۳-۱) مزایای مشارکت
۱۳۸	۱۰-۴) مشارکت فراتر از زنجیره تأمین
۱۳۹	۱۰-۵) منابع
۱۴۱	فصل ۱۱: افراد در مدیریت کیفیت
۱۴۳	۱۱-۱) مقدمه
۱۴۳	۱۱-۲) احترام به افراد
۱۴۴	۱۱-۳) تفویض اختیار، انگیزش و مشارکت
۱۴۴	۱۱-۳-۱) انگیزش
۱۴۵	۱۱-۳-۲) مشارکت
۱۴۵	۱۱-۳-۳) تفویض اختیار
۱۴۷	۱۱-۴) کار گروهی
۱۴۷	۱۱-۴-۱) ساخت و هدایت تیم‌ها
۱۴۸	۱۱-۴-۲) دایره کیفیت
۱۵۱	۱۱-۴-۳) تیم‌های بهبود کیفیت
۱۵۳	۱۱-۵) توسعه افراد
۱۵۵	۱۱-۶) پاداش و شناسایی: ارزیابی عملکرد و پرداخت مرتبط شده عملکرد

۱۵۵	 (۱-۶-۱۱) موضوع برای ارزیابی عملکرد
۱۵۷	 (۲-۶-۱۱) استدلال‌های مخالف ارزیابی عملکرد
۱۶۲	 (۳-۶-۱۱) بهتر ساختن کار ارزیابی عملکرد
۱۶۴	 (۴-۶-۱۱) بجای ارزیابی عملکرد چه انجام دهیم
۱۶۹	 فصل ۱۲: اخلاق و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان
۱۷۱	 (۱-۱۲) مقدمه و اصول ادراکی
۱۷۲	 (۱-۱-۱۲) اصول ادراکی
۱۷۳	 (۲-۱۲) مداخلات اخلاقی
۱۷۳	 (۱-۲-۱۲) خودخواهی
۱۷۳	 (۱-۲-۱۲) فریب‌ناپذیری اداری
۱۷۴	 (۳-۲-۱۲) نسبیت‌گرایی
۱۷۴	 (۴-۲-۱۲) سودمندی‌گرایی
۱۷۵	 (۵-۲-۱۲) اخلاق در عمل
۱۷۵	 (۶-۲-۱۲) یک مدل تصمیم‌گیری اخلاقی
۱۷۶	 (۳-۱۲) اصول اخلاقی و ارتباطات
۱۷۷	 (۱-۳-۱۲) مفهوم علل فردی
۱۷۷	 (۲-۳-۱۲) مفهوم علل چندگانه
۱۷۷	 (۳-۳-۱۲) درجات آزادی
۱۷۸	 (۴-۳-۱۲) چند مسئولیتی
۱۷۸	 (۵-۳-۱۲) انتقال مسئولیت
۱۷۹	 (۶-۳-۱۲) ارتباطات
۱۸۰	 (۷-۳-۱۲) توانمندسازی
۱۸۰	 (۸-۳-۱۲) سازمان
۱۸۰	 (۹-۳-۱۲) نقش مدیر
۱۸۱	 (۴-۱۲) مزایا و مضرات رفتار اخلاقی
۱۸۱	 (۱-۴-۱۲) مزایا
۱۸۲	 (۲-۴-۱۲) هزینه‌های رفتار اخلاقی
۱۸۲	 (۵-۱۲) ایجاد یک محیط اخلاقی
۱۸۳	 (۶-۱۲) مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها

فصل ۱۳؛ آموزش، تغییر و بهبود فرآیند	۱۸۵
۱-۱۳) مقدمه	۱۸۷
۲-۱۳) بهبود فرایند	۱۸۷
۱-۲-۱۳) تمرکز بر بهبود	۱۸۹
۲-۲-۱۳) رویکرد بهبود	۱۸۹
۳-۲-۱۳) اتلاف و انحراف	۱۹۰
۳-۱۳) تغییر و مدیریت تغییر	۱۹۱
۱-۳-۱۳) نقش فردی	۱۹۲
۲-۳-۱۳) خرد	۱۹۲
۳-۳-۱۳) رایند	۱۹۵
۴-۳-۱۳) ابزار تغییر	۱۹۷
۴-۱۳) یادگیری سازمانی	۱۹۸
۱-۴-۱۳) مفهوم یادگیری سازمانی	۱۹۸
۲-۴-۱۳) چرخه یادگیری تری	۱۹۹
۳-۴-۱۳) چرخه یادگیری سازمانی	۲۰۰
۴-۴-۱۳) مدل هوپر برای فرآیند یادگیری سازه‌نی	۲۰۲
۵-۴-۱۳) ایجاد یک یادگیری سازمانی	۲۰۲
فصل ۱۴؛ کیفیت خدمات	۲۰۵
۱-۱۴) مقدمه	۲۰۷
۲-۱۴) ابعاد کیفیت خدمات	۲۰۷
۳-۱۴) اندازه‌گیری کیفیت خدمات	۲۰۹
انتظار - نتایج - ارزش	۲۰۹
انتظار - ادراک - ارزش	۲۱۰
۴-۱۴) شکاف‌های کیفیت خدمات	۲۱۰
۵-۱۴) ارائه کیفیت خدمات	۲۱۱
۱-۵-۱۴) سیستم‌ها و فرآیندها	۲۱۱
۲-۵-۱۴) افراد	۲۱۴
فصل ۱۵؛ پیاده‌سازی مدیریت کیفیت	۲۱۷
۱-۱۵) مقدمه	۲۱۹

۲۱۹	 (۲-۱۵) اراده، تمرکز، قابلیت
۲۲۰	 (۳-۱۵) تدارک سازمان برای تغییر
۲۲۱	 (۱-۳-۱۵) ایجاد تعهد در مدیر ارشد
۲۲۱	 (۲-۳-۱۵) تعریف چشم‌انداز، مأموریت، اندازه‌گیری و هدایت اصول
۲۲۳	 (۳-۳-۱۵) به‌کارگیری سازمان بزرگتر
۲۲۴	 (۴-۱۵) اقدام عملی برای تحول
۲۲۴	 (۱-۴-۱۵) توسعه پروژه‌های بهبود
۲۲۵	 (۵-۱۵) ارتباط، بازنگری، تشخیص و حیات دوباره
۲۲۶	 (۶-۱۵) عوامل بحرانی موفقیت
۲۲۷	 واژه‌نامه انگلیسی - فارسی
۲۳۱	 مراجع