



کتابت کیفیت

مولفین:

دکتر سید احمد شیبیت الحممدی

(عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه)

مهدی کمیجانی

(مدرس دانشگاه)

سروشنامه	:	شیت الحمیدی، سیداحمد، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	:	کنترل کیفیت/مولفین سیداحمد شیت الحمیدی، مهدی کمیجانی.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات شریفزاده، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	:	۲۷۶ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	:	۲۰۰۰۰۰ ریال 978-600-8481-25-6
وضعیت فهرست نویسی	:	فیفا
موضوع	:	کنترل کیفی
موضوع	:	Quality control
موضوع	:	کنترل کیفی -- مدیریت
موضوع	:	Quality control -- Management
موضوع	:	شش سیگما (استاندارد کنترل کیفی)
موضوع	:	Six sigma (Quality control standard)
شناسه افزوده	:	کمیجانی، مهدی، ۱۳۵۵ -
رده بندی کنگره	:	۱۵۲۱، ۹۸۵، ۱۳۹۶
رده بندی دیویی	:	۵۶، ۵۰۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۰، ۶۱۸



نام کتاب	:	کنترل کیفیت
تالیف:	:	دکتر سیداحمد شیت الحمیدی - دکتر مهدی کمیجانی
ناشر:	:	شریفزاده
سال انتشار	:	اول - ۱۳۹۶
شمارگان	:	۲۰۰
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۴۸۱-۲۵-۶
قیمت	:	۲۰۰۰۰۰ ریال

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران - خ انقلاب - روبروی سینما بهمن - جنب بانک صادرات - پ ۱۳۵۶ - کتابفروشی

پیشگفتار

جهان در عصر حاضر با سرعتی وصف ناپذیر با چالش های جدی و جدیدی در عرصه های مختلف روبه رو بوده و می باشد و به تبع آن سازمانهای تجاری ، صنعتی ، فرهنگی و سیاسی نیز از این تحولات تأثیر پذیرفته و در تعیین یک برنامه درازمدت عملیاتی به منظور بقا در بازار رقابت و تحقق اهداف پیش بینی شده خود با نوعی سر درگمی و عدم قطعیت مواجه گردیده اند و با توجه به اینکه پیاده سازی سیستم های مدیریت کیفیت در بسیاری از موارد دچار مشکل بوده و حتی در برخی از موارد با شکست مواجه شده اند . آنچه دغدغه اصلی در این زمینه می باشد این است که شرکت ها تنها به دنبال اخذ گواه نامه سیستم مدیریت کیفیت ایزو ۹۰۰۱ می باشند تا اینکه تفکر سیستمی در سازمان ها ایجاد کنند.

این کتاب شامل ۸ فصل است که در دو بخش به ارائه مفاهیم می پردازد. بخش اول نگاهی کلی به سیستم های کیفیت و استانداردهای ایزو ۹۰۰۱ داشته در بخش دوم مبانی رویکرد مشتری مدار به کیفیت و ایزو ارائه گردیده است.

دکتر سید احمد شیبات الحمیدی^۱ مهدی کمیجانی

۱۳۹۶

فهرست مطالب

۱	<u>فصل ۱: کیفیت چیست</u>
3	دیدگاهها و نظریات بنیانگذاران کیفیت
3	ادوارد دمینگ
4	اصول چهارده تایی دمیینگ
۶	ژوزف جوران
9	فیلیپ کرازبی
12	والتر شوارت
13	کوارو ایشیکاوا
14	جینیچی تاکوچی
15	آرماند فیگن بام
16	کنترل کیفیت
۲۲	<u>فصل ۲: شش سیگما</u>
۲۲	شش سیگما چیست
۲۴	تعاریف و فلسفه شش سیگما
۲۶	توجیه آماری شش سیگما
31	تجزیه و تحلیل نرخ شکست (FMEA)
۳۸	شش سیگما به عنوان یک اقدام اجرایی استراتژیک
۴۳	انتخاب معیار برای نقش های شش سیگما
۴۴	پنج عنصر چارچوب شش سیگما

۴۸	برنامه ی آموزشی و سیستم ارزیابی و اندازه گیری
50	فرآیند DMAIC
۵۷	طراحی برای شش سیگما
۶۰	پیاده سازی شش سیگما
۷۳	عناصر کلیدی شش سیگما ی ناب
۷۶	<u>فصل ۳: مدیریت ارتباط با مشتری</u>
۷۶	مراحل تعامل مدیریت ارتباط با مشتری
۸۰	مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان راهبرد
۸۱	مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان فناوری
۸۴	انواع سیستم های مدیریت ارتباط با مشتری
۸۶	مزایای مدیریت رابطه با مشتریان
۸۹	عوامل موفقیت پروژه های مدیریت ارتباط با مشتری
۹۷	فرایند مدیریت ارتباط
۱۰۳	ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری
۱۰۸	<u>فصل ۴: ایزو</u>
۱۰۸	استاندارد ایزو چیست
۱۰۹	اصول هشتگانه مدیریت کیفیت از دیدگاه دمنینگ
۱۱۲	آشنایی با سری استانداردهای ایزو ۹۰۰۰
۱۱۵	بند های استاندارد ایزو ۹۰۰۱:۲۰۰۸
۱۱۸	سیستم مدیریت کیفیت
۱۳۳	ممیزی داخلی

۱۳۶	رابطه ساختار سازمانی با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۴۱	رابطه مدیریت با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۴۵	ارتباط پرسنل (نیروی انسانی) با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۴۹	ارتباط مشتری مداری با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۶۳	<u>فصل ۵: مدل‌های کیفیت خدمات</u>
۱۶۵	نظریات اعتماد
۱۶۹	عوامل ایجاد اعتماد و عدم اعتماد
۱۷۱	انواع اعتماد در سازمان
۱۷۸	دلایل ضرورت اعتماد در سازمان
۱۸۲	مزایای بکارگیری اعتماد برای سازمان
۱۸۵	فرایند برقراری اعتماد
۱۸۹	اعتماد مشتری
۱۹۲	کیفیت درک شده
۱۹۶	شاخص رضایت مشتری سوئد
۱۹۸	شاخص رضایت مشتری آمریکا
۲۱۰	شاخص رضایت مشتری سوئیس
۲۱۵	مدل شاخص رضایت مشتری اروپا
۲۲۲	استراتژی هایی برای ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان
۲۳۶	برنامه مدیریت کیفیت خدمات
۲۴۰	<u>فصل ۶: نگرش سیستماتیک به کیفیت</u>
۲۴۱	بازنگری کیفیت:

- ۲۴۲ اصول در تعهد به کیفیت:
- ۲۴۳ تبیین خط مشی کیفیت:
- ۲۴۴ عوامل موثر بر برنامه های ارتقاء کیفی:
- ۲۴۵ فرآیند دستیابی به کیفیت:
- خصوصیات سیستم کیفیت:
- ۲۴۸ نگرش سیستماتیک به کیفیت:
- ۲۴۹ رویکرد پادری
- ۲۵۱ فصل ۷: رویکرد مشتری، مدار به کیفیت
- ۲۵۱ خانه کیفیت
- ۲۵۲ مراحل تکمیل خانه کیفیت
- ۲۵۳ اولویت بندی نیازمندیهای کیفی
- ۲۵۴ ارزیابی رقبا با در نظر گرفتن الزامات فنی و مدیریتی
- ۲۵۴ توسعه و بهبود خواسته ها و الزامات کیفی مشتریان
- ۲۵۸ مفاهیم قابل استخراج از خانه کیفیت