

# جایزه ملی کیفیت ایران مبتنی بر محصول

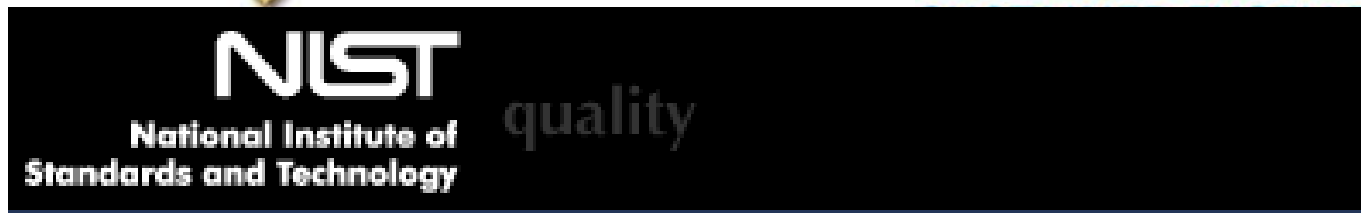
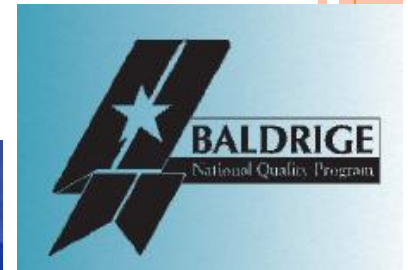
بررسی نظری مدل با توجه مدل‌های مشابه

جایزه کیفیت ایران  
ملی





# مدلهای موجود جوایز ملی در جهان



# QUALITY AWARDS IN EUROPE

Austrian Quality Award

Belgian Quality Award

Czech Quality Award

Danish Quality Award

Dutch Quality Prize and Quality Award

Estonian National Quality Award Contest

European Quality Award

Finnish Quality Award

Flemish Quality Award

French Quality Movement

Hellenic National Quality Award Greece

Hungarian Quality Award

IQA National Award - Institute of Quality Assurance Awards

Latvian Quality Award

Lithuanian National Quality Prize

"The Ludwig-Erhardt-Preis" in Germany

Northern Ireland Quality Award

"Oscar of Quality", the National Quality Award of Serbia and Montenegro

Polish Quality Award

Portuguese Quality Award

Premio Principe Felipe a la Calidad Industrial - Prince Philip Industrial Quality Award

Quality Scotland Award

"Joseph M. Juran" Romanian Quality Award

SAP Quality Award Schweiz 2004

Slovak Republic National Quality Prize

The Business Excellence Prize of the Republic of Slovenia

Swedish Quality Award

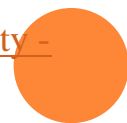
Swiss Quality Prize for Business Excellence ESPRIX

TUSIAD - Turkish Industrialist's and Businessmen's Association - KalDer - Turkish Society for Quality -

Quality Award in Turkey

United Kingdom Business Excellence Award

The Wales Quality Award



☛ QUALITY AWARDS IN THE COMMONWEALTH OF INDEPENDENT STATES

☛ Government Premium of the Republic of Belarus for Achievements in the Field of Quality

Prize of the Government of Kazakstan for Achievements in the Field of Quality

Kyrgyz Quality Award

Russian Quality Award of the Government

The Ekaterian Velikaya Award for the best Russian Enterprises

SEAL of Excellence Award for Handicraft Products in Central Asia by UNESCO-CASCA

Ukrainian Quality Award

☛ QUALITY AWARDS SCHEMES IN NORTH AMERICA

☛ Canada Award for Excellence

Malcolm Baldrige National Quality Award

Washington State Quality Award

☛ QUALITY AWARDS SCHEMES IN ASIA

☛ Deming Prize in Japan

Hong Kong Awards for Industry: Quality

Philippine Quality Award

Rajiv Gandhi National Quality Award

Singapore Quality Award for Business Excellence

☛ QUALITY AWARDS IN LATIN AMERICA

☛ Premio Nacional a la Calidad - National Quality Award in Argentina

Prêmio Nacional da Qualidade - National Quality Award in Brasil

State of Rio de Janeiro Empresarial Quality Management Prize and Premio Qualidade Rio

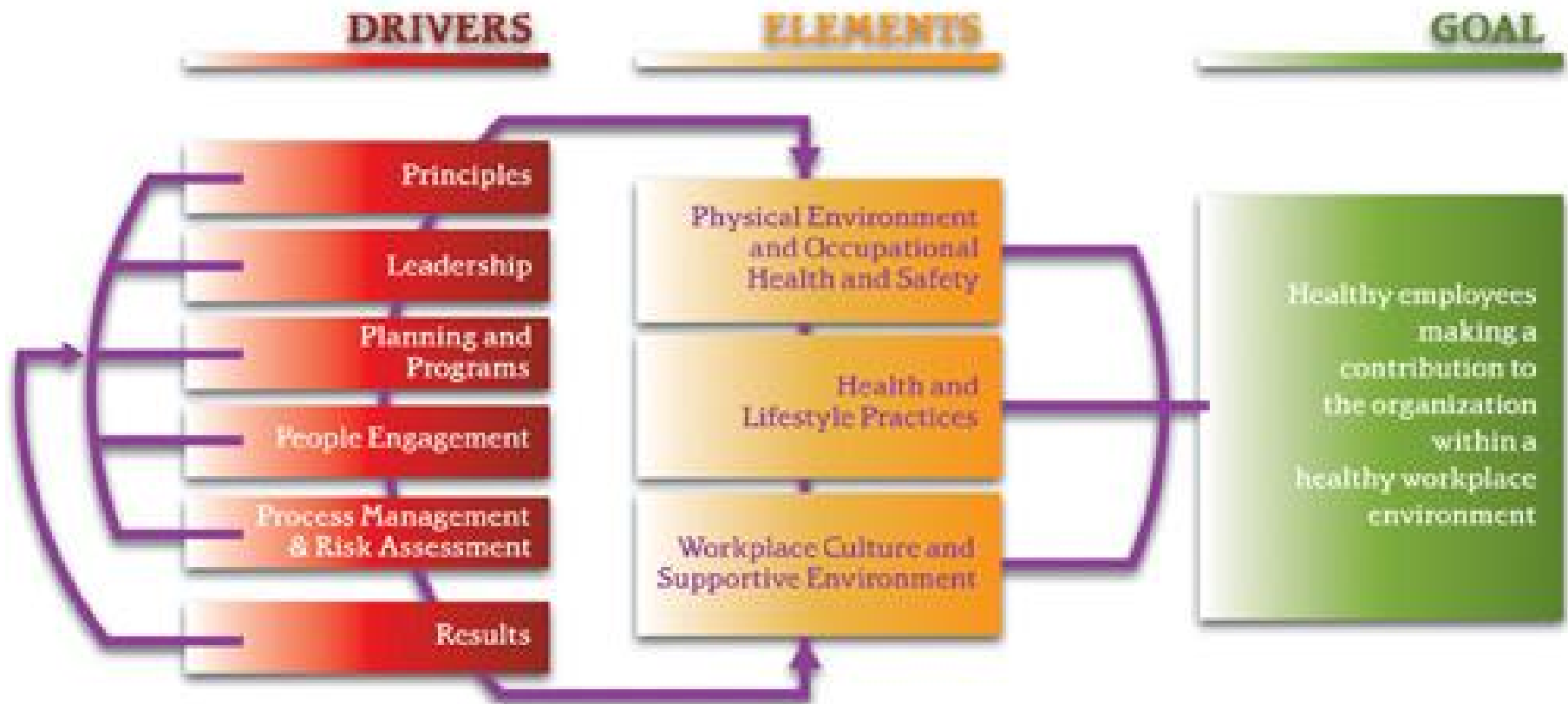


## مدلهای مختلف

- ☞ Today there are at least 90 quality and business excellence awards in at least 75 countries

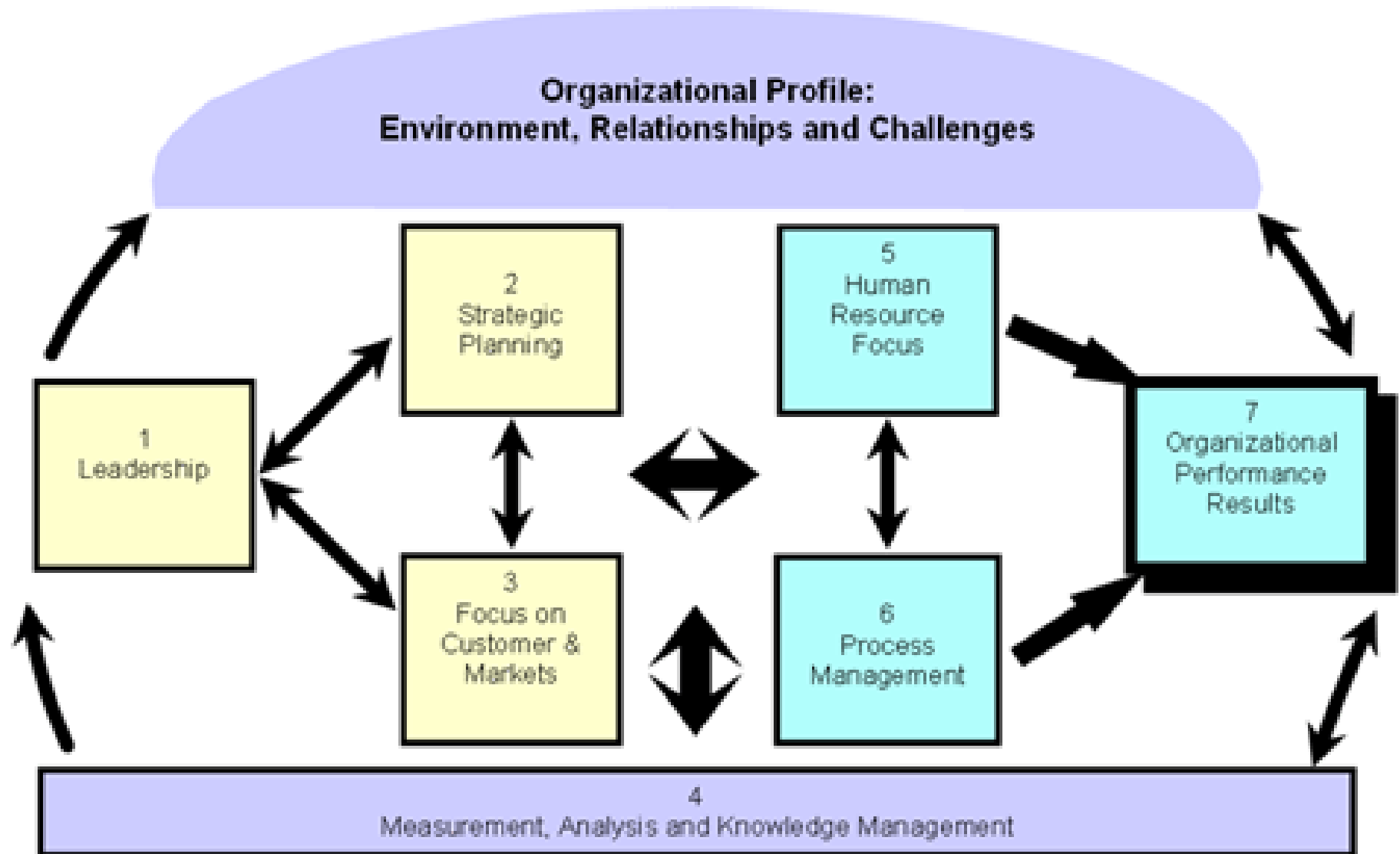


# ساختار مدلها





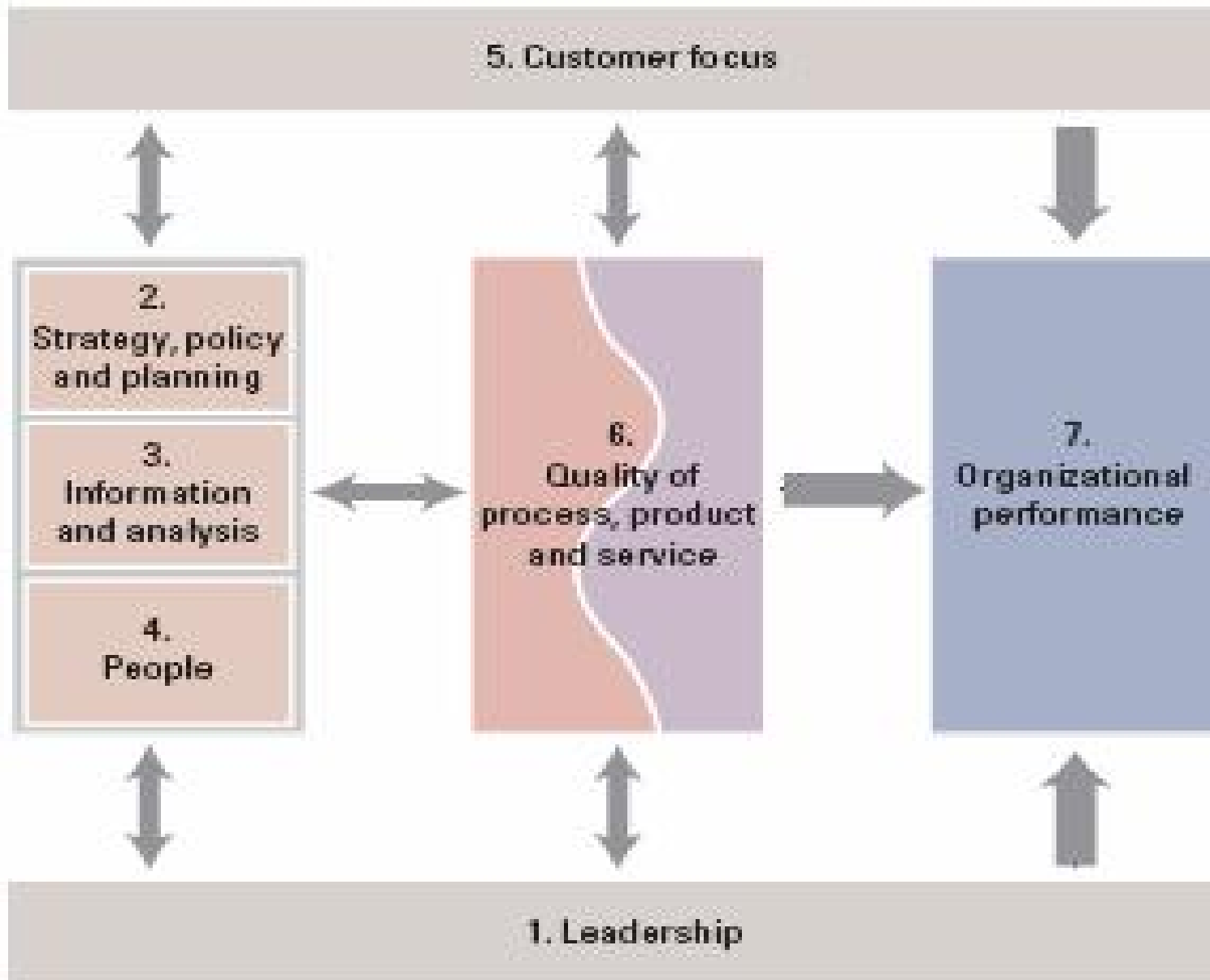
# Baldrige Health Care Criteria for Performance Excellence Framework: A Systems Perspective



Source: National Institute of Standards and Technology, U.S. Dept. of Commerce.



# Australian Quality Criteria Framework



# Canada Awards For Excellence



## مدل پیشنهادی WSQA

### ☛ A fuzzy approach to evaluate quality awards process

The model considers several elements but highlights seven of them:

- 1) the company clients' satisfaction;
- 2) the organized system for the improvement management;
- 3) clear objectives of the quality program;
- 4) the participating management in the company;
- 5) the structure of the quality program;
- 6) the training process;
- 7) the performance indicators



# Northern Ireland Quality Awards

<b><u>Innovation</u></b>	- "How To" Tools and Techniques for Innovation
<b><u>Productivity Improvement</u></b>	- Support Tools and Techniques - Business Clustering for Profit - Research and Development/Technology transfer (New Products/Services)
<b><u>Quality Excellence</u></b>	- - Best Practise Frameworks - Corporate Social Responsibility - Innovation - Supply Chain - Knowledge Management - Risk Management - Process Management - Business Modelling - EFQM Excellence Model - Toolbooks / Publications

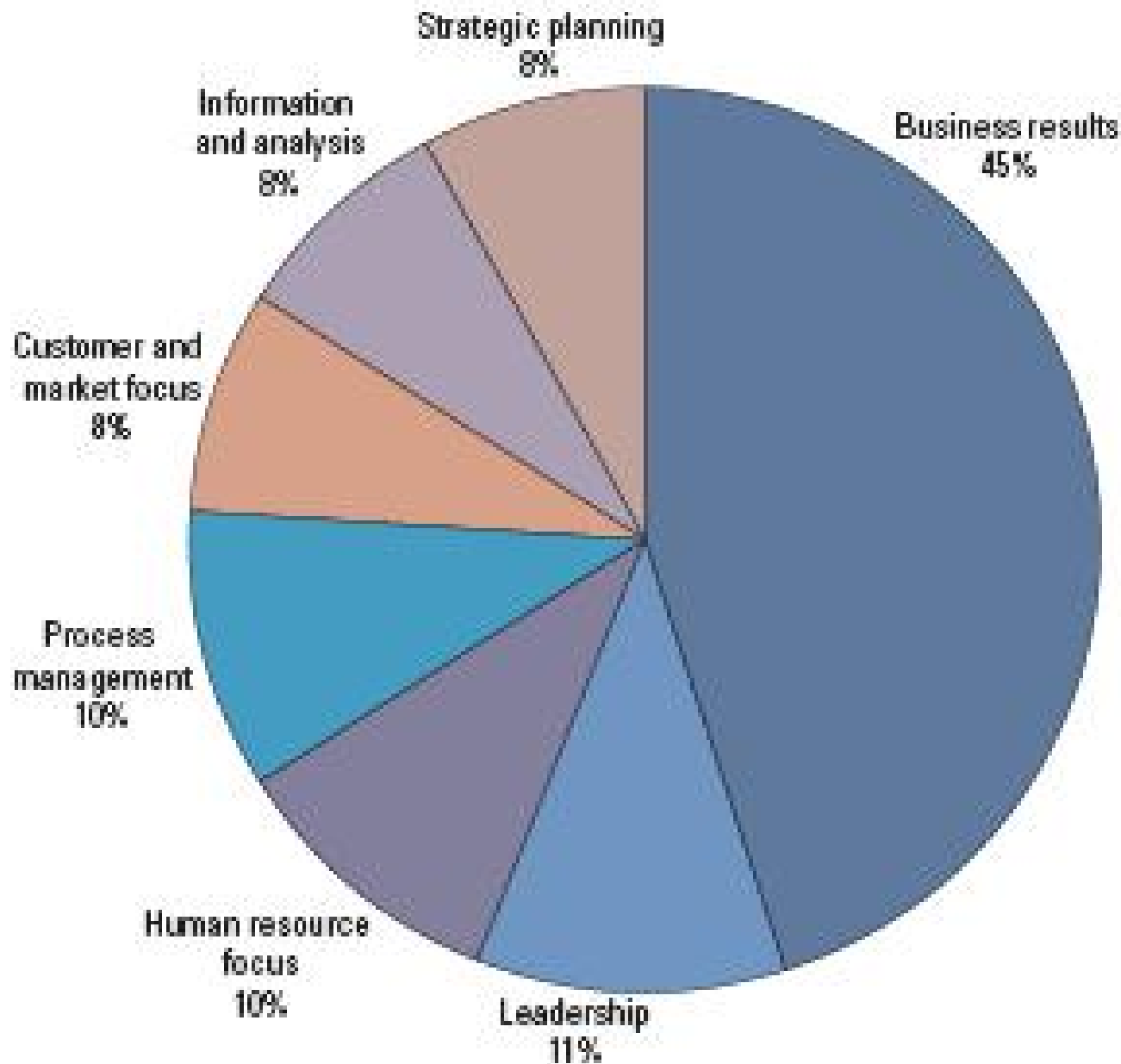


# BALDRIGE CRITERIA FOR PERFORMANCE EXCELLENCE FRAMEWORK: A Systems Perspective

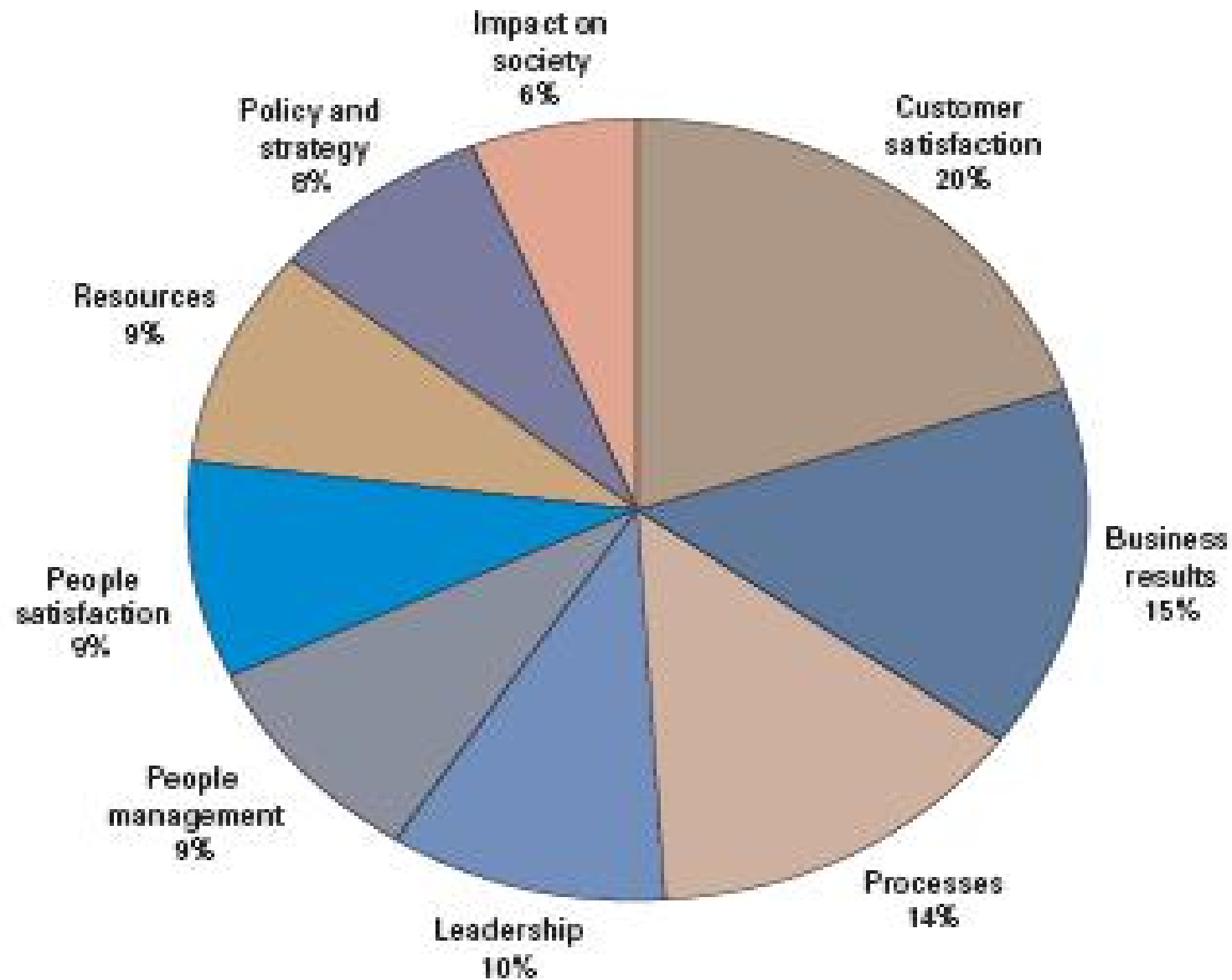


	<b>Malcolm Baldrige Award (U.S.)</b>	<b>European Quality Award</b>	<b>Deming Prize (Japan)</b>	<b>Canadian Quality Award</b>	<b>Australian Quality Award</b>
<b>Objectives</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To help improve performance practices and capabilities.</li> <li>• To facilitate communication and sharing of best practices among U.S. organizations.</li> <li>• To serve as a working tool for understanding and managing performance, planning, training and assessment.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To stimulate and assist European organizations in improving customer and employee satisfaction, impact on society and business results.</li> <li>• To support European managers' efforts to initiate total quality management and achieve global competitive advantage.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To evaluate and recognize methods of companywide quality control for Japanese businesses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To encourage the adoption of quality principles, practices and processes in Canada.</li> <li>• To improve the profitability, responsiveness and efficiency of organizations through continuous improvement.</li> <li>• To bring higher living standards to Canadians.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To give Australian organizations the drive and knowledge for achieving the world's best quality practices.</li> <li>• To secure the Australian Quality Council as the commonwealth's principal quality organization.</li> <li>• To create national wealth.</li> </ul>
<b>Criteria</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leadership.</li> <li>2. Strategic planning.</li> <li>3. Customer and market focus.</li> <li>4. Information and analysis.</li> <li>5. Human resource focus.</li> <li>6. Process management.</li> <li>7. Business results.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leadership.</li> <li>2. Policy and strategy.</li> <li>3. People management.</li> <li>4. Resources.</li> <li>5. Processes.</li> <li>6. Customer satisfaction.</li> <li>7. People satisfaction.</li> <li>8. Impact on society.</li> <li>9. Business results.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Policies (hoshin).</li> <li>2. Organization.</li> <li>3. Information.</li> <li>4. Standardization.</li> <li>5. Human resources.</li> <li>6. Quality assurance.</li> <li>7. Maintenance.</li> <li>8. Improvement.</li> <li>9. Effects.</li> <li>10. Future plans.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leadership.</li> <li>2. Planning.</li> <li>3. Customer focus.</li> <li>4. People focus.</li> <li>5. Process management.</li> <li>6. Supplier focus.</li> <li>7. Organizational performance.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leadership.</li> <li>2. Strategy, policy and planning.</li> <li>3. Information and analysis.</li> <li>4. People.</li> <li>5. Customer focus.</li> <li>6. Quality of process, product and service.</li> <li>7. Organizational performance.</li> </ol>

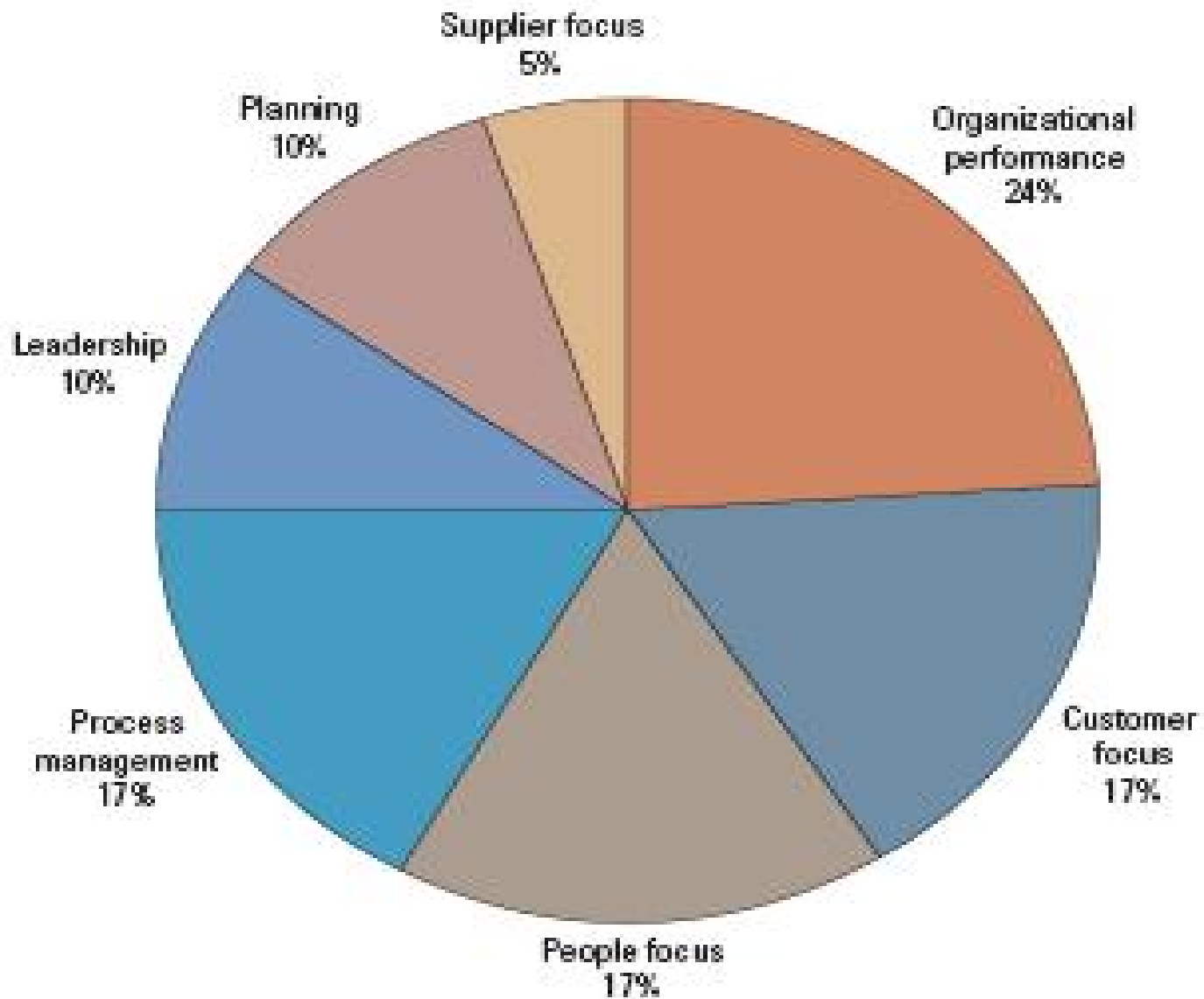
# Percentage Emphasis of Baldrige Award Criteria



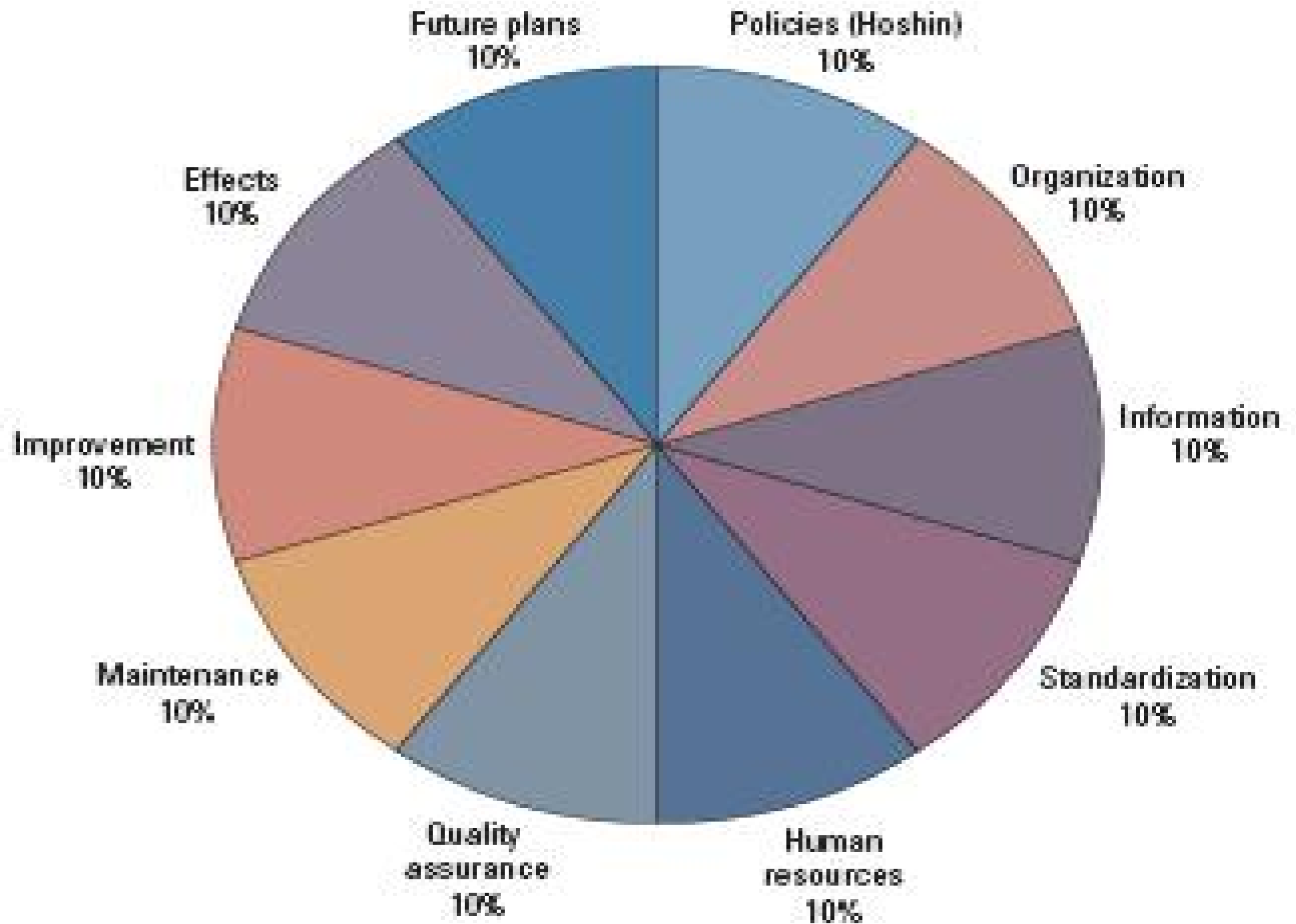
# Percentage Emphasis of European Quality Award Criteria



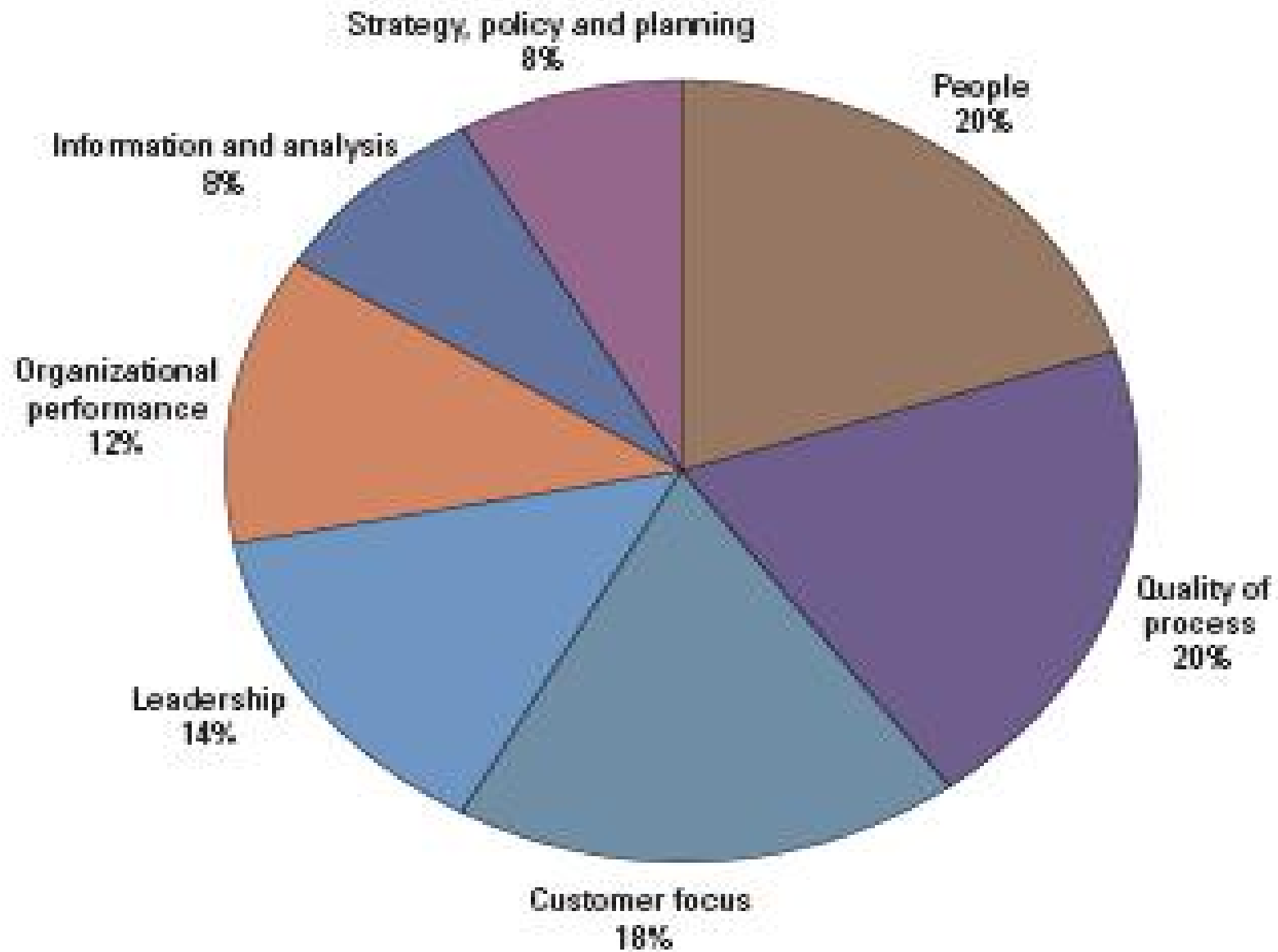
# Percentage Emphasis of Canadian Quality Award Criteria



# Percentage Emphasis of Deming Prize Criteria

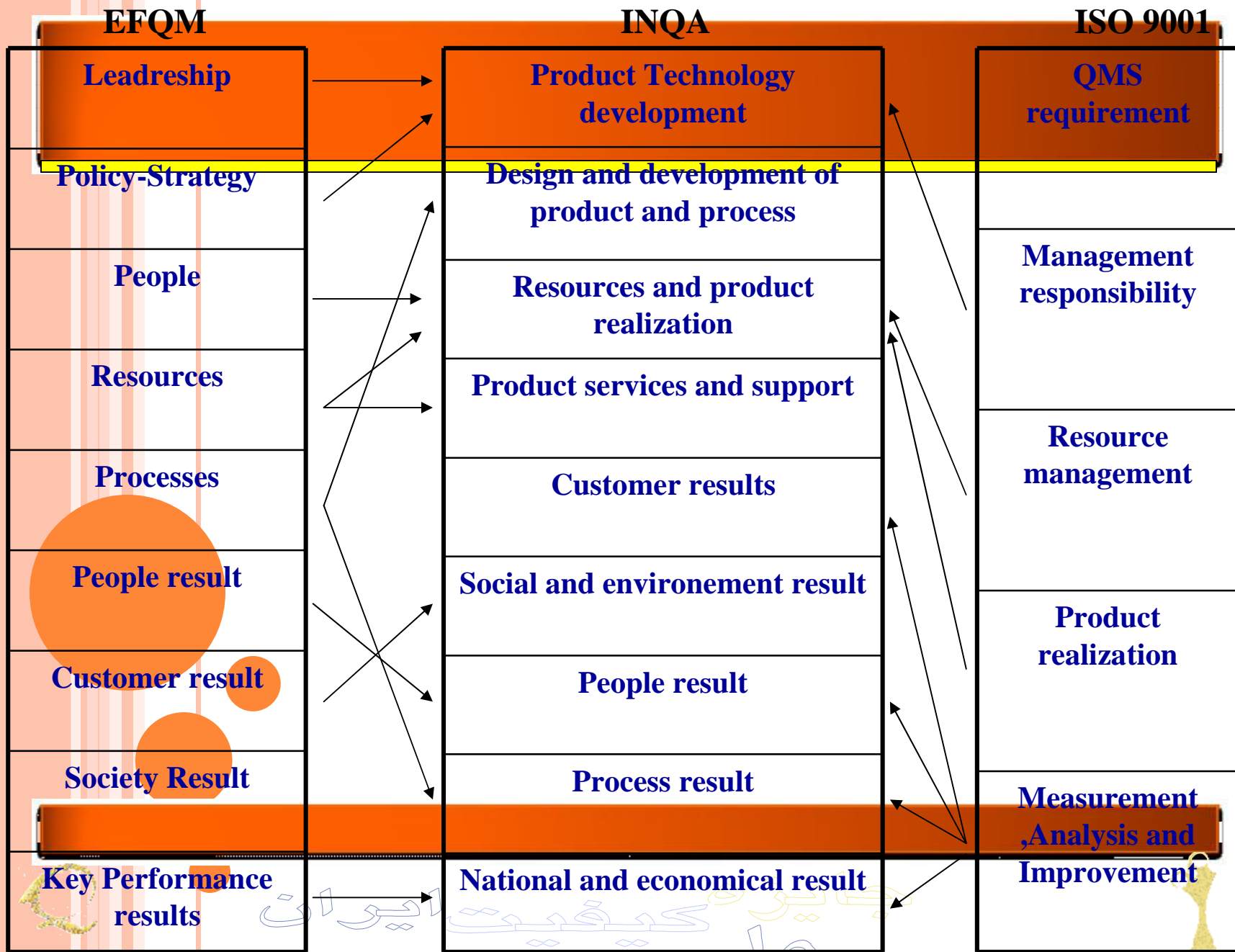


# Percentage Emphasis of Australian Quality Award Criteria

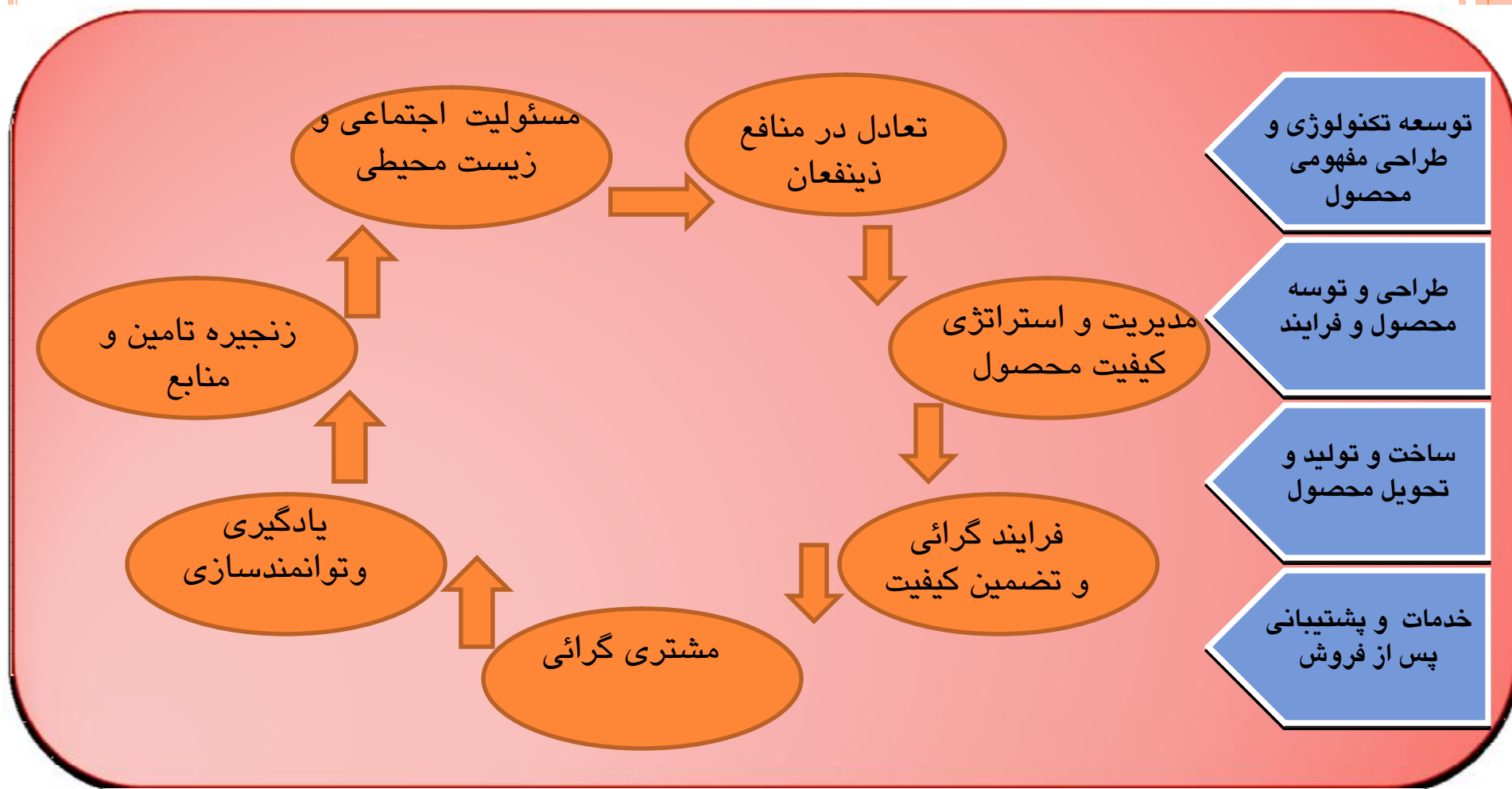


مدل جایزه ملی کیفیت ایران مبتنی بر محصول

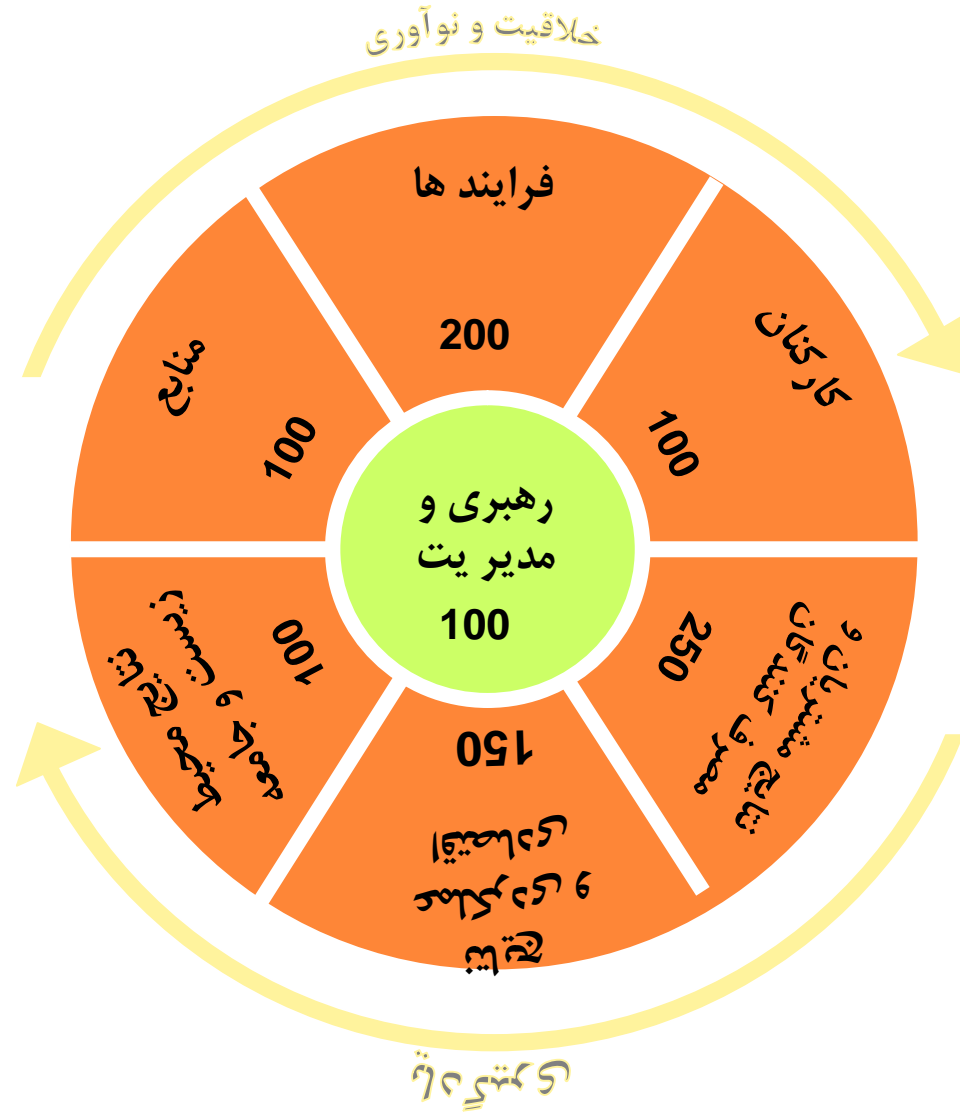




# ارزش های حاکم بر مدل جایزه ملی کیفیت ایران مبتنی بر محصول



# مدل جایزه ملی کیفیت ایران مبتنی بر محصول

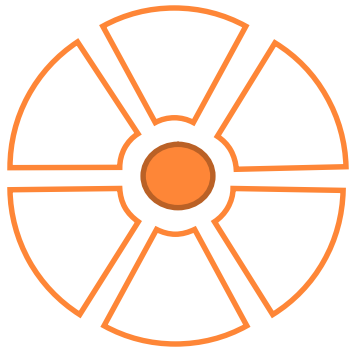


# ماتریس ارزش ها و معیارها

اصول بنیادین و معیارها	تعادل در منافع ذینفعان	استراتژی کیفیت محصول	فرایند گرایی و تضمین کیفیت	مشتری گرایی	یادگیری و توانمندسازی	مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی	زنجیره تامین و منابع
رهبری و مدیریت	▲	▲		▲	▲	▲	
فرایند			▲	▲			▲
منابع			▲			▲	▲
کارکنان			▲	▲	▲		
مشتری و مصرف کنندگان			▲	▲		▲	
جامعه و محیط زیست		▲				▲	
نتایج عملکردی و اقتصادی	▲			▲		▲	

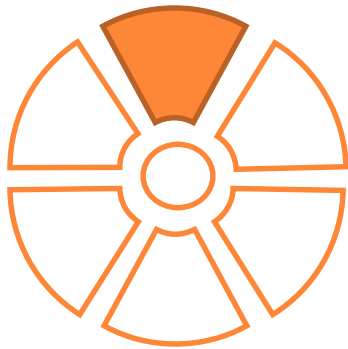
## رهبری و مدیریت

❖ مدیریت اطمینان حاصل می نماید که ارزشها و سیستمهای لازم برای ابعاد مدیریت کیفیت محصول مد نظر قرار گرفته است. مأموریت و آرمان سازمان را از طریق توسعه راهبردی متمرکز بر طرفهای ذینفع و مبتنی بر کیفیت محصول در بازار اجرا می کنند. خط مشی ها، سیستم ها، اهداف و فرایندها برای اجرای راهبرد، توسعه داده شده و جاری می شوند. مدیریت دستیابی به کیفیت محصول را از طریق اقدامات، رفتارهای خود و تامین منابع تسهیل می کند.



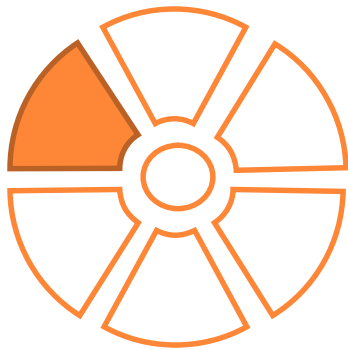
## فرایندها

❖ سازمانهای موفق فرایندهای مرتبط با کیفیت محصول را به نحوی طراحی ، مدیریت و بهبود می بخشند که مشتریان و سایر طرفهای ذینفع را کاملاً راضی کنند و برای آنها ارزش افزوده به وجود آورند.



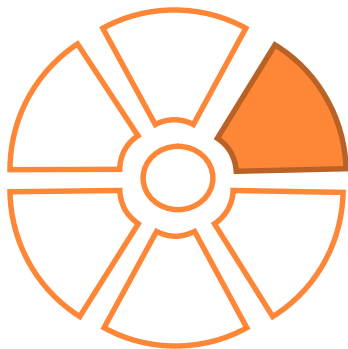
## منابع

❖ سازمانهای موفق مشارکتهای بیرونی، تأمین کنندگان و منابع درونی را برای حمایت از راهبردهای ویژه کیفیت محصول و عملکرد مؤثر فرایندهای زیربط را جهت اطمینان از کیفیت محصول، طرح ریزی و مدیریت می کنند.



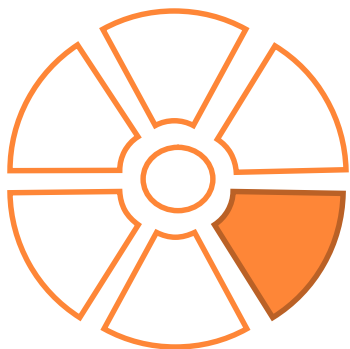
## کارکنان

☛ سازمانهای موفق استعدادهای کارکنان خود را در سطح فردی، تیمی و سازمانی به طور کامل مدیریت می کنند و آنها را جهت ارتقا کیفیت محصول ترغیب ، تشویق و توانمند می سازند. سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط کارکنان اندازه گیری می کنند و به دست می آورند.



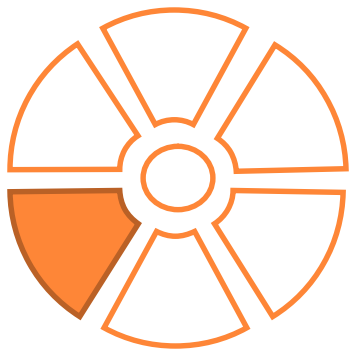
# نتایج مشتری و مصرف کنندگان

❖ سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط با مشتریان خود به طور جامع اندازه گیری و به آنها دست می یابند.



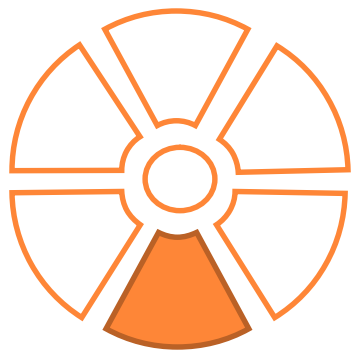
## نتایج محیط زیست و جامعه

❖ سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط با جامعه و محیط زیست اندازه گیری می کنند و به دست می آورند.

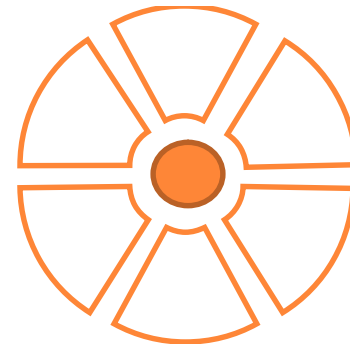


## نتایج عملکردی و اقتصادی

☛ سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط با عناصر کلیدی خط مشی و راهبرد خود اندازه گیری می کنند و به دست می آورند.



## رهبری و مدیریت

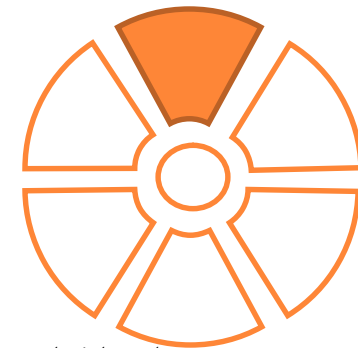


مدیریت اطمینان حاصل می نماید که ارزشها و سیستمهای لازم برای ابعاد مدیریت کیفیت محصول مد نظر قرار گرفته است. مأموریت و آرمان سازمان را از طریق توسعه راهبردی متمرکز بر طرفهای ذینفع و مبتنی بر کیفیت محصول در بازار اجرا می کنند. خط مشی ها، سیستم ها، اهداف و فرایندها برای اجرای راهبرد، توسعه داده شده و جاری می شوند. مدیریت دستیابی به کیفیت محصول را از طریق اقدامات، رفتارهای خود و تامین منابع تسهیل می کند.

1. مدیریت در ارتقا کیفیت محصول، تعهد خود را به فرهنگی که در آن کیفیت محصول و یادگیری سازمانی به طور کامل مورد بهره برداری قرار میگیرد، به طور آشکار نشان می دهند.
2. مدیریت، فرهنگ مدیریت کیفیت محصول را همراه با کارکنان سازمان تقویت می کنند.
3. خط مشی و راهبرد بر نیازها و انتظارات حال و آینده طرفهای ذینفع استوار هستند.
4. خط مشی و راهبرد مبتنی بر کیفیت محصول بر اطلاعات و داده های حاصل از اندازه گیری عملکرد، تحقیق و یادگیری حاصل از فرایندها و فعالیتهای مرتبط با آن در خارج از سازمان استوار هستند.
5. خط مشی ها و راهبردهای ارتقا کیفیت محصول به فرایندهای کلیدی منتقل و جاری می شوند.



## فرایندها

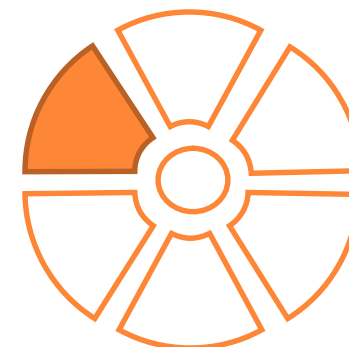


سازمانهای موفق فرایندهای مرتبط با کیفیت محصول را به نحوی طراحی ، مدیریت و بهبود می بخشند که مشتریان و سایر طرفهای ذینفع را کاملاً راضی کنند و برای آنها ارزش افزوده به وجود آورند.

1. فرایندهای کیفیت محصول به نحو نظام مند طراحی و مدیریت می شوند.
2. فرایندهای طراحی و تحقق محصول مدیریت و بهبود می یابند.
3. فرایند نوآوری و خلاقیت محصولات و خدمات مدیریت و تقویت می شود.
4. فرایند روابط با مشتری بر اساس کیفیت محصول ، مدیریت و تقویت می شوند.
5. فرایند خدمات محصول مدیریت و بهبود می یابد.



## منابع

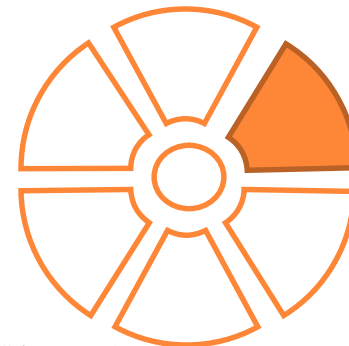


– سازمانهای موفق مشارکتهای بیرونی، تأمین کنندگان و منابع درونی را برای حمایت از راهبردهای ویژه کیفیت محصول و عملکرد مؤثر فرایندهای زیربط را جهت اطمینان از کیفیت محصول، طرح ریزی و مدیریت می کنند.

1. **تأمین کنندگان به نحوی مدیریت می شوند که برای کیفیت محصول، ارزش افزوده به وجود آید.**
2. **منابع مالی جهت ارتقا کیفیت محصول مدیریت می شوند.**
3. **ساختمانها، تجهیزات و مواد به نحوی مدیریت می شوند تا برای کیفیت محصول ارزش افزوده به وجود آورند.**
4. **مدیریت فناوری در جهت تعادل منافع ذی نفعان مدیریت می گردد.**
5. **مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در مسیر ارتقا کیفیت محصول است .**



## کارکنان



سازمانهای موفق استعدادهای کارکنان خود را در سطح فردی، تیمی و سازمانی به طور کامل مدیریت می کنند و آنها را جهت ارتقا کیفیت محصول ترغیب ، تشویق و توانمند می سازند. سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط کارکنان اندازه گیری می کنند و به دست می آورند.

1. قابلیت های کارکنان برای ارتقا کیفیت محصول شناسایی و توسعه داده شده و حفظ می گردند.
2. کارکنان در زمینه های مربوط به کیفیت محصول مشارکت داده شده و قدرت و امکانات لازم در اختیار آنها گذاشته می شود.
3. تلاش های کارکنان برای بهبود کیفیت محصول مورد تأیید و قدردانی قرار می گیرند.
4. سازمان نتایج برجسته کارکنان موثر بر ارتقا کیفیت را اندازه گیری می نماید.



# نتایج مشتری و مصرف کنندگان



☞ سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط با مشتریان خود به طور جامع اندازه گیری و به آنها دست می یابند.

## شاخص های برداشتها

اینها معیارها برداشتهای مشتریان سازمان هستند (که برای مثال، از نظرسنجی از مشتریان، گروههای متمرکز، درجه بندی فروشندگان، تحسین و تمجید و شکایات به دست می آیند).

1- سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد بطور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.

1-1 وجهه سازمان:

2-1 محصولات و خدمات:

3-1 فروش و حمایتهای پس از فروش:

4-1 وفاداری:

## شاخصهای عملکرد

اینها معیارهای درون-سازمانی هستند که سازمان از آنها برای پایش، شناخت، پیش بینی و بهبود عملکرد سازمان و پیش بینی برداشتهای مشتریان بیرونی خود استفاده می کند.

2- سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد بطور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.

1-2 وجهه سازمان:

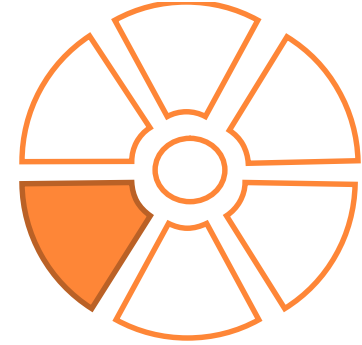
2-2 محصولات و خدمات:

3-2 فروش و حمایتهای پس از فروش:

4-2 وفاداری:



# نتایج محیط زیست و جامعه



- سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط با جامعه و محیط زیست اندازه گیری می کنند و به دست می آورند.

## شاخص های برداشتها

اینها معیارها برداشتهای جامعه از سازمان هستند (که برای مثال، از نظرسنجیها، گزارشها، مقالات مطبوعاتی، جلسات عمومی، نمایندگان مردم و مقامات دولتی به دست می آیند).

1- سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد بطور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.  
1-1 وجه سازمان

2-1 مشارکت در جامعه ای که سازمان در آنها فعالیت می کند:

3-1 کاهش و جلوگیری از آسیب های زیست محیطی طی چرخه عمر محصولات و خدمات سازمان:

4-1 عملکرد شهروند مسئول:

5-1 گزارش فعالیتهای کمک به حفظ و پایداری منابع:

## شاخصهای عملکرد

اینها معیارهای درون-سازمانی هستند که توسط سازمان برای پایش، شناخت، پیش بینی و بهبود عملکرد آن و پیش بینی برداشتهای جامعه و محیط زیست به کار می روند.

2- سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد بطور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.

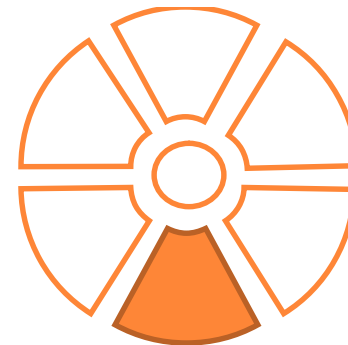
1-2 میزان رسیدگی به انتظارات زیست محیطی و جامعه:

2-2 میزان توجه و تاکید بر:

3-2 تمجیدها و جوایز دریافت شده:



# نتایج عملکردی و اقتصادی



سازمانهای موفق نتایج برجسته ای را در ارتباط با عناصر کلیدی خط مشی و راهبرد خود اندازه گیری می کنند و به دست می آورند.

سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد بطور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.

## 1-1 نتایج غیر مالی:

1-1-1 فرایندها (عملکرد؛ ارزیابی؛ نوآوری؛ چرخه زمانی)؛

2-1-1 عملکرد تأمین کننده و قیمت تأمین کننده؛

3-1-1 ساختمانها، تجهیزات و مواد (میزان معایب؛ گردش موجودی؛ بهره برداری)؛

4-1-1 فناوری (نرخ نوآوری؛ ارزش مالکیت فکری؛ حق امتیازها، حق تألیف)؛

5-1-1 اطلاعات و کیفیت محصول (قابلیت دسترسی؛ یکپارچگی؛ ارزش سرمایه های فکری).

6-1-1 عملکرد فرایند

## 2-1 نتایج مالی

1-1-2 داده های مرتبط با بازار و داده های کلی (فروش، سهم بازار و غیره)؛

2-2-2 سودآوری حاصل از محصول (سود ناخالص، درآمد هر سهم، درآمد قبل از کسر بهره و مالیات، درآمد نهایی و غیره)؛

اطلاعات سرمایه گذاری و داراییها مرتبط با محصول (بازده سرمایه گذاری شده، بازده داراییهای خالص، بازده سرمایه به کار رفته و غیره)؛

3-2-2 عملکرد از نظر بودجه بندی محصول (عملکرد در برابر بودجه سازمان یا واحد).

