

## ۱- رهبری و مدیریت

مدیریت سازمان اطمینان حاصل می نماید که نیازهای حال و آینده مشتریان، استخراج شده و بر اساس آن خط مشی و راهبرد<sup>۱</sup> سازمان که مبتنی بر منافع ذی نفعان است تدوین شده و جاری می گردد و ارزشها و سیستمهای لازم برای ارتقاء<sup>۲</sup> ابعاد گوناگون کیفیت محصول، مد نظر قرار گرفته است. رهبران دستیابی به کیفیت محصول و استمرار آن را از طریق اقدامات و رفتارهای خود تسهیل و پشتیبانی می نمایند.

۱-۱- رهبری تعهد خود را به فرهنگی که در آن کیفیت محصول به طور کامل مورد توجه قرار می گیرد، به طور آشکار نشان می دهد.

۲-۱- مدیریت سازمان ارزشها و سیستمهای لازم برای تضمین و ارتقاء کیفیت محصول را مد نظر قرار می دهد.

۳-۱- راهبرد سازمان بر نیازها و انتظارات حال و آینده طرفهای ذینفع استوار است.

۴-۱- راهبرد سازمان بر دادهها و اطلاعات حاصل از اندازه گیری عملکرد<sup>۳</sup>، کیفیت محصول، شناسائی و درک نیازمندیهای مشتریان و یادگیری حاصل از فرایندها و فعالیتهای مرتبط با آن استوار است.

۵-۱- راهبردهای ارتقاء کیفیت محصول به فرایندهای کلیدی منتقل و در آنها جاری می شوند.

---

<sup>1</sup> Strategy

<sup>2</sup> Improvement

<sup>3</sup> Performance Measurement

## ۱-۱- رهبری تعهد خود را به فرهنگی که در آن کیفیت محصول به طور کامل مورد توجه قرار می‌گیرد، به طور آشکار نشان می‌دهد.

۱-۱-۱- رهبران سازمان شخصا در انتقال طرح‌ها و اهداف خرد و کلان سازمان به کارکنان، در حوزه ارتقاء کیفیت محصول مشارکت فعال دارند.

۱-۱-۲- کارکنان برای دستیابی به طرح‌ها و اهداف خرد و کلان مرتبط با کیفیت محصول تشویق، کمک و حمایت می‌شوند.

۱-۱-۳- کارکنان برای مشارکت در فعالیتهای ارتقاء کیفیت محصول توانمند می‌گردند.

۱-۱-۴- بطور آشکار و به موقع از تلاش‌های افراد و تیم‌ها در کلیه سطوح سازمان با هدف تعمیق ابعاد مختلف کیفیت محصول و فرایندهای موثر بر آن قدردانی می‌شود.

## ۱-۲- مدیریت سازمان ارزش‌ها و سیستم‌های لازم برای تضمین و ارتقاء کیفیت محصول را مد نظر قرار می‌دهد.

۱-۲-۱- سیستم‌های لازم برای تحقق خط مشی و استراتژی مرتبط با محصول و تضمین و ارتقاء کیفیت آن برقرار می‌شوند.

۱-۲-۲- از ایجاد و اجرای فرایندهای اندازه‌گیری، بازنگری و بهبود دستاوردهای کلیدی محصول اطمینان حاصل می‌شود.

۱-۲-۳- فعالیتهای ارتقاء کیفیت محصول با بکارگیری خلاقیت، نوآوری و یادگیری<sup>4</sup> شناسایی، طرح‌ریزی و انجام می‌شوند.

۱-۲-۴- مالکیت فرایندها و مسئولیت‌های پاسخگویی در مقابل مسائل، به طور شفاف تعیین می‌شود.

## ۱-۳- راهبرد سازمان بر نیازها و انتظارات حال و آینده طرف‌های ذینفع استوار است.

۱-۳-۱- اطلاعات لازم برای درک و تعریف بازارها و بخش‌هایی از آن‌ها که سازمان در حال و آینده در آن‌ها فعالیت می‌کند گردآوری می‌شود.

۱-۳-۲- نیازها و انتظارات طرف‌های ذینفع در حال و آینده، شامل مشتریان، کارکنان، شرکاء، جامعه، محیط زیست و سهامداران، شناسایی، درک و پیش‌بینی می‌شود.

۱-۳-۳- تحولات و پیشرفت‌های بازار از جمله فعالیت رقیب، شناسایی، درک و پیش‌بینی می‌شود.

---

<sup>4</sup> Learning

۱-۳-۴- قابلیت فرایندهای<sup>۵</sup> تاثیر گذار بر کیفیت محصول برای دستیابی به اهداف راهبردی بهبود داده می‌شوند.

## ۱-۴- راهبرد سازمان بر داده‌ها و اطلاعات حاصل از اندازه‌گیری عملکرد، کیفیت محصول، شناسایی و درک نیازمندی‌های مشتریان و یادگیری حاصل از فرایندها و فعالیت‌های مرتبط با آن استوار است.

۱-۴-۱- نتایج حاصل از شاخص‌های عملکرد درون سازمانی شامل بررسی و اندازه‌گیری اثربخشی فرایندهای<sup>۶</sup> تولید، تضمین و ارتقا کیفیت محصول تحلیل می‌شود.

۲-۴-۱- نتایج فعالیت‌ها از جمله فعالیت‌های متمرکز بر کیفیت محصول بصورت درون سازمانی و برون سازمانی؛ از طریق ترازایی<sup>۷</sup> ارزیابی می‌شود.

۳-۴-۱- عملکرد رقبا و بهترین سازمان‌ها و داده‌های مربوط به قابلیت‌های اصلی تامین‌کنندگان موجود و بالقوه تحلیل می‌شود.

۴-۴-۱- تحولات بلند مدت و کوتاه مدت مربوط به مسایل اجتماعی، زیست محیطی، ایمنی و قانونی تحلیل می‌شوند.

۱-۴-۵- داده‌ها و اطلاعات به منظور تعیین تأثیر فناوری‌های جدید و الگوهای کسب و کار جدید<sup>۸</sup> و روش‌های جدید کاری بر عملکرد محصول تحلیل می‌شوند.

## ۱-۵- راهبردهای ارتقاء کیفیت محصول به فرایندهای کلیدی منتقل و در آن‌ها جاری می‌شوند.

۱-۵-۱- سازمان از یک چارچوب ارتباطی و اطلاع‌رسانی منطقی و روشن برخوردار است.

۲-۵-۱- راهبردهای مرتبط با کیفیت محصول به سایر طرف‌های ذینفع منتقل می‌شوند.

۱-۵-۳- از راهبردهای روشن در مورد کیفیت محصول به منزله مؤلفه‌ای برای طرح‌ریزی فعالیت‌ها و تعیین اهداف سازمان استفاده می‌شود.

---

<sup>5</sup> Process Capability

<sup>6</sup> Process Measurement

<sup>7</sup> Benchmarking

<sup>8</sup> Business Models