

图书基本信息

书名：<<<<卓越绩效评价准则>>国家标准理解与实施-2012版>>

13位ISBN编号：9787506667906

10位ISBN编号：7506667908

出版时间：2012-7

出版时间：中国质检出版社，中国标准出版社

作者：田世宏

页数：213

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

根据《中华人民共和国产品质量法》和国务院发布的《质量发展纲要（2011-2020年）》的有关规定，国家质量监督检验检疫总局正会同有关部门完善中国质量奖励制度。

设立政府行为的国家质量奖既是国际通行做法，也是政府主管质量工作部门科学执政、依法执政的表现。

早在2004年，国家质量监督检验检疫总局和国家标准化委员会发布了GB/T19580《卓越绩效评价准则》和GB/Z19579《卓越绩效评价准则实施指南》国家标准化指导性技术文件，并于2005年1月1日起实施。

这两项标准融合了世界发达国家最有影响的卓越质量奖标准的基本内容，有针对性地规定了企业卓越绩效评价的要求，是引导企业走向卓越绩效模式的指导性标准，也是我国各级政府质量奖励工作的评价依据。

这两项标准自发布后反响很大，许多企业按照标准建立了卓越绩效模式，提高了企业的质量管理水平，满足了许多优秀企业在通过质量管理体系认证后进一步追求卓越的需求。

该两项标准获得了2007年度中国标准创新贡献奖三等奖。

为了根据多年来实施标准的实践进一步完善标准，国家质检总局质量管理司提出对这两项标准进行修订，国家标准化委员会也下达了该两项标准的制修订项目计划。

于2012年发布并实施了第二版GB/T19580《卓越绩效评价准则》和GB/Z19579《卓越绩效评价准则实施指南》。

书籍目录

第一章 概述第一节 制定《卓越绩效评价准则》国家标准的目的和意义第二节 卓越绩效评价准则及其实施指南国家标准的修订情况第三节 卓越绩效评价准则与TQM、GB/T 19000、GB/T 24001和GB/T 28001的关系第四节 《卓越绩效评价准则》的理论基础第五节 卓越绩效评价准则的基本理念第六节 卓越绩效评价准则的结构及其相互关系第七节 主要术语和概念第八节 组织概述第二章 领导第一节 理论综述第二节 理解与实施第三章 战略第一节 企业战略的内涵第二节 战略的制定第三节 战略实施第四节 理解与实施第四章 顾客与市场第一节 理论综述第二节 理解与实施第五章 资源第一节 人力资源管理理论综述第二节 其他资源相关的理论综述第三节 理解与实施——人力资源第四节 理解与实施——其他资源第六章 过程管理第一节 理论综述第二节 理解与实施第七章 测量、分析与改进第一节 理论综述第二节 理解与实施——测量、分析和评价第三节 理解与实施——改进和创新第八章 结果第一节 理论综述第二节 理解与实施第九章 卓越绩效评价方法第一节 评价要素第二节 评分指南第十章 卓越绩效模式的导入和实施第一节 卓越绩效模式导入路径第二节 组织自我评价与追求卓越第三节 以卓越绩效模式为框架的管理体系整合

章节摘录

2.战略导向 在复杂多变的竞争环境下,组织要有战略性思维,关注组织未来持续稳定的发展,让组织的利益相关方——顾客、员工、供应商以及股东、公众对组织建立长期信心。

组织应分析、预测影响组织发展的诸多因素,制定长期发展战略和目标,例如顾客的期望、新的商机和合作机会、员工的发展和聘用、新的顾客和市场细分、技术的发展和法规的变化、社区和社会的期望、竞争对手的战略等,战略目标和资源配置需要适应这些影响因素的变化。

战略要通过长期规划和短期计划进行部署,以保证战略目标的实现。

组织的战略要与员工和关键供应商沟通,使员工和关键供应商与组织同步发展。

组织的持续发展还需要实施有效的领导层继任策划,创造创新机会,预测应承担的社会责任。

3.顾客驱动 组织要树立顾客导向的经营理念,认识到质量和绩效是由组织的顾客来评价和决定的。

组织必须考虑产品和服务如何为顾客创造价值,达到顾客满意和顾客忠诚,并由此提高组织绩效。

组织既要关注现有顾客的需求,还要预测未来顾客期望和潜在顾客;顾客驱动要体现在组织运作的全过程,因为很多因素都会影响到顾客感知的价值和满意;包括组织要与顾客建立良好的关系,以增强顾客对组织的信任、信心和忠诚;在预防缺陷和差错产生的同时,要重视快速、热情、有效地解决顾客的投诉和报怨,留住顾客并驱动改进;在满足顾客基本要求基础上,要努力掌握新技术和竞争对手的发展,为顾客提供个性化、差异化的产品和服务;对顾客需求变化和满意度保持敏感性,做出快速、灵活的反应。

4.社会责任 组织应注重对社会所负有的公共责任,并履行好公民义务。

领导应成为组织的表率,在组织的经营过程中,以及在组织提供的产品和服务的生命周期内,要恪守商业道德,保护公众健康、安全和环境,注重节约资源。

组织不应仅满足于达到国家和地方法律法规的要求,还应寻求更进一步的改进机会。

要有发生问题时的应对方案,能做出准确、快速的反应,保护公众安全,提供所需的信息与支持。

组织应严格遵守道德规范,建立组织内外部有效的监管体系。

履行公民义务是指组织在资源许可的条件下,对社区公益事业的积极参与和支持。

公益事业包括改善社区内的教育和保健、美化环境、社区服务、改善商业道德和分享非专利性信息等。

组织对于社会责任的管理应采用适当的绩效测量指标,并明确领导的责任。

5.以人为本 组织的成功越来越取决于全体员工及合作伙伴不断增长的知识、技能、创造力和工作动机。

组织要让顾客满意,首先要让创造商品和提供服务的员工满意。

重视员工意味着确保员工的满意、发展和权益。

为此组织应关注员工工作和生活的需要,创造公平竞争的环境,对优秀者给予奖励;为员工提供学习和交流的机会,促进员工发展与进步;营造一个鼓励员工承担风险和创新的创新环境。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>