

- جدول ۱-۲: ویژگی‌های مدیریت کیفیت جامع -

- ۱- **توجه بیش از حد به مشتری:** مقصود از مشتری نه تنها افراد خارج از سازمان، یعنی کسانی است که محصولات یا خدمات سازمان را می‌خرند، بلکه مشتریان داخلی، مثل کارکنان واحد پرداخت و حمل و نقل را نیز که به افراد و گروه‌های دیگر در سازمان خدماتی ارائه می‌کنند، در بر می‌گیرد.
- ۲- **توجه به بهبود مداوم:** مدیریت کیفیت جامع تعهدی است که بر ارضای دائمی مبتنی است. در این روند از فعالیت، عبارت «بسیار خوب» به حد کافی خوب نیست و کیفیت باید به صورت دائم بهبود یابد.
- ۳- **بهبود کیفیت همه کارهایی که سازمان انجام می‌دهد:** عبارت مدیریت کیفیت جامع در برگیرنده تعریفی گسترده از کیفیت است. نه تنها به محصول نهایی توجه می‌کند، بلکه شیوه مربوط به تحویل کالا را نیز شامل می‌گردد. سرعتی که به شکایت‌ها رسیدگی می‌کند و حتی شیوه صحبت کردن و رعایت ادب در تلفن و این قبیل کارها نیز مورد توجه است.
- ۴- **سنجش یا محاسبه دقیق:** در مدیریت کیفیت جامع برای سنجش یا اندازه‌گیری متغیرهای آماری را با استانداردها مقایسه می‌کنند تا به وجود مسئله پی ببرند، سپس مسئله‌ها را ریشه‌یابی می‌کنند و می‌کوشند تا ریشه آن‌ها را بخشکانند.
- ۵- **دادن اختیارات به کارکنان:** در مدیریت کیفیت جامع افراد همواره در صدد بهبود فرایندها هستند، به صورت فزاینده‌ای از تیم استفاده می‌شود و برای شناسایی مسائل و حل آن‌ها به افراد اختیارات زیادی داده می‌شود.