

<<服务业的品管圈活动>>

图书基本信息

书名：<<服务业的品管圈活动>>

13位ISBN编号：9787309069068

10位ISBN编号：7309069064

出版时间：2009-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：叶斯水，王德雄 著

页数：268

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>

## <<服务业的品管圈活动>>

### 前言

笔者第一本书是《课组长》，后来陆续出版了《21世纪的品管圈活动》、《看漫画学管理》等，均获得了读者们热烈的回响，其中，很多是这样讲的——“您的书简单扼要，举例贴切，还配了故事及漫画，一看就懂，容易提升对管理概念的认知及兴趣.....”这使我兴奋不已。

笔者早年在台湾几个大型企业服务，主管全企业的品质管理。

由于对品质管理的热衷与兴趣，跟从台湾品管泰斗钟朝嵩教授（钟教授是日本石川馨博士最得意的留学生）进一步学习研究TQM、QCC。

数十年来，直到今日，仍然经常受到钟教授的教导，钟教授是笔者的恩师。

由于笔者天生喜爱漫画、说笑话，因此写书时就自然而然地将原本枯燥的管理概念以故事、漫画、生活化的方式呈现出来，可能就是读者喜爱的缘故吧！

笔者除了辅导制造业之TQM、QCC外，还辅导了金融银行业、证券业、信用合作社、行政机构、金石堂书店、通讯及邮政局、医院等服务业的QCC，辅导圈数不胜数。

## <<服务业的品管圈活动>>

### 内容概要

《服务业的品管圈活动》取名为《服务业的品管圈活动》，顾名思义，就是提供服务业提升服务品质的工具书。

所谓服务业，包罗万象，除了制造业之外，很多都可称之为服务业，如批发商、餐饮业、百货商场、金融保险、证券、信用合作社、仓储物流运输、通讯、邮局、医疗院所、旅游休闲、旅馆酒店、培训学校、书店、公共行政部、美容美发……都可说是属于服务业。

与制造业有形的产品相比，服务业的商品是无形的，其服务本身就是商品。

制造商品的过程中，我们可以通过检查、挑选来保证产品的品质。

而作为服务业来说，你为顾客提供服务活动的当下，顾客是否满意在那一刻已经立即被判定了，服务是无法事先检查或挑选的。

品管圈活动中，石川馨博士特别强调注重人性化管理，而服务业完全是“人”的管理。

品管圈活动就是尊重人性、全员参与改善的活动。

通过导正员工服务的观念（观念决定言行，言行决定结果），提高服务意识、品质意识、问题意识和改善意识，并改善员工的工作态度、敬业精神。

《服务业的品管圈活动》集作者二十余年辅导海峡两岸品管圈活动的经验，相信《服务业的品管圈活动》必定会为国内服务业的服务品质提升带来效益。

## <<服务业的品管圈活动>>

### 作者简介

叶斯水，健峰企业管理顾问公司、健峰管理技术研修中心、健峰管理技术培训学校创办人、财团法人先锋品质管制学术研究基金会董事长，从事企管顾问工作达20余年。

在企管顾问的专业领域中，其对3T（TQM、TPM、TPS）有深刻的研究与心得，其所创立的台湾健峰企管集团曾为4000余家台湾企业、3000余家大陆企业提供诊断、顾问、授课、教育训练、专题演讲、个案辅导等服务。

王德雄，先锋企业管理发展中心讲师、健峰企管高级顾问师，在工厂推动全公司品管及品管圈有二十余年经验。

曾辅导飞利浦、台塑公司、福特六和、统一企业、华为科技等制造业，以及台湾彰化银行、华南银行、北区（中区、南区）电信局、DHL、金石堂书店、力霸百货等百余家服务业之品管圈且绩效卓著。

于1987年赴新加坡生产力局教授辅导该国推行品管活动，并多次赴日本、韩国、新加坡、泰国参加国际品管圈会议，在会议中发表论文，深受国际品管学者之推崇与赞佩。

## &lt;&lt;服务业的品管圈活动&gt;&gt;

## 书籍目录

叶序王序1 前言2 品质管理的演进3 全面品质管理 (TQM) 4 TQM与品管圈活动5 服务业的品质管理6 服务的当然品质与魅力品质7 服务业的品管圈活动8 品管圈活动的基本概念9 品管圈活动的由来10 品管圈活动的精神、目的及成果11 品管圈活动的组织及章程12 品管圈的圈会及各项活动13 品管圈活动的体系14 圈的组成及登记15 改善历程法 (QCStory) 16 脑力激荡术 (Brain Storming) 17 品管圈与自动自发18 活动主题的选定及活动计划表19 现状掌握20 重点把握21 目标的设定22 要因分析23 对策提出24 对策的思考——创造性思考法25 对策的评估与试行26 效果确认27 成果检讨28 标准化29 反省与今后做法30 成果报告书31 品管圈活动的自我评价32 品管圈成果发表交流会33 常用QC统计手法34 查检表 (Check List) 35 层别法 (Stratification) 36 柏拉图 (Pareto) 37 80/20法则38 特性要因图 (Cause & Effect Diagram) 39 推移图 (Graph) 40 散布图 (Scatter Diagram) 41 直方图 (Histogram) 42 新QC七大手法43 系统图法 (Systematization Diagram) 44 矩阵图法 (Matrix Diagram) 45 关联图法 (Relation Diagram) 46 KJ法 (KJ Method) 47 PDPC法 (Process Decision Program Chart) 48 箭头图法 (Arrow Diagram) 49 课题达成型QCStory50 服务业QCC的问题点及解决之道51 不实施QCC, 是企业最大的浪费52 品质意识与QCC53 实施品管圈活动, 要有信心与决心54 实施品管圈活动, 要一步一个脚印55 实施品管圈活动, 踏实、落实最重要56 金融、银行业品管圈活动改善参考案例57 医疗院所QCC改善参考案例58 酒店服务业QCC改善参考案例参考资料附录

## <<服务业的品管圈活动>>

### 章节摘录

二、特性的明确 选出了主题后，必须明确其特性，所谓特性就是本期活动的目标到底要降低或提高什么？

该项目即为特性，如上例而言，“顾客不满”得最高分，则可以此作为主题，可写成：“如何降低顾客不满意度”，那么其特性就是“顾客不满意度”，即本期活动是要降低顾客不满意度。

当然，特性必须是能量化的，顾客不满意度如何计算，公式应明确。

当主题与特性明确后，必须先呈报辅导员、上级主管核准方可展开活动。

如果主管有不同意见时，必须多沟通、多讨论后决定之。

一般而言，当选出主题后，因尚未掌握数据，因此尚难决定目标值，此时可不必急着定目标，待现状掌握收集到数据后再定目标即可。

选题阶段应注意的事项：（1）一个圈在一期活动期间选定一个主题即可，不要想在同一期内同时解决数个不同性质的项目。

（2）主题最好由圈员们讨论决定，如有困难，可请辅导员协助，无论如何必须经主管同意才可展开活动。

（如属上级指示，由上而下的，就另当别论）

## <<服务业的品管圈活动>>

### 编辑推荐

提升服务品质，强化企业竞争力的有效兵捷径。

<<服务业的品管圈活动>>

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>