

۱۳۹۷



مدل (معیارها-زیرمعیارها و نکات راهنمای)

جایزه ملی کیفیت غذا





مدل جایزه ملی کیفیت غذا

معیارها، زیر معیارها و نکات راهنمای مدل جایزه ملی کیفیت غذا عیناً همان جایزه ملی کیفیت ایران است.

این مدل از دو حوزه اصلی توانمند سازها و نتایج تشکیل شده است. **توانمند سازها** مجموعه‌ای از برنامه‌ها، اقدامات رویکردها و سیستم‌هایی است که سازمان‌ها با منطقی روشن، مطابق با نیاز ذینفعان و با فرآیندهای گام‌به‌گام مشخص و هم‌سو با استراتژی‌های سازمان و سایر رویکردها، طرح‌ریزی و به شکل نظام‌مند در همه نواحی مرتبط جاری‌سازی نموده و به‌طور منظم اثربخشی و کارایی آن‌ها را ارزیابی و با استفاده از تحلیل نتایج راه‌حلی برای بهبود این رویکردها ارائه و این بهبودها را به شکل نوآورانه اجرا می‌کنند. مدل دارای ۴ معیار و ۱۷ زیر معیار و در بخش توانمند سازها و از سوی دیگر **نتایج** مجموعه‌ای از شاخص‌های برداشتی و عملکردی قابل‌اعتماد و صحیح است که نکات راهنمای مدل را پوشش داده و به شیوه‌ای مناسب بخش‌بندی شده‌اند و همچنین این شاخص‌ها دارای روند سه‌ساله مثبت و پایدار، مبتنی بر منطق روشنی هدف‌گذاری شده و اهداف تحقق‌یافته است. در بخش نتایج همچنین شرکت با الگوهای برتر خود را مقایسه کرده و رابطه علت و معلولی بین نتایج و توانمند سازها را درک می‌کند.

حوزه توانمند سازها

معیار ۱ رهبری و مدیریت

مدیران ارشد سازمان اطمینان حاصل می‌نمایند که نیازهای حال و آینده مشتریان و سایر ذینفعان شناسایی شده و بر اساس آن راهبرد سازمان تدوین و جاری می‌گردد. ارزش‌های سازمانی و سیستم‌های مدیریتی لازم برای ارتقاء ابعاد گوناگون کیفیت محصول را تعریف، اندازه‌گیری و بازنگری می‌نمایند. مدیریت ارشد دستیابی به کیفیت محصول و استمرار آن را از طریق اقدامات و رفتارهای خود شخصاً تسهیل و پشتیبانی می‌نمایند.

۱-۱- مدیریت ارشد تعهد خود را به فرهنگی مبتنی بر ارزش‌های سازمانی و اخلاق کسب‌وکار که در آن کیفیت محصول برجسته شده است، به‌طور آشکار نشان می‌دهد.

۱-۱-۱- مدیریت ارشد سازمان شخصاً در تدوین چشم‌انداز، مأموریت و راهبردها و در میان گذاشتن آن با کارکنان، در حوزه ارتقاء کیفیت محصول، مشارکت فعال دارد.

۱-۱-۲- مدیران ارشد با ایفای نقش الگو در ارزش‌های سازمانی و اخلاق کسب‌وکار، شفاف‌سازی نقش و پاسخگویی کارکنان در امور کیفیت، فرهنگ کیفیت را در سرتاسر سازمان توسعه می‌دهند.

۱-۱-۳- مدیران ارشد کارکنان را برای مشارکت در فعالیتهای ارتقاء کیفیت محصول توانمند می‌نمایند.

۱-۱-۴- مدیریت ارشد از تلاش‌های افراد و گروه‌ها در کلیه سطوح سازمان باهدف بهبود مستمر کیفیت محصول و فرایندهای کلیدی مؤثر بر آن به‌طور آشکار و به‌موقع پشتیبانی و قدردانی می‌نمایند.

۱-۲- مدیریت ارشد سیستم‌ها و فرایندهای کلیدی لازم برای تضمین و ارتقاء کیفیت محصول را توسعه و بهبود می‌دهد.

۱-۲-۱- سیستم‌های لازم برای تحقق راهبردهای تضمین و ارتقاء کیفیت محصول توسعه و بهبود می‌یابند.

۱-۲-۲- از ایجاد و به‌کارگیری فرایندهای اندازه‌گیری، بازنگری و بهبود دستاوردهای کلیدی محصول مبتنی بر اطلاعات واقعی و قابل‌اعتماد اطمینان حاصل می‌شود...

۱-۲-۳- فعالیتهای ارتقاء کیفیت محصول با به‌کارگیری یادگیری، خلاقیت و نوآوری شناسایی، طرح‌ریزی و اجرا می‌شوند

۱-۲-۴- مالکین فرایندهای مرتبط باکیفیت محصول و مسئولیت پاسخگویی، به‌طور شفاف تعیین می‌شوند.

۱-۳- راهبرد و خطمشی کیفیت سازمان مبتنی بر نیازها و انتظارات حال و آینده ذینفعان و محیط بیرونی هست.

۱-۳-۱- اطلاعات لازم برای درک و تعریف مزیت‌های رقابتی محصول در بازارهای هدف بالقوه در حال و آینده، گردآوری و تحلیل می‌شوند.

۱-۳-۲- نیازها و انتظارات حال و آینده ذینفعان، شامل مشتریان، سهامداران، کارکنان، تأمین‌کنندگان و شرکا، جامعه و محیط‌زیست شناسایی و پیش‌بینی می‌شوند.

۱-۳-۳- تغییرات و پیشرفت‌های بازار از جمله فعالیت رقبا، شناسایی، درک و پیش‌بینی می‌شوند.

۱-۳-۴- تغییرات بلندمدت و کوتاه‌مدت مربوط به مسائل اجتماعی، زیست‌محیطی، ایمنی و قانونی مرتبط تجزیه و تحلیل می‌شوند.

۱-۴- راهبردهای سازمان بر داده‌ها و اطلاعات حاصل از اندازه‌گیری عملکرد فرآیندهای کلیدی مرتبط با محصول استوار است.

۱-۴-۱- نتایج حاصل از عملکرد درون‌سازمانی شامل بررسی و اندازه‌گیری اثربخشی و کارایی فرآیندهای طراحی، تولید، تضمین و ارتقا کیفیت محصول تحلیل می‌شوند.

۱-۴-۲- به منظور شناخت و مقایسه نقاط قوت و حوزه‌های قابل بهبود، عملکرد و نتایج فرآیندهای کلیدی مرتبط با کیفیت با الگوی های مرتبط و مناسب بهینه‌سازی می‌شوند.

۱-۴-۳- داده‌ها و اطلاعات به منظور تعیین تأثیر فناوری‌ها و الگوهای کسب‌وکار و روش‌های جدید کاری بر عملکرد محصول تحلیل شده و ریسک‌های مرتبط با آن‌ها شناسایی و مدیریت می‌شوند.

۱-۴-۴- عوامل کلیدی موفقیت در حوزه کیفیت شناسایی و مدیریت می‌شوند.

۱-۵- راهبردهای ارتقاء کیفیت محصول تدوین شده و در فرآیندهای کلیدی جاری می‌شوند.

۱-۵-۱- همسو با راهبردهای کلان سازمان، راهبردهای مشخصی برای ارتقاء کیفیت محصول تدوین، بازنگری و به‌روزرسانی می‌شوند.

۱-۵-۲- راهبردهای مرتبط با ارتقاء کیفیت محصول در چارچوب فرآیندهای کلیدی جاری‌سازی می‌شود.

۱-۵-۳- راهبردها و اهداف مرتبط با کیفیت با استفاده از سازوکار ارتباطی مشخصی به ذینفعان اطلاع‌رسانی می‌شود.

معیار ۲ فرآیندها

سازمان‌های موفق فرآیندها و محصولات خود را مبتنی بر خواسته‌ها و انتظارات ذینفعان به نحوی طراحی و مدیریت نموده و بهبود می‌بخشند که رضایت مشتریان و سایر ذینفعان را جلب و برای آن‌ها ارزش ایجاد نمایند.

۱-۲- فرآیندهای طراحی، تکوین و تحقق محصول و ارائه خدمات مدیریت می‌شوند و بهبود می‌یابند.

۱-۱-۲- از تحقیقات بازار و نظرسنجی از مشتریان و سایر اشکال بازخورد برای تعیین نیازها و انتظارات فعلی و آتی مشتریان به منظور نوآوری، بهینه‌سازی و ارتقاء کیفیت محصول استفاده می‌شود.

۲-۱-۲- محصولات جدید برای بازارهای تثبیت‌شده فعلی و دستیابی به بازارهای دیگر توسعه می‌یابند.

- ۳-۱-۲- محصولات جدید با همراهی مشتریان و تأمین کنندگان به منظور ایجاد ارزش افزوده برای مشتریان طراحی شده و توسعه می یابند.
- ۴-۱-۲- محصولات جدید با همراهی مشتریان، تأمین کنندگان و کارکنان به منظور ایجاد ارزش برای مشتریان و سایر ذینفعان طراحی شده و توسعه می یابند.
- ۵-۱-۲- پیامدهای زیست محیطی و ایمنی، اجتماعی، اقتصادی و قانونی در فرآیند طراحی و بهینه سازی محصولات مورد توجه قرار گرفته و ریسک های جنبه های مرتبط شناسایی و مدیریت می شوند.

۲-۲- خلاقیت و نوآوری برای ارتقاء سیستم مدیریت کیفیت، مدیریت و تقویت می شود.

- ۱-۲-۲- از وجود مسئولیت های روشن در مورد خلاقیت و نوآوری در محصول، فرایندها، پروژه ها و برنامه ها اطمینان حاصل می شود.
- ۲-۲-۲- فرایندهای خلاقیت و نوآوری به طور نظام مند هدایت و مدیریت می شوند.
- ۳-۲-۲- برای حمایت از خلاقیت و نوآوری روش ها و سیستم های مدیریتی وجود دارد.
- ۴-۲-۲- از ترازبایی (به کاوی) برای نوآوری محصول و فرایندها از طریق بازنگری و مقایسه با بهترین ها استفاده می شود.
- ۵-۲-۲- ابلت فرایندهای تأثیرگذار بر کیفیت محصول برای دستیابی به اهداف راهبردی بهبود داده می شوند.

۳-۲- تولید، تحویل، پشتیبانی و چرخه عمر محصول، مدیریت می شود.

- ۱-۳-۲- نظام های مرتبط با تضمین و ارتقاء کیفیت محصول همسو با خواسته ها و انتظارات ذینفعان مدیریت می شود.
- ۲-۳-۲- محصولات برای برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان و الزامات کیفیتی و فراتر از آن، تولید، تحویل و پشتیبانی می شوند.
- ۳-۳-۲- الزامات اجتماعی، زیست محیطی و ایمنی در سرتاسر چرخه عمر محصول مدیریت می گردد.
- ۴-۳-۲- شایستگی کارکنان، قابلیت تجهیزات و ابزار، فرایندها و اطلاعات مورد نیاز برای ارائه محصول باکیفیت به مشتریان، شناسایی و ایجاد می گردد.

۴-۲- فرایندهای روابط با مشتری، مدیریت و تقویت می شوند.

- ۱-۴-۲- نیازها و انتظارات روزمره و بلندمدت گروه های مختلف مشتریان مرتبط باکیفیت محصول شناسایی، تحلیل و پاسخ داده می شوند.
- ۲-۴-۲- به بازخورد حاصل از تماس های روزمره با مشتری (از جمله شکایات)، رسیدگی شده و از طریق کانال های ارتباطی تعامل فعال دارند.
- ۳-۴-۲- به منظور اندازه گیری برداشت و تجربه مشتریان و ارتقاء سطح رضایت مشتریان از نظر سنجی های منظم و سایر اشکال بازخورد استفاده می شود.
- ۳-۴-۲- به مشتریان راهنمایی ها و آگاهی های لازم درباره استفاده مسئولانه از محصول ارائه می شود.

معیار ۳ منابع

سازمان‌های موفق، شراکت‌ها، تأمین‌کنندگان و منابع درونی را برای حمایت از راهبردهای کیفیت محصول و عملکرد مؤثر فرآیندهای ذی ربط، طرح‌ریزی و مدیریت می‌کنند.

۱-۳- شراکت‌ها و تأمین‌کنندگان در جهت ایجاد ارزش‌افزوده برای مشتریان و ارتقا کیفیت محصول مدیریت می‌شوند.

۱-۱-۳- قابلیت‌های کلیدی شراکت‌ها و تأمین‌کنندگان و فرصت‌های تقویت و توسعه متقابل شراکت‌ها، در راستای راهبردهای سازمان، شناسایی و مدیریت می‌شود.

۲-۱-۳- شراکت‌ها و تأمین‌کنندگان در فرآیندهای توسعه کیفیت محصول مشارکت داده می‌شوند.

۳-۱-۳- در همکاری متقابل به‌منظور بهبود فرآیندها و افزودن ارزش به زنجیره تأمین/مشتری هم‌افزایی وجود دارد.

۴-۱-۳- سازوکارهای ارزیابی و گزارش دهی از عملکرد شراکت‌ها و تأمین‌کنندگان استقرار یافته است.

۲-۳- منابع مالی جهت ارتقا کیفیت محصول مدیریت می‌شوند.

۱-۲-۳- راهبردها و فرایندهای مالی به‌منظور تأمین، تخصیص و استفاده بهینه منابع مالی جهت بهبود کیفیت محصول ایجاد، اجرا و توسعه می‌یابند.

۲-۲-۳- ز سازوکارهای مالی برای حصول اطمینان از کار آبی و اثربخشی سیستم مدیریت کیفیت محصول استفاده می‌شود.

۳-۲-۳- مخاطرات مالی مؤثر بر سیستم مدیریت کیفیت شناسایی و مدیریت می‌شوند.

۴-۲-۳- به‌منظور بهبود مستمر از اطلاعات مالی استفاده می‌شود.

۳-۳- زیرساخت‌ها از جمله (ساختمان‌ها، تجهیزات، ابزار، مواد، انرژی و محیط کار) جهت ایجاد ارزش‌افزوده برای مشتریان و ارتقا کیفیت محصول مدیریت می‌شوند.

۱-۳-۳- ساختمان‌ها، تجهیزات، مواد، انرژی و محیط کار در راستای راهبردهای سازمان برنامه‌ریزی و مدیریت می‌شوند.

۲-۳-۳- مخاطرات مربوط به ساختمان‌ها، تجهیزات و مواد مؤثر بر محیط کار و کیفیت محصول مدیریت می‌شوند.

۳-۳-۳- مواد اولیه و محصولات میانی و نهایی در زمینه بهینه‌سازی موجودی‌ها، مصرف انرژی، کاهش اتلاف‌ها و بازیافت ضایعات اندازه‌گیری، پایش و مدیریت می‌شوند.

۴-۳-۳- پیامدهای عملیات بر سلامت عمومی، ایمنی و محیط‌زیست و آثار مخرب آن بر ذی‌نفعان اندازه‌گیری، پایش و مدیریت می‌شوند.

۴-۳- فن‌آوری در جهت ارتقا کیفیت محصول و منافع ذی‌نفعان مدیریت می‌شود.

۱-۴-۳- راهبردهای مدیریت فن‌آوری به‌منظور تقویت فرایندهای مرتبط با کیفیت محصول تعریف و توسعه می‌یابد.

۲-۴-۳- فن‌آوری‌های مختلف با توجه به راهبردهای ارتقاء کیفیت محصول شناسایی، ارزیابی، انتخاب، اکتساب، بهره‌برداری و از رده خارج می‌شوند.

۳-۴-۳- فن آوری اطلاعات و ارتباطات به منظور ارتقاء کیفیت محصول مدیریت می‌شود.

۳-۴-۴- امکانات بالقوه و تأثیر فن آوری‌های جدید در کیفیت محصول شناسایی و پیش‌بینی می‌شود.

۳-۵- یادگیری سازمانی و دانش گروهی و فردی در مسیر ارتقا کیفیت محصول مدیریت می‌شوند.

۳-۵-۱- در راستای خطمشی و راهبرد ارتقا کیفیت محصول راهبرد و سازوکارهای لازم برای جمع‌آوری، ساختاردهی و مدیریت داده‌ها، اطلاعات و دانش، ایجاد و توسعه می‌یابند.

۳-۵-۲- داده‌ها، اطلاعات و دانش مؤثر بر کیفیت محصول شناسایی، دسته‌بندی، صحت‌گذاری، تحلیل و مدیریت شده و به منظور تصمیم‌گیری مؤثر و به‌موقع در حوزه مدیریت کیفیت محصول استفاده می‌شود.

۳-۵-۳- درستی، محرمانه بودن، در دسترس بودن، امنیت و یکپارچگی داده‌ها و اطلاعات مدیریت شده و بهبود می‌یابند.

۳-۵-۴- در جهت اکتساب، به اشتراک‌گذاری و استفاده مؤثر از دانش در جهت ارتقا کیفیت محصول در سطح فردی و گروهی تلاش می‌شود.

معیار ۴ کارکنان

سازمان‌های موفق استعدادهای کارکنان خود را در سطح فردی، گروهی و سازمانی به‌طور کامل به کار گرفته و مدیریت می‌کنند و آنان را در راستای ارتقاء کیفیت محصول، ترغیب و تشویق کرده و توانمند ساخته و اقدامات لازم را جهت افزایش انگیزه و مشارکت آن‌ها در بهبود کیفیت محصول به عمل می‌آورند.

۴-۱- قابلیت‌های کارکنان برای ارتقاء کیفیت محصول شناسایی شده، توسعه یافته و حفظ می‌شود.

۴-۱-۱- فرآیندهای جذب، به‌کارگیری، جابجایی و طرح‌ریزی شغلی کارکنان در جهت ارتقاء کیفیت محصول هم سو با راهبردهای سازمان مدیریت می‌شود.

۴-۱-۲- برنامه‌های آموزشی و توسعه منابع انسانی برای حصول اطمینان از اینکه کارکنان شایستگی‌های لازم برای ارتقاء کیفیت محصول را دارند، مدیریت می‌شوند.

۴-۱-۳- اثربخشی کلیه برنامه‌های آموزشی و توسعه منابع انسانی، در راستای راهبردها و فرآیندهای ارتقاء کیفیت محصول، ارزیابی شده و بهبود می‌یابد.

۴-۱-۴- از اینکه کارکنان خطمشی و راهبردهای کیفیت سازمان را درک می‌کنند و می‌توانند نقش خود را در آن‌ها دریابند اطمینان حاصل می‌شود.

۴-۱-۵- اهداف فردی و گروهی کارکنان هم سو با اهداف کیفیتی سازمان تعیین و از آن‌ها برای بهبود عملکرد خود در فعالیت‌های مربوط به کیفیت محصول حمایت می‌شود.

۴-۱-۶- از نظرسنجی‌ها و سایر روش‌های دریافت بازخورد از کارکنان، برای مدیریت کیفیت محصول استفاده می‌شود.

۴-۲- کارکنان در جهت ارتقاء کیفیت محصول مشارکت کرده و به آنان اختیارات و مسئولیت‌های لازم داده می‌شود.

۴-۲-۱- سازوکارهای ارتباط دوسویه بین کارکنان و سازمان شناسایی و مدیریت می‌شوند.

۴-۲-۲- از کارگروهی برای بهبود و ارتقاء کیفیت محصول استفاده می‌شود.

۴-۲-۳- توانمندسازی کارکنان و گروه‌ها برای مشارکت در فعالیتهای بهبود کیفیت محصول مدیریت می‌شود.

۴-۲-۴- کارکنان، به‌صورت فردی و گروهی، برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعات مربوط به کیفیت محصول و انتقال یادگیری‌ها ترغیب

می‌شوند.

۴-۳- تلاش کارکنان برای بهبود کیفیت محصول حمایت، تشویق و قدردانی می‌شود.

۴-۳-۱- عملکرد کارکنان در راستای اهداف کیفیت محصول ارزیابی می‌شود.

۴-۳-۲- پاداش‌ها، مزایا و سایر امور رفاهی و استخدامی در جهت توان‌افزایی کارکنان در راستای راهبردهای سازمان مدیریت می‌شوند.

۴-۳-۳- نظام مراقبت، حمایت، تشویق و تقدیر کارکنان در راستای اهداف کیفیت مدیریت می‌شوند.

۴-۳-۴- محیط سالم و ایمن برای کارکنان به‌منظور ارتقاء کیفیت محصول ایجاد می‌شود.

حوزه نتایج

معیار ۵ - نتایج مشتریان و مصرف کنندگان

سازمان‌های موفق به‌طور مستمر نتایج فعالیت‌های خود را در ارتباط با مشتریان و مصرف‌کنندگان اندازه‌گیری و به نتایج برجسته‌ای دست می‌یابند.

۵-۱- شاخص‌های برداشتی

این شاخص‌ها با توجه به نظرسنجی‌های مشتری، گروه‌های نمونه، رتبه‌بندی فروشندگان، تقدیرها و شکایات به دست می‌آیند. با توجه به ماهیت سازمان نمونه‌هایی از این شاخص‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

تصویر سازمان:

فروش و پشتیبانی پس از فروش:

- | | |
|--------------------|---|
| • قابلیت دسترسی؛ | • توانایی‌ها و رفتار کارکنان؛ |
| • ارتباطات؛ | • توصیه و پشتیبانی؛ |
| • شفافیت؛ | • متون و مستندات فنی تهیه‌شده برای مشتری؛ |
| • انعطاف‌پذیری؛ | • رسیدگی به شکایات؛ |
| • رفتار آینده‌نگر؛ | • آموزش به کارگیری محصول؛ |
| • پاسخ‌گویی؛ | • زمان پاسخگویی؛ |
| | • پشتیبانی فنی؛ |
| | • تدارک ضمانت و تضمین. |

محصولات و خدمات:

وفاداری:

- | | |
|-----------------------------|--|
| • کیفیت؛ | • تصمیم به خرید مجدد؛ |
| • ارزش؛ | • تمایل به خرید سایر محصولات و خدمات سازمان؛ |
| • قابلیت اطمینان؛ | • تمایل به معرفی و توصیه سازمان به دیگران. |
| • رسیدگی به شکایات؛ | |
| • نوآوری در طراحی؛ | |
| • تحویل؛ | |
| • جنبه‌های زیست‌محیطی؛ | |
| • ارائه ضمانت‌ها و گارانتی. | |

۵-۲- شاخص‌های عملکردی

این‌ها شاخص‌های درون‌سازمانی هستند که سازمان از آن‌ها برای پایش، شناخت، پیش‌بینی و بهبود عملکرد سازمان و پیش‌بینی برداشت‌های مشتریان بیرونی استفاده می‌کند. با توجه به ماهیت سازمان نمونه‌هایی از این شاخص‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

تصویر سازمان:

محصولات و خدمات:

- تعداد تقدیرنامه‌های مشتریان و نامزدی برای جوایز؛
- پوشش رسانه‌ای.
- رقابت‌پذیری؛
- نرخ عیوب، خطا و مرجوعی؛
- تأییدیه‌ها و نشان‌های زیست‌محیطی؛
- تدارک ضمانت و گارانتی؛
- شکایات؛
- شاخص‌های لجستیکی؛
- چرخه عمر محصول؛
- نوآوری در طراحی؛
- زمان ارائه محصول به بازار.

فروش و پشتیبانی پس از فروش:

وفاداری:

- آموزش‌های مرتبط؛
- رسیدگی به شکایات؛
- نرخ پاسخ‌گویی؛
- طول مدت ارتباط؛
- توصیه‌های مؤثر؛
- تناوب/ ارزش سفارش‌ها؛
- ارزش طول مدت ارتباط؛
- تعداد شکایات و قدردانی‌ها
- کسب و کارهای جدید و یا از دست‌رفته؛
- نگهداری مشتری.

معیار ۶- نتایج محیط‌زیست و جامعه

سازمان‌های موفق به‌طور مستمر نتایج و آثار فرآیندها و محصولات خود را بر جامعه و محیط‌زیست اندازه‌گیری و به نتایج برجسته‌ای دست می‌یابند.

۶-۱- شاخص‌های برداشتی

این‌ها شاخص‌های برداشتی جامعه از سازمان هستند (که برای مثال، از نظرسنجی‌ها، گزارش‌ها، مقالات مطبوعاتی، جلسات عمومی، نمایندگان مردم و مقامات دولتی به دست می‌آیند). سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد به‌طور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.

با توجه به ماهیت سازمان نمونه‌هایی از این شاخص‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

وجه سازمان:

گزارش فعالیت‌های کمک به حفظ و پایداری منابع:

- تمایل به پاسخ‌دهی به انتظارات
- تأثیر روش‌های حمل‌ونقل بر جامعه؛
- زیست‌محیطی و جامعه به‌عنوان یک
- تأثیرات بوم‌شناختی؛
- عضو جامعه.
- کاهش ضایعات و بسته‌بندی؛
- جایگزینی مواد اولیه یا ورودی‌های دیگر؛
- نحوه استفاده از خدمات عمومی مانند گاز، آب، برق؛
- مدیریت بازیافت

عملکرد اجتماعی:

کاهش و جلوگیری از آسیب‌های زیست‌محیطی طی چرخه عمر محصولات و خدمات سازمان:

- جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مربوط به جامعه و محیط‌زیست؛
- تأثیر بر اقتصاد و محیط‌زیست محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی؛
- رفتار اخلاقی.
- ریسک‌های بهداشتی و حوادث؛
- صدا و بو؛
- مخاطرات (ایمنی)؛
- آلودگی و انتشار مواد سمی؛
- تحلیل مخاطرات در زنجیره تأمین؛
- ارزش‌یابی عملکرد زیست‌محیطی و چرخه عمر؛

مشارکت در جامعه‌ای که سازمان در آن فعالیت

می‌کند:

- مشارکت در فعالیت‌های زیست‌محیطی؛
- مشارکت در نهادهای اجتماعی؛
- حمایت از فعالیت‌های فرهنگی و ورزشی؛
- فعالیت‌های داوطلبانه و بشردوستانه.

۶-۲- شاخص‌های عملکردی

این‌ها شاخص‌های درون‌سازمانی هستند که توسط سازمان برای پایش، شناخت، پیش‌بینی و بهبود عملکرد آن و پیش‌بینی برداشت‌های جامعه و محیط‌زیست به کار می‌روند. سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد به‌طور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.

با توجه به ماهیت سازمان نمونه‌هایی از این شاخص‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

تمجیدها و جوایز دریافت شده:

- تبادل اطلاعات در رابطه با روش‌های مناسب در مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی، از طریق ممیزی و گزارش به جامعه؛
- میزان رسیدگی به انتظارات زیست‌محیطی و جامعه.

میزان توجه و تأکید بر:

- گواهی‌ها؛
- مجوزها؛
- واردات/صادرات؛
- مالیات؛
- اشتغال.

معیار ۷- نتایج عملکردی

سازمان‌های موفق نتایج عملکردی و نتایج منابع انسانی خود را با توجه به بهبود کیفیت محصول و منافع ذینفعان اندازه‌گیری و به نتایج برجسته دست می‌یابند. سازمان باید مواردی را که در حوزه کیفیت محصول انتظار دارد به‌طور شفاف و روشن در راهبردهای کیفیت محصول بیان کند.

۷-۱- نتایج مالی

با توجه به ماهیت سازمان نمونه‌هایی از این شاخص‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

سودآوری حاصل از محصول:

- سود ناخالص؛
- درآمد هر سهم
- درآمد قبل از کسر بهره و مالیات
- درآمد نهایی.
- و غیره

داده‌های مرتبط با بازار و داده‌های کلی:

- فروش؛
- سهم بازار؛
- و غیره.

اطلاعات دارایی‌ها و سرمایه‌گذاری‌های مرتبط با محصول: عملکرد از نظر بودجه‌بندی محصول:

- عملکرد در برابر بودجه سازمان یا واحد
- ارزش افزوده.

- بازده سرمایه سرمایه‌گذاری شده؛
- بازده دارایی‌های خالص؛
- بازده سرمایه به‌کاررفته؛
- و غیره.

۷-۲- نتایج غیرمالی

با توجه به ماهیت سازمان نمونه‌هایی از این شاخص‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

فن‌آوری:

- نرخ نوآوری؛
- ارزش مالکیت فکری؛
- حق امتیازها،
- حق تألیف.

ساختمان‌ها، تجهیزات و مواد:

- میزان معایب؛
- گردش موجودی؛
- بهره‌برداری.

اطلاعات و دانش:

- قابلیت دسترسی؛
- درستی؛
- ارزش سرمایه‌های فکری.

۳-۷- شاخص‌های برداشتی نتایج کارکنان

این‌ها شاخص‌های برداشتی کارکنان از سازمان هستند (برای مثال از طریق نظرسنجی‌ها، گروه‌های متمرکز، مصاحبه و ارزیابی‌های نظام‌مند، به دست می‌آیند.)

ایجاد انگیزه:

رضایت:

- آموزش و توسعه توانمندی کارکنان؛
- ارتباطات و اطلاع‌رسانی؛
- قدرت و اختیار دادن؛
- فرصت‌های برابر؛
- مشارکت؛
- رهبری؛
- فرصت برای یادگیری و موفقیت؛
- تأیید و قدردانی؛
- تنظیم و ارزیابی اهداف؛
- ارزش‌ها، مأموریت، بینش، خط مشی و راهبرد
- ارتقا کیفیت محصول.
- مدیریت کیفیت محصول در سازمان
- شرایط استخدامی؛
- تسهیلات و خدمات؛
- شرایط بهداشت و ایمنی؛
- امنیت شغلی؛
- حقوق و مزایا؛
- روابط هم‌ترازان؛
- مدیریت تغییر در جهت ارتقا کیفیت محصول؛
- تأثیرات زیست محیطی سازمان؛
- نقش سازمان در جامعه؛
- محیط کار.

۴-۷- شاخص‌های عملکردی مرتبط با نتایج کارکنان

این‌ها شاخص‌های برداشتی کارکنان از سازمان هستند (برای مثال از طریق نظرسنجی‌ها، گروه‌های متمرکز، مصاحبه و ارزیابی‌های نظام‌مند، به دست می‌آیند.)

دستاوردها:

رضایت:

- قابلیت‌های موردنیاز در برابر قابلیت‌های موجود؛
- بهره‌وری؛
- میزان موفقیت آموزش و توسعه برای تحقق اهداف؛
- جوایز و قدردانی از سوی عوامل خارج از سازمان.
- مشارکت در گروه‌های بهبود؛
- مشارکت در طرح پیشنهادها؛
- سطح آموزش و توسعه؛
- مزایای قابل‌اندازه‌گیری کار گروهی؛
- قدردانی از افراد و گروه‌ها؛
- میزان پاسخ در برابر نظرسنجی‌های کارکنان.
- سطح غیبت و بیماری؛
- سطح حوادث؛
- اعتراض و شکایت‌ها؛
- روندهای استخدامی؛
- نقل‌وانتقال و وفاداری کارکنان؛
- استفاده از تسهیلات و مزایای سازمان.
- خدمات ارائه‌شده به کارکنان سازمان:
- دقت و درستی اداره کارکنان؛
- اثربخشی ارتباطات و اطلاع‌رسانی؛
- سرعت پاسخ به پرسش‌ها؛
- ارزشیابی آموزش.

ایجاد انگیزه و مشارکت: