

عنوان مقاله:

اولویت بندی عوامل داخلی و خارجی موثر بر استراتژی کیفیت

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سیدمحمد اعرابی - دکترای مدیریت بازرگانی استاد دانشگاه علامه طباطبائی

رکسانا نظری پویا - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

لیلا اسماعیلی - کارشناس پژوهشگری علوم اجتماعی

خلاصه مقاله:

در حالیکه پویایی بازارهای جهانی و لزوم توجه به چالشهای عصر حاضر مدیریت استراتژیک کیفیت را الزامی ساخته است و علیرغم توجه و تمرکز بسیاری بر کیفیت در ادبیات مدیریت توجه استراتژیک به مدیریت کیفیت مورد غفلت واقع شده و تنها در چند سال اخیر مباحث مدیریت استراتژیک کیفیت مطرح گردیده است در این تحقیق هدف اصلی شناسایی عوامل موثر بر تعیین استراتژی های کیفیت مورد کاوی شرکت ایران خودرو است به منظور سنجش عوامل داخلی و خارجی موثر بر استراتژی کیفیت از روش پیمایش استفاده شد. پرسشنامه ای ماتریسی با 66 متغیر و 7 مولفه طراحی گردیده که در سه محور میزان تحت کنترل بودن نماینده میزان داخلی یا خارجی بودن مشخصه اهمیت و توجه مدیران سازمان مورد پرسش قرار گرفت و روایی و اعتبار آن اثبات شد. جامعه تحقیق 3200 نفر کارکنان مرتبط با فرایندکیفیت در شرکت ایران خودرو بودند که با روش کوکران 107 نفر به عنوان جمعیت نمونه با روش تصادفی ساده انتخاب شدند نتایج با استفاده از نرم افزار LISRED,SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و متغیرها با روش تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی به دو بخش داخلی و خارجی تقسیم شده و براساس میزان داخلی یا خارجی بودن طبقه بندی و اولویت بندی شدند و میزان تاثیر آنها بر استراتژی کیفیت مشخص شد تا از نتایج این تحقیق در بازنگری استراتژیهای کیفیت شرکت ایران خودرو استفاده شود.

کلمات کلیدی:

استراتژی کیفیت، توجه به داخل سازمان، توجه به خارج سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/103000>

