

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و توسعه محصولات جدید

محل انتشار:

دوماهنامه نخبگان علوم و مهندسی، دوره 4، شماره 6 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مجید فتاحی - دکتری و استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

محمود ملکی ویر - دانشجوی دکتری رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

خلاصه مقاله:

دهه اخیر شاهد گسترش استفاده از مدیریت کیفیت جامع (TQM) می باشد که هم در موسسات خصوصی و هم در موسسات غیر خصوصی آزموده و به مرحله عمل کشیده شده است. رقابت شدید در بازار موسسات تولیدی باعث شده است تا شرکت ها بتوانند مزیت رقابتی خود را در فرایند ها و عملکرد های تولیدی خود حفظ نمایند. اینطور گفته می شود که به کارگیری اجزای مدیریت کیفیت جامع باعث ایجاد سینرژی مثبت در فرایند توسعه محصول جدید می شود. این مقاله رابطه اجزای مدیریت کیفیت جامع (TQM) و توسعه محصولات جدید را مورد آزمون قرار می دهد. در این مطالعه پاسخ های برگرفته از پرسشنامه های تکمیل شده توسط ۲۰۰ مدیر ارشد و میانی از ۱۰ شرکت ایرانی با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شده است نتایج بدست آمده نشان می دهد اجزای مدیریت کیفیت جامع شامل رهبری، مدیریت کارکنان، مدیریت فرایند و تمرکز بر مشتریان با توسعه محصول جدید رابطه دارند.

کلمات کلیدی:

مدیریت جامع کیفیت، توسعه محصولات جدید، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1142569>

