

عنوان مقاله:

شناسائی و اولویت بندی عوامل کلیدی موفقیت در مدیریت کیفیت فراگیر بر اساس ابعاد نوآوری خدمات در سطح ارتباط با مشتری

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سیدحمیدرضا صادقیان - گروه مهندسی صنایع، واحد لنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

ابوالفضل طهماسبی - کارشناس ارشد، گروه مهندسی صنایع، واحد لنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

مدیریت کیفیت فراگیر سیستمی است که در آن مدیریت با مشارکت کارکنان، مشتریان و تامین کنندگان به بهبود مستمر کیفیت در جهت جلب رضایت مشتری می پردازد. در این نظام هدف از نوآوری در خدمات ارائه خدمت جدید یا بهبود و اصلاح خدمات موجود است به نحوی که منافعی برای سازمان توسعه دهنده آن فراهم نماید. نوآوری در ارائه خدمات شامل استفاده از روشها و ابزارهای پیشرفته است که باعث بهبود و تسریع در ارائه خدمات شده و رضایت و خشنودی مشتریان یا ارباب رجوعان را به همراه داشته باشد. در این مقاله با شناسائی ابعاد کلیدی موفقیت در مدیریت کیفیت فراگیر و نوآوری خدمات، این ابعاد مورد بررسی قرار گرفته و اولویت بندی شده و نیز با استفاده از ماتریس اهمیت - عملکرد تحلیل شده است. نتیجه حاصل از اولویت بندی با استفاده از روش تاپسیس فازی نشان می دهد که تعهد مدیریت ارشد، مدیریت فرآیندها و مدیریت کیفیت به عنوان کلیدی ترین ابعاد موفقیت در مدیریت کیفیت فراگیر و نوآوری خدمات در شرکت ساخت تجهیزات سپاهان می باشند. همچنین تحلیل ماتریس اهمیت عملکرد بیان می نماید که هیچ متغیری در ناحیه ضعف اصلی قرار نداشته و در ناحیه قوت اصلی متغیرهای تعهد مدیریت ارشد و مدیریت فرآیندها قرار گرفته اند.

کلمات کلیدی:

نوآوری خدمات، مدیریت کیفیت فراگیر، کیفیت خدمات، سطح ارتباط با مشتری، تحلیل اهمیت-عملکرد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1507411>

