

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر اجرای مدیریت کیفیت جامع و تاثیر آن بر جذب مشتری (مطالعه موردی در شرکت راه آهن تهران)

محل انتشار:

مجله مهندسی سیستم و بهره وری، دوره 3، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

معصومه علیوردیلو - دانشجوی ارشد دانشگاه ایوان کی

علی محمد احمدوند - استاد و هیات علمی دانشگاه ایوان کی

خلاصه مقاله:

امروزه اغلب سازمانها دریافته اند که برای بقای خود باید کیفیت را برای حضور شایسته در عرصه جهانی ارتقاء دهند. کلید حل این مشکل که همه سازمانها با آن دست به گریبانند، در مقوله مدیریت کیفیت جامع (TQM) خلاصه شده است. در واقع عصر امروز عصر مشتری گرایی و مخاطب محوری است و میزان موفقیت هر سازمان با میزان توجه آن به مشتری، خواسته های وی و کیفیت خدمات و محصولات رابطه مستقیم دارد. هدف از این پژوهش، بررسی عوامل موثر بر اجرای مدیریت کیفیت جامع و تاثیر آن بر جذب مشتری در شرکت راه آهن تهران می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی بوده و بصورت میدانی و کتابخانه ای انجام گرفته است. جامعه آماری مدیران و کارشناسان راه آهن تهران و با نمونه آماری که با استفاده از فرمول کوکران بدست آمده، ۳۵۲ نفر بوده است. برای جمع-آوری داده ها از دو پرسشنامه مدیریت کیفیت جامع و مشتری استفاده شده که با روش حداقل مربعات جزئی و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای spss و smart pls استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که در اجرای مدیریت کیفیت جامع، حمایت مدیران عالی و شناسایی و آموزش کارکنان بر جذب مشتری تاثیر معناداری ندارد. در عین حال، در اجرای مدیریت کیفیت جامع، عوامل فرهنگی، رضایت کارکنان و مشارکت کارکنان در تصمیم گیری بر جذب مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت جامع، عوامل موثر بر مدیریت کیفیت جامع، رضایت مشتری، جذب مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1877479>

