

عنوان مقاله:

تعیین ابعاد احترام به شهروندان، به عنوان مشتریان اصلی در شهرداری مشهد با رویکرد بهبود مستمر

محل انتشار:

کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

حسین امین التجار - کارشناس ارشد مدیریت دولتی

فتانه یاراحمدی - دکتری مدیریت بازاریابی استادیار دانشگاه ملایر

محمد سهرابی - مشاور پژوهشی معاونت مالی و اداری شهرداری

خلاصه مقاله:

شهرداری ها در کشور ما نهادهای محلی هستند که از نظر درآمدی متکی به مشتریان شان می باشند. عدم رضایت مندی شهروندان به عنوان مشتریان این نهاد باعث می گردد که علاوه بر کمبود منابع درآمدی، مشارکت مردمی نیز کاهش یافته و به دنبال آن تلاش ها در جهت کاهش هزینه ها ناقص بماند. شهروندان خدمات گوناگونی از شهرداری ها دریافت می کنند و نیاز آنان دائما در حال تغییر است بنابراین شناخت خواست های مشتریان شهرداری ها بر پایه درک آنان از کیفیت باعث می شود اقدامات صورت گرفته در این راستا اثر بخش تر باشد. امروز ضرورت دارد شهرداری ها با استخراج شاخص های احترام به شهروند به عنوان مشتری و رویکرد بهبود مستمر از همگام بودن شاخص های احترام با ادراک شهروندان از کیفیت اطمینان حاصل کرد. در این پژوهش هدف این است که با توجه به نیاز شهروندان از میان نظرات آنان و مدیران شهرداری مشهد به شاخص های احترام به شهروندان دست یافت.

کلمات کلیدی:

شهروند، مشتری، احترام به مشتریان، مدل کانو، بهبود مستمر، شهرداری مشهد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/324928>

