

عنوان مقاله:

بررسی مقایسه ای مدیریت کیفیت جامع و شش سیگما و ارتباط آن با عملکرد سازمانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

صفدر علی پور - عضو هیئت علمی گروه حسابداری دانشگاه خلیج فارس

حمیدرضا حاجب - عضو هیئت علمی گروه حسابداری دانشگاه خلیج فارس

خلاصه مقاله:

دنیای رقابتی امروز نیازمندی ها و ترجیحات فزاینده مشتریان بر اساس معادلات سنتی و پیشین قابل تفسیر نیست مانند در عرصه رقابت جهانی نیازمند توجه و اهتمام خاص به انتظارات مشتریان و جلب رضایت آنهاست مشتری مداری به عنوان یک مزیت رقابتی برای تمامی سازمانهایی که خواستار بقا هستند محسوب میشود امروزه تکنیکهای چندی در حوزه مدیریت کیفیت مرسوم شده اند در این مقاله به بررسی پیرامون انواع از این تکنیک ها پرداخته شده مدیریت کیفیت جامع با رویکردی مشتری محور پیوند دهنده مفاهیم کیفیت تولید نظارت بفرایند اطمینان کیفیت و ارتقاء کیفیت می باشد که نهایتا نظارت بر تمامی فرایندهای تغییر و تحول در یک سازمان را به منظور رضایتمندی مشتریان در اختیار میگیرد شش سیگما دربرگیرنده کاربرد وسیع ابزارهای اماری به منظور بهبود سود کاهش هزینه ها و افزایش سرعت است در این مقاله علاوه بر معرفی این دو تکنیک و مقایسه آنها به ارتباط آن با عملکرد سازمانی نیز پرداخته میشود در نتیجه گیری از مباحث مطرحه اولاً هیچ کدام از این دو رویکرد پاسخگویی فراگیر به تمامی مسائل و مشکلات جاری نمی باشد و استقرار هر کدام از آنها نیازمند پذیرش نقاط ضعف و قوت آنها می باشد ثانیاً آغاز هر نوع تحولی در سازمان نیازمند احراز شرایط گوناگون است تعهد مدیریت مشارکت کارکنان فرهنگ سازمانی و آموزش را هیچ گانه نباید از نظر دور داشت به عبارت دیگر سازمان در ایجاد هر نوع تحولی در سازمان باید به اقتضای آن آمادگی پذیرش هر نوع تغییر را داشته باشد نهایتاً اینکه انتظار دستیابی آنی به منافع انتظار بیهوده است بسیاری از پروژه های مدیریت دارای منافع بلندمدت هستند بنابراین بردبار و صبور باشید

کلمات کلیدی:

کیفیت ، مدیریت کیفیت جامع ، شش سیگما ، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/374094>

