

عنوان مقاله:

بررسی رابطه استقرار مدیریت کیفیت جامع و رضایت مندی مشتری مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

عمار صفری حاجت آقایی - شرکت صنایع هواپیماسازی ایران، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

علی صناعی - دانشگاه اصفهان، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد

سروش میرانی - شرکت صنایع هواپیماسازی ایران، کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

خلاصه مقاله:

مدیریت کیفیت جامع یکی از کاراترین فلسفه های مدیریتی است که به نحو شایسته ای مباحث کیفیت و رضایت مشتریان را دربر دارد. امروزه مدیریت کیفیت فراگیر به عنوان پارادایم نوین مدیریت، توسط اندیشمندان و متخصصان حرفه ای پذیرفته شده است. زیربنای تفکر مدیریت بر پایه بهبود مستمر کیفیت، جلب رضایت مشتری و توجه به روند به جای تمرکز بر نتیجه استوار است. هدف پژوهش حاضر، بررسی میزان تأثیر استقرار سیستم مدیریت کیفیت جامع بر رضایت مندی ارباب رجوع سازمان تأمین اجتماعی استان اصفهان می باشد که برای شناسایی میزان تأثیر ناشی از استقرار سیستم مدیریت کیفیت جامع به دنبال بررسی این فرضیات بوده ایم: «اطلاع رسانی درست، سرعت، صحت، زیبایی فضای ارائه خدمات، رعایت رفتار مناسب، قانونمندی، انعطاف پذیری، سادگی و سهولت» در ارائه خدمات ناشی از استقرار سیستم مدیریت کیفیت جامع بر رضایتمندی ارباب رجوع سازمان تأمین اجتماعی استان اصفهان تأثیر دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت جامع، رضایت مشتری، خدمات، سازمان تأمین اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/485639>

