

عنوان مقاله:

کیفیت و رقابت پذیری (موضوع: مدیریت کیفیت)

محل انتشار:

راهبرد امین (اقتصادی)، دوره 2، شماره 2 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

مسعود کاظمی نیا - دانشجوی ترم دوم کارشناسی ناپیوسته مدیریت صنعتی

خلاصه مقاله:

مفهوم کیفیت، از سده های پیش وجود داشته است، ولی مباحث علمی کیفیت به گونه ای که ما امروز آنرا می شناسیم به بعد از جنگ جهانی دوم باز می گردد. در این مدت، صاحب نظران برجسته ای در این حوزه پدیدار شدند و الگوها و مفاهیم ارزشمندی را عرضه کردند. مفاهیم و الگوهایی مانند: کنترل کیفیت آماری، شش زیگما، مدیریت کیفیت جامع، حاصل تلاش های این دوران است. بسیاری از شرکت های بزرگ و معتبر مانند: جنرال الکتریک، ای تی اند تی (AT & T) و موتورولا، کیفیت را به عنوان عامل تمایز خود از رقبایشان برگزیدند و به پیشرفت های مهمی در این مورد دست یافتند. این شرکت ها با مزیت کیفیت، رقبای خود را در تنگنا قرارداده، سهم بازار و منافع خود را به صورت چشمگیری افزایش دادند. این شرایط در بیشتر دهه های سده گذشته میلادی ادامه داشت ولی از اوایل دهه 1970 پدیده هایی در دنیای کسب و کار مشاهده شد که باورهای سنتی کیفیت برتر مساوی با موفقیت در بازار است را مورد پرسش قرار داد. در این پدیده، شرکتی مانند پان آمریکن با بیش از شصت سال سابقه ارائه خدمات عالی هوانوردی از صحنه کسب و کار خارج می شود، شرکتی مانند سوئیس ایر که به عنوان با پرستیژترین خط هوایی دنیا شناخته می شد ورشکست می شود و در نقطه مقابل، شرکت ویرجین آتلانتیک بدون اینکه اصولاً دارای خدمات درجه یک باشد، سهم بازار، سودآوری و ناوگان هوایی خود را توسعه می دهد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/488054>

