

عنوان مقاله:

مروری بر مفاهیم مدیریت کیفیت فراگیر

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پارادایم های نوین مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

محمد مهدی مظفری - عضو هیئت علمی دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره)

زهرا سادات سجادی نیا - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره)

خلاصه مقاله:

امروزه اوضاع رقابتی حاکم بر بازارهای جهانی، سازمان ها را به اتخاذ راهبردهای مناسب از جمله مدیریت کیفیت فراگیر سوق داده است. مدیریت کیفیت فراگیر فلسفه مدیریتی نوینی است که برای اولین بار توسط دمینگ و جوران مطرح شد. این نظام مدیریتی با تمرکز بر سه اصل اساسی مشتری مداری، مشارکت و بهبود مستمر، متمایز از سایر نظام های مدیریتی است. در اصل مشتری مداری، کیفیت مترادف با رضایت مصرف کننده کالا یا خدمات است. طبق اصل مشارکت، تحقق کیفیت مستلزم همکاری و تلاش تمام افراد و واحدهای ذینفع است. مطابق اصل بهبود مستمر نیز افزایش کیفیت، مستلزم پذیرش تغییرات و بهبود دائمی در فرآیندها به منظور جلوگیری از بروز خطاها و نواقص است. می توان گفت که توسعه TQM به عنوان یک مزیت رقابتی در نظر گرفته شده است که شرکت را کارآمدتر و نوآورتر می سازد. با پیروی از قوانین TQM به طور مستمر، شرکت ها می توانند مزیت رقابتی خود را در بلند مدت از طریق سازگاری با نیازهای مشتری، حفظ کنند. هدف از این تلاش مستمر، افزایش رضایت مشتری، افزایش کیفیت، کاهش هزینه ها یا محدود کردن برخی از هزینه هاست. هدف از این پژوهش مروری بر مفاهیم TQM و آشنایی با عوامل موثر بر آن می باشد.

کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت فراگیر، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر، رضایت مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/556169>

