

عنوان مقاله:

اطلاع رسانی و مشتری گرایی HSE

محل انتشار:

دومین همایش ملی مهندسی ایمنی و مدیریت HSE (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

مهدی پروینی - پژوهشگر ارشد دانشگاه صنعتی امیرکبیر

بهرام دبیر - دانشکده مهندسی شیمی (قطب پتروشیمی) دانشگاه صنعتی امیرکبیر

خلاصه مقاله:

مشتری گرایی بعنوان پایدارترین آرمان در عرصه چالش های مدیریت امروز همواره کانون توجه قرار گرفته و برای حرکت به سوی این هدف ضروری ترین اصل توجه جدی به ایمنی محصولات تولید شده و اطلاع رسانی کارآمد به مصرف کننده نهایی در کنار کیفیت قابل قبول آن است. با توجه به اینکه هم اکنون نزدیک به ۶۲ درصد شرکت های دنیا از چگونگی مصرف مشتریان از محصولات اطلاعی ندارند لذا ایجاد ابزاری برای اطلاع رسانی به مشتری کاملاً ضروری بنظر می رسد

کلمات کلیدی:

حق مشتری، ایمنی محصول، مشتری گرایی، استاندارد HSE

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/89989>

