

اهمیت رویکرد سیستمی و فرهنگ مشتری
در مدیریت کیفیت

علیرضا مجاهدی نسب
دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی در سازمان مدیریت صنعتی
کارشناس مدیریت صنعتی
مدیر عامل شرکت رادان تحریر

هشتمین کنفرانس بین المللی مدیران کیفیت

۲۴-۲۷ تیر ۱۳۸۶

تهران- سالن اجلاس سران

چکیده

نگارنده با توجه به مشاهدات خود از رفتارهای سازمانهای مختلف در استفاده از ابزارهای مختلف مدیریتی بخصوص در مبحث کیفیت و با توجه به هدف رویکرد سیستمی توجه مخاطب را به این نکته که هر بهبودی لزوماً به نفع سازمان نیست جلب نموده و سعی نموده تا مخاطب را به لزوم وجود نگرشی جامع و کلی به تعاملات بین اجزای سازمان در تعریف و تعیین برنامه های مدیریت کیفیت و اهمیت توجه مدیران ارشد به اختصاص منابع در پروژه هایی که در راستای شکل دهی به ساختار آینده سازمان، که برای فعالیت در پارادایم بعدی متصور شده اند واقف نماید.

نگارنده همچنین سعی نموده است تا توجه مخاطب را به این نکته که مدیران سازمانها برای موفقیت و ادامه حضور در بازارهای بین المللی نیازمند توجه به خواسته های محلی مشتریان میباشند، جلب نماید. یعنی باید در فرایند Globalization به صورت Localization عمل شود و به تعاریف و مفاهیم محلی کیفیت توجه خاص نمود که از آن به Glocalization تعبیر میگردد. یعنی محلی بودن در عین جهانی بودن.

امروزه این مشتری است که به ما میگوید کیفیت یعنی چه. و این وظیفه مدیران سازمانهاست که برای اینکه برای تداوم بقاء سازمان خود Customized Quality را در برنامه های جامع خود مورد توجه قرار دهند.

کلمات کلیدی

مدیریت کیفیت، رویکرد سیستمی، مدیران ارشد، بهبود، پارادایم، مشتری، فرهنگ، کیفیت سفارشی شده، Customized Quality