



مدیرمسئول

کیفیت در خدمات

یک دیدگاه سنتی و عمومی درباره کیفیت، ویژگیهایی مانند دوام، کارآیی و سایر مشخصات فیزیکی و عملکردی محصول را در بر می گیرد. در نگاهی ژرف تر، این ویژگیها به ایجاد ارزش، قیمت، خدمات پس از فروش، رضایت مشتری و ... گسترش می یابد. اما نگاه جامع و رویکرد جهانی به مقوله کیفیت در دنیای کسب و کار امروز، فراتر از ویژگیهای یک محصول یا خدمت و نیز تمرکز بر مشتری است. شرکتهای سازمانهای پیشرو، کیفیت را در یک قالب ۳ ضلعی تعریف می کنند که اضلاع آن را مشتریان، سازمان و کارکنان تشکیل می دهند و نقش کیفیت در این رویکرد، افزایش همزمان ارزش به دست آمده برای هر ۳ ضلع این مثلث است.

هرچند هنوز هم تمرکز و توجه اصلی بر روی مشتری و کسب رضایت و وفاداری او است اما، اگر منافع سهامداران (سازمان) تامین نشود و کارکنان نیز بهره ای از بهبود کیفیت نگیرند، این ۳ ضلع ناقص و ناپایدار خواهد شد.

با توجه به آمار و تفاوت معنی دار مشاغل و کسب و کارهای ایجاد شده در بخش خدمات در مقایسه با دیگر بخشها، امروزه بسیاری از فعالیتهای و مطالعات بهبود کیفیت بر بخش خدمات متمرکز شده است. در یکی از مقالات این شماره، چگونگی بهبود فرایندها در یک بیمارستان بزرگ بررسی شده و چگونگی ایجاد ارزش بیشتر از طریق بهبود فرایندهای خدماتی برای مشتریان، سازمان و کارکنان بیان شده است. در نوشته ای دیگر، با به کارگیری تئوری محدودیتها (TOC) در یک مرکز خدمات پاسخگویی تلفنی به مشتریان، بهبود شاخصهای کلیدی عملکرد سازمان بررسی شده است. خوانندگان گرامی توجه داشته باشند که ابزارها و روشهای به کار گرفته شده در این سازمانهای خدماتی قابلیت توسعه در کسب و کارهای دیگر، به ویژه فعالیتهای تولیدی را نیز دارا می باشند.

نکته پایانی: در نظر داشتیم که به رسم بیشتر مطبوعات در این روزها، گریزی هم به انتخابات سال ۹۶ بزنم، چرا که بسیاری از گروهها و جناحهای سیاسی از مدتها پیش، فعالیت و کارزار (و گاهی تخریب) انتخاباتی خود را آغاز کرده اند. گاهی تخریبها و یورشها چنان گسترده و شدید است که منافع ملی در میان غبار این کارزار محو می شود. انگار که بودن یا نبودن در قدرت و بازپس گیری جایگاههای از دست رفته، عین بودن یا نبودن است؟!

اما بهتر است کمی بیشتر شکیباشیم...