

عنوان مقاله:

بررسی رابطه مدیریت کیفیت جامع و رضایت مشتری در شرکت های تولیدی شهرستان سنج

محل انتشار:

مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره 12، شماره 3 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

سامان رحمانی نوروزآباد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (مالی)، عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنج

مجتبی رستمی نوروزآباد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (مالی)، عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنج

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی رابطه مدیریت کیفیت جامع و رضایت مشتری است. در این پژوهش میدانی، به منظور جمع آوری داده ها پرسشنامه استاندارد فوئنتس و همکاران به کار گرفته شد. جامعه آماری این پژوهش شرکت های تولیدی شهرستان سنج است، که ۱۳۵ نفر از مدیران و کارکنان آن مراکز به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار LISREL به کار گرفته شد. نتایج شاخص های برازش مانند GF ، $RMSEA$ و $AGFI$ نشان دهنده برازش خوب مدل و کاربردی بودن نتایج است. بر این اساس، نتایج نشان می دهد عوامل تمرکز بر مشتری، بهبود مستمر و کار تیمی با رضایت مشتری رابطه مثبت معنی دار دارند. در نهایت و پس از نتیجه گیری از یافته های تحقیق، پیشنهادهایی جهت تقویت روابط میان متغیرهای مدل بیان شد.

کلمات کلیدی:

بهبود مستمر، تمرکز بر مشتری، رضایت مشتری، کار تیمی، مدیریت کیفیت جامع

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1555613>

