

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و مشتری مداری (مطالعه موردی: شرکت های کوچک و متوسط (SMEs) استان گلستان)

## محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

علی قزل سوفلو - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آبادکتول، گروه مدیریت و حسابداری، شهرستان علی آباد کتول، ایران

احسان ساده - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آبادکتول، گروه مدیریت و حسابداری، شهرستان علی آباد کتول، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و مشتری مداری در شرکت های کوچک و متوسط استان گلستان می باشد. جامعه آماری کلیه شرکت های صنعتی کوچک و متوسط استان گلستان مستقر در شرکتهای صنعتی استان که جمعاً تعداد 678 شرکت که در 24 شهرک و ناحیه صنعتی در استان است می باشد حجم نمونه برابر با 248 شرکت می باشد که حجم نمونه با استفاده از فرمول (دیلمونت، 2009) و روش نمونه گیری در تحقیق حاضر تصادفی طبقه ای می باشد. تحقیق حاضر از نظرهدف، کاربردی از نظر روش توصیفی- پیمایشی و از نوع همبستگی است. از یافته های مذکور نتیجه گیری می شود، که پرسشنامه مشتری مداری و مدیریت کیفیت جامع، پایا و روا، برای اینتحقیق بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها ابتدا تحلیل عاملی تحقیق انجام شده و بعد مدل اصلی پژوهش بررسی میشود. در نهایت فرضیات تحقیق آزمون شدند. برای انجام تحلیل عاملی از نرم افزار Spss و برای بررسی و تحلیل فرضیاتتحقیق از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Lisrel 8.8 بهره برده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد: بین مدیریت کیفیت جامع و مشتری گرایی در شرکت های کوچک و متوسط استان گلستان رابطه مثبت و معنیداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت جامع، مشتری گرایی، شرکت های کوچک و متوسط

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/373084>

