

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر میزان نوآوری محصولات مطالعه موردی: شرکت پارس میل لنگ

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

محمدرضا دانیالی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش تحول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر- نویسنده مسئول

فرزانه چاوش باشی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر میزان نوآوری محصولات در شرکت پارس میل لنگ انجام شد. پژوهش حاضر از نوع علی می باشد و از نظر هدف تحقیق، کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان و کارگران شرکت پارس میل لنگ می باشند که تعدادشان 296 نفر است. با توجه به فرمول کوکران حجم نمونه آماری 166 نفر بدست آمد. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای استفاده شده است. روش جمع آوری داده های تحقیق بصورت میدانی است و ابزار اصلی مورد استفاده در این تحقیق، پرسشنامه می باشد. پرسشنامه تحقیق توسط سیلوا و همکاران (2014) طراحی شده است. پرسشنامه تحقیق از روایی و پایایی برخوردار می باشد. داده ها در سطح توصیفی توسط فراوانی، میانگین و انحراف معیار با استفاده از جداول و نمودارها توصیف گردید. در سطح استنباطی با استفاده از مدل معادلات ساختاری به رد یا تأیید فرضیه های تحقیق پرداخته شد. داده های تحقیق توسط نرم افزارهای Spss و Amos تحلیل گردیدند. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت کیفیت جامع بر نوآوری محصولات تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت جامع، نوآوری محصولات، منابع نوآوری، شرکت پارس میل لنگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/484257>

