

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر بازار گرایی بر عملکرد مدیریت کیفیت جامع صنایع کوچک و متوسط شهر تهران

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

علیرضا محمدی

علی صباغیان

آذر بهرامی

## خلاصه مقاله:

بازارگرایی و کنترل کیفیت جامع و تأثیر آنها بر عملکرد کسب و کار از مباحث مهم و محوری در مدیریت بازار و مشتریاست. تحقیق حاضر تحقیقی میدانی است که هدف از آن بررسی تأثیر بازار گرایی بر عملکرد مدیریت کیفیت در صنایع کوچک و متوسط در شهر اصفهان می باشد. نتایج تحقیقات مختلف نشان می دهد که بازار گرایی می تواند بر روی کنترل کیفیت جامع تأثیر مثبت داشته باشند. پژوهش حاضر به دنبال ارائه و آزمون مدلی در حوزه بازارگرایی و کنترل کیفیت جامع بر عملکرد کسب و کار می باشد. جامعه ی تحقیق، مدیران ارشد و میانی صنایع کوچک و متوسط در شهر تهران می باشد که به روش نمونه گیری تصادفی ساده قابل دسترس، 160 نفر از مدیران به عنوان نمونه انتخاب شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، ابتدا به بررسی قابل قبول بودن مدل نظری از طریق نرم افزار لیزرل پرداخته شد. نتایج نشان داد که مدل برای جامعه آماری قابل استفاده می باشد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت جامع، عملکرد، صنایع کوچک و متوسط

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/485626>

