

عنوان مقاله:

بررسی مدیریت کیفیت سخت و نرم بر موفقیت محصول جدید با میانجی گری رفتار کنش گرانه

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی بهینه‌سازی سیستم‌های تولیدی و خدماتی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

الهام غلامزاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه گیلان؛

مصطفی ابراهیم پور - دانشیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان، گروه مدیریت؛

محمدحسن قلیزاده - دانشیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان، گروه مدیریت

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، تأکید بر مدیریت کیفیت سخت و نرم به عنوان یک عامل کلیدی در موفقیت محصول جدید می باشد. مدیریت کیفیت یک عامل ضروری و مهم برای بقای سازمانی در محیط پرتلاطم و غیر قابل پیش بینی امروزی است. بازار رقابتی و متغیر بودن قوانین رقابتی در کسب و کار و تولید به فرایند ارائه محصول موفق و باکیفیت، اهمیت خاصی داده است. اکثر سازمان ها ضرورت برخورداری از محصولات باکیفیت را به خوبی احساس کرده اند و برای داشتن چنین شرایط ایده الی، تلاش های زیادی انجام داده اند و از روابط بین مدیریت کیفیت به عنوان یک ساختار چندبعدی (سخت و نرم) بهره مند شده اند. بر این اساس پژوهش حاضر به بررسی ارتباط بین متغیرهای مدیریت کیفیت سخت و نرم و موفقیت محصول جدید با میانجی گری رفتار کنش گرانه می پردازد. داده های پژوهش حاضر از مدیران شرکت های تولیدی شهر صنعتی رشت گردآوری شده است. روش پژوهش توصیفی و از نوع پیمایشی است که اطلاعات از طریق پرسش نامه از 68 شرکت تولیدی جمع آوری شده است. برای تحلیل داده ها از مدلسازی معادلات ساختاری و الگوریتم حداقل مربعات جزئی و نرم افزار smart pls3 استفاده گردیده است. نتایج بررسی های انجام گرفته پیرامون برازش مدل های اندازه گیری و ساختاری پژوهش حاضر، برازش مناسب این مدل ها را تأیید می کنند. در نهایت تمام فرضیه های پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند و نتایج پژوهش نشان می دهد که مدیریت کیفیت سخت و نرم چه به صورت مستقیم و چه از طریق متغیر رفتار کنش گرانه، تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت محصول جدید دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت سخت، مدیریت کیفیت نرم، موفقیت محصول جدید، رفتار کنش گرانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1163746>

