

## چکیده

هدف این تحقیق بررسی بررسی نقش میانجی‌گری مشتری‌گرایی و نوآوری در رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد است. روش تحقیق از نوع توصیفی و از نظر هدف کاربردی است و روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه است. روایی ابزار از نوع محتوا و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرانباخ مورد تایید قرار گرفت. در تحقیق حاضر جامعه آماری مورد بررسی شامل ۱۵۰ شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدکننده مواد غذایی در استان گیلان است که تعداد ۱۱۲ شرکت از طریق فرمول کوکران با استفاده از روش نمونه‌برداری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در نهایت داده‌ها به وسیله نرم افزار SPSS 22 و v.pls1.04b1 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از آمار توصیفی تحقیق بیانگر این بود که نمره میانگین تمامی متغیرهای از حد متوسط مورد انتظار طیف کمی بیشتر است. همچنین نتایج نشان داد در سطح ۹۵٪ مدیریت کیفیت جامع با عملکرد، مشتری‌گرایی و نوآوری ارتباط معنی‌داری دارد. همچنین مشتری‌گرایی با عملکرد و نوآوری رابطه معنی‌داری دارد. و ارتباط بین نوآوری و عملکرد در شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدکننده مواد غذایی استان گیلان تایید شد و نهایتاً اینکه مشتری‌گرایی و نوآوری رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و عملکرد را میانجی‌گری می‌کند.

**کلمات کلیدی:** مدیریت کیفیت جامع، مشتری‌گرایی، نوآوری