



همایش بین المللی مدیریت

International Conference on Management
بررسی تاثیر مشتری گرایی و کارآفرینی محوری بر نوآوری
سازمانی

سید اکبر نیلی پور طباطبائی ۱ و پرویز چوتاشی بلدستی ۲

۱ استادیار پژوهشکده مدیریت، پژوهشگاه شاخص پژوه، اصفهان، ایران

akbarnilipour@yahoo.com

۲ دانشجوی دکترای مدیریت منابع انسانی پژوهشگاه شاخص پژوه، اصفهان، ایران

parvizchootashi@yahoo.com

چکیده

به خاطر رقابت، جهانی شدن و ظهور تکنولوژی‌های نوین در سال‌های اخیر، نوآوری و تمایز بعنوان ضرورت بقا و موفقیت شرکت‌ها در نظر گرفته می‌شود. با وجود بررسی مشتری گرایی، کارآفرینی و نوآوری، اما مطالعات اندکی در زمینه ترکیب این عوامل و بررسی ارتباط آنها در شرکتهای خدماتی صورت گرفته است. این مطالعه سعی دارد که به بررسی تاثیرات بالقوه این متغیرها بر هم و بر نوآوری و عملکرد سازمانی بپردازد یعنی سعی می‌شود که تاثیر مشتری محوری و کارآفرین محوری را بر نوآوری و عملکرد سازمانی بررسی شود. پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کمی با هدف کاربردی- توسعه‌ای می‌باشد که از استراتژی پیمایشی برای مطالعه موضوع استفاده می‌نماید. نتایج نشان داده که مشتری محوری بر کارآفرین محوری و نوآوری تاثیر دارد و در نهایت می‌توان گفت که این سه مولفه فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمان تاثیر می‌گذارند.

واژه‌های کلیدی: جهانی شدن، رقابت، تمایز شرکتها، مشتری گرایی، کارآفرینی، نوآوری