



## بررسی رابطه بین قابلیت بازار با عملکرد شرکت

غلامرضا زارع امامی

گروه مدیریت، واحد آبدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، آبدیه، ایران

[zare.1349@yahoo.com](mailto:zare.1349@yahoo.com)

علی رضایی\*<sup>۱</sup>

گروه مدیریت، واحد آبدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، آبدیه، ایران

[ali.rezaie@iauabadeh.ac.ir](mailto:ali.rezaie@iauabadeh.ac.ir)

### چکیده

امروزه هر برنامه مدیریت عملکرد بر میزان قابلیت آن در اندازه گیری عملکرد بستگی دارد. نظامهای سنتی ارزیابی عملکرد فاقد کارایی لازم در ارتقاء بهره وری نیروی کار می باشند و این امر موجب ایجاد استراتژی های شرکت با در نظر گرفتن قابلیت های بازار و عملکرد شرکت ها گردد. لذا نیاز به چرخش از این نوع نظامها به نظامهای نوین مدیریت عملکرد و سازمان هایی با با میزان نوآوری اکتشافی بالا به نحو چشمگیری احساس می شود در محیطهای کاملاً رقابتی امروزی، سازمانهایی می توانند به فعالیت خود ادامه دهند و در این محیط باقی بمانند که به نحو بهتری از منابع خود بهره برداری نموده و بهره وری خود را افزایش دهند. یکی از منابع مهم سازمانی نیروی انسانی می باشد. به منظور بهره گیری هر چه بهتر از این عامل می بایست آموزشهای لازم تدوین، هماهنگی و همدلی لازم در بین کارکنان ایجاد و اهداف آنها را با اهداف سازمان همسو نمود. از این رو پژوهش حاضر به بررسی روابط بین قابلیت بازار، استراتژی های شرکت، نوآوری اکتشافی و عملکرد شرکت میپردازد.

کلمات کلیدی: قابلیت بازار، عملکرد شرکت

<sup>1</sup> نویسنده مسئول