

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نوآوری و اثربخشی سازمانی بر وفاداری مشتریان

محل انتشار:

سومین همایش ملی مدیریت دانش و کسب و کارهای الکترونیکی با رویکرد اقتصاد مقاومتی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

صفیه بنایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

سعیده باباجانی محمدی - استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

گسترش رو به رشد سازمان ها و تسلط آن ها بر تمامی جنبه های زندگی بشری در طول دوران حیات بر کسی پوشیده نیست. انسان امروزی برای انجام هر کاری نیازمند تشکیلاتی به نام سازمان ها است و سازمان ها که خود ساخته و پرداخته دست انسان می باشند و برای رفع نیازها و فراهم نمودن تسهیلات لازم جهت انجام امورات زندگی بشری به وجود آمده اند، امروزه رفتار انسان را به کلی تحت تاثیر خود قرار داده اند. ویژگی برجسته سازمان های قرن بیست و یکم، مسئولیت پذیری، خودگردانی، خطری پذیری و ناپایداری است. شاید محیط آینده، محیط آرامی نباشد، اما محیط بسیار انسانی است. دانشمندان معاصر مدیریت، غالبا بر نوآوری و اثربخشی سازمانی تاکید دارند که به وسیله کسب، توسعه و به کارگیری دانش ایجاد می شود و اعتقاد دارند که کسب دانش جدید به چگونگی تحول سازمان ها و فعالیتهای رهبری بستگی دارد و موجب سازگاری با تغییر شرایط سازمانی میشود. هر سازمان برای رفع نیازی از نیازهای جامعه شکل می گیرد و بدون قصد و هدف معنا ندارد. در واقع سازمان به وجود می آید تا هدف یا اهدافی را در جامعه محقق سازد. با توجه به مطالب فوق، در این مقاله، به نوآوری و اثربخشی سازمانی پرداخته شده که از جمله موضوعاتی هستند که همواره مورد توجه سازمانها و عوامل مربوط به آنها بوده اند چرا که افزایش اثربخشی و نوآوری در سازمان به معنای افزایش درجه دستیابی به اهداف مورد نظر سازمان بوده و باعث افزایش رضایت و وفاداری مشتریان خواهد شد.

کلمات کلیدی:

نوآوری، اثربخشی سازمانی، وفاداری مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1243504>

