

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازار محوری بر بهره وری سازمان بر اساس نظریه نارور و اسلاتر مطالعه موردی شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مهندسی صنایع و سیستم ها (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

حمید سعیدی - کارشناس ارشد مدیریت دولتی

محسن سبکتکین ریزی - کارشناس ارشد

علیرضا هوایی - کارشناس مهندسی صنایع

حسین استادی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی دهقان

خلاصه مقاله:

تاکنون به صورت نظری بارها ادعا شده است که بازار محوری با بهبود بهره وری و عملکرد بازرگانی شرکت ها رابطه داشته و موجب سوق دادن بیشتر عملکرد نیروهای سازمان به سمت بازار و مشتری می شود اما تحقیقات منظم و تجربی برای درک عمیق ترواثبات این ادعاها به خصوص در کشور ایران کمتر انجام شده است هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه بین بازار محوری و بهره وری کارخانه ذوب آهن اصفهان می باشد روش تحقیق توصیفی پیمایشی از گروه میدانی است جامعه آماری تحقیق عبارت است از مدیران و کارکنان کارخانه ذوب آهن اصفهان که از میان آنها 348 نفر به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای به عنوان نمونه انتخاب شدند ابزار جمع اوری اطلاعات پرسشنامه ای با 41 سوال است که ضریب پایایی آن از طریق شاخص الفای کرونباخ معادل 0/936 بدست آمد اطلاعات جمع اوری شده در محیط نرم افزار SPSS از طریق ازمونهای آماری T تک متغیره و تحلیل واریانس یک راه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت یافته های تحقیق نشان داد که بین بازار محوری و بهره وری سازمان ذوب آهن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد یعنی هرچه بازار محوری بیشتر باشد بهره وری سازمان نیز بیشتر خواهد بود بر اساس نتایج تحقیق بین مشتری محوری و بهره وری و همچنین بین رقیب محوری و بهره وری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و در آخرین همابستگی بین وظیفه ای و بهره وری رابطه مثبت و معنی داری وجود خواهد داشت

کلمات کلیدی:

بازار، بازار محوری، مشتری محوری، رقیب محوری، بهره وری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/211377>

