

## عنوان مقاله:

ارائه مدلی جهت بررسی و شنا سایی عوامل مؤثر بر نوآوری خدمات

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

حمید شاهبندرزاده - استادیار گروه مدیریت صنعتی؛ دانشگاه خلیج فارس بوشهر

معصومه نجفی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه خلیج فارس

## خلاصه مقاله:

نوآوری شیوه ای مؤثر برای تسریع رشد و سودآوری در شرکت های خدماتی است که به نو کردن روش های ایجاد ارزش هم برای شرکت و هم برای مشتریان کمک میکند. با توجه به اینکه اهمیت نوآوری خدمات در ایجاد و حفظ مزیت رقابتی توجه زیادی را در جهان رقابتی امروز به خود جلب کرده است هدف این مقاله شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری خدمات است تا بتواند به بهبود نوآوری در خدمات و در نتیجه افزایش سودآوری شرکت ها کمک کند. برای این منظور بیش از 40 مقاله ی تخصصی و جدید مورد بررسی قرار گرفت که از این چهل مقاله 29 تای آن بطور مستقیم یا غیر مستقیم به عوامل مؤثر بر نوآوری خدمات اشاره کرده بودند که جمعا 95 شاخص استخراج شد. از میان این شاخص ها 14 متغیر با توجه به وزن و اهمیت آنها به عنوان مهم ترین عناصر مؤثر بر نوآوری خدمات شناسایی شد که این متغیر ها در چهار دسته ی عوامل سازمانی؛ عوامل مربوط به مشتری، شریک و رقیب قرار گرفت.

## کلمات کلیدی:

نوآوری خدمات، عوامل مؤثر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286364>

