

عنوان مقاله:

مشتری مداری، تعارض و نوآوری در واحدهای فروش صنعت سیمان کشور

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی جهت گیری های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

بهنام اسماعیلی فر - مدرس دانشگاه، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

تیمور ساعدی - کارشناس ارشد مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی چالوس

خلاصه مقاله:

پیرامون اینکه آیا مشتری مداری سبب افزایش نوآوری می شود یا نه مباحثاتی وجود داشته است مضافاً اینکه مشتری مداری و مکانیزم های نوآوری همچنان مبهم باقی مانده است . این تحقیق با استفاده از نمونه ایی از 224 واحد فروش در شرکت های صنعت سیمان کشور به بررسی تاثیر مشتری مداری بر نوآوری از طریق سه نوع تعارض پرداخته است . مدل معادلات ساختاری نشان داده است که مشتری مداری به طور مثبت با تعارض وظیفه و به طور منفی با تعارض فرآیند در ارتباط است . و همچنین، تعارض وظیفه با نوآوری به طور مثبت در ارتباط است درحالیکه تعارض فرآیندی و ارتباطی با نوآوری دارای رابطه منفی هستند. نتایج حاکی از آن است که مشتری مداری به واسطه افزایش تعارض مثبت و کاهش تعارض منفی بر نوآوری تاثیر گذار است.

کلمات کلیدی:

تعارض، نوآوری، مشتری مداری، فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/454784>

