

## عنوان مقاله:

خلاقیت مدیران بازرگانی و میزان فروش سازمان

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره 3، شماره 9 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسندگان:

وحیدرضا میرابی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

علی کبیر - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

## خلاصه مقاله:

هدف تحقیق بررسی رابطه خلاقیت مدیران بازرگانی و میزان فروش در شرکت های تولیدکننده قطعات خودرو است. این تحقیق از نظر طرح مساله و هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع همبستگی-زمینه یابی است. در واقع این تحقیق به دنبال دستیابی به روابط بین عوامل بروزیکی رویداد یا پدیده مورد نظر (بررسی رابطه بین خلاقیت مدیران بازرگانی با میزان فروش) است، از نظر شیوه اجرا نیز پیمایشی یا زمینه یابی است از آنجا که ابزار رایج این نوع تحقیق پرسش نامه است برای تمام جامعه آماری ارسال و 64 مورد تکمیل شد دریافت گردید و مورد تحلیل قرار گرفت. ابزار پژوهش از نظر روایی و پایایی نیز ارزیابی شد روایی آن با اصلاحاتی مورد تأیید متخصصان و خبرگان قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برآورد شد که این ضریب برای شاخص های مرتبط با متغیر خلاقیت برابر 0/87 و برای شاخص های فروش برابر 0/79 بوده است و از قابلیت اعتماد بالای ابزار مورد استفاده در این پژوهش دارد. دریافت بر اساس یافته ها، وجود رابطه معنی دار بین خلاقیت مدیران بازرگانی و میزان فروش در جامعه مورد نظر تایید شد که با بررسی متغیرهای ساختاری، فرهنگی و منابع انسانی علی رغم وجود رابطه معنی دار بین این متغیرها با میزان فروش، تاثیر متغیر ساختاری از دیگر متغیرها بر میزان فروش پررنگ تر بوده است.

## کلمات کلیدی:

خلاقیت، میزان فروش سازمان، استفاده از فرصت ها و ایجاد فرصت های جدید، انعطاف در تولید و خدمات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/958406>

