

عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت نوآوری و تسهیم دانش بر عملکرد نوآوری و عملکرد بازاریابی (مورد مطالعه: بانک پارسیان استان تهران)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 42

نویسندگان:

محمد زاده گرگان - گروه مدیریت واحد بویین زهرا، دانشگاه آزاد اسلامی، بویین زهرا، قزوین، ایران

فاطمه محقق زاده - گروه مدیریت واحد بویین زهرا، دانشگاه آزاد اسلامی، بویین زهرا، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر تاثیر قابلیت نوآوری و تسهیم دانش بر عملکرد نوآوری و عملکرد بازاریابی بانک پارسیان تهران می باشد. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی می باشد این پژوهش از نظر هدف کاربردی است جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران ارشد (روسا و معاونین) و کارمندان بانک پارسیان استان تهران می باشد که براساس روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای وبا استفاده از فرمول کوکران 217 نفر به عنوان حجم نمونه پژوهش انتخاب شدند. روشهای جمع آوری اطلاعات از طریق کتابخانه ای میدانی و پرسشنامه بوده است. برای تحلیل داده های پژوهش از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. از آزمون های توصیفی درصد، میانگین، انحراف معیار، واریانس و آزمون های استنباطی کولموگروف اسمیرنوف-آزمون اتک نمونه ای، تحلیل عاملی تاییدی، و معادلات ساختاری با کمک نرم افزارهای اس پی اس اس و لیزرل استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری، عملکرد نوآوری بر عملکرد بازاریابی، تسهیم دانش بر عملکرد نوآوری تاثیر دارد. و همچنین نوآوری سازمانی بر عملکرد نوآوری، نوآوری فرآیند بر عملکرد نوآوری، نوآوری خدمات بر عملکرد نوآوری، نوآوری بازاریابی بر عملکرد نوآوری تاثیر مثبت و معناداری دارد نتایج برازش میزان ساختاری می تواند برای بانک پارسیان استان تهران جهت افزایش عملکرد نوآوری و عملکرد بازاریابی مورد استفاده قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

قابلیت نوآوری، تسهیم دانش، عملکرد نوآوری، عملکرد بازاریابی، نوآوری سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1019356>

