

## عنوان مقاله:

نقش ارزش برند و خلاقیت در تاثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی (مورد مطالعه بانک های خصوصی استان خوزستان)

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

هاشم رشیدی چفاخور - گروه مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

علی رضاییان - استادیار گروه مدیریت، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر، با هدف تا نقش ارزش برند و خلاقیت در تاثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی بانک های خصوصی استان خوزستان انجام شد. پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی- پیمایشی بود. جامعه آماری در این پژوهش کلیه کارکنان بانک های خصوصی استان خوزستان را تشکیل می دهند که تعداد ۱۰۰۰ نفر از کارکنان به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شد و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۸۷ نفر از کارکنان انتخاب شد؛ و با استفاده از روش تصادفی ساده می باشد؛ و پرسشنامه های استاندارد عملکرد مالی قرانفله و همکاران (۲۰۱۰)، پرسشنامه هوش تجاری پوپویچ و همکاران (۲۰۲۰)، پرسشنامه ترزش برند سین و ورما (۲۰۱۷) و پرسشنامه خلاقیت دوریجی و همکاران (۲۰۰۱) روی آنان به اجرا در آمد؛ و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه عملکرد مالی (۰ / ۸۶)، پرسشنامه هوش تجاری (۰ / ۸۵)، پرسشنامه ارزش ویژه برند (۰ / ۸۵) و پرسشنامه خلاقیت (۰ / ۸۶) به دست آمد. داده های جمع آوری شده با استفاده نرم افزار SPSS نسخه ۲۶ و از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و ...) و برای معادلات ساختاری از نرم افزار AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت نتایج نشان داد. هوش تجاری بر عملکرد مالی بانک های خصوصی تاثیر دارد. همچنین هوش تجاری با نقش میانجی ارزش ویژه برند و خلاقیت بر عملکرد مالی بانک های خصوصی استان خوزستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

## کلمات کلیدی:

هوش تجاری، عملکرد مالی، ارزش برند، خلاقیت، بانک های خصوصی استان خوزستان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1463293>

