

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه و گرایش به مشتری بر عملکرد سازمان با نقش میانجی قابلیت نوآوری (مورد مطالعه: بانکهای خصوصی استان تهران)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

محمدجواد حضوری - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور ساوه

آذین یافتیان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه پیام نور ساوه

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه و گرایش به مشتری بر عملکرد سازمان با نقش میانجی قابلیت نوآوری در بانکهای خصوصی استان تهران می باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارمندان بانکهای خصوصی استان تهران می باشد. در این پژوهش جهت اطمینان از پایایی پرسشنامه، از سه معیار ضرایب بارهاعاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. جهت بررسی روایی نیز از روایی همگرا، استفاده شده است. همچنین جهت بررسی رابطه بین متغیرها و تجزیه و تحلیل داده ها از روش حداقل مربعات جزئی و نرمافزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. نتایج تحقیق حاکی از تایید هر سه فرضیه اصلی تحقیق شامل تاثیرگذاری مثبت و معنادار گرایش کارآفرینانه و گرایش به مشتری بر قابلیت نوآوری سازمان و نیز تاثیرگذاریمثبت و معنادار قابلیت نوآوری سازمان بر عملکرد سازمان می باشد. همچنین بر اساس نتایج بدست آمده از تحقیق سه مولفه گرایش کارآفرینانه شامل استقلال طلبی، پیشگامی و ریسک پذیری تاثیر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری سازمان داشته و سه مولفه ی گرایش به مشتری شامل درک مشتری، تعامل با مشتری و مدیریت ارزشهای مشتری تاثیر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری سازمان دارد. اما در مورد دو فرضیه تاثیرگذار بر رقابت تهاجمی و توانمندسازی مشتری بر قابلیت نوآوری سازمان نتایج مثبتی حاصل نشد.

کلمات کلیدی:

گرایش کارآفرینانه، گرایش به مشتری، قابلیت نوآوری، عملکرد سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/397014>

