

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین بازارگرایی و عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی نوآوری مطالعه موردی: پست بانک استان گلستان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

حمیده یقه - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

مژگان سمیعی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر به بررسی رابطه بین بازارگرایی و عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی نوآوری (مطالعه موردی: پست بانک استان گلستان) پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر، کلیه کارکنان پست بانک استان گلستان به تعداد 60 نفر می باشد. حجم نمونه مطابق جدول کرچسی و مورگان 52 نفر می باشد و برای نمونه گیری از جامعه آماری، از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای استفاده شده است. برای تعیین پایایی پرسشنامه ها از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و برای تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی و همگرا و واگرا استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از آزمون BARTLET-KMO و روش معادلات ساختاری با نرم افزار pls-smart استفاده شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که بین بازارگرایی و نوآوری در پست بانک استان گلستان رابطه معنی داری وجود دارد. بین نوآوری و عملکرد سازمانی در پست بانک استان گلستان رابطه معنی داری وجود دارد. بین بازارگرایی و عملکرد سازمانی در پست بانک استان گلستان رابطه معنی داری وجود دارد. بین بازارگرایی و عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی نوآوری در پست بانک استان گلستان رابطه معنی داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

بازارگرایی، عملکرد سازمانی، نوآوری، پست بانک استان گلستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/643325>

