

عنوان مقاله:

بررسی نقش مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه بازارگرایی و نوآوری

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت و علوم رفتاری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

محمد آیتی مهر - عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز

هدایت الله عبدالرحیمی - دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی امیدیه

سیدحمیدرضا موسوی نسب - دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی امیدیه

خلاصه مقاله:

هدف اصلی سازمان ها، ارتقای عملکرد و رسیدن به سطحی از تعالی و پایداری به منظور حفظ بقا، رشد، سودآوری و مرتفع ساختن نیازهای جامعه می باشد. از این رو عوامل تاثیر گذار بر عملکرد از اهمیت بالایی برخوردار می باشند، که یکی از مهم ترین شاخص های تاثیر گذار در محیط پویای امروزی، مدیریت دانش می باشد، که این پژوهش اثر مدیریت دانش به عنوان متغیر اصلی و مستقل را بر عملکرد به عنوان متغیر وابسته اندازه گیری می نماید و همچنین تاثیر متغیرهای بازارگرایی و نوآوری را به عنوان نقش واسطه مورد بررسی قرار داده است. برای این منظور از پرسشنامه اقتباس شده به عنوان ابزار پژوهشی استفاده شده است، جامعه آماری پژوهش شامل 265 مدیران فعال در صنعت فورج و آهنگری شهر مشهد می باشد که حجم نمونه 70 نفر تخمین زده شده است. داده های گردآوری شده به وسیله پرسشنامه، با استفاده از نرم افزار آماری SPSS V.21 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، که نتایج بدست آمده حاکی از وجود رابطه معنادار بین متغیر مدیریت دانش و عملکرد است که در صورت اعمال تاثیر نقش واسطه بازارگرایی و نوآوری، رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد قوی تر می شود. تجزیه و تحلیل رگرسیون تایید کرد که متغیر واسطه بازارگرایی دارای نقش قوی تری نسبت به نوآوری در این رابطه می باشد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، بازارگرایی، نوآوری، عملکرد سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715178>

