

عنوان مقاله:

تبیین روابط بین بازارگرایی، شایستگی های دانشی و نوآوری (مورد مطالعه: بانک رفاه کارگران)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

رضا اسماعیل نیری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

مرتضی نوروزی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

محمد جلالی - کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

امروزه در بازارهای خدماتی خصوصا بازارهای پولی و مالی، بازارگرایی و نوآوری به عنوان یکی از اجزای مهم کسب مزیت رقابتی عمل میکنند و ضامن موفقیت و بقای آنها خواهند بود. لذا این پژوهش با هدف تبیین روابط بین بازارگرایی، شایستگی های دانشی و نوآوری در بانک رفاه کارگران صورت گرفته است. این تحقیق از نوع کمی بوده و از تکنیک مدلیابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزیی برای تجزیه و تحلیل داده های تحقیق استفاده شده است. تعداد 113 پرسشنامه بین مدیران ارشد شعبه مرکزی بانک رفاه کارگران که جامعه آماری این تحقیق را تشکیل میدهند، از طریق نمونه گیری تصادفی ساده توزیع گشت. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که گرایش به مشتری بر شایستگی دانشیمشتری، شایستگی دانشی رقبا و نوآوری مبتنی بر بازار تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین گرایش به شایستگی دانشی مشتری، شایستگی دانشی رقبا و نوآوری مبتنی بر بازار تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین هر دو متغیر شایستگی دانشی رقبا و شایستگی دانشی مشتری بر نوآوری مبتنی بر بازار تاثیر مثبت و معناداری دارند و به عنوان متغیرهای میانجی در تاثیر ابعاد بازارگرایی بر نوآوری مبتنی بر بازار عمل می کنند.

کلمات کلیدی:

بازارگرایی، نوآوری مبتنی بر بازار، شایستگی دانشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/785132>

