



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: فاطمه محمدی، ۱۳۹۷

رابطه بین گرایش به بازار و عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی کارکنان

شرکتهایی که در محیطهای پر تلاطم امروزی فعالیت می کنند با تقاضاها و نیازهای پیش بینی نشده بیشتری از سوی مشتریان روبه رو می شوند ، در چنین محیطی توجه به مشتریان و نظارت و مقایسه اقدامات رقبا می تواند به عنوان عامل مهم در جهت موفقیت یک واحد تجاری به شمار آید .به منظور رویارویی با شرایط بازار کنونی، شرکتها ناگزیرند از بکارگیری استراتژیهای جامع تری هستند تا بتوانندبر منابع سازمان سرمایه گذاریهای لازم را انجام دهند توجه به بازارگرایی می تواند باعث بیشتر آماده بودن سازمانهای کنونی در رویارویی با شرایط متلاطم بازار امروزی شود تا بتوانند اطلاعات لازم در ارتباط با بازار را کسب کنند.هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین گرایش به بازار و عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی کارکنان می باشد.پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و روش گردآوری داده ها توصیفی و پیمایشی است .جامعه آماری کارکنان شعب بانک صادرات مشهد مقدس به تعداد 2311 نفرانتخاب شدند و حجم نمونه تصادفی با استفاده از جدول مورگان تعداد 329 نفر بدست آمده است . ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه ای برگرفته از سه پرسشنامه گرایش به بازار(نارور و اسلاتور، 1991)، پرسشنامه عملکرد بانک(یاواس و کاراتپه 2113)، پرسشنامه رضایت شغلی(مینه سوتا ، 2112) می باشد. روایی پرسشنامه از طریق اجرای تحلیل عاملی اکتشافی ، مورد بررسی قرار گرفت و پایایی از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ صورت گرفت که به ترتیب برای گرایش به بازار 1 / 831 و برای رضایت شغلی کارکنان 1 / 812 ، عملکرد سازمانی 831 / 893 استفاده از نرم افزار SPSS نسخه 21 انجام گرفته است.نتایج حاصل نشان داد که رابطه هم جهت بین گرایش به بازار و



عملکرد سازمانی وجود دارد و رضایت شغلی کارکنان رابطه بین گرایش بازار و عملکرد سازمانی را بهبود می بخشد

کلیدواژه‌ها: گرایش به بازار ، عملکرد سازمانی ، رضایت شغلی کارکنان

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۲۷۰۹۵۲۰۱۹

تاریخ دفاع: ۱۳۹۷/۰۷/۰۴

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت بازرگانی - مدیریت مالی

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر محمد قاسمی نامقی

استاد مشاور: دکتر محمد پوراحتشام

M.A. Thesis:

The Relationship between Market Orientation and Organizational Performance Considering the Mediating Role of Employees' Job Satisfaction

Companies operating in today's turbulent environments face more unpredictable demands and needs from customers. In such an environment, paying attention to customers and monitoring and comparing their competitors' actions can be considered as an important factor in the success of a business unit. In order to cope with the current market conditions, companies are forced to use more comprehensive strategies to make the necessary resources for the organization's resources. Attention to market orientation can make existing organizations more ready to face the turbulent market conditions of today. Can get the necessary information on The purpose of this study is to investigate the relationship between market orientation and organizational performance with regard to the mediating role of job satisfaction among employees. The research is applied for descriptive and survey method in terms of purpose and data collection method. The statistical population of bank branch staff The export of holy marshad to 2300 people was chosen and random sample size was obtained using Morgan table 329 people. The data gathering tool was a questionnaire consisted of three market orientation questionnaires (Narrow & Slottor, 2006), Bank Performance Inventory (Yavass & Karatpe, 2003), job satisfaction questionnaire (Minnesota, 1967). Data analysis was performed using SSPS software version 20 was done.