



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 بتوانند بر 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 خراسان رضوی می باشند که به تعداد 2300 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)، پرسشنامه عملکرد بانک(یاواس و کاراتپه)،پرسشنامه رضایت شغلی(مینه سوتا) می باشد.جهت تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از نرم افزار SPSS-AMOS نسخه 24 استفاده شده و بررسی پایایی متغیرهای پژوهش از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی (CR) صورت گرفته است. جهت آزمون فرضیه های پژوهش از مدل معادلات ساختاری آماره آزمون t و آزمون sobel بهره گرفته شده است .نتایج حاصل از پژوهش نشانگر آن بود 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 در ادامه پیشنهاد می شود مدیران و سایر کارکنان در حوزه ی بازاریابی و سایر بخش های عملیاتی سازمان از تکنیکهای همچون توجه به اصل مشتری مداری ، نظام پرداخت مبتنی بر عملکرد ،ارتقاء سیستم اعطای پاداش ، برگزاری دوره های آموزشی ضمن خدمت ، افزایش سطح رقابتی سازمان ، افزایش هماهنگی بین بخشی سازمان(ارزیابی نیازها،طراحی برنامه های عملیاتی ،شفافیت پاسخگویی و مسئولیت پذیری ،توجه به دیدگاه ها ،عقاید و رویکردهای بخش های مختلف سازمان )،بهبود فرآیندهای تحویل و تغییر مهارتهای فنی و رفتاری کارکنان بانک و ارائه خدمات مبتنی بر نیازهای بازار در جهت بهبود عملکرد سازمان و افزایش رضایت شغلی کارکنان بهره جویند.

**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 Exports of Khorasan Razavi have been selected by 2300 people and a random sample of 329 people has been obtained using Morgan's table. The data gathering tool was a questionnaire consisted of three market orientation questionnaires (Narver and Slater), a bank performance questionnaire (Yavas and Karatpeh), job satisfaction questionnaire (Minnesota). To analyze the data, SPSS -AMOS software, The version 24 was used and the reliability of the research variables was evaluated by calculating the Cronbach's alpha coefficient and the combined reliability coefficient (CR). In order to test the research hypotheses, the structural equation model of t-test and sobel test was used. The results of the research indicate that there is a relationship between market orientation and organizational performance and job satisfaction of employees. The relationship between market orientation and performance Further, it is suggested that managers and other staff in the field of marketing and other parts of the organization use techniques such as customer orientation, a performance-based payment system, promotion of reward systems, holding in-service training courses , Increasing the organization's competitive level, increasing inter-agency coordination (currency Identifying needs, designing operational plans, transparency of accountability and accountability, paying attention to the views, opinions and approaches of different parts of the organization), improving the delivery processes and changing the technical and behavioral skills of the bank staff and providing services based



## سامانه‌ی جستجو در پایان‌نامه‌ها

---

on market needs to improve performance. Organization and increase of job satisfaction of employees.

---