

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر احساس خود تعیینی بر تعالی سازمانی در فروشگاه های زنجیره ی تاتی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

میلاذ خواجوی صالحانی - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت دولتی، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.

فاطمه هرسج - مربی، گروه مهندسی صنایع، واحد نور، دانشگاه آزاد اسلامی، نور، ایران.

خلاصه مقاله:

سازمانها برای همسو شدن با تغییرات محیطی نیازمند بهبود و توسعه و گسترش عملیات اجرایی هستند. بالندگی سازمانی روشی است که در اجرای آن، عملکرد سازمان بهبود می یابد و اصولاً بر پایه فرآیند آموزش و تغییر دادن ارزشها و نگرشهای کارکنان و اعضای سازمان قرار دارد. با توجه اهمیت مطالب بیان شده پژوهش حاضر به بررسی تاثیر احساس خود تعیینی بر تعالی سازمانی در فروشگاه های زنجیره ی تاتی میباشد. در این پژوهش با استفاده از آزمون کولموگروف- اسمیرنف و آزمون رگرسیون به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شده است. یافته های پژوهش نشان میدهد احساس خود تعیینی بر تعالی سازمانی در فروشگاه های زنجیره ی تاتی تاثیر گذار است و پیشنهاد میشود زمینه هایی ایجاد شود که کارکنان به قابلیت های خود برای انجام موفقیت آمیز کارشان اطمینان حاصل نمایند. که این خود سبب افزایش تعالی سازمانی میشود.

کلمات کلیدی:

احساس خود تعیینی، تعالی سازمانی، کسب و کار، فروشگاه زنجیره ی تاتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1045267>

