

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر جوسازمانی بر نوآوری در خدمات (مطالعه موردی بانک سینا شعب شهر تهران)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت تبلیغات و فروش، دوره 1، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

کبری حسینی

علی عبدی جمایران

سید زمان موسوی میرکلایی - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش مدیریت مالی دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر

خلاصه مقاله:

یکی از عواملی که در ایجاد و افزایش قابلیت های نوآوری در بانک ها موثر است جو سازمانی می باشد. لذا این تحقیق با هدف بررسی تاثیر جو سازمانی بر نوآوری در بخش خدمات انجام شده است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه جمع آوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی محسوب می شود. جامعه ی آماری پژوهش را ۲۵۰ نفر از کارکنان بانک سینا در شعب شهر تهران تشکیل می دهند که با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای با انتساب متناسب و با روش فرمول کوکران تعداد ۱۶۲ نفر به عنوان نمونه تعیین گردید. ابزار تحقیق، پرسشنامه ای بود که روایی آن بر اساس نظر جمعی از اعضای هیات علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و صاحب نظران مربوطه تایید گردید و برای تعیین میزان پایایی بخش های مختلف، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید (۷۸/۰ تا ۹۳/۰). داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS:win۱۸.۵ و Lisrel۸.۵، تجزیه و تحلیل شدند. نتایج تحلیل توصیفی نشان داد که وضعیت نوآوری در خدمات و جو سازمانی در بانک سینا در حد متوسط است. نتایج حاصل از تحلیل استنباطی نشان داد که بین مولفه های رفتار مدیران و رفتار کارکنان جو سازمانی با نوآوری در خدمات بانک مورد مطالعه رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. به منظور تلخیص متغیرها در چند عامل، از روش تحلیل عاملی استفاده گردید. نتایج این تحلیل نشان داد که در زمینه جو سازمانی در بانک سینا ۵ عامل با ۸۸/۰ تبیین واریانس کل و در نوآوری در خدمات ۳ عامل با ۹۲/۰ تبیین واریانس کل بدست آمد. در نهایت، نتایج تحلیل مدل معادلات ساختاری نیز نشان داد که جو سازمانی با ضریب مسیر ۶۱۳/۰ اثر مثبت و معنی داری بر نوآوری در خدمات بانک سینا داشته است.

کلمات کلیدی:

رفتار مدیران، رفتار کارکنان، جو سازمانی، نوآوری در خدمات، نوآوری در بانک ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1231326>

