

عنوان مقاله:

اثر ابعاد فرهنگ سازمانی بر میزان نوآوری سازمانی در شرکت های تجاری کشاورزی (مورد مطالعه: استان زنجان)

محل انتشار:

مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره 15، شماره 1 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

روح اله رضائی - Associate Professor, Faculty of Agriculture, University of Zanjan, Zanjan, Iran

فاطمه مغالو - M.Sc., Faculty of Agriculture, University of Zanjan, Zanjan, Iran

مهدی قهرمانی - Manager, Jihad-e- Agriculture Organization, Zanjan, Iran

خلاصه مقاله:

چکیده هدف این تحقیق توصیفی- همبستگی بررسی تاثیر ابعاد فرهنگ سازمانی بر میزان نوآوری سازمانی در شرکت های تجاری کشاورزی بود. جامعه آماری این تحقیق را ۲۸۰ نفر از کارشناسان شرکت های تجاری کشاورزی در استان زنجان تشکیل دادند که براساس جدول کرجسی و مورگان، نمونه ای ۲۰۰ نفری از آنان با روش نمونه گیری طبقه ای با انتساب متناسب انتخاب شد. برای گردآوری داده ها پرسشنامه های استاندارد به کار گرفته شد. روایی محتوایی پرسشنامه با نظر پائلی از متخصصان تایید شد و روایی سازه و پایایی ترکیبی ابزار تحقیق نیز از طریق بررسی مدل اندازه گیری و پس از انجام دادن اصلاحات لازم به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها روش چندمتغیره مدل سازی معادلات ساختاری انجام گرفت. براساس نتایج، فرضیه های تحقیق تایید و نشان داده شد چهار بعد فرهنگ سازمانی شامل درگیر شدن در کار، سازگاری، رسالت و انطباق پذیری اثر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته نوآوری سازمانی در شرکت های تجاری کشاورزی استان زنجان می گذارند. با توجه به یافته های پژوهش، می توان نتیجه گرفت بهبود فرهنگ سازمانی و ابعاد آن به طور مستقیم به تقویت و توسعه نوآوری سازمانی در شرکت های تجاری کشاورزی منجر می شود.

کلمات کلیدی:

Agricultural commercial ventures, Organizational culture dimensions, Organizational Innovation

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1551209>

