

عنوان مقاله:

تبیین نقش معنویت سازمانی در خلق مزیت رقابتی پایدار (مورد مطالعه: کارکنان شعب بانک مسکن شهرستان تبریز)

محل انتشار:

مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره 13، شماره 2 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

محمد حکاک - استادیار، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران

صمد رحیمی اقدم - دانشجوی دوره دکتری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران

خلاصه مقاله:

بر اساس نظریات متخصصان مدیریت، راز بقا و موفقیت سازمان های امروزی در ایجاد، حفظ و تداوم مزیت رقابتی نهفته است. هدف از انجام این پژوهش، بررسی اثر متغیری در حوزه دارایی های نامشهود، به نام معنویت سازمانی بر خلق مزیت رقابتی پایدار است که وسعت تاثیرگذاری آن بر ویژگی ها و خصوصیات منابع انسانی و پیامدهای آن در سازمان به اثبات رسیده است. پژوهش حاضر مطالعه ای کاربردی بوده و از نظر گردآوری داده ها جزء تحقیقات توصیفی / همبستگی است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه معنویت سازمانی بر اساس مدل میلیمن و پرسشنامه محقق ساخته مزیت رقابتی است. جامعه آماری تحقیق را کارکنان شعب بانک مسکن شهرستان تبریز به تعداد ۳۷ شعبه تشکیل داده اند. با استفاده از فرمول کوکران، در سطح اطمینان ۹۵٪ حجم نمونه آماری ۱۷۰ نفر مشخص گردید که به صورت تصادفی انتخاب شدند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری توسط نرم افزار AMOS ۲۱ نشان داد معنویت سازمانی با ضریب تشخیص ۴۴ درصد تبیین کننده مزیت رقابتی پایدار است. بنابراین بانک مسکن می بایست نسبت به ارتقاء معنویت سازمانی و مولفه های آن، به ویژه همسویی ارزش ها، استراتژی های مناسبی اتخاذ نماید.

کلمات کلیدی:

معنویت سازمانی، مزیت رقابتی، نظریه منبع محور (RBV)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1555575>

