

عنوان مقاله:

مطالعه شاخص ها و عوامل تاثیرگذار بر نوآفرینی محصولات و خدمات (مطالعه موردی: بانک انصار استان گیلان)

محل انتشار:

اولین همایش ملی نگرش های نوین در مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

عرفان راهیمی - کارشناس ارشد حسابداری و عضو باشگاه پژوهشگران و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودسر و املش، رودسر، ایران

خلاصه مقاله:

بانکداری در دنیای امروز، وارد عرصه ای شده که نیاز به ابداع یا نوآفرینی در آن بیش از سایر صنایع حس می شود. هدف از انجام این تحقیق، مطالعه شاخص ها و عوامل تاثیرگذار بر ابتکار یا نوآفرینی خدمات و محصولات در بانک انصار می باشد. جامعه آماری این تحقیق، مدیران و معاونین شعب بانک انصار استان گیلان با تحصیلات کارشناسی و بالاتر می باشد که تعداد ۲۵۲ نفر از کل پرسنل را شامل می شود. برای تعیین حجم نمونه آماری از جدول کوکران استفاده گردید که تعداد ۱۵۲ نفر با ضریب خطای ۵/۰ برآورد گردید. این تحقیق از حیث زمان در شش ماهه اول سال ۱۳۹۷ انجام پذیرفت. جهت گردآوری داده ها از پرسش نامه الکترونیکی استفاده گردید که روایی آن توسط پنج تن از متخصصان این امور با مدرک دکترا و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. در این تحقیق ۵۸ شاخص موثر بر ابتکار و نوآفرینی خدمات و محصولات در قالب ۹ عامل: ارتباطی، استراتژیک، انسانی، بازار و مشتریان، تکنولوژی، سازمانی و سیستمی، فرآیندی، مالی و یادگیری در سطح بانک انصار شناسائی گردید و با استفاده از معادلات ساختاری و استفاده از نرم افزار Amos تاثیر آنها مورد مطالعه و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتیجه تحقیق نشان می دهد که بانک انصار از نظر عملکرد نوآفرینی در عامل ارتباطات، فرآیندی، سازمانی و سیستم ها و مالی دارای سطح زیر هشدار و در عوامل استراتژیک و بازار و مشتریان و یادگیری برابر با سطح هشدار و در دو عامل دیگر یعنی انسانی و تکنولوژیک، سطحی بالاتر از سطح هشدار قرار دارد.

کلمات کلیدی:

نوآفرینی، ابتکار، بانکداری، بانک انصار، Amos.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1661016>

