

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط جو سازمانی و نوآور بودن در فرآیند

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

اردشیر شیری - استادیار، مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ایلام

حبیبه درویشی - دانشجوی کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام

مالک تافته - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام

یونس اسماعیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام

خلاصه مقاله:

جو سازمانی مجموعه ویژگی هایی است که یک سازمان را توصیف می کند و آن را از دیگر سازمانها متمایز می سازد، تقریباً در طول زمان پایدار است و رفتار افراد در سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد. با این دید می توان جو سازمانی را نتیجه رهبریمدیر دانست. در دنیای امروز بیشتر کشورهای جهان با تکیه بر نوآوری در پی افزایش بهره وری و بهبود وضع اقتصادی خود هستند. سازمان ها در امتداد این گرایش به نوآوری و در پی توجه به عوامل محرک نوآوری در سازمان توانسته اند مزیت های رقابتی بسیاری را برای دود رقم زنند. این مقاله به بررسی تاثیر جو سازمانی در ابعاد همبستگی، استقلال، چالش، منابع، بازبودن نسبت به نوآوری، تشویق و نظارت و مدیریت بر نوآور بودن در فرآیند را بررسی می کند. نتایج نشان دهنده تأیید روابط علی بین مؤلفه ها و عوامل مکنون به جز در بعد همبستگی است. در نهایت، فرضیات پژوهش با استفاده از مدل معادله های ساختاری آزمون شد که نتایج حاکی از آن است که ابعاد نظارت و سرپرستی، چالش، منابع و باز بودن نسبت به نوآوری بر نوآور بودن در فرآیند در شرکت لیزینگ تاثیر گذار است که بیشترین تاثیر را نظارت و سرپرستی و بعد باز بودن نسبت به نوآوری تأثیر منفی دارد.

کلمات کلیدی:

سازمان، جو سازمانی، نوآور بودن در فرآیند، نظارت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/343035>

