

عنوان مقاله:

مدل ایجاد نوآوری در بانک ها و مقایسه بانک های داخلی و خارجی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

مهرسا احسانی - دانشگاه صنعتی امیرکبیر

عباس احمدی - دانشگاه صنعتی امیرکبیر

خلاصه مقاله:

امروزه نیاز به نوآوری در فضای رقابتی حال حاضر برای تمامی بانک ها نیازی مبرم می باشد، زیرا بیشتر بانک ها در جستجوی ایجاد راه های جدید می باشند تا از دانش برای عرضه تولیدات و خدمات جدید برای مشتریان و ذینفعان بهره ببرند و از این طریق، زیرساخت های لازم را برای نوآوری ایجاد کنند. افزایش روزافزون اهمیت نوآوری به دلیل جهانی شدن بازارها و فشار رقابت به بانک ها می باشد، تا همواره به دنبال نوآوری باشند. در این تحقیق تفاوت های بانک های ایرانی و خارجی از بعد نوآوری بررسی شده است. همچنین نوآوری های مختلف قابل پیاده سازی در بانک ها نیز بررسی شده اند. سپس مدلی برای ایجاد نوآوری در بانک های داخلی ایجاد شده است که در بعد داخلی شامل دوازده عامل آموزش کارکنان، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، استراتژی، نوآوری در خدمات، نوآوری در فرآیند، نوآوری نیمه باز، نوآوری سبز، نوآوری بازاریابی، برند بانک، تعامل مشتری و همکاری های فناورانه می باشد، و در بعد خارجی و در ارتباط با محیط پیرامون بانک چهار عامل مشتریان، قوانین و مقررات موجود در جامعه، رشد فناوری و تکنولوژی و رقبا در سطح داخلی و بین المللی در نظر گرفته شده است. برای سنجش مدل ایجاد شده از پنج پارامتر 2 و / ، RMSEA ، GFI ، AGFI ، dfCFI استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

نوآوری، بانک های داخلی، بانک های خارجی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/587670>

