

International Conference on Management
بررسی تأثیر عناصر جو سازمانی در نوآور بودن کارکنان
(مطالعه موردی بانک کشاورزی)

رضا همایون زاده بانی¹ ، دکتر فرشاد حاجعلیان²

1- دانش آموخته کارشناسی ارشد، مدیریت سیستمهای اطلاعاتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه
(R.Homayoonzadeh@Yahoo.com)

2- دانشیار ، دانشکده مدیریت ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه
(F.Hajalian@Gmail.com)

چکیده :

جو سازمانی، انعکاسی از رویه ها و اعتقادات مشترک و سیستم های ارزشی در یک سازمان است که می توان آن را درک کارکنان از حوادث، اقدامات و روشها و رفتارهای سازمانی دانست. با توجه به گستردگی شبکه بانک کشاورزی در سطح کشور بعنوان تنها بانک دارنده سیستم یکپارچه ، با اتصال تمام نقاط زیرمجموعه این بانک، شامل شعب، سرپرستی، صندوق های بیمه، کارگزاری ها و شرکت های تابعه به مرکز، اقدام به ثبت نظرات و پژوهش های خود بطور مستقل نماید. در این پژوهش با استفاده از آزمون های کولموگروف- اسمیرنوف نتیجه می گیریم که ابعاد جوسازمانی و نوآوری همگی نرمال نمی باشند، سپس برای بررسی رابطه بین هفت متغیر جوسازمانی و متغیر وابسته نوآوری به دلیل نرمال نبودن متغیرها و استفاده از مقیاس رتبه ای از آزمون ناپارامتری ضریبی همبستگی رتبه ای اسپیرمن استفاده می نمائیم. همچنین با استفاده از آزمون ناپارامتری فریدمن به بررسی اختلاف معنی داری بین هفت شاخص جوسازمانی می پردازیم و سپس در صورتیکه اختلاف معنی دار بود با استفاده از آزمون ناپارامتری ویلکاکسون به مقایسه زوجی هر هفت شاخص با یکدیگر می پردازیم و در نهایت با استفاده از نتایج آزمون های فریدمن، تی زوجی و میانگین شاخص ها در آزمون فریدمن به رتبه ای هفت شاخص در وضعیت موجود میپردازیم. سپس با استفاده از آزمون دوجمله ای به بررسی وضعیت موجود تک تک شاخصها با نقطه برش (عدد3) می پردازیم. نتایج نشان میدهد که شاخص های ساختار سازمانی، رهبری سازمانی ارتباطات سازمانی، پاداشهای سازمانی، مکانیزمهای مفید سازمانی، نگرش به تغییرات سازمانی با نوآوری رابطه معنی داری دارد.

واژه های کلیدی : جوسازمانی ، نوآوری، سازمان .