

دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در

مدیریت کسب و کار



۹۷۱۸۰-۸۱۲۰۱

انجمن علمی بازاریابی ایران
دانشگاه تهران - تیر ۱۳۹۸

واکاوای نقش جو سازمانی، عجین شدن با شغل و توانمندسازی روانشناختی بر عملکرد
خلاقانه سازمان: با تأکید بر نقش میانجی رفتار خلاقانه کارکنان

مرتضی ملکی مین‌باش رزگاه (نویسنده مسئول)

استادیار و عضو هیأت علمی دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان
(mmaleki80@semnan.ac.ir)

مرجان شورچه

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان
Marjan.shoorje@gmail.com

مدیریت کسب و کار



۸۱۲۰۱-۹۷۱۸۰

انجمن علمی بازاریابی ایران
دانشگاه تهران - تیر ۱۳۹۸

چکیده

جو سازمانی با ابعادی تعیین کننده در سازمان (مانند ساختار سازمانی، ارتباطات، پاداش، تعهد سازمانی، ریسک پذیری و کار گروهی) از جمله مهم ترین عوامل اثرگذار بر نوآوری به شمار می آید. هدف این پژوهش شناسایی تاثیر جو سازمانی و سه متغیر مستقل اثرگذار بر عملکرد نوآورانه سازمان است این مطالعه از لحاظ نتیجه کاربردی و از نظر هدف توصیفی و با روش پیمایشی و به صورت تک مقطعی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را کارکنان بیمه ایران شهر سمنان تشکیل می دهند. حجم نمونه با استفاده فرمول کوکران برای جوامع محدود ۱۱۲ نفر انتخاب شد. ابزار گردآوری داده های پژوهش پرسشنامه بر مبنای طیف لیکرت است. برای سنجش هر کدام از متغیرهای پژوهش بر مبنای ادبیات علمی موضوع مقیاس های مناسب شناسایی شد. سپس بر اساس نظر خبرگان روایی صوری و محتوایی مقیاس ها بررسی و تأیید شد. تحقیق نشان داد تمام متغیرهای مستقل ما با ضرایب همبستگی بدست آمده تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی نوآورانه دارند.

واژگان کلیدی: جو سازمانی، عجزین شدن با شغل، توانمندسازی روانشناختی، رفتار نوآورانه، عملکرد نوآورانه