

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر پذیرش نوآوری؛ مورد مطالعه: شرکت صدف پلاستیک سیما

محل انتشار:

فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی، دوره 3، شماره 1 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

مجتبی رجب بیگی - موسسه آموزش عالی جهاد کشاورزی

مریم فریدی خورشیدی - دانشگاه پیام نور تهران

خلاصه مقاله:

در این پژوهش عوامل موثر بر پذیرش نوآوری بر اساس الگوی راجرز مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۵۱ توزیع کننده ی محصولات شرکت صدف پلاستیک سیما بود. با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه گیری طبقه ای، ۱۴۰ نفر به عنوان نمونه در سراسر ایران انتخاب شدند. برای جمع آوری داده های اولیه از روش توزیع پرسش نامه محقق ساخته استفاده شد و داده های ثانویه از طریق مطالعات کتابخانه ای به دست آمد. مقیاس اندازه گیری از نوع طیف پنج گزینه ای لیکرت بود و از آلفای کرونباخ برای محاسبه پایایی پرسش نامه استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۴۹ به دست آمد. برای روایی پرسش نامه از روش اعتبار محتوا استفاده شد. نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی اسپیرمن حاکی از آن است که پنج مشخصه ی درک شده از نوآوری شامل مزیت نسبی، سازگاری، پیچیدگی، آزمون پذیری و قابلیت مشاهده از عوامل موثر بر پذیرش نوآوری است. بر اساس آزمون فریدمن مشخص شد که سازگاری با میانگین ۷۱/۳، بیشترین تاثیر و پیچیده نبودن محصول با میانگین ۶۰/۲ کمترین تاثیر را بر پذیرش نوآوری دارد.

کلمات کلیدی:

خلاقیت، نظریه نوآوری، پذیرش نوآوری، شرکت صدف پلاستیک سیما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1289572>

