

عنوان مقاله:

بررسی رابطه جهت گیری استراتژیک نوآوری سبز با مزیت رقابتی از طریق ابعاد سرمایه فکری سبز (مورد مطالعه: شرکت های تولیدی در استان فارس)

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، اجتماعی و سبک زندگی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

کمال میاندری - استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه پیام نور، ایران

مصطفی طاهری - استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه پیام نور، ایران

شبنم میرزائی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی مرکز بین الملل کیش

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، بررسی رابطه جهت گیری استراتژیک نوآوری سبز با مزیت رقابتی از طریق ابعاد سرمایه فکری سبز در شرکت های تولیدی در استان فارس میباشد. روش تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران شرکت های تولیدی در استان فارس به تعداد ۳۵۰۰ مدیر میباشد. برای تعیین حجم نمونه به استناد جدول مورگان، حجم نمونه برابر با ۳۴۶ برآورد شد، روش انتخاب نمونه گیری آماری در این پژوهش، روش تصادفی ساده می باشد. ابزار پژوهش پرسشنامه استاندارد (دانگ و وانگ، ۲۰۲۲)، شامل ۲۹ سوال برای سنجش ۵ متغیر پژوهش است. روایی پرسش نامه توسط روایی صوری، آزمون روایی همگرا و واگرا تایید و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۷ بدست آمده است. از روشهای آمار توصیفی (با استفاده از نرم افزار SPSS و آمار استنباطی (با استفاده از نرم افزار PLS) برای تحلیل داده ها استفاده شد. یافته ها حاکی از تایید همه فرضیه ها و برآزش مطلوب مدل پژوهش است. نتایج نشان داد که جهت گیری استراتژیک می تواند یک شرکت را در فعالیت های مختلف تجاری سبز که ارزش بیشتری برای سهامداران ایجاد می کند و مزیت رقابتی ایجاد می کند، هدایت کند. به عنوان مثال، مدیران باید اهداف استراتژیک کوتاه مدت و بلندمدت را تعیین کنند و فعالیت های تجاری خاصی را برنامه ریزی کنند که متعهد به حفاظت از محیط زیست باشد. به طور مشخص، یک شرکت میتواند در ایجاد وجهه و شهرت سبز، با راه اندازی کمپین های بازاریابی سبز، متعهد شدن به ارائه محصولات و خدمات سبز برای مشتریان سرمایه گذاری کند. همچنین میتوانند یک استراتژی نوآوری سبز را برنامه ریزی و پیاده سازی کنند که بر اساس فناوری کم کربن و تسهیلات و فرآیندهای تحقیق و توسعه سبز سرمایه گذاری میکند. این استراتژی ها می توانند برای شرکت های تولیدی رقابت ایجاد کنند.

کلمات کلیدی:

ابعاد سرمایه فکری سبز، جهت گیری استراتژیک نوآوری سبز و مزیت رقابتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1584377>

