

عنوان مقاله:

سرمایه اجتماعی و نوآوری پایدار در کسب و کارهای کوچک: بررسی نقش ظرفیت جذب، قابلیت بازاریابی و یادگیری سازمانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسنده:

فاطمه قاسمی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار - استراتژی، پیام نور ساری، مازندران، ایران

خلاصه مقاله:

در مواجهه با محدودیت های منابع و رقابت شدید، برای شرکت های کوچک، دستیابی به نوآوری محصول به منظور کسب توسعه پایدار به صورت مستقل نسبتاً دشوار است. مطالعات قبلی به بررسی رابطه مثبت بین سرمایه اجتماعی و نوآوری محصول پرداخته، با این حال، هنوز درک جامع اندکی از مکانیزم زیربنا و شرایط مرزی وجود دارد. با ترسیم چارچوب قابلیت های پویا، انتظار داریم که ظرفیت جذب و قابلیت بازاریابی رابطه بین سرمایه اجتماعی و توسعه محصول جدید را وساطت کند. علاوه بر این، از آنجا که نوآوری محصول به عنوان فرایند یادگیری در نظر گرفته شده، ما به بررسی اثرات واسطه ای یادگیری اکتشافی و یادگیری در مدل های متعادل پرداختیم. با کاربرد نمونه ای متشکل از ۲۲۱ شرکت کوچک در چین، پی بردیم که سرمایه اجتماعی در واقع رابطه مثبتی با توسعه محصول جدید داشته و همزمان به طور کامل توسط ظرفیت جذب و قابلیت بازاریابی وساطت می شود. علاوه بر این، تاثیر ظرفیت جذب بر توسعه محصول جدید هنگامی که شرایط یادگیری اکتشافی مهیا باشد، تقویت می شود. بنابراین، این مطالعه به بررسی پیشرفت های اخیر در رابطه با عوامل پیشگوی نوآوری و غنی سازی نظریه قابلیت های پویا پرداخت، همچنین حمایت تجربی از توسعه پایدار در شرکت های کوچک نیز ارائه داد.

کلمات کلیدی:

سرمایه اجتماعی؛ توسعه محصول جدید؛ قابلیت های پویا؛ کسب و کار کوچک؛ پایداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1690829>

