

عنوان مقاله:

تاثیر سرمایه اجتماعی خریدار / فروشنده بر عملکرد نوآوری با بکارگیری توسعه دانش مشتری و تعهد به نوآوری

محل انتشار:

دوفصلنامه علمی- پژوهشی نوآوری و ارزش آفرینی، دوره 5، شماره 9 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

عباسعلی رستگار - دانشگاه سمنان

مهدی دهقانی سلطانی - دانشگاه سمنان

حسین فارسی زاده - دانشگاه سمنان

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش مطالعه و بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی خریدار/ فروشنده بر عملکرد نوآوری با در نظر گرفتن نقش میانجی توسعه دانش مشتری و تعهد به نوآوری است. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران بازاریابی و مدیران تحقیق و توسعه در شرکت‌های صادرکننده نمونه صنعتی و معدنی کشور که در شبکه تولید جهانی هستند؛ بوده که تعداد آن‌ها ۳۰۴ نفر است و حجم نمونه نیز ۲۶۲ نفر است. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی- پیمایشی می‌باشد. مدل مورد مطالعه با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج مطالعه بیانگر این است که هنجارهای مشترک و اعتماد، به واسطه عامل میانجی توسعه دانش مشتری بر عملکرد نوآوری موثر است. بر این اساس، عملکرد نوآوری تحت تاثیر مثبت تعاملات اجتماعی و هنجارهای مشترک به واسطه تعهد به نوآوری قرار می‌گیرد.

کلمات کلیدی:

سرمایه اجتماعی خریدار/فروشنده | توسعه دانش مشتری | تعهد به نوآوری | عملکرد نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1868594>

