

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر منابع بازاریابی بر تمایل مالکان به نوآوری رادیکال با نقش تعدیلگری پویایی محیط و منابع اختصاصی خانواده (مطالعه موردی: خانوارهای دارای کسب و کار خانوادگی شهر آبادان)

محل انتشار:

فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، دوره 21، شماره 54 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مرجان شاه سن - کارشناسی ارشد رشته بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی آبادان، آبادان، ایران.

سهیلا زرین جوی الوار - گروه مدیریت بازرگانی، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران

شاهین راز - استادیار گروه مدیریت، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران.

خلاصه مقاله:

برخی از شرکت های خانوادگی نسبت به دیگر شرکت ها، تمایل بیشتری برای نوآوری نشان می دهند. نوآور بودن به شرکت ها کمک می کند تا با پیچیدگی و تغییر محیط متلاطم خارجی که به سرعت در حال افزایش است، مقابله کند. در چنین شرایطی، شرکت-هایی که منابع لازم برای نوآوری را دارند، قادرند که به چالش ها، سریع تر پاسخ دهند، محصولات جدیدی را استخراج کنند و فرصت های بهتری نسبت به سازمان های فاقد نوآوری به دست آورند. در این بین، منابع بازاریابی می توانند فعالیت های مرتبط با نوآوری بنیادین را کاهش یا افزایش دهند. هرچند که منابع بازاریابی تنها درکی نسبی از تمایل شرکت های خانوادگی به نوآوری بنیادین ارائه می کنند، مگر اینکه منابع خاص خانواده (مانند سرمایه صبوریه سرمایه اجتماعی) در محیط پویا و متغیر شرکت نیز در نظر گرفته شوند تا تحلیلی جامع تر در خصوص تمایل به نوآوری بنیادین صورت پذیرد. هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر منابع بازاریابی بر تمایل مالکان به نوآوری رادیکال با نقش تعدیلگری پویایی محیط و منابع اختصاصی خانواده (مطالعه موردی: خانوارهای دارای کسب و کار خانوادگی شهر آبادان) بوده است. در این پژوهش، ۳۷۴ نفر از اعضای خانوارهای دارای کسب و کار خانوادگی شهر آبادان در سال ۱۴۰۱ با روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شده اند. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. نتایج پژوهش با استفاده از نرم-افزار پی. ال. اس نشان داده است که دانش بازار، شهرت، منابع رابطه ای و منابع فناوری بر تمایل مالکان به نوآوری رادیکال تاثیر دارند. همچنین، سرمایه اجتماعی خانواده، سرمایه صبوریه خانواده و پویایی محیط رابطه بین منابع بازاریابی و تمایل مالکان به نوآوری رادیکال را تعدیل می کند.

کلمات کلیدی:

پویایی محیط؛ ؛؛ تمایل مالکان به نوآوری رادیکال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1932089>

