

عنوان مقاله:

واکوی تاثیر استراتژیهای زنجیره تامین مشتری محور و سرمایه اجتماعی مرتبه دوم بر عملکرد مالی با میانجی گری نوآوری سبز (مطالعه موردی استارت‌آپها و شرکتهای فعال در حوزه کشاورزی و صنایع تبدیلی ایران)

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های نوین روانشناسی، ورزش و مدیریت (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

یوسف پاشازاده - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

ندا عبدیلی سالم - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش تعیین تاثیر زنجیره تامین مشتری محور و سرمایه اجتماعی مرتبه دوم بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری سبز میباشد. این مطالعه با رویکردی توسعه ای و به شیوه توصیفی از نوع پیمایشی به اجرا درآمده است و برای جمع آوری داده ها از ابزار پرسش نامه به صورت برخط (آنلاین) استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل شرکتهای فعال در بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی در کل کشور میباشد از بین ۲۵۰ شرکت ۱۲۷ شرکت طبق جدول مورگان به روش تصادفی ساده انتخاب و برای بررسی فرضیه ها از روش معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تاییدی با نرم افزارهای SMART PLS^۴ و SPSS^{۲۶} استفاده شد. داده های تحقیق مبین تایید ۶ فرضیه از ۱۰ فرضیه تحقیق بوده است. که نقش سرمایه اجتماعی مرتبه دوم مشتریان را بر نوآوری سبز و عملکرد مالی رد می نماید. علاوه بر این نقش سرمایه اجتماعی مرتبه دوم تامین کنندگان و زنجیره تامین مشتری محور بر نوآوری سبز مورد تایید میباشد؛ در حالی که نقش سرمایه اجتماعی مرتبه دوم تامین کنندگان بر عملکرد مالی مورد تایید واقع نشد. یافته ها بیانگر این است که سرمایه اجتماعی مرتبه دوم تامین کنندگان و زنجیره تامین مشتری محور بر نوآوری سبز تاثیر معنی داری دارد؛ اما سرمایه اجتماعی مرتبه دوم مشتریان بر نوآوری سبز و عملکرد مالی تاثیر مثبت و معنی داری ندارد. همچنین سرمایه اجتماعی مرتبه دوم تامین کنندگان بر عملکرد مالی تاثیر مثبت و معنی داری ندارد.

کلمات کلیدی:

استراتژی زنجیره تامین مشتری محور ، سرمایه اجتماعی مرتبه دوم عملکرد مالی، نوآوری سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2104325>

