

عنوان مقاله:

اعتماد ذینفعان درونی و بیرونی و تاثیر آنها بر نوآوری باز (مورد مطالعه: صنایع سرمایه‌ی و گرمایشی)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی یافته های نوین در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و بانکداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

معصومه حسین زاده شهری - عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه الزهراء، تهران ایران

بهنوش نصری مهاجری - کارشناسی ارشد دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

صبا عبدیان - دانشجوی دکتر مدیریت بازاریابی بین الملل دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در محیط رقابتی امروز، سازمانها با تغییرات پرشتاب فناوری، هزینه بالای پژوهش و توسعه داخلی، چرخه عمر کوتاه فناوری و رقابت شدید جهانی روبرو هستند، از اینرو از نوآوری باز به عنوان راه حلی برای مقابله با این شرایط بهره می گیرند. اگرچه موفقیت اجرای نوآوری باز به عوامل متعددی بستگی دارد. یکی از این عوامل اعتماد اینست که در این پژوهش در دو بعد درونی و اعتماد بیرونی بررسی شده است. اعتماد بین فردی و اعتماد درون سازمانی به عنوان ابعاد اعتماد درونی سازمان و اعتماد مشتری- سازمان، اعتماد تامین کننده- سازمان و اعتماد رقبا- سازمان به عنوان ابعاد اعتماد بیرونی شناسایی شدند و برای نوآوری باز سه بعد دانش به اشتراک گذاشته شده، ارزش مشترک و نوآوری در نظر گرفته شده است. نمونه آماری شامل 91 شرکت تاسیسات ساختمان و تولیدکننده سیستم های سرمایه‌ی و گرمایشی در شهر تهران است که با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. این پژوهش کاربردی-توصیفی بوده و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی و آمار استنباطی (مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS) استفاده شده است. یافته ها نشان داد که تمام ابعاد اعتماد بیرونی بر ابعاد نوآوری باز اثر مثبت و معناداری دارند و نیز هر دو بعد اعتماد درونی بر ابعاد نوآوری باز تاثیر مثبت و معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

نوآوری باز، اعتماد درونی، اعتماد بیرونی، ذینفعان سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/837505>

