

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نوآوری داخلی همراه با دانش خارجی بر عملکرد تجاری شرکت با در نظرگرفتن نقش نوآوری باز و نوآوری خدمات در شرکتهای پخش دارو

محل انتشار:

ماهنامه پرنادآفرین، دوره 4، شماره 47 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

امید جانی قربان - سازمان پخش دارو

خلاصه مقاله:

نوآوری برای رشد و توسعه کسب و کار بسیار مهم است و نشان دهنده راهی قابل اعتماد برای به دست آوردن رقابت در بازار است. پذیرش نوآوری باز، بوسیله کسب دانش خارجی می تواند منجر به مزایای سازمانی فراوانی از جمله بهبود عملکرد تجاری و نوآوری در خدمات شود. هدف از این تحقیق روابط بین دانش خارجی، نوآوری داخلی، عملکرد نوآوری باز شرکت ها، نوآوری خدمات و عملکرد تجاری در شرکت های پخش داروی اصفهان بود جامعه ی آماری متشکل از کلیه ی شرکتهای فعال در حوزه پخش دارو در اصفهان که تعداد نمونه آماری بر مبنای جامعه آماری به شیوه نمونه گیری طبقه ای ساده، 5 شرکت انتخاب و از بین اعضای آن با استفاده از فرمول ارائه شده توسط کوکران ۳۵۷ نفر محاسبه شد. برای سنجش متغیرهای از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید که در فرآیند پژوهش پایایی آن از طریق الفاکرونیاخ ۰.۸۱ بدست آمد. برای تحلیل و طبقه بندی داده های مستخرج از پرسشنامه و آزمون فرضیه اصلی و فرضیات فرعی و مدل یابی معادلات ساختاری از نرم افزار آماری AMOS استفاده شد. یافته ها نشان می دهد که نقش میانجی عملکرد نوآوری باز شرکت و نوآوری خدمات بر رابطه بین دانش تجاری و عملکرد تجاری ($\beta=۸۰۷/۰$) معنی دار است. هم چنین نقش واسطه ای عملکرد نوآوری باز شرکت و نوآوری خدمات بر رابطه بین نوآوری داخلی و عملکرد تجاری ($\beta=۴۳۲/۰$) معنی دار است. نوآوری خدمات در رابطه بین عملکرد نوآوری باز شرکت و عملکرد تجاری نقش میانجی ($\beta=۲۹۳/۰$) دارد.

کلمات کلیدی:

نوآوری داخلی، دانش خارجی، عملکرد تجاری، نوآوری باز، نوآوری خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1924303>

