

## عوامل مؤثر بر پذیرش نوآوری؛ مورد مطالعه: شرکت صدف پلاستیک سیما

مجتبی رجب‌بیگی\*، مریم فریدی خورشیدی\*\*

### چکیده

در این پژوهش عوامل مؤثر بر پذیرش نوآوری بر اساس الگوی راجرز مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۵۱ توزیع‌کننده‌ی محصولات شرکت صدف پلاستیک سیما بود. با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای، ۱۴۰ نفر به‌عنوان نمونه در سراسر ایران انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌های اولیه از روش توزیع پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد و داده‌های ثانویه از طریق مطالعات کتابخانه‌ای به‌دست آمد. مقیاس اندازه‌گیری از نوع طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت بود و از آلفای کرونباخ برای محاسبه پایایی پرسش‌نامه استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۴۹ به‌دست آمد. برای روایی پرسش‌نامه از روش اعتبار محتوا استفاده شد. نتایج به‌دست آمده از ضریب همبستگی اسپیرمن حاکی از آن است که پنج مشخصه‌ی درک‌شده از نوآوری شامل مزیت نسبی، سازگاری، پیچیدگی، آزمون‌پذیری و قابلیت مشاهده از عوامل مؤثر بر پذیرش نوآوری است. براساس آزمون فریدمن مشخص شد که سازگاری با میانگین ۳/۷۱، بیشترین تأثیر و پیچیده نبودن محصول با میانگین ۲/۶۰ کمترین تأثیر را بر پذیرش نوآوری دارد.

**کلیدواژه‌ها:** خلاقیت؛ نظریه نوآوری؛ پذیرش نوآوری؛ شرکت صدف پلاستیک سیما.

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۱/۱۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۱۰/۰۶.

\* دانشیار، مؤسسه آموزش عالی جهاد کشاورزی.

\*\* کارشناس ارشد، پیام‌نور تهران (نویسنده مسئول).