

عنوان مقاله:

بررسی نقش رهبری تحول آفرین و تفکر استراتژیک بر توسعه محصولات جدید

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 10، شماره 39 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

غلامرضا سلیمی - گروه مدیریت راهبردی، دانشگاه عالی دفاع ملی

داریوش طهماسبی آقبلاغی - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران

امیر حسین فرمهینی فراهانی - گروه مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی

خلاصه مقاله:

با شدت یافتن تغییرات فناورانه و کاهش چرخه زندگی محصول شرکت‌ها با افزایش فشار بر توسعه محصول جدید مواجه شده اند. از این رو سازمان‌ها نیازمند روش‌های نوینی برای توسعه محصولات خود هستند تا آنها را در کوران رقابت با رقبای خود در سطح قابل قبولی از موفقیت قرار دهند. پژوهش حاضر به بررسی نقش رهبری تحول آفرین بر توسعه محصولات جدید با توجه به نقش میانجی تفکر استراتژیک پرداخته است. این پژوهش یک مطالعه توصیفی-همبستگی است و جامعه آماری پژوهش از نوع جامعه محدود است که حدود 1100 نفر از مدیران و کارشناسان صنعت فرش کاشان است و نمونه آماری متشکل از 285 نفر به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شد. روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار اندازه گیری پرسشنامه است. روایی آن با روش محتوا و صوری در حد قابل قبول تایید گردیده است و پایایی ابزار اندازه گیری، از طریق فرمول آلفای کرونباخ (0/942) تایید شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری نرم افزار لیزرل صورت پذیرفته است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که نقش معناداری رهبری تحول آفرین در تفکر استراتژیک و نیز نقش معناداری تفکر استراتژیک در توسعه محصولات جدید تایید شد، اما نقش معناداری رهبری تحول آفرین در توسعه محصولات جدید تایید نشد.

کلمات کلیدی:

تفکر استراتژیک، رهبری تحول آفرین، توسعه محصولات جدید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1008734>

