

عنوان مقاله:

تحلیلی بر عوامل موثر بر موفقیت توسعه محصول جدید در بنگاههای کوچک و متوسط (صنایع غذایی و آشامیدنی منتخب استان فارس)

محل انتشار:

دوفصلنامه مدیریت تولید و عملیات، دوره 1، شماره 1 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

سعید سعیدا اردکانی - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

حبیب زارع احمدآبادی - استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه یزد

رضا طالعی فر - دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه پیام نور تهران

سید حسن حاتمی نسب - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی استان یزد

خلاصه مقاله:

موضوع موفقیت در ارائه محصول جدید، مقوله‌های پراهمیت برای مدیران و مالکان بنگاه‌ها می‌باشد. همچنین، موضوع مزبور علاوه بر پراهمیت بودن، پیچیدگی خاصی را نیز در خود دارد چراکه پیشینه تحقیق نشان می‌دهد تعیین عوامل موثر بر توسعه موفقیت آمیز محصول جدید در مطالعات مختلف، نتایج متفاوتی داشته است. یکی از دلایل متفاوت بودن این نتایج مربوط به ویژگی‌هایی مانند تکنولوژی، ساختار، اندازه و غیره در صنایعی است که تحقیق در آنها انجام شده است. در مطالعه پیش رو برای بررسی دقیق تر، صرفاً با توجه به مقوله‌ی اندازه شرکت، تمرکز تحقیق بر روی شرکت‌های کوچک و متوسط خواهد بود. تحقیق پیش رو نوعاً تحقیقی کمی بشمار می‌آید که در آن با بازنگری گسترده ادبیات مرتبط و همچنین با اجرای مصاحبات ساخت یافته با مدیران شرکت‌های هدف، پرسشنامه لازم تدوین و از آن برای جمع آوری داده‌ها استفاده شده است. بررسی نتایج این تحقیق حکایت از آن دارد که عوامل ۵گانه بر توسعه موفقیت آمیز محصول جدید این شرکت‌ها تاثیر دارند. از طرف دیگر با عنایت به شکاف مکشوفه مابین وضعیت موجود و وضعیت ایده آل این شرکت‌ها، عوامل مساله ساز در بروز چنین شکافی شناسایی و ارایه راهکارها بر مبنای این شکاف مطرح شده است. در مطالعه پیش رو برای بررسی دقیق تر، صرفاً با توجه به مقوله‌ی اندازه شرکت، تمرکز تحقیق بر روی شرکت‌های کوچک و متوسط خواهد بود. تحقیق پیش رو نوعاً تحقیقی کمی بشمار می‌آید که در آن با بازنگری گسترده ادبیات مرتبط و همچنین با اجرای مصاحبه‌های ساخت یافته با مدیران شرکت‌های هدف، پرسشنامه لازم تدوین و از آن برای جمع آوری داده‌ها استفاده شده است. بررسی نتایج این تحقیق حکایت از آن دارد که عوامل پنج گانه بر توسعه موفقیت آمیز محصول جدید این شرکت‌ها تاثیر دارند. علاوه براین، با عنایت به شکاف شناخته شده مابین وضعیت موجود و وضعیت ایده آل این شرکت‌ها، عوامل مساله ساز در بروز چنین شکافی شناسایی و برای رفع آنها راهکارهایی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

عوامل موثر بر موفقیت، توسعه محصول جدید، بنگاه‌های کوچک و متوسط، صنایع غذایی استان فارس، دیدگاه مدیران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1188323>



