

عنوان مقاله:

بررسی و رتبه‌بندی عوامل و مولفه‌های موثر بر فرآیند توسعه محصول جدید (مطالعه دیدگاه مدیران SMEs واقع در صنایع غذایی و آشامیدنی استان فارس)

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 1، شماره 1 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

حسن حاتمی نسب - موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی استان یزد

فرهنگ محمدی - دانشگاه پیام نور تهران

رضا طالعی فر - دانشگاه پیام نور تهران

سعید سعیدا اردکانی - گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

فرهنگ محمدی - مدرس دانشگاه

خلاصه مقاله:

چکیده موفقیت در پروژه‌های توسعه محصول جدید، چالشی مهم برای مدیران گذشته بوده و این چالشها بدبختانه مدیران امروزی را نیز فرا گرفته است. در واقع پیدایی پاسخی برای این سوال که چرا هنوز نرخ شکست در پروژه‌های توسعه محصول بالاست، ذهن اکثر محققان این حوزه را به خود مشغول کرده است. موضوع مزبور علاوه بر پراهمیت بودن، پیچیدگی خاصی را نیز در خود دارد؛ به گونه‌ای که تعیین عوامل موثر بر توسعه موفقیت آمیز محصول جدید در مطالعات مختلف، نتایج متفاوتی را به خود دیده است. برای نمونه، شکست این پروژه‌ها در شرکتهای کوچک و متوسط (SMEs) که در اقتصاد به‌عنوان منبع کارآفرینی محسوب می‌شوند، مساله‌ی حادثتری در مقام قیاس با شرکتهای بزرگ دارد، به گونه‌ای که برخی از این شکستها عملا امکان حیات شرکتهای مزبور را سلب می‌کند. این تحقیق یک پژوهش کمی به‌شمار می‌آید که در آن با بازنگری گسترده ادبیات مرتبط و همچنین با اجرای مصاحبات ساخت یافته با مدیران SMEs شرکتهای هدف، پرسشنامه لازم تدوین و از آن برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. نتایج این تحقیق حکایت از آن دارد که عوامل حیاتی پنجگانه بر موفقیت توسعه محصول جدید این شرکتهای تاثیر دارند که شامل عوامل تکنولوژیک، حمایتی، بازاریابی، درون سازمانی، تجاری سازی. همچنین نتایج رتبه بندی مولفه‌های موثر بر موفقیت توسعه محصول جدید گویای آن است که تشویق به تولید ایده‌های مناسب و کاربردی و جذابیت محصول مورد معرفی به بازار از با اهمیت ترین مولفه‌ها هستند.

کلمات کلیدی:

واژه‌های کلیدی: عوامل حیاتی موفقیت، توسعه محصول جدید، شرکتهای کوچک و متوسط، صنایع غذایی و آشامیدنی استان فارس، دیدگاه مدیران SMEs

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1188920>



