

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر موفقیت شرکت با استفاده از مدل دلتا (مطالعه موردی: شرکت های دانش بنیان)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی صنعتی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علیرضا وحدت پور - مدیر فن بازار منطقه ای اصفهان، اصفهان

مژگان بهرامی - استادیار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی هشت بهشت، اصفهان، اصفهان

مجتبی فدائی - دانشجوی دکتری دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران

خلاصه مقاله:

امروزه تغییرات سریع فناوری ها و ارایه کالاها و خدمات متنوع و جدید، باعث متحول شدن کسب و کارها شده است. در این بینچابکی ذاتی که در شرکت های کوچک و متوسط وجود دارد، فرصت لازم برای پیدایش شرکت های دانش بنیان به منظور بهره گیری از علم و فناوری روز و پاسخگویی به نیازهای پنهان و آشکار مشتریان را فراهم نموده است. از طرفی استمرار سود آوری و موفقیت اینگونه شرکت ها مستلزم توجه به سایر جنبه های کسب و کار از جمله مدیریت تحقیق و توسعه، منابع انسانی، مالی، بازار و ... می باشد. پژوهش حاضر با استفاده از مدل دلتا به شناسایی عوامل اصلی موثر بر موفقیت شرکت های دانش بنیان پرداخته و تاثیر سه فاکتور محصول برتر، مشتری و شبکه کسب و کار را بر موفقیت شرکت های دانش بنیان را سنجیده است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده و روش گردآوری داده ها توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های دارای تاییدیه دانش بنیان مستقر در شهرک علمیتحقیقاتی اصفهان هستند. برای گردآوری اطلاعات از دو پرسشنامه با پایایی ۰/۹۴۹ استفاده شده است. همچنین روایی پرسشنامه های مذکور توسط چند تن از اساتید مورد بررسی، اصلاح و تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل آمار توصیفی از نرم افزار SPSS و برای پاسخگویی به فرضیات از نرم افزار P.L.S استفاده شد. نتایج به دست آمده از تحقیق نشان می دهند؛ ساده سازی پردازش و تولید محصول بیشترین تاثیر بر میزان موفقیت شرکت های دانش بنیان را دارد.

کلمات کلیدی:

شرکت دانش بنیان، عوامل موفقیت، مدل دلتا، عملکرد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1227039>

