

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استراتژی نوآوری در محصول و نوآوری در فرآیند بر عملکرد کسب و کار

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

محمد آیتی مهر - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه شهید چمران اهواز

رازق نقی زاده - دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهقان

فرشاد محمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک، دانشگاه شهید چمران اهواز

فردین بیگی - کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی چارچوبی یکپارچه از موفقیت عملکرد کسب و کار در بین کسب و کارهای کوچک و متوسط شهرستان اهواز است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت داده ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهرستان اهواز هستند، که باتوجه فرمول کوکران حجم نمونه ۱۹۶ به دست آمده است. داده های گردآوری شده به کمک پرسشنامه توسط نرم افزار SmartPLS تجزیه و تحلیل شده اند. یافته ها نشان داد که متغیرهای استراتژی نوآوری در محصول، استراتژی نوآوری در فرآیند و نوآوری بازاریابی تاثیر مثبت و معنی داری بر عملکرد کسب و کار ها دارند. همچنین اثر مثبت و معنی دار متغیرهای استراتژی نوآوری در فرآیند و نوآوری در محصول بر نوآوری بازاریابی تایید شد.

کلمات کلیدی:

عملکرد کسب و کار، استراتژی نوآوری در محصول، استراتژی نوآوری در فرآیند، نوآوری بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1325221>

