

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موفقیت نوآوری محصول در صنایع تولیدی ایران

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، دوره 4، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

## نویسندگان:

منوچهر انصاری - دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

داتیس خواجه ثیان - استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

سید محمد حسین شکروی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: نوآوری محصول از مهم ترین فعالیت های شرکت ها برای تمایز در برابر رقبا و برآورده ساختن نیاز های مشتریان است. این پژوهش با هدف شناسایی عوامل موفقیت نوآوری محصول در صنایع تولیدی (مورد مطالعه صنعت نوشیدنی) کشور انجام شده است. روش شناسی: در این پژوهش از راهبرد پژوهش کیفی و روش پژوهش تحلیل مضمون استفاده شده است. داده های پژوهش از طریق مصاحبه با خبرگان صنعت نوشیدنی جمع آوری گردید و با استفاده از نرم افزار مکس کیو دی ای کدگذاری شدند. یافته ها: نتایج حاصل از تحلیل داده های کیفی شامل ۵۴ کد اولیه از مجموع ۳۷۵ کد باز بود. این ۵۴ کد اولیه در قالب ۹ مقوله دسته بندی شدند. مقوله های شناسایی شده شامل بازاریابی، بسته بندی محصول، تصویر برند، زیرساخت های تولید، عوامل سازمانی، عوامل کلان، مشتری، نتایج عملکردی و ویژگی محصول است. نتیجه گیری: مدل نهایی تحقیق با کشف عوامل حیاتی موفقیت نوآوری محصول در بازار ایران می تواند راهگشای مشکلات و راهنمایی برای تولیدکنندگان در ارائه محصول جدید قرار گیرد

## کلمات کلیدی:

نوآوری، نوآوری محصول، موفقیت نوآوری، بازار نوشیدنی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1477074>

