

عنوان مقاله:

تاثیر مقبولیت کالا و مشارکت مشتری بر توسعه محصول صنایع دستی استان خراسان شمالی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی کاربرد دانش و اصول حسابداری در کارآفرینی و کسب و کارها (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

سعید فرجام - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

فرزاد مهدی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار

خلاصه مقاله:

در جهان امروز که تغییرات و تحولات سرعتی چشمگیر گرفته اند، توسعه محصول جدید بسیار لازم و ضروری بوده و می تواند عامل شکست یا موفقیت یک سازمان باشد. از طرفی، یکی از مواردی که توسعه محصول جدید در آن کمتر مورد توجه قرار گرفته است، محصولات صنایع دستی است. از طرفی استان خراسان شمالی به عنوان یکی از استان های محروم کشور دارای ظرفیت های عظیم در حوزه صنایع دستی و گردشگری بوده که با توسعه محصول جدید در این صنعت نه تنها می توان شاهد افزایش رونق اقتصادی در این کسب و کارها شد، بلکه می توان با تولید محصولات جدید و کاربردی ضمن حفظ این سرمایه به بیشتر شناخته شدن آن نیز کمک نمود. با این حال این سوال مطرح است که چه عواملی در این مقبولیت محصولات جدید دخیل بوده و نقش مشارکت مشتری در این فرآیند به چه صورتی است. لذا در این تحقیق با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS به این مهم پرداخته شده است. روش تحقیق کاربردی و ابزار اندازه گیری بر اساس گردآوری داده ها توسط پرسشنامه می باشد. لذا از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردید و ۲۰۰ پرسشنامه توزیع شد. روایی مولفه ها و شاخص ها از طریق تحلیل عاملی تاییدی، شاخص AVE و شاخص فورنل-لاکر مورد بررسی قرار گرفت. همینطور پایایی ابزار اندازه گیری با استفاده از شاخص آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی مورد بررسی تایید قرار گرفت. تایید روایی و پایایی ابزار اندازه گیری نشان دهنده اعتبار پرسشنامه و برداشت فکری مناسب و یکسان پاسخگویان از محتوای متغیر های مربوط به هر قسمت است. لازم به ذکر است که ضریب تعیین، شاخص نیکویی برازش و شاخص استون-گیسر نیز صحت برازش صورت گرفته را تایید می کنند. بنابراین نتایج حاکی از آن است که بیشترین تاثیر بر مقبولیت کالا را "به روز بودن" آن در حوزه صنایع دستی و گردشگری بر عهده دارد. این امر الزام به کارگیری از شیوه های جدید در خصوص صنایع دستی و گردشگری را نشان می دهد. همچنین نتایج نشان می دهد که تاثیر مقبولیت کالا بر توسعه محصول جدید مقدار قابل قبولی است و این مقدار از میزان تاثیر مشارکت مشتری بر توسعه محصول جدید بیشتر است.

کلمات کلیدی:

مقبولیت کالا، مشارکت مشتری، توسعه محصول، صنایع دستی، خراسان شمالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1490956>

