

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر چابکی نوآوری محصول بر عملکرد کسب و کارهای تولیدی پوشاک شهر تهران با نقشمیانجی جهت گیری بازار و جهت گیری یادگیری

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

علی اکبر جوکار - عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور

شهلا محسنی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

کارکنان شرکت ایران خودرو بسته به تحصیلات، سمت و تجربه کاری از اطلاعات و مهارت هایی متفاوت برخوردارند که آنان را قادر به انجام بهتر وظایف محوله می نماید. واضح است که آنها بر اساس طبیعت کاری خود با مشتریان سرو کار دارند و به منظور برنامه ریزی، هماهنگی و... ناگزیر به برقراری ارتباط و تعامل بامدیران و همکاران خود می باشند. همچنین چابکی استراتژیک به منبع کمکی برای شرکت های تولیدی و شرکای کلیدی زنجیره تامین آنها در تلاش هایشان برای پاسخگویی موثر و سریع به پویایی های بازار و برآوردکردن نیازهای مشتریان تبدیل شده است. هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر چابکی استراتژیک بر عملکرد سازمانی شرکت ایران خودرو با نقش واسطه ای قابلیت نوآوری می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضررا کارکنان ستادی شرکت ایران خودرو ۵۵۰ نفر تشکیل می دهند. که تعدادی ۲۲۷ نفر از آن ها به روش نمونه گیری تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران مورد مطالعه قرار گرفت. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه استاندارد بوده و روایی سازه از طریق استاد راهنما و پایایی تحقیق با نرم افزار اس پی اس اس مورد بررسی قرار گرفت و مورد تایید می باشد. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از طریق مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار پی ال اس انجام شد. یافته های این تحقیق نشان داد تمام فرضیات تحقیق مورد تایید قرار گرفت. به طوری که چابکی استراتژیک بر عملکرد سازمانی شرکت ایران خودرو با نقش واسطه ای قابلیت نوآوری تاثیر معنی دار دارد.

کلمات کلیدی:

چابکی استراتژیک، عملکرد سازمانی، شرکت ایران خودرو، قابلیت نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1497666>

