

عنوان مقاله:

مطالعه تاثیر نگرش استراتژیک بر عملکرد توسعه محصول جدید با نقش تعدیلگری ظرفیت تکنولوژیک و توانایی مدیریت

محل انتشار:

دومین همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

علی اسکندری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت استراتژیک

خلاصه مقاله:

این پژوهش در چارچوب نگرش بازار محور و نگرش کارآفرینانه و نقش مهم آن عملکرد توسعه محصول جدید تاکید دارد. هدف تحقیق پاسخ به این سوال است که آیا نگرش بازار محور و نگرش کارآفرینانه بر عملکرد توسعه محصول جدید تاثیر دارد یا خیر. بر این اساس فرضیه هایی مطرح و مدل مفهومی برای تحقیق در نظر گرفته شد که در آن متغیرهای نگرش بازار محور و نگرش کارآفرینانه به عنوان متغیر مستقل و عملکرد توسعه محصول جدید به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. همچنین متغیرهای ظرفیت تکنولوژی و ظرفیت مدیریتی نیز به عنوان متغیرهای تعدیلگر بودند. جهت بررسی هدف تحقیق، جامعه آماری تحقیق، مدیران عامل، مدیر تولید، مدیر تحقیق و توسعه و مدیران بازاریابی شرکت های دارویی فعال در سطح کشور انتخاب شدند. با استفاده از فرمول کوکران ۲۶۴ نفر حجم نمونه بود که به صورت تصادفی ساده انتخاب و با توجه به نرخ بازگشت ۹۵ درصدی، در نهایت نمونه آماری قابل استفاده به ۲۵۰ عدد رسید که نتایج با استفاده از نرم افزار Smart PLS^۳ تحلیل شدند. بر اساس نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده ها مشخص گردید که نگرش بازار محور و نگرش کارآفرینانه بر توسعه محصول جدید تاثیر دارند. همچنین نقش تعدیل گری ظرفیت تکنولوژی و ظرفیت مدیریتی در رابطه بین متغیرها مورد تایید قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

نگرش استراتژیک، توسعه محصول جدید، نگرش کارآفرینانه، ظرفیت تکنولوژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1683000>

