

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر جهت گیری استراتژیک و انعطاف پذیری استراتژیک در نوآوری محصول (مطالعه موردی: شرکت پارس خودرو)

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مرتضی اکبری مهرآباد - دانشجو کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، کرج، ایران، (بازرس کیفیت سالن مونتازا)

اشرف رحیمیان - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

امیر احمدی - دانشجو دکتری، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش، بررسی تاثیر جهت گیری استراتژیک و انعطاف پذیری استراتژیک در نوآوری محصول در شرکت پارس خودرو میباشد. جامعه این پژوهش شامل ۳۰۰ نفر از کارکنان واحد تضمین کیفیت شرکت پارس خودرو می باشد. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان محاسبه شده و تعداد ۱۶۹ نفر نمونه مورد استفاده قرار گرفته است. داده های لازم از طریق پرسشنامه های استاندارد جمع آوری شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که بین جهت گیری های استراتژیک متعدد، انعطاف پذیری استراتژیک بانوآوری محصول تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد، بین گرایش کارآفرینی با نوآوری محصول تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد، بین جهت گیری یادگیری با نوآوری محصول تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد همچنین جهت گیری یادگیری به طور مثبت تاثیر بینگرایش کارآفرینی و نوآوری محصول را میانجی گری میکند، انعطاف پذیری هماهنگی به طور مثبت تاثیر بین گرایش کارآفرینی و نوآوری محصول را میانجی گری میکند، انعطاف پذیری هماهنگی به طور مثبت تاثیر بین جهت گیری یادگیری و نوآوری محصول را میانجی گری میکند. میتوان بیان کرد که اثر تعدیل گری انعطاف پذیری منابع در تاثیر بین انعطاف پذیری هماهنگی و نوآوری محصول معنی دار نمی باشد.

کلمات کلیدی:

جهت گیری استراتژیک، انعطاف پذیری استراتژیک، نوآوری محصول، شرکت پارس خودرو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1777407>

