

## عنوان مقاله:

تأثیر عوامل ساختاری بر توسعه محصول جدید حوزه فضایی کشور در سطح بنگاه

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآوری، دوره 10، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

## نویسندگان:

Hosein Esbati - دانشجوی دکتری مدیریت تکنولوژی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

reza radfar - استاد گروه مدیریت تکنولوژی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

Habiballah Tabatabaeian - دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی تهران

Abbas Tolouee Ashlaghi - استاد گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

## خلاصه مقاله:

یافته های دانشی، علمی و قدرت بهره برداری از فضای ماوراء، نتیجه تحقق و توسعه محصولات جدید در حوزه فضایی می باشد. اندیشمندان اثرگذاری سه سطح صنعت، بنگاه و فرآیند را در NPD، بسیار مهم می شمارند. این تحقیق با تمرکز بر سطح بنگاه و 7 گام روش شناسی SSM انجام شده است. ابتدا موقعیت مساله را از روش ابرازی (نظر خبرگان) و اسنادی (بررسی مقالات) شناسایی و مشخص شد، ضعف در سازمان افزار، مهمترین دغدغه این حوزه است. سپس زیست بوم ساختاری و ارتباطی حوزه فضایی در سطح بنگاه ترسیم و وضعیت مساله با چک لیست CATWOE تبیین شد. در بررسی پیشینه تحقیق، 42 عوامل تاثیرگذار بر توسعه محصول جدید احصاء شد. ارزیابی سطح تحقق اهداف راهبردی حوزه فضایی توسط این عوامل با روش SAW انجام شد و در نتیجه 14 عامل موثر بر NPD سطح بنگاه به عنوان پیشران تعیین گردید. با ماتریس تاثیر متقابل، ارزیابی تاثیر عوامل بر یکدیگر انجام و براساس شدت تاثیرگذاری و تاثیرپذیری عوامل، تحلیل ساختاری صورت گرفت. در نهایت، 7 عامل به عنوان عوامل ساختاری موثر در سطح بنگاه برای توسعه محصول جدید حوزه فضایی کشور تعیین شد که لازم است مورد توجه کارگزاران این حوزه قرار گیرد. سپس براساس روابط بین عوامل، اولویت بندی و پیشنهادات بهبود در بکارگیری عوامل ارائه شده است.

## کلمات کلیدی:

توسعه محصول جدید، ارزیابی تاثیر متقابل، تحلیل ساختاری، عوامل ساختاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1862685>

