

عنوان مقاله:

تحلیلی بر فرایندهای توسعه محصول جدید در صنایع غذایی (مطالعه شرکت های صنایع غذایی استان تهران)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآوری، دوره 9، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

mostafa mohseni kia sari - استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

kiarash fartash - استادیار دانشگاه شهید بهشتی

mohsen moradian - کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی دانشگاه شهید بهشتی

ali asghar saad abadi - دانشگاه شهید بهشتی، پژوهشکده مطالعات بنیادین علم و فناوری، گروه سیاستگذاری علم و فناوری

خلاصه مقاله:

توسعه محصول جدید موضوعی کلیدی در چرخه حیات بنگاه ها و عاملی مهم در حفظ سهم بازار در محیط پویای امروز برای بنگاه ها است. صنایع غذایی به دلیل ماهیت مبتنی بر نیازهای انسانی و بازاری پرتقاضا برای توسعه محصول جدید می باشد. این پژوهش با هدف شناسایی فعالیت های کلیدی فرایند توسعه محصول جدید و تعیین فعالیتهای چالشی و عادی از میان آن ها در فرایندهای توسعه محصول جدید در به کارگیری بهتر این فرایندها در صنایع غذایی ایران در بازه زمانی ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۸ با مطالعه شرکت های صنایع غذایی مستقر در استان تهران انجام گرفته است. در ابتدا فعالیت های مرتبط با فرایند توسعه محصول جدید از پیشینه استخراج و پس از تایید خبرگان در نمونه ای متشکل از متخصصین حوزه نوآوری صنایع غذایی توزیع گردید و فعالیت های مورد استفاده در این صنعت شناسایی شد. سپس این فعالیت ها در قالب پرسشنامه در جامعه آماری توزیع و ۹۴ پرسشنامه تکمیل شده از جامعه آماری ۱۱۴ شرکتی تحقیق دریافت و با توجه به نرمال نبودن داده ها از آزمون دوجمله ای و فریدمن تحلیل آماری برای شناسایی فعالیت های فرایند توسعه محصول جدید استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد فعالیت های ارتباط شرکت ها با شبکه تامین، شناسایی قوانین و مقررات و تحلیل ارزش آفرینی ایده، توانمندی در تحقیقات بازار و بازاریابی و طراحی دقیق و مهندسی محصول از جمله فعالیت های چالشی شایع در توسعه محصولات جدید در فرایند توسعه محصول جدید است.

کلمات کلیدی:

توسعه محصول، صنایع غذایی، فرایند توسعه محصول، تهران، فعالیت های توسعه محصول

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1895366>

