

## عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت های پویا بر توانمندی نوآوری محصول در بنگاه های بخش دارویی ایران

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآوری، دوره 2، شماره 3 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

## نویسندگان:

Mohammad Naghizadeh - دانشگاه علامه طباطبائی

Mir Ali Seydnaghi - دانشگاه علامه طباطبائی

Razieh Ehsani - دانشگاه علامه طباطبائی

## خلاصه مقاله:

امروزه صنعت دارو به عنوان یکی از صنایع راهبردی، دانش محور و با نرخ نوآوری بالا در میان کشورها مطرح می باشد. با توجه به بازار گسترده، سرمایه گذاری های فراوان در بخش های تحقیق و توسعه و نرخ بالای تغییر در این صنعت، شرکت های دارویی باید از طریق ارتقای قابلیت های پویای خود که مبتنی بر درک و پاسخگویی به فرصت های زودگذر بازار و فناوری است، میزان نوآوری محصول خود را جهت بقا در بازار رقابتی امروز افزایش دهند. با توجه به اهمیت این موضوع، در پژوهش حاضر تلاش شد تا الگویی جهت ارتقای میزان نوآوری محصول در بنگاه های بخش دارویی ایران با تاکید بر تاثیر قابلیت های پویا در این شرکت ها ارائه شود. پس از تشکیل مدل مفهومی و تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از ۶۰ شرکت دارویی، با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی، جهت و شدت روابط میان سازه هایی که منجر به ارتقای نوآوری محصول ها در این بنگاه ها می شوند، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پدست آمده نشان داد که قابلیت های پویا در بنگاه های دارویی، تاثیر قابل ملاحظه ای بر ارتقای توانایی نوآوری محصول بنگاه دارد که شامل ابعاد کیفیت، کاهش زمان عرضه به بازار، سهم بیشتر بازار و تمایز محصول های جدید است.

## کلمات کلیدی:

قابلیت های پویا، نوآوری محصول، قابلیت های سازمانی، بازاریابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1896369>

