

عنوان مقاله:

بررسی چالش های توسعه محصول جدید در بنگاه های کوچک و متوسط؛ مطالعه موردی صنایع غذایی و آشامیدنی منتخب استان فارس

محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 7، شماره 27 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

رضا طالعی فر - دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه پیام نور، مدرس دانشگاه پیام نور

سید حسن حاتمی نسب - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

موفقیت در پروژه های توسعه محصول جدید، چالشی مهم برای مدیران گذشته و امروزی است. در واقع پیدایی پاسخی برای این سوال که چرا هنوز نرخ شکست در این پروژه ها بالاست، ذهن محققان را به خود مشغول کرده است. شکست این پروژه ها در شرکت های کوچک و متوسط مسئله حادثی در مقام قیاس با شرکت های بزرگ دارد. به گونه ای که برخی از این شکست ها عملاً امکان حیات شرکت های مزبور را سلب می کند. لذا در این تحقیق بررسی چالش های توسعه محصول به طور خاص در مورد این شرکت ها انجام شده است. برای این منظور با استفاده از تحقیقی پیمایشی نظریات مدیران و کارشناسان ارشد بنگاه های کوچک و متوسط صنایع منتخب غذایی استان فارس مورد دقت قرار گرفته و با عنایت به آن راهکارها و پیشنهادات کاربردی مطرح شده اند. در تحقیق حاضر پس از بازنگری ادبیات تحقیق، چالش های موثر شناسایی و با توجه به نظریات دریافتی از مدیران، معنی داری نتایج تحقیقات به همراه میزان اهمیت آنها در بنگاه های مورد مطالعه مشخص شده است. نتایج حکایت از آن دارد که از دیدگاه مدیران این واحدها در ارتباط با چالش های موثر بر توسعه محصول جدید بین وضعیت موجود و وضعیت ایده آل شکاف معنی دار وجود دارد. ضمن اینکه چالش هایی چون تخمین نادرست بازار، عدم توجه کافی به تحقیق و توسعه، عدم وجود کانال های توزیع مناسب، عدم وجود تبلیغات مناسب پیرامون محصول جدید ارائه شده به عنوان چالش های مسئله ساز مطرح شده اند.

کلمات کلیدی:

چالش های موثر، توسعه محصول جدید، بنگاه های کوچک و متوسط، صنایع غذایی استان فارس، دیدگاه مدیران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/296851>

