

عنوان مقاله:

تعیین و اعتبار سنجی الگوی توانمندیهای نوآوری با رویکرد توسعه محصول جدید NPD مطالعه موردی گروه بهمن

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

حمید نوید - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی کرج، ایران

رضا رادفر - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی گروه مدیریت صنعتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، ایران

حسین ملهم - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی گروه فیزیک، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی کرج، ایران

خلاصه مقاله:

در دنیای پر رقابت امروز تغییر نیازها و خواستههای مشتریان، تحول سریع تکنولوژی و افزایش رونق اقتصادی موجب شده است که شرکتها در صنایع مختلف با سرعت، بازدهی و کیفیت روبه رشدی به نوآوری و ارائه محصولات جدید بپردازند. در واقع، مشتریان در جستجوی محصولات جدیدتر، پیشرفتهتر و منطبق بر نیازهای خود هستند و شرکتها نیز ناچارند محصولاتی را ارائه دهند که پاسخگوی نیاز و انتظارات مشتریان باشد، زیرا در غیر این صورت، رقبا گوی سبقت را از آنان خواهند ربود. همین امر موجب پیرنگتر شدن بحث نوآوری در سازمانها و توجه به فرآیند توسعه محصول در شرکت ها و صنایع مختلف شده است و آن را به یکی از پیچیده ترین و دشوارترین وظایف کسب و کار تبدیل نموده است. در این مقاله ضمن تعریف نوآوری و توسعه محصولات جدید NPD و ارائه الگوها و مدل های نوآوری و توسعه محصولات جدید، سعی داریم نسبت به شناسایی الگوی ارزیابی توانمندیهای نوآوری با رویکرد توسعه محصول جدید NPD در شرکت گروه بهمن اقدام نموده و اعتبار سنجی مدل را در هر یک از عوامل بوسیله نرم افزار PLS بررسی و بیان نماییم

کلمات کلیدی:

نوآوری، توسعه محصولات جدید، معادلات ساختاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/439839>

