

عنوان مقاله:

تاثیر عوامل مدیریتی در توسعه محصول جدید در کسب و کارهای کوچک و متوسط

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

جعفر شرفخانی - دانشگاه دولتی بمبئی هندوستان/ مدیر صندوق کارآفرینی استان ایلام

خلاصه مقاله:

منشا اصلی موفقیت در کسب و کار مزیت رقابتی برای شرکت ها در آینده، توسعه ی موفق و مداوم محصولات جدید و بهبود یافته است. در فرآیند توسعه ی محصول مقدار زیادی از دانش سازمانی ایجاد، ذخیره، بازیابی و مورد استفاده قرار می گیرد. از این رو بسیاری از پژوهشگران داشتن سیستم مدیریت را عامل مهمی در کاهش عدم اطمینان این فرآیند و موفقیت عملکرد محصولات جدید محسوب می کنند. در این مقاله نقش عوامل مدیریتی در توسعه ی محصولات جدید مورد بررسی قرار گرفته و با مصاحبه های عمیق به سنجش نگرش تعدادی از مدیران سازمان های موفق کارآفرین اقدام نموده است با استفاده از پرسشنامه نظر مدیران عامل، مدیران تحقیق و توسعه، بازاریابی و فروش در رابطه با این موارد سنجیده شده است. نتایج مقاله نشان می دهد که عوامل تایید شده شامل تعهد مدیریت ارشد به توسعه محصول جدید، راهبرد کارآفرینانه، گرایش بین المللی، مدیریت سبد دارایی و گرایش به آینده پژوهی هستند.

کلمات کلیدی:

محصول جدید، توسعه محصول جدید، شرکت های کوچک و متوسط، تعهد مدیریت ارشد، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/587590>

