

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل اثرگذار نوآوری محصول بر عملکرد شرکت های تولیدی کوچک و متوسط مطالعه موری شرکت های تولیدی ساختمان های پیش ساخته

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حقوق و علوم انسانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سمیه خوشنامی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، گروه مدیریت صنعتی، تهران ایران

هادی رزقی شیرسوار - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، گروه مدیریت صنعتی تهران ایران

سیدفواد ظریفی - دکتری کارآفرینی

خلاصه مقاله:

هدف کلی تحقیق حاضر شناسایی عوامل اثرگذار نوآوری محصول بر عملکرد شرکت های تولیدی کوچک و توسط از جمله شرکت های تولیدی ساختمان های پیش ساخته است به این منظور و پس از انجام مطالعات لازم، باتوجه به مقدرات تحقیق از میان مولفه های موثر در استقرار نوآوری محصول بر عملکرد سازمان های تولیدی کوچک و متوسط شش مولفه انتخاب گردید که عبارتند از: راهبرد سازمانی، کارایی در فعالیت های قبل از توسعه، کارایی در فعالیت توسعه محصول جدید، مزیت رقابتی محصول جدید، قیمت و ارزش محصول و جذابیت بازار تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش تحلیل عاملی اکتشافی است جامعه آماری تحقیق کلیه کارکنان و افراد دخیل در مجموعه تولیدی این شرکت ها می باشد که تعداد جامعه نمونه آن برابر 236 نفر است نتایج تحقیق حاکی از آن است که شرکت های تولیدی ساختمان های پیش ساخته از نظر راهبرد سازمانی کارایی در فعالیت های قبل از توسعه، کارایی در فعالیت توسعه محصول جدید مزیت رقابتی محصول جدید، قیمت و ارزش محصول و جذابیت بازار در سط مورد انتظار قرار دارند اما برای هرچه بهتر شدن نوآوری محصول بهتر است امکانات خود را در این زمینه ها بهبود بخشند.

کلمات کلیدی:

نوآوری، عملکرد، محصول

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/663042>

