

عنوان مقاله:

بررسی عملکرد نوآوری محصول جدید در شرکت های تولید کننده قطعات خودرو در ایران: یک مطالعه علی

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره 3، شماره 1 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

محمد رضا صادقی مقدم - عضو هیات علمی گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

محمود زمانی - دانشجوی دکتری مدیریت فناوری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

محمد گشتاسبی - دانشجوی دکتری مدیریت فناوری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

یاسر شجاعی - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

هدف این مطالعه بررسی عملکرد نوآوری محصول جدید در شرکت های تولید کننده قطعات خودرو در ایران می باشد. این مطالعه از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی بوده و از آنجایی که هدف پژوهش تعیین روابط علی میان متغیرها می باشد، از نظر گردآوری داده ها توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق شامل تمام شرکت های فعال در صنعت تولید قطعات و مجموعه های خودرو در ایران می باشد. پرسشنامه ساختار یافته برای جمع آوری داده ها از مدیران عالی این شرکت ها مورد استفاده قرار گرفت. از 359 پرسشنامه ای که از طریق ایمیل بین مدیران عامل تمامی این شرکت ها توزیع گردید، تنها 226 پرسشنامه، بازگردانده شد، که 201 پرسشنامه قابل استفاده بود که این نشان دهنده نرخ بازگشت 55/9 درصد می باشد. فرضیه ها از طریق تحلیل همبستگی و تکنیک مدل سازی معادله ساختاری مورد آزمون قرار گرفت. تحلیل داده ها نشان می دهد که ماژولاریتی و نوآور بودن محصول اثر معنادار و مثبتی بر عملکرد نوآوری محصول دارند. نتایج همچنین نشان داد که یکپارچه سازی فناوریانه تامین کننده به صورت مثبت و معناداری رابطه ماژولاریتی و عملکرد نوآوری محصول را تعدیل می کند.

کلمات کلیدی:

ماژولاریتی محصول، نوآور بودن محصول، عملکرد نوآوری محصول، یکپارچه گی فناوریانه تامین کننده، صنعت خودرو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/665444>

