

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نوآوری بر عملکرد بخش فروش بنگاه های کوچک و متوسط

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مهرداد سه گانه - دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت منابع انسانی، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قایمشهر، ایران

حسین شکرویان - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، گروه مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

از عمده ترین جریان های حاکم بر حیات بشری در آغاز هزاره سوم میلادی، فرایند نوآوری است که اساس و بسترسازتغییر و تحول و دگرگونی است. در پژوهش پیش رو، تاثیر نوآوری بر عملکرد بخش فروش بنگاه های کوچک و متوسط در سمنان مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری تحقیق، مدیران و مسیولان بنگاه های کوچک و متوسط سمنانی باشند که تعداد افراد شاغل در آنها کمتر از 150 نفر است. در حال حاضر، شرکتهای کوچک و متوسط مستقر در ناحیه صنعتی سمنان، حدود 550 واحد می باشد که از بین آنها، 227 نفر بر اساس فرمول کوکران، و روش نمونه گیری طبقه ای انتخاب شده اند. روش گردآوری داده ها، میدانی و ابزار گردآوری داده ها در این تحقیق، پرسشنامه می باشد. به طوری که برابسنجش متغیر نوآوری از پرسشنامه استاندارد (کارابولوت، 2015) و برای جمع آوری داده های مرتبط به متغیر عملکرد بخش فروش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه از طریق روایی صوری و محتوایی، و روایی همگرا و واگرا تایید شد، و پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ تایید شده است. نرم افزارهای مورد استفاده در این مطالعه شامل SPSS و Smart PLS است و جهت آزمون فرضیه های تحقیق از آزمون مدلسازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که فرضیه های اصلی و فرعی تایید شده است. یعنی نوآوری بازاریابی، نوآوری سازمانی، نوآوری محصول و نوآوری فرآیند بر عملکرد بخش فروش بنگاه های کوچک و متوسط در سمنان تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

نوآوری، نوآوری بازاریابی، نوآوری سازمانی، نوآوری محصول، نوآوری فرآیند، عملکرد بخش فروش، بنگاه های کوچک و متوسط، سمنان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784714>

