

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خلق دانش و تازگی و تنوع محصول با عملکرد محصولات جدید شرکت هایتولید کننده نرمافزار شهر تهران

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

سیدصدد حسینی - دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشگاه اقتصاد و مدیریت تبریز

مژده قناعت - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، پردیس دانشگاه اقتصاد و مدیریت تبریز

خلاصه مقاله:

دانش سازمانی به سرعت در حال تبدیل شدن به مزیت رقابتی اصلی سازمان ها می باشد. توجه به خلق دانش و حمایت از آن، فرصت مناسبی را برای هر سازمانی به وجود می آورد تا علاوه بر اینکه در محیط پیچیده امروز حیات مستمر داشته باشد، محصولات جدید و متناسب با نیاز مشتریان ارایه دهد و پیشتاز عرصه های مختلف فعالیت باشد، هدف اصلی از این پژوهش بررسی تاثیر خلق دانش بر خلاقیت و عملکرد محصول جدید در شرکت های نرم افزاری شهر تهران می باشد، جمع آوری داده ها با روش نمونه گیری تصادفی ساده با حجم 189 نمونه انجام شد و تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون همبستگی، تی تک نمونه و معادلات ساختاری به کمک نرم افزار SPSS و SMART-PLS انجام شده است. نتایج نشان میدهد خلق دانش تاثیر مثبتی بر تناسب و تازگی محصول و عملکرد محصول جدید دارد، همچنین نتایج نشان دادتناسب محصول تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد محصول جدید دارد ولی تازگی اثری بر عملکرد محصول جدید ندارد، در نهایت پیشنهاد می شود شرکت ها برای خلق دانش و استفاده از آن، جلسات طوفان مغزی با حضور کارکنان و کارشناسان و برون سازمانی تشکیل دهند، همچنین مشارکت دادن کارکنان در فرایند حل مساله، تشویق رفتار و ایده های خلاقانه، آموزش به مدیران پروژه و کارشناسان در زمینه خلق دانش و مدیریت آن و شیوه های بکارگیری دانش به دست آمده در محصولات جدید، به خلق دانش، خلاقیت و عملکرد محصولات جدید کمک کنند.

کلمات کلیدی:

خلق دانش، تازگی، تنوع محصولات، عملکرد محصول جدید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828283>

