

بررسی رابطه رهبری تحول‌گرا و فرآیند توسعه محصول جدید با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی و فرهنگ نوآوری

سید سعید حسینی*، 169،

1396-6-27

دخانیات سومین صنعت پولساز در جهان است، ولی در ایران این صنعت نه تنها پولساز نیست، بلکه طی سال‌های اخیر به واسطه برخی از مشکلات مدیریتی و داخلی از عهده تأمین نیازهای خود نیز برنمی‌آید، چرا که وضع تولید این شرکت در شرایط عجیبی به سر می‌برد و آمار و ارقام تولیدی آن دچار تناقض‌هایی است که نیاز به تحقیق دارد. هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه رهبری تحول‌گرا و فرآیند توسعه محصول جدید با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی و فرهنگ نوآوری است. جامعه آماری این تحقیق کارکنان شرکت دخانیات استان گیلان به تعداد 1700 نفر در نظر گرفته شد. به منظور محاسبه حجم نمونه آماری از فرمول کوکران برای جوامع محدود استفاده گردید که در نهایت حجم نمونه 715 نفر محاسبه گردید. افراد مورد مطالعه به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شدند. این پژوهش بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی بود. روش گردآوری اطلاعات میدانی، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، از تحلیل رگرسیون می‌باشد. روایی تحقیق با استفاده از نظر استاد راهنما و سایر اساتید محترم و پایایی آن نیز از طریق روش آلفای کرونباخ سنجیده و تأیید گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از نرم افزارهای PLS 3 و SPSS21 استفاده شد. نتایج فرضیه‌های تحقیق نشان داد که رهبری تحول‌گرا با توجه به نقش میانجی‌گری یادگیری سازمانی رابطه مستقیمی با فرآیند توسعه محصول جدید دارد، در حالی که این رابطه در مورد فرهنگ نوآوری صدق نکرد. همچنین نتایج نشان داد که رهبری تحول‌گرا رابطه مستقیمی با یادگیری سازمانی و فرهنگ نوآوری دارد. از طرفی، مشخص گردید که یادگیری سازمانی رابطه مستقیمی با فرآیند توسعه محصول جدید دارد، ولی این رابطه در مورد فرهنگ نوآوری معنادار نیست.

کلمات کلیدی: رهبری تحول‌گرا، فرآیند توسعه محصول جدید، فرهنگ نوآوری، یادگیری سازمانی، شرکت دخانیات