

بررسی تأثیر فرهنگ طرفدار نوآوری بر دوستوانی و عملکرد توسعه محصول جدید در شرکت خودروسازی کرمان موتور و نمایندگی‌های مجاز

مهدی قائمی راد *، 168،

1397-6-22

چکیده هدف از انجام تحقیق حاضر، سنجش تأثیر فرهنگ طرفدار نوآوری بر دوستوانی و عملکرد توسعه محصول جدید در شرکت خودروسازی کرمان موتور و نمایندگی‌های مجاز می‌باشد. تحقیق از حیث هدف کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق مدیران و نمایندگان شرکت کرمان موتور در کشور هستند که تعدادشان بر اساس 77 نمایندگی مجاز 588 نفر می‌باشد و بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تعداد 220 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد می‌باشد که پایایی سوالات پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ بالاتر از 0/7 برآورد شده و روایی پرسشنامه نیز به روش روایی محتوا و روایی همگرا و واگرا تایید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار PLS Smart و به روش مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که فرهنگ طرفدار نوآوری بر عملکرد توسعه محصول و دوستوانی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین دوستوانی سازمانی نیز بر عملکرد توسعه محصول جدید تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: فرهنگ طرفدار نوآوری، دوستوانی سازمانی، عملکرد توسعه محصول جدید، شرکت کرمان موتور

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه‌ها](#)