

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی مولفه های موثر بر نوآوری با تاکید بر افزایش قدرت بازار در صنعت تولید آسفالت (مطالعه موردی: شرکت نوید نور سپاهان)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مرضیه شرفی - دکتری کارآفرینی، گرایش توسعه، استادیار گروه ارتباطات و کسب و کار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، اصفهان، ایران

علی فتاحی - کارشناسی ارشد صنایع، گرایش مدیریت فناوری و نوآوری، دانشگاه صنعتی فولاد

علی درویش شاهرودی - دانشجوی دکتری صنایع، گرایش کیفیت بهره وری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، اصفهان، ایران
(مدیر عامل شرکت صدرا سپهر اسپادانا، فولاد مبارکه، رئیس سرویس و روغن کاری شرکت سیمان سپاهان، اصفهان)

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش رتبه بندی و به کارگیری مولفه های موثر بر نوآوری با تاکید بر افزایش قدرت بازار در صنعت تولید آسفالت می باشد. با استفاده از مقالات معتبر، معیارهای نوآوری و شاخص های قدرت بازار شناسایی شد و براساس شاخص ها دو پرسشنامه تدوین گردید و با استفاده از دو روش الکترونیک و پرامتی برترین معیار نوآوری و برترین شاخص قدرت بازار شناسایی شد و از آن استفاده گردید. مولفه های نوآوری انتخاب شده شامل سهم شرکت در بازار، کارایی، رفتار قیمت گذاری، سودآوری و کیفیت تولیدات می باشد و همچنین شاخص های قدرت بازار، مدیریت پروژه، محیط بیرونی و شرایط موجود در سازمان اعم از کار، فضای کار و شرایط فرهنگی می باشد. نتایج حاصل روش پرامتی، بیانگر اهمیت بالاتر مولفه کیفیت تولیدات در بین سایر معیارها می باشد. نتایج حاصل از روش الکترونیک، نیز بیانگر اهمیت شاخص مدیریت پروژه در بین سایر معیارهای نوآوری می باشد.

کلمات کلیدی:

نوآوری، قدرت بازار، تصمیم گیری چند معیاره، روش پرامتی، روش الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1691271>

