

عنوان مقاله:

بررسی نقش قابلیت های سازمانی در ایجاد مزیت رقابتی توسعه محصول جدید در صنعت مواد غذایی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی صنعتی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

بهاره برهانی - دکتری شیمی، مرکز نوآوری گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام، هشتگرد

محسن امینی - دکتری کارآفرینی، گروه صنعتی پژوهشی زر، هشتگرد

حمیدرضا دلاوری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، مرکز نوآوری گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام، هشتگرد

خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی امروز، سازمانها با تغییرات زیادی مواجه اند به گونه ای که سطوح بالای تغییرات می تواند فعالیت های شرکت و به دنبال آن عملکرد را شدیداً تحت تاثیر قرار دهد. امروزه پیشرفت فناوری، رقابتی شدن هر چه بیشتر سازمان ها، پیدایش علوم و تجهیزات جدید تولیدی، تغییرات اساسی در نیازها و سلايق مشتریان و غیره، تولید محصولات جدید را با چالش های جدید روبه رو کرده است. کسب مزیت رقابتی برای هر شرکتی حائز اهمیت است؛ اما برای شرکتهای فعال در صنایع غذایی به دلیل تعدد رقبای فعال داخلی و خارجی و همچنین اهمیت استراتژیک غذا در عرصه روابط بین المللی، اهمیت دوچندانی دارد. این مقاله مروری، بر بررسی رابطه ی بین قابلیت های سازمانی، مزیت رقابتی، نوآوری و فعالیت های مبتنی بر دانش و عملکرد مبتنی بر مشتری پرداخته شده است. با استفاده از نتایج حاصل از مطالعات و انطباق آن بر ساز و کار گروه صنعتی و پژوهشی زر مدلی ارائه شد که نشان داد که بین قابلیت های سازمانی و مزیت رقابتی رابطه ی معناداری وجود دارد، همچنین یافته های تحقیق مبین رابطه ی بین مولفه های مزیت رقابتی و عملکرد مبتنی بر مشتری می باشد. نتایج تحقیقات حاکی از این است که قابلیت های سازمانی می توانند بعنوان منبع مزیت رقابتی در صنعت مواد غذایی محسوب شود و موجب ارتقا عملکرد شرکت گردد. همچنین نوآوری باز و توسعه محصول جدید از عوامل بسیار موفقیت آمیز و تاثیر گذار بوده است.

کلمات کلیدی:

قابلیت های سازمانی، مزیت رقابتی، عملکرد مبتنی بر مشتری، قابلیت نوآوری، قابلیت تحقیق و توسعه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1706562>

