

عنوان مقاله:

طراحی مدل عوامل موثر بر استراتژی های تحقیق و توسعه در شرکت های خودروسازی داخلی با تاکید بر رویکرد ساختاری-تفسیری (ISM)

محل انتشار:

فصلنامه بهبود مدیریت، دوره 16، شماره 3 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

سوده علی زاده - دانشجوی دکتری مدیریت، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، تهران، ایران.

سید کامران نوربخش - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، تهران، ایران

بهروز قاسمی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش طراحی مدل عوامل موثر بر استراتژی های تحقیق و توسعه در شرکت های خودروسازی داخلی با تاکید بر رویکرد ساختاری-تفسیری می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه ای و از لحاظ روش آمیخته می باشد. جامعه آماری تحقیق را کارکنان و مدیران شرکت های خودروسازی داخلی تشکیل می دهد. نمونه آماری این تحقیق بصورت هدفمند و قضاوتی از میان مدیران و کارکنان شاغل در صنایع خودروسازی داخلی که دارای حداقل 5 سال سابقه کاری در واحد تحقیق و توسعه و ارتباط با مشتریان هستند، انتخاب شده است. در بخش کیفی از مصاحبه نیمه ساختاریافته جهت شناسایی مولفه های پژوهش استفاده شده است. تحلیل فرآیند کدگذاری بخش کیفی منجر به شناسایی 7 مولفه استراتژی کسب و کار، سیاست های حمایتی، جذب سرمایه گذاری، سرمایه دانشی، توسعه فرهنگی، شبکه اجرای تحقیق و توسعه و مدیریت تحقیق و توسعه گردیده است. مولفه های شناسایی شده در بخش کمی در پرسشنامه ISM قرار گرفته است. بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل ISM می توان اذعان نمود که در ماتریس تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم؛ بیشترین تاثیرگذاری را عامل سیاست های حمایتی و بیشترین وابستگی را در ماتریس تاثیرات مستقیم عامل جذب سرمایه گذاری و سرمایه دانشی در ماتریس تاثیرات غیرمستقیم داراست.

کلمات کلیدی:

استراتژی، تحقیق و توسعه، شرکت های خودروسازی، معادلات ساختاری-تفسیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1580217>

