

تناسب استراتژیک بین استراتژی‌های نوآوری و محیط کسب‌وکار در ارائه عملکرد کسب‌وکار (مطالعه موردی: شرکت‌های دانش‌بنیان استان مرکزی)

مهدی عبدالهی^۱، ابراهیم گیوکی^۲

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد واحد خمین (نویسنده مسئول)

^۲ عضو هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمین

چکیده

هدف از نگارش پژوهش حاضر، تناسب استراتژیک بین استراتژی‌های نوآوری و محیط کسب‌وکار در ارائه عملکرد کسب‌وکار می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی به شمار می‌رود؛ ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات شامل پرسشنامه است که اعتبار آن با روش آلفای کرونباخ ۰.۹۲۶ تعیین شد؛ بنابراین ابزار این تحقیق از قابلیت بالایی برخوردار است و پس از تأیید روایی و پایایی آن‌ها جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و معاونان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در استان مرکزی می‌باشد که تعداد شرکت‌ها ۵۹ شرکت و تعداد افراد آن ۱۱۸ نفر می‌باشد. حجم نمونه توسط فرمول کوکران ۹۰ نفر محاسبه گردید. به‌منظور تجزیه و تحلیل از مدل معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار LISREL استفاده شده است. بر اساس یافته‌های این تحقیق فرضیه‌ها مورد تأیید واقع شده است.

واژه‌های کلیدی: عملکرد، استراتژی، نوآوری محصول، نوآوری فرآیند.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۱۶۹-۱۵۹