

بررسی رابطه عوامل درون‌سازمانی بر موفقیت استراتژیک آپ ناب

نسیم کردستانی^۱، نکیسا رضایی^۲

چکیده:

شرکت‌های استراتژیک آپ در ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه اقتصادی و تجاری‌سازی فناوری‌ها اهمیت به‌سزایی دارند. آگاهی و استفاده از رویکرد استراتژیک آپ ناب به‌سرعت در میان شرکت‌های استراتژیک آپ در سال‌های اخیر افزایش یافته است. امروزه نقش استراتژیک آپ‌ها در اقتصاد کشورها و مناطق از ابعاد مختلف اشتغال آفرینی، نوآوری و رقابت‌پذیری آشکار شده است. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر عوامل درون‌سازمانی بر استراتژیک آپ ناب است. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات توصیفی و پیمایشی است. شاخص‌های عوامل درون‌سازمانی شرکت‌های استراتژیک آپ ناب با استفاده از ادبیات مرتبط استخراج و در قالب پرسشنامه توسط گروهی متخصص و مدیران فعال در حوزه استراتژیک آپ‌ها برای تعیین روایی مورد بررسی قرار گرفت. پس از تأیید شاخص‌ها پرسشنامه‌ای ۵۱ سؤالی طراحی شد و مدیران، کارشناسان و فعالان حوزه استراتژیک آپ با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس به تعداد ۱۴۳ پرسشنامه پاسخ دادند. داده‌ها توسط نرم‌افزارهای اسپس‌اس و لیزرل مورد آزمون قرار گرفت. مدل عنوان‌شده در این پژوهش امکان پیش‌بینی برای موفق بودن شرکت‌های استراتژیک آپ و احتمال شکست این شرکت‌ها را با توجه به عوامل در نظر گرفته شده فراهم می‌کند. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که متغیرهای دانش و فناوری، فرهنگ، ویژگی‌های کسب‌وکار، منطقی بودن روش‌ها و منابع انسانی بر استراتژیک آپ ناب تأثیر دارند ولی ساختار سازمانی تأثیری روی استراتژیک آپ ناب نداشت.

واژه‌های کلیدی: استراتژیک آپ ناب، عوامل درون‌سازمانی، شرکت‌های نوپا، بازدارنده‌های استراتژیک آپ ناب

۱. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، nasimkordestani@gmail.com.

۲. دانشجوی دکتری بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران، nakisarezaie@ut.ac.ir.