

عنوان مقاله:

روشهای دستیابی سریعتر به نوآوری در شرکتهای کوچک و متوسط

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی جایگاه مدیریت و حسابداری در دنیای نوین کسب و کار، اقتصاد و فرهنگ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

عاطفه سجاد - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد

آزاده مظلوم خراسانی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی

خلاصه مقاله:

یکی از برجسته ترین ویژگیهایی که در طول دو دهه اخیر در بسیاری از اقتصادها ظهور پیدا کرده نقش و جایگاه شرکتهای کوچک و متوسط (SMEs) است . این شرکتهای که پشتوانه اصلی اقتصاد در فرایند صنعتی شدن و مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوریهای جدید هستند برای اقتصادهای در حال توسعه بسیار مهم و ضروری اند . از طرفی این شرکتهای بایده برای بقای بیشتر از چند سال خود در بازار در مقابل رقبای بزرگ از طریق استفاده از فناوریهای جدید و همچنین نوآوری بر مقیاس اندازه غیر اقتصادی شان غلبه کنند . در واقع SME ها بر این عقیده اند که نوآوری در فرایند و محصولات جریان اصلحیات آنها است . اما تحقیقات و مطالعات زیادی نشان میدهد بسیاری از شرکتهای کوچک و متوسط با وجود سرمایه قابل توجه در تحقیق و توسعه ، مشکل دستیابی به نوآوری دارند . بنابراین این شرکتهای باید تلاش کنند تا فرهنگ مناسب ، ساختار ، محرکها ، سیستمها و فرایندهای مناسب را که منجر به تسهیل نوآوری میشود و عملکرد سازمانی آنها را افزایش میدهد ، پدید آورند . و ما در این مقاله به بررسی فرایند نوآوری در چارچوب استراتژی ، فرهنگ سازمانی و سبکهای رهبری به عنوان محرک های نوآوری در شرکتهای کوچک و متوسط میپردازیم . در نهایت و با گردآوری و مطالعه تحقیقاتی مرتبط ، این نتیجه ثابت شد که شرکتهایی که به عملکرد بالاتری رسیده بودند ، تاکید بیشتری بر ویژگیهای استراتژی ، رهبری و فرهنگ سازمانی داشتند .

کلمات کلیدی:

کلیدی: نوآوری ، شرکتهای کوچک و متوسط ، فرهنگ سازمانی ، رهبری ، استراتژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/313949>

