

عنوان مقاله:

ساختار نظری تکنولوژی مبنی بر نوآوری بنیادین در بازار

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سمانه باوندی - کارشناس مدیریت بازرگانی

سلیم باوندی - دانشجوی کارشناسی ریاضیات و کاربردها

خلاصه مقاله:

یکی از جنبه های نوآوری بنیادین ، وجود یک ارتباط تنگاتنگ با تکنولوژی های پیشرفته در موقعیت های بازار می باشد و اگر بازار مناسبی برای این تکنولوژی موجود نباشد، می توان گفت انتظار به دست آوردن سود چشم گیری که بتوان در رقابت با رقبا دوام آورد به طور قطع و یقین وجود نخواهد داشت . آنچه که نوآوری با خود خواهد داشت، طرح والگوی پیشنهادی برای ایده ای است که باید به اجرا درآید و این محقق نخواهد شد مگر اینکه سازمان با توجه به زیر بنا وامکانات خود بتواند به گونه ای موشکافانه با استفاده از تکنولوژی روز دنیا و وفق دادن سازمان به هرگونه تغییرات جدید آن را عملی سازد . مدیران و سلسله مراتب سازمانی باید تلاش نمایند تا از هرگونه ایده و نوآوری در سازمان حمایت نمایند و تکنولوژی را همپا با نوآوری درآورند. آنچه که مهم تلقی می گردد تاثیری است که این تکنولوژی برای ایجاد نوآوری ها در سازمان دارد . این مقاله نقش نوآوری را در اوضاع بازار وتأثیر آن بر سازمان مورد بررسی قرار خواهد داد

کلمات کلیدی:

بازار، تکنولوژی ، نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/444713>

