

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت دانش در توسعه محصول جدید در سازمان های کوچک

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی نقد و واکاوی مدیریت در هزاره سوم (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

اعظم محسنی زاده - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر مدیریت دانش در توسعه محصول جدید در سازمان های کوچک می باشد. با توجه به پیشرفت روز افزون دانش و تکنولوژی و جریان گسترده اطلاعات، نقش و اهمیت مدیریت دانش در جهت بهبود و توسعه سازمان ها، بیش از پیش نمایان می گردد. بسیاری از محققان توسعه محصول جدید را به عنوان یک فرایند متمرکز بر دانش معرفی کرده اند که با رشد فزاینده پیچیدگی محصولات و فناوری ها، به مدیریت دانش موثر، احتیاج مبرم دارد. از سوی دیگر نتایج تحقیقات نشان میدهد که الگوهای مدیریت دانش مورد استفاده در موسسات بزرگ، به علت برخی مشکلات که مهمترین آن تحمیل هزینه های گزاف است، در کسب و کارهای کوچک، قابلیت پیاده سازی ندارند و از سوی مدیران اینگونه سازمان ها از استقبال چندانی برخوردار نیستند. لذا، ارائه راهبرد مناسبی از مدیریت دانش کارآمد برای کسب و کارهای کوچک یکی از مفاهیم ضروری تحقیق و بررسی در این حوزه است. مقاله پیش رو با روشی کتابخانه ای و با بررسی متون و پژوهش های صورت گرفته در حوزه مدیریت دانش و کسب و کارهای کوچک انجام گرفته است. بدون شک مدیران و کارکنان سازمان های کوچک و نوپا با شناخت و آگاهی از این عوامل و زمینه ها، خواهند توانست با دیدی جامع تر و دقیق تر به موضوع مدیریت دانش و شناسایی فرصت های محیطی، استفاده لازم را جهت کسب مزیت رقابتی و توسعه محصول جدید در سازمان خود کسب نمایند.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، محصول جدید، سازمان های کوچک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/974197>

