



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

مزایا و ظرفیت نوآوری: مطالعه موردی کارخانه های برزیلی

عنوان انگلیسی مقاله :

Innovative Capacity and Competitive

Advantage: a case study of Brazilian firms



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

5 DISCUSSION AND CONCLUSIONS

One may say that innovation is a wide-ranging and complex process, the result of interactions between several factors, including individuals, customers and clients, competitors, suppliers, the market, research centers, and other knowledge producing institutions. Innovation may indeed improve corporate competitiveness; however, so as to come true, it requires a set of different management knowledge, practices and skills. This set may be termed **innovative capacity of a firm**, as defined above.

Its limitations considered, this paper sought to contribute to the debate on how companies may create organizational environments conducive to innovation development, through its culture, resources, competencies, and through the use of interorganizational networks; these factors, as a set, are known as innovative capacity. In the pursuit of this goal, two case studies of companies showing product innovation obtained through different practices were conducted.

بحث و نتیجه گیری

یکی از افراد بر این باور بود که نوآوری یک فرایند پیچیده و گسترده ای بوده و نتیجه تعاملات بین چندین عوامل، شامل، افراد، مشتریان و خریداران، رقبا و عرضه کنندگان و بازار، مراکز پژوهشی و سایر انجمن های تولید کننده دانش می باشد. نوآوری ممکن است در واقع بهبود مزایایی رقابتی یکپارچه باشد، به هر حال همانطور که روشن است نوآوری نیازمند یک مجموعه مختلف مدیریت دانش، مهارت ها و شیوه ها، می باشد. و این مجموعه ممکن است به عنوان آنچه در بخش های فوق در مورد آن ها صحبت شده است در قالب اصطلاح ظرفیت نوآوری یک شرکت قرار گیرد. محدودیت های آن مورد توجه قرار گرفت، این مقاله در جستجوی کمک کردن به شکا گرفتن یک مذاکره که چگونه سازمان ها و شرکت ها می توانند از طریق محیط سازمانی توسعه نوآوری را از طریق فرهنگ، منابع و شایستگی و استفاده از شبکه های بین سازمانی در سرتاسر سازمان، از قبیل عواملی به عنوان یک مجموعه شناخته شده از ظرفیت نوآوری استفاده کنندو برای نائل شدن به این مهم، دو مطالعه موردی در شرکت هایی که نوآوری در محصول را در خود به نمایش گذاشته بودند آن هم از طریق بهره گرفتن از شیوه های مختلف که هدایت شده بودند.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.