

نوآوری همگرایانه به عنوان یکی از استراتژی های نوع آوری پایدار، در عصر دیجیتال و در بحران همه گیری کووید ۱۹

نعمت اله عالی پور

دانشجوی دکتری تخصصی حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد، رئیس گروه حسابداری مالیاتی استان خوزستان

مهسا زنگنه

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش سیستم های اطلاعاتی مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد باغملک

چکیده

در این مقاله، نوآوری به عنوان به کار گیری ایده ها و یا فناوری های جدید به شیوه های متفاوت به منظور ایجاد ارزش جدید یا ارزش افزوده برای موفقیت مداوم سازمان و ذینفعان آن تعریف شد، امروزه نوآوری می تواند مبتنی بر همگرایی اشیاء ناهمگن و غیرمرتبط باشد که می تواند یک نتیجه نمایی مبتنی بر اقتصاد همگرایی و شبکه ایجاد کند، نوآوری همگرا یک صلاحیت اصلی پایدار نه تنها برای خلق ارزش، بلکه برای دستیابی به آینده هوشمند است که مردم، جامعه و محیط در آن رشد می کنند، است، نوآوری پایدار برای بقا و موفقیت سازمانی در محیط متلاطم بازار در عصر دیجیتال، به ویژه در بحران همه گیری COVID-19 کنونی، ضروری است. این مقاله، موضوع نوآوری همگرایانه (CI) را مطرح می کند، که از طریق تأثیر نمایی ترکیبی از اشیاء، فن آوری ها، ایده ها و استراتژی های مختلف، به عنوان توانمندی اصلی جدید و پایدار سازمان ها، پشتیبانی می شود. CI شامل اکوسیستم مستقل (بی نیاز به کاربر) می باشد که از طریق فناوری های پیشرفته، ویژگی های منحصر به فرد چرخه عمر، ارتباط با سایر رویکردهای نوآوری فعال می شود و هدف آن، خلق ارزش برای ذینفعان و فراتر از آن (برای منافع عموم) می باشد. در این مقاله همچنین بررسی می شود که چگونه CI می تواند کاتالیزوری برای مدیریت همه گیری COVID-19 و ترسیم مسیر عبور از بحران باشد. این مطالعه به ادبیات نوآوری و مدیرانی که دارای بینش جدیدی در مورد استراتژی های نوآوری پایدار برای عملکرد سازمانی و فراتر از آن هستند، کمک می کند.

واژه های کلیدی: نوآوری همگرایانه، نوآوری پایدار، همه گیری کووید ۱۹