



ضرورت بکارگیری نوآوری باز در کسب و کارهای امروزی و نقش فناوری اطلاعات در این زمینه

علی صاحبی فرد^۱، مهدی فقیهی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات گرایش کسب و کار الکترونیکی و آدرس: تهران خیابان ۱۷ شهریور،

کوچه شهید طباطبائی پور، پلاک ۴۹، واحد ۱

۲- استادیار مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی و آدرس: خیابان شهید سپهبد قری، بالاتر از خیابان طالقانی، نبش کوچه

ملک الکلامی - پلاک ۱۳۱

خلاصه

کسب و کارهای امروزی برای غلبه بر بحران های اقتصادی و مشکلات موجود در بازار و در جهت توسعه خدمات و محصولات جدید و یافتن بازارهای نوین به دنبال نوآوری های جدید در این عرصه هستند. مدل نوآوری باز می تواند پاسخ مناسبی به این نیاز باشد. این مدل از نوآوری از توانایی جذب دانش خارجی به عنوان محرک عمده در رقابت بهره می برد. کسب و کارهایی که از این مدل استفاده می کنند صرفاً به تحقیق و توسعه داخلی خود وابسته نیستند و این قابلیت را دارند که دانش خارجی را درونی سازی و بومی سازی نمایند. نسل اول نوآوری باز با توسعه فضای سایبری مبتنی بر ابزارهای فناوری اطلاعات سرعت دسترسی به دانش را افزایش داد و نسل دوم با توسعه روش های جمع سپاری محدوده اکتشاف دانش را گسترش داد. کسب و کارهای امروزی بر اساس الگو مدل نوآوری باز دچار تحول شده اند، این تحول از طریق نقش آفرینی مشتری، جمع سپاری طراحی، بازاریابی و ارزیابی طراحی ها به مشتری، تبدیل مشتری به تولیدکننده و شریک ایجاد شده است. امروزه فناوری اطلاعات به پایه و ستون اصلی کسب و کار تبدیل شده است؛ به طوری که بقا و رقابت در بازار بدون استفاده از امکانات فناوری اطلاعات برای سازمان ها غیرممکن شده است. پژوهش حاضر از نوع مروری است که با تعریف نوآوری باز، ارائه الگوی مفهومی و مدل های اجرا شده در ایران و جهان قصد دارد ضرورت پیاده سازی این طرح را در کسب و کارهای امروزی پیشنهاد دهد و فناوری اطلاعات را به عنوان بخش تأثیرگذار در این مدل نوآوری مورد بررسی قرار می دهد.

کلمات کلیدی: نوآوری باز، فناوری اطلاعات، کسب و کار

^۱ Corresponding author: دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات گرایش کسب و کار الکترونیکی

Email: ali.sahebifard@gmail.com