

عنوان مقاله:

ارائه چارچوبی برای توسعه نوآوری ناب در کسب و کارهای الکترونیک

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآوری، دوره 12، شماره 2 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

Mohammad reza fallah - گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س) قم، ایران

Mohammad Talari - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س) قم، ایران

zahra gheibi - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی داخلی، دانشگاه حضرت معصومه (س) قم، ایران

خلاصه مقاله:

کسب و کارهای نوظهوری مانند کسب و کارهای الکترونیکی برای بقا در فضای کسب و کار پیچیده امروزی، نیاز مبرمی به استفاده از ابزارهای نوین و به طور خاص نوآوری ناب دارند؛ بنابراین هدف پژوهش کنونی، ارائه چارچوبی برای توسعه نوآوری ناب در کسب و کارهای الکترونیک است. رویکرد پژوهش کنونی، کیفی و از نظر هدف، کاربردی و از دیدگاه ماهیت و روش، توصیفی است. جامعه آماری پژوهش را خیرگان و فعالان حوزه کسب و کارهای الکترونیکی با بیش از پنج سال سابقه کاری مرتبط تشکیل می دهد که با روش نمونه گیری گلوله برفی و با ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته در نمونه ۱۳ به مرحله اشباع رسیده است. در این مطالعه از تحلیل مضمون شش مرحله ای براون و کلارک (۲۰۰۶) برای تحلیل استفاده شد. تحلیل مضمون داده ها در این پژوهش موجب اکتشاف و برچسب گذاری ۶۴ مفهوم و گزاره به عنوان مضامین اولیه، ۱۰ مفهوم به عنوان مضامین سازمان دهنده و چهار مفهوم به عنوان مضامین فراگیر شد. نتایج نشان می دهد کسب و کارهای الکترونیک برای توسعه نوآوری ناب به ابزارهای خاصی مانند طراحی مشترک، مدیریت تغییر و خطر (ریسک) در کنار شفاف سازی اهداف و گروه سازی و همچنین حفظ حریم خصوصی کاربران و درنهایت تجاری سازی دانش نیاز دارند. در این بین، انتخاب سکو (پلتفرم)های مناسب، ارزیابی شفاف و مستمر، استفاده از تکنیک های تحلیلی نوین در رصد رفتار کاربران و رقبا و نیز تمرکز بر فین تک ها به عنوان فن آوری مالی نوین نیز تاثیرگذار است.

کلمات کلیدی:

نوآوری ناب، کسب و کارهای الکترونیکی، خلق ارزش مشترک، فرهنگ سازی ناب، هم آفرینی فراگیر، هم افزایی ناب، ظرفیت سازی هدفمند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1947494>

