

## عنوان مقاله:

استراتژی نوآوری

## محل انتشار:

پنجمین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن (سال: 1384)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسنده:

بهرام رادمهر - سرپرست امور پژوهش شرکت ملی فولاد ایران

## خلاصه مقاله:

نوآوری موفق، بستگی به یکپارچه سازی و توسعه دانش و اطلاعات جدید در فرایند تحقیق و توسعه دارد. از این رو، سازمانها و یا شرکتهای برای دستیابی به نوآوری موفق، باید فعالیتهای مختلف نوآوری را با هم ترکیب نمایند. به عبارت دیگر ضمن اشتغال به تحقیق و توسعه داخلی، نوعاً باید جهت کسب اطلاعات جدید در بازار تکنولوژی، بطور موثر با بخشهای تحقیق و توسعه دیگر سازمانهای همگن مشارکت داشته باشند. در این نوشتار، با استناد به نتایج بدست آمده از تحقیقات صورت گرفته در این زمینه، اثر بخشی تکمیلی و همپوشانی بین فعالیتهای مختلف نوآوری مورد بررسی قرار می گیرد. بر پایه اطلاعات موجود، سازمانهای تحقیقاتی متکی به استراتژیهای نوآوری مفرد (تحقیقات محض داخلی، و یا منابع صرف خارجی)، اصولاً از توانایی و قابلیت کمتری در نوآوری و ارائه محصولات پیشرفته تر در مقایسه با آنهاييکه فعالیتهای داخلی و منابع خارجی را با هم ترکیب می کنند، برخوردارند. این نتیجه با اصل تکمیلی و همپوشانی بین فعالیتهای تحقیق و توسعه خودی و منابع فناوری خارجی هم کاملاً سازگاری دارد. به بیان دیگر، فعالیتهای مختلف تحقیق و توسعه در این شرایط، بطور مثبت و همسو با هم تشدید شده و عامل مخرب مشترکی را بوجود می آورند. مهمترین نتیجه حاصل از تحقیق اینکه، توانایی برای درک و حمایت استراتژیک از مالکیت معنوی و یک تحقیق و توسعه پایه که به معنای قابلیت در جذب، و پیوند زدن دانش و فن عمل نماید، موثرترین رویکرد و مهمترین عامل تحریک برای فعالیتهای مختلف نوآوری به حساب می آید.

## کلمات کلیدی:

استراتژی نوآوری، توانایی جذب، فناوریهای دست یافتنی، تحقیق و توسعه داخلی، منابع خارجی، همبستگی، همپوشانی (مکمل هم بودن)، تحلیل پسگرایی (رگراسیون)، استراتژی دستیابی، شبکه های تحقیق و توسعه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/19529>

