

عنوان مقاله:

نگاهی بر نوآوری در محیط کسب و کار: مفاهیم و دیدگاه ها

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

فائقه محمدی - استادیار گروه علوم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه تبریز

زهرا مهمان نواز - دانشجوی کارشناسی ارشد علم سنجی دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

فرایند نوآوری در گذشته وابسته به منابع فکری درون سازمانی و تلاش برای توسعه و تجاری سازی آنها در درون سازمان بوده است. امروزه پارادایم نوآوری باز شرکت ها را دعوت می کند در کسب و کار خود از ایده ها و فناوری های بیرونی بیشتر بهره ببرند و به دیگر شرکت ها هم اجازه دهند از ایده های نوآورانه آنها بهره مند شوند. نوآوری باز موضوعی است که در سال های اخیر به شدت مورد توجه محققان و مدیران قرار گرفته است. شرکت ها و سازمان ها بایستی به هر دو رویکرد درون به بیرون و بیرون به درون در نوآوری باز، به دیدگاه ها و روندهای جدید و نوظهور در زمینه نوآوری باز و قراردادن عوامل کلیدی موفقیت نوآوری باز مانند شبکه سازی خارجی، واسطه های نوآوری، هوشمندی فناوری، ظرفیت جذب، مدل کسب و کار باز و عوامل انسانی نظیر فرهنگ و انگیزش توجه نمایند. مدیران سازمان ها و شرکت ها می بایست از نوآوری باز به عنوان راه حلی برای مقابله با تغییرات پرشتاب فناوری، چرخه عمر کوتاه فناوری ها، هزینه بالای تحقیق و توسعه درونی و رقابت شدید جهانی بهره بگیرند.

کلمات کلیدی:

نوآوری باز، نوآوری بسته، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/935601>

