

عنوان مقاله:

کسب مزیت رقابتی با استفاده از نوآوری باز

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سعیده عزیزخواه - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز، مدیریت بازرگانی- تجارت الکترونیک

یاسمین نامی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز، MBA، زنجیره تامین

خلاصه مقاله:

امروزه با توجه به رقابت شدیدی که بین شرکت ها و سازمان ها وجود دارد یکی از ابزارهای اصلی شرکتها و سازمان ها برای عملکرد موفق، داشتن نوآوری و ایجاد مزیت رقابتی است. در اصل شرط بقای شرکت ها و سازمان ها ارتقای آموخته های فنی و تخصصی می باشد. بنابراین برای رسیدن به این اصل نیازمند تحقیق، توسعه، نوآوری و استفاده از دستاوردهای جهانی است. نوآوری بعنوان یک اصل اساسی و مهم برای شرکت ها و سازمان ها در ایجاد ارزش و مزیت رقابتی محسوب میشود. یکی از مدل های جدید برای نوآوری، مدل نوآوری باز (Open innovation) می باشد. چون شرکتها به این نتیجه رسیده اند که همه ایده های خوب صرفا از داخل سازمان نشات نمی گیرند و تمام ایده های خوبی هم که در داخل شرکت وجود دارد صرفا با اتکا به کانال های بازاری شناخته شده شرکت به صورت موفقیت آمیز بازاریابی می شوند. هدف این مقاله بررسی کسب مزیت رقابتی از طریق نوآوری باز است. این تحقیق از نظر هدف، مروری، از نظر نوع، کیفی و روش گردآوری داده ها به روش کتابخانه ای شامل: کتاب، مقاله و مبتنی بر مطالعه منابع اطلاعاتی برخط است. پژوهش حاضر به مرور کسب مزیت رقابتی از طریق نوآوری باز پرداخته و در پایان نتیجه میگیرد نوآوری و رقابت همدیگر را تحت تاثیر قرار میدهند. رقابت یک محرک برای پیشگامینوآوری است و نوآوری، رقابت را در حالیکه تشدید می کند، حمایت نیز می کند. بنابراین تنها شرکت هایی که نوآور هستند می توانند به مزیت رقابتی دست پیدا کنند.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی، نوآوری باز، نوآوری بسته، قابلیت استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828362>

