



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
معاونت کسب و کار

اهمیت نوآوری و فناوری



نوآوری

نوآوری بهره برداری از ایده های نوین در راستای خلق محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می باشد.

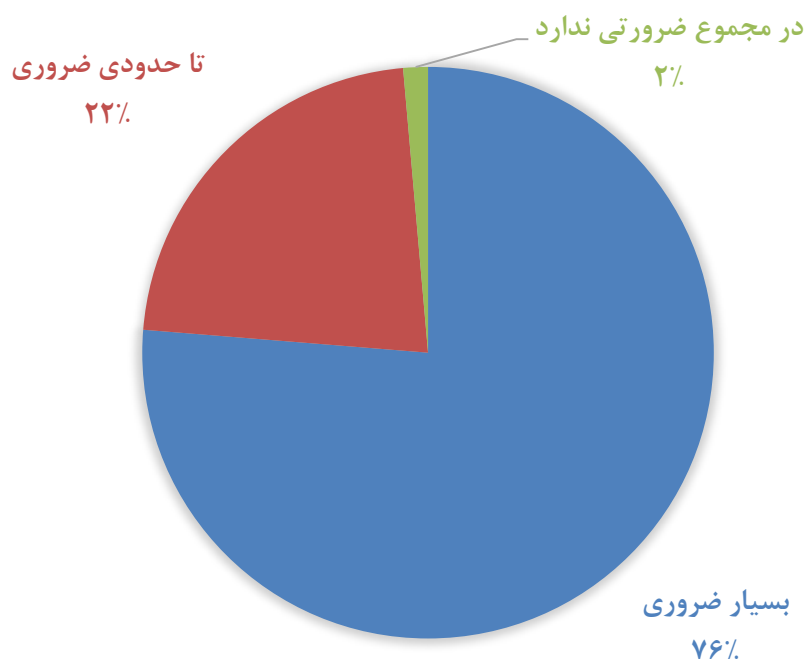
این تعبیر صرفاً منحصر به ابداع ایده ای نوین نمی باشد، بلکه ورود آن ایده به بازار، بهره برداری از آن در راستای خلق محصولات، خدمات یا فرآیندهایی که به خلق ارزش یا ارتقاء کیفیت منجر می شود را نیز شامل می گردد. این فرآیند حتی ممکن است تحولات فناورانه و بازساختاردهی مدیریتی را در بر گیرد. این عبارت می تواند به معنای بهره گیری از فناوری نوین و تفکر از منظر نو در راستای خلق ارزش جدید و دستیابی به تغییرات مناسب باشد.

انواع نوآوری

کارشناسان انواع مختلف نوآوری از قبیل "نوآوری محصول" مبین معرفی محصول / خدمتی که جدید بوده و یا تغییر چشمگیری داشته، "نوآوری فرآیند" مبنی بر اجرای متد نوین یا تغییر یافته تولید و عرضه، "نوآوری زنجیره تأمین" با تعریف تحول در تأمین منابع و تحویل محصول نهایی و نوآوری بازاریابی منتج به تکامل متدهای جدید بازاریابی با ارتقاء در طراحی یا بسته بندی، سیاست های ترغیب و قیمت گذاری محصول را تعریف کرده اند.

ضرورت نوآوری

براساس مطالعات صورت گرفته در حوزه های مختلف، غالب فعالان اقتصادی نوآوری را تحت عنوان یک اولویت و یک ضرورت تلقی نموده اند (مطابق نتایج طرح سطح سنجی آمادگی نوآوری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در سال ۱۳۹۶، قریب ۷۴٪ شرکت کنندگان ضرورت بحث نوآوری برای شرکت شان را بسیار ضروری عنوان نموده اند درحالیکه صرفاً ۱٪ آنها این بحث را غیرضروری خواندند.) که مبین افزایش ضرورت نوآوری می باشد.



بنا به گفته پیتر دراگر، پدر علم مدیریت، در این عصر که نوآوری تحت عنوان یک ضرورت برای توسعه و بقای بنگاه های اقتصادی تلقی می گردد، چنانچه یک بنگاه اقتصادی قابلیت نوآوری را نداشته باشد، محکوم به افول و نابودی است. البته مطابق ادبیات این حوزه وجود بازار رقابتی با تقاضای بالا محرک اصلی نوآوری می باشد. اگر بخواهیم به برخی از دلایل ضرورت نوآوری از دیدگاه فعالان اقتصادی نگاهی بیاندازیم موارد ذیل قابل تشریح باشند :

- **رشد با جهش در مرز :** ۶۸ درصد مشارکت کنندگان در مطالعه نوآوری دلویت سال ۲۰۱۵ نوآوری را برای رشد مهم تلقی نمودند و عقیده داشتند کسب و کارهایی که نوآوری را سرلوحه امورشان قرار می دهند قادر خواهند بود رشد نموده، مشتریان بیشتری را جذب کرده و سهم بازار بیشتری را کسب کنند. نوآوری، صرفنظر از اندازه سازمان، رشد سازمانی را تسهیل می کند.
- **پیشی گرفتن از رقبا :** سازمان شما در حوزه خاص صنعتی یا بخش خاصی از بازار قرار دارد و می توان اینگونه ادعا نمود که قطعاً رقبای دیگری نیز در دامنه عملکردی شما در حال فعالیت می باشند و بقای شما مستلزم پیشی گرفتن شما از ایشان می باشد که این امر از طریق نوآوری ممکن است. نوآوری صحیح عرضه محصول منحصر بفرد را برایتان میسر خواهد نمود. اغلب بنگاه های اقتصادی محصولات با تقاضای بالا را برای شروع فعالیت خویش انتخاب نموده و اقدام به بهبود آن می نمایند که کمک شایانی در امر برندینگ و افزایش درآمد ایشان خواهد داشت.



- پوشش تقاضای مشتریان : تقاضای مشتریان بطور پیوسته در حال تغییر و تحول می باشد. نوآوران تغییرات بازار را پیش بینی نموده و راهکارهای ممکن را پیش از سایرین فراهم و عرضه می کنند. برای پوشش نیاز مشتریان در بلند مدت بنگاه های اقتصادی چاره ای جز توجه به حوزه نوآوری نخواهند داشت. چنانچه یک فعال اقتصادی سکون اختیار کند، ناچاراً به دردمر خواهد افتاد. کسب و کارها می بایست با خلق ایده های نوین مشتریان شان را شگفت زده نموده و نیازهایشان را برآورده سازند، اگر خواهان بقای قدرتمند در بازار هستند.
- جذب برترین متخصصین : برترین متخصصین مایل به فعالیت در شرکت های نوآور هستند و شما قادر به جذب نیروهایی که خواهان خلق رخدادهای بزرگ هستند نخواهید بود مگر اینکه تجربه ای از نوآوری داشته باشید. نوآوران خواهان به چالش کشیده شدن، داشتن فرصت خلق در یک بستر نظام مند هستند، بنابراین سازمان ها بایستی فرهنگی نوآوری را، برای بکارگیری متخصصین، در سازمان شان نهادینه کنند. در صورتیکه برند بنگاهی شما تحت عنوان یک برند نوآور مشهور شود، سیل انبوهی از متخصصین جهت همکاری با شما مراجعه می کنند و همکاری با ایشان شما را نوآور تر کرده، رشد بیشتری عایدتان خواهد ساخت و بطور غیرقابل باوری موجب فاصله گرفتن شما از رقبایتان، برآورده ساختن نیاز مشتریان تان خواهد شد.

Main reasons to innovate

