گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۲۴۰۸۰
جمعه ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۵ ۱۳:۱۴

مدل کسب‌وکار؛ راز پنهان موفقیت یا شکست در نوآوری

در شرایط جدید اقتصاد ایران، راز موفقیت نه بیشتر شدن محصولات، بلکه دگرگونی مدل کسب‌وکار است.

به گزارش پایگاه خبری اکونوآوری نوآوری اغلب ذهن ما را به سمت محصول جدید می‌برد، اما تجربه بازار ایران و دنیا نشان داده مهم‌ترین موهبت نوآوری، بازطراحی مدل کسب‌وکار است. یعنی آن چیزی که نحوه ارزش‌آفرینی، مدل درآمدی، ارتباط با مشتری و استراتژی ورود به بازار را تعیین می‌کند.

شرکت‌های بزرگی در دنیا مثل اوبر، آمازون، ایربی‌ان‌بی تنها با تغییر مدل کسب‌وکار بازار را تسخیر کردند، نه لزوماً با محصولی جدید. در ایران هم تجربه‌های موفقی مانند خلق پلتفرم‌های اقتصادی، عرضه مستقیم به مصرف‌کننده یا مدل‌های مشارکت چندجانبه در همان مسیر شکل گرفته است. کلینک نوآوری سگال بارها در پروژه‌های مطالعه تطبیقی دیده که سازمان‌هایی که روی مدل ذهنی و کسب‌وکار خود کار نمی‌کنند، حتی با بهترین فناوری‌ها، پس از مدتی باز هم به چالش رقابتی اولیه بازمی‌گردند. مغز اقتصادی سازمان تغییر نکند، بدنه هر روز ضعیف‌تر خواهد شد. تمرکز بر مدل کسب‌وکار به مدیران ایرانی این امکان را می‌دهد که با منابع محدود، سهم بیشتری از بازار گرفته و کشش مواجهه با رقبای نوظهور را بالا ببرند.

ضرب‌المثل این حوزه ساده است:

نوآوری محصولی می‌تواند برای امروز سود داشته باشد، اما تنها نوآوری مدل کسب‌وکار آینده سازمان را تضمین می‌کند.