

۱۲۵۱
۱۴۰۱/۱۲/۱۸

نوآوری باز ۲

در بستر دیجیتال

www.ketab.ir

تألیف

دکتر احمد جعفرنژاد

(استاد دانشگاه تهران)

امیر شریفیان

پیمان آقاسی‌لو



شماره مسلسل ۱۰۹۴۸

شماره انتشار ۴۵۰۴

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه	جعفرنژاد، احمد، ۱۳۳۵-
عنوان و نام پدیدآور	نوآوری باز ۲ در بستر دیجیتال / تألیف احمد جعفرنژاد چقوشی، امیر شریفیان، پیمان آقاسی لو.
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۱۵۴ص: مصور، جدول، نمودار.
فروست	انتشارات دانشگاه تهران، شماره انتشار ۴۵۰۴.
شابک	978-964-03-0326-9
وضعیت فهرست‌نویسی	فیبا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	نوآوری-- مدیریت
موضوع	Technological Innovation-- Management
موضوع	تکنولوژی اطلاعات-- مدیریت
موضوع	Information Technology-- Management
موضوع	کسب‌وکار-- نوآوری
موضوع	Business-- Technological Innovations
شناسه افزوده	شریفیان، امیر، ۱۳۶۹-
شناسه افزوده	آقاسی لو، پیمان، ۱۳۶۹-
شناسه افزوده	دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات. University of Tehran. Press
رده‌بندی کنگره	HD۴۵ ۱۴۰۰
رده‌بندی دیویی	۳۵۸/۴۰۰
شماره کتابشناسی ملی	۸۵۵۴۶۷۰

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
(این کتاب با کاغذ حمایتی به چاپ رسیده است.)



عنوان: نوآوری باز ۲ در بستر دیجیتال
تألیف: دکتر احمد جعفرنژاد چقوشی - امیر شریفیان - پیمان آقاسی لو
ویرایش ادبی: خدیجه آسیمه
نوبت چاپ: اول
تاریخ انتشار: ۱۴۰۰
شمارگان: ۱۰۰ نسخه
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلفان است»

بها: ۵۰۰,۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرش مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: http://press.ut.ac.ir
بخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲



فهرست مطالب

مقدمه ز

فصل اول - تولد مفهوم نوآوری باز ۱

۱-۱ مفهوم نوآوری و اهمیت آن ۲

۲-۱ فرایند نوآوری و گذار به نوآوری باز ۴

۳-۱ انواع نوآوری باز ۸

۴-۱ آینده نوآوری باز ۱۰

منابع ۱۶

سؤالات آموزشی فصل ۱۷

فصل دوم - تحول دیجیتال، بستری برای نوآوری باز ۲ ۱۹

۱-۲ پارادایم نوآوری باز ۲ ۲۰

۲-۲ تحول دیجیتال و اجزای آن ۲۲

۱-۲-۲ اینترنت اشیا (IOT) ۲۳

۲-۲-۲ شبکه‌های 5G ۲۴

۳-۲-۲ رایانش ابری ۲۴

۴-۲-۲ کلان داده ۲۵

۵-۲-۲ هوش مصنوعی ۲۷

۶-۲-۲ بلاکچین ۲۸

۷-۲-۲ قدرت پردازش ۲۹

۳-۲ توان بالقوه ترکیب فناوری‌ها در اکوسیستم دیجیتال ۳۰

۴-۲ مسیرهای تحول دیجیتال ۳۱

۵-۲ گذار به نوآوری باز ۲ در بستر تحول دیجیتال ۳۲

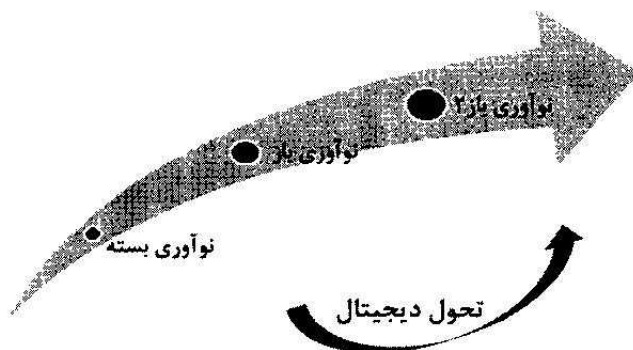
۱-۵-۲ شبکه‌های نوآوری ۳۴

۱۱۴	منابع.....
۱۱۶	سؤالات آموزشی فصل.....
۱۱۷	فصل ششم- نشر و پذیرش نوآوری.....
۱۱۸	۱-۶ نظریه نشر نوآوری.....
۱۲۰	۲-۶ فرایند نوآوری - تصمیم‌گیری.....
۱۲۳	۳-۶ پذیرندگان نوآوری.....
۱۲۷	۴-۶ عوامل مؤثر بر میزان پذیرش.....
۱۲۷	۱-۴-۶ ویژگی‌های نوآوری.....
۱۲۸	۲-۴-۶ اهمیت تعاملات و مکالمات بین فردی و شبکه‌ای.....
۱۳۰	۳-۴-۶ تفاوت نیازمندی‌های هر گروه از پذیرندگان نوآوری.....
۱۳۲	۵-۶ شش مؤلفه پذیرش نوآوری.....
۱۳۳	۱-۵-۶ سودمندی.....
۱۳۴	۲-۵-۶ منحصربه‌فرد بودن.....
۱۳۴	۳-۵-۶ قابلیت استفاده.....
۱۳۵	۴-۵-۶ تجربه کاربر.....
۱۳۵	۵-۵-۶ همه‌جا حاضر.....
۱۳۶	۶-۵-۶ نوآوری کاربرمحور.....
۱۴۱	منابع.....
۱۴۲	سؤالات آموزشی فصل.....

مقدمه

از زمان طرح مفهوم نوآوری باز توسط هنری چسبرو در سال ۲۰۰۳، این کتاب بیش از ۲۳۰۰۰ ارجاع داشته است و همین نکته نشان از اهمیت پارادایم‌گونه این واژه در حوزه نوآوری دارد؛ هرچند خیلی پیش‌تر از چسبرو، مصداق‌های بسیاری از تحقق نوآوری باز وجود داشته است و ایده آن نیز به سال‌های دورتر، یعنی دهه ۱۹۶۰، بازمی‌گردد.

اما در دهه اخیر که نشانه‌ها و آثار تحول دیجیتال بیش از هر زمان دیگری، در کسب‌وکار، مدیریت و حتی زندگی روزمره ما رسوخ کرده است، طبعاً نوآوری و مدیریت آن نیز افق‌های جدیدی را پیش رو خواهد داشت. در دنیای امروز، نوآوری باز می‌تواند در حضور مؤثر پلتفرم‌ها از طریق جمع‌سپاری انجام گیرد. هوش مصنوعی می‌تواند در غربال و انتخاب ایده‌ها استفاده شود. کاربران می‌توانند در فرایند نوآوری حضور فعال داشته باشند. فناوری بلاکچین می‌تواند به قراردادهای هوشمند بین نوآوران و بازارها منجر گردد و ما شاهد همکاری گسترده مردم با مردم، ماشین با ماشین، و ماشین با مردم خواهیم بود. در برخی مواقع، ما به دستگاه‌های خود اجازه خواهیم داد تا باهم همکاری کنند و بدین‌وسیله به راه‌حلی مطلوب برای هر سناریو نائل شوند. همه این موارد فقط گوشه‌ای از ظرفیت بستری است که تحول دیجیتال برای نوآوری باز به ارمغان آورده است و کرلی و سلمین در سال ۲۰۱۳، برای اولین بار آن را «نوآوری باز ۲» نامیدند. شکل «الف» تکامل پارادایم‌گونه مفهوم نوآوری را به تصویر می‌کشد.



شکل الف پارادایم‌های اصلی نوآوری