

کسب مزیت رقابتی پایدار با نوآوری مدل کسب‌وکار

عبدالمجید کهریزی^۱، محمد مهدوی مزده^۲، منصور ملکی^۳

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک تکنولوژی، دانشگاه علم و صنعت ایران؛ Majid_Kahrizi@ind.iust.ac.ir

^۲ عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران؛ Mazdeh@iust.ac.ir

^۳ دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران؛ M_Maleki@ind.iust.ac.ir

چکیده

طی سه دهه‌ی گذشته، استراتژی، زیربنای رقابت‌پذیری محسوب می‌شد اما به نظر می‌رسد که در آینده، سرآغاز تلاش برای نائل شدن به مزیتی پایدار، مدل کسب‌وکار باشد. مدل کسب‌وکار اشاره به منطق شرکت، شیوه‌ی فعالیتی آن و چگونگی خلق ارزش برای ذی‌نفعان دارد. در حالیکه استراتژی، بیانگر انتخاب مدل کسب‌وکاری است که شرکت از طریق آن در عرصه‌ی بازار رقابت خواهد کرد. یک مدل کسب‌وکار کارآمد، چرخه‌ای رضایت‌بخش را به وجود می‌آورد که در طی زمان منجر به مزیت رقابتی می‌شود. تداوم مزیت رقابتی، بستگی به توانایی شرکت‌ها در نوآوری مدل کسب‌وکارشان دارد. نوآوری مدل کسب‌وکار، گونه‌ای از نوآوری سازمانی است که از طریق آن بنگاه‌ها مجموعه‌ای از فرصت‌های بدیع را شناسایی و اتخاذ می‌نمایند. از اینرو، شرکت‌های موفق، نوآوری مدل کسب‌وکار را به عنوان فرصتی برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار در نظر می‌گیرند. در این مقاله پس از تبیین مفهوم مدل کسب‌وکار و تفاوت آن با مفهوم استراتژی، به تشریح جنبه‌های مختلف نوآوری مدل کسب‌وکار پرداخته می‌شود.

کلمات کلیدی

استراتژی، مدل کسب‌وکار، نوآوری مدل کسب‌وکار، مزیت رقابتی پایدار.

Gaining Sustainable Competitive Advantage Through Business Model Innovation

Abdolmajid Kahrizi¹, Mohammad Mahdvai Mazdeh², Mansour Maleki³

¹M.S. of Strategic Technology Management, IUST, Majid_Kahrizi@ind.iust.ac.ir

²Assistant Professor, School of Industrial Engineering, IUST, Mazdeh@iust.ac.ir

³Ph.D. Student of Industrial Engineering, IUST, M_Maleki@ind.iust.ac.ir

ABSTRACT

Strategy has been the primary building block of competitiveness over the past three decades, but in the future, the quest for sustainable advantage may well begin with the business model. Business Model refers to the logic of the firm, the way it operates and how it creates value for its stakeholders. While, strategy refers to the choice of business model through which the firm will compete in the marketplace. Good business model create virtuous cycle that, over time, result in competitive advantage. Sustaining competitive advantage depends on the ability of companies in their Business Model Innovation (BMI). BMI is a type of organizational innovation in which firms identify and adopt novel opportunity portfolios. Hence, successful companies consider BMI as an opportunity to build sustainable competitive advantage. In this paper, after explanation the business model concept and its difference with the concept of strategy, describe various aspects of business model innovation is discussed.

KEYWORDS

Strategy, Business Model, Business Model Innovation, Sustainable Competitive Advantage.

^۱تهران، شهرک غرب، خیابان فلامک شمالی، نبش خیابان درخشان، ساختمان آریو، مرکز نوآوری کسب‌وکار بانک پارسیان (09181708109)