

نوآوری در بستر

استراتژی‌ها، فناوری‌ها و یادگیری سازمانی

(یک دیدگاه تعاملی)

به انضمام یک پرسشنامه تحقیقی با گزیده‌ای از تحقیقات مهم داخلی و خارجی
و یک مدل پژوهشی در قالب معادلات ساختاری

مؤلف: علی‌رضا صیاد سراستانی

۱۳۹۴

سرشناسه:

عنوان و نام پدیدآور:

صیاد سراپستانی، علی رضا.
نوآوری در بستر استراتژی ها، فناوری ها و یادگیری سازمانی (یک دیدگاه تعاملی): به
انضمام یک پرسشنامه تحقیقی با گزیده ای از تحقیقات مهم داخلی و خارجی ... / مؤلف
علی رضا صیاد سراپستانی.

مشخصات نشر:

مشخصات ظاهری:

شابک:

وضعیت فهرست نویسی:

یادداشت:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

رده بندی کنگره:

رده بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:

تهران، نشر توسعه ایران، ۱۳۹۴.

۱۰۵ ص. مصور، جدول.

۹۷۸-۶۰۰-۳۰۱-۰۳۱-۴

فیپا

کتابنامه.

مدیریت

مدیریت - نوآوری

مدیریت دانش

مدیریت سازمانی

۱۳۹۲-۰۹-۲۱/HD

۶۴

۴۰۷۸۰۰

عنوان کتاب: نوآوری در بستر استراتژی ها، فناوری ها و یادگیری سازمانی
(یک دیدگاه تعاملی)

مؤلف:

ناشر:

حروفچین و صفحه آرا:

طرح روی جلد:

شمارگان:

شابک:

قیمت:

نوبت چاپ:

چاپ و صحافی:

سال چاپ:

علی رضا صیاد سراپستانی

نشر توسعه ایران

فرزانه تاواتاو

مونا غلامشاهی

۱۰۰۰ جلد

۹۷۸-۶۰۰-۳۰۱-۰۳۱-۴

۵۵,۰۰۰ ریال

اول

کانون

۱۳۹۴

حق چاپ برای مؤلف محفوظ است.

فهرست مندرجات

بیشگفتار

مقدمه

فصل اول: نوآوری

- ۱۳ مفهوم و تعریف نوآوری
- ۱۵ انواع نوآوری در سازمان
- ۲۰ علل روی آوردن سازمان‌ها به نوآوری
- ۲۲ عوامل موثر بر نوآوری سازمان‌ها

فصل دوم: مدیریت دانش

- ۲۹ مفهوم مدیریت دانش
- ۳۰ تعاریف
- ۳۳ سیر تکاملی مدیریت دانش
- ۳۸ طبقه‌بندی دانش (دانش ضمنی و دانش صریح)
- ۳۹ اصول مدیریت دانش
- ۴۱ رویکردهای متفاوت به مدیریت دانش
- ۴۲ عوامل بنیادی موفقیت در مدیریت دانش
- ۴۳ پیامدها و اثرات مدیریت دانش در سازمان

فصل سوم: یادگیری سازمانی

- ۴۷ مفهوم یادگیری سازمانی و اشکال یادگیری سازمانی

فصل چهارم: جهت‌گیری استراتژیک

- ۵۷ مفهوم‌شناسی استراتژی

۵۹	جهت‌گیری استراتژیک
۶۱	تعاریف کارآفرینی
۶۳	ویژگی‌های کارآفرینی
۶۶	ملزومات و عوامل موثر در کارآفرینی سازمانی
۷۱	شاخص‌های کارآفرینی سازمانی
۷۳	جهت‌گیری کارآفرینانه و ابعاد کارآفرینی
۷۶	فناوری اطلاعات
۷۸	جهت‌گیری فناورانه
۷۹	نتیجه‌گیری و کاربرد مدیریتی

پیوست‌ها:

۸۵	پیوست ۱: نمونه‌ای از تحقیقات مهم داخلی و خارجی در باب نوآوری، مدیریت دانش، یادگیری سازمانی، جهت‌گیری استراتژیک
۸۷	پیوست ۲: نمونه پرسشنامه (یو و همکاران، ۲۰۱۰) و یک مدل در قالب معادلات ساختاری
۹۳	منابع و مآخذ

پیش‌گفتار

در محیط پر رقابت کنونی، خلاقیت و نوآوری برای ماندگاری هر سازمانی لازم است و در طی زمان، سازمان‌های غیرخلاق از صحنه محو می‌شوند و اگر چه چنین سازمانی ممکن است در عملیاتی که در یک مقطع از عمر خود درگیر آن است، موفق باشد ولی سرانجام مجبور به تعطیل یا تغییر سیستم خواهد شد. سازمان‌هایی که مدیریت دانش را در قابلیت اصلی خود مستقر کردند تفاوت چشمگیری نسبت به سایر سازمان‌ها دارند از جمله این تغییرات، سرعت فرآیندها، شناسایی و سازگاری با تغییرات، رشد دارایی‌های فکری و مزیت رقابتی پایدار از طریق خلاقیت مستمر است. از سویی، سازمان‌ها برای اینکه بتوانند به بقای خود ادامه دهند سرعت یادگیری‌شان باید بیشتر از درجه تغییرات محیطی باشد و این امر اهمیت یادگیری سازمانی را بیشتر نمایان می‌سازد. علاوه بر این، رقابت از یکسو و کمبود منابع و تغییرات مداوم از سوی دیگر، سازمان‌ها را با شرایط پیچیده‌ای روبه‌رو می‌کند که نیاز به استراتژی و برنامه بلندمدت را بیش از پیش یادآور می‌شود. دای دستیابی به این مهم جهت‌گیری کارآفرینانه که سازمان‌ها بتوانند با شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و پذیرش مخاطرات و بسیج منابع، خود را پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند و همچنین، جهت‌گیری فناوری که به صورت برجسته‌ای بر اقتباس فناوری‌های جدید برای نوسازی قابلیت‌ها و کاربردها جهت نوآوری سازمانی تمرکز می‌کند؛ ضروری به نظر می‌رسد.

کتاب حاضر با یک دیدگاه تعاملی به موضوع نوآوری در بستر استراتژی، فناوری‌ها و یادگیری سازمانی که بصورت برجسته‌ای در نظریات اخیر شکل گرفته‌اند؛ می‌پردازد. با نگاهی که در هر فصل ضمن پرداختن جداگانه به مباحث فوق، حتی‌الامکان مجموعه‌ای از ترسش‌های مرتبط با مباحث هر بخش و تاثیر مستقیم و غیرمستقیم آنها بر توسعه نوآوری سازمانی نیز ارایه شده که به غنای بیشتر کتاب و فهم بهتر مطالب کمک می‌کنند.

ساختار کتاب بدین‌گونه است که پس از پیش‌گفتار و مقدمه در فصل اول به انواع نوآوری سازمانی، ضرورت و علل روی آوردن سازمان‌ها و عوامل مؤثر بر نوآوری در سازمان‌ها، در فصل دوم به تعاریف مدیریت دانش، انواع دانش، اصول مدیریت دانش، رویکردهای متفاوت به مدیریت دانش، پیامدها و اثرات مدیریت دانش در سازمان‌ها، در فصل سوم به مفهوم یادگیری سازمانی و اشکال یادگیری سازمانی و انواع یادگیری سازمانی و در فصل چهارم به موضوع

جهت‌گیری‌های استراتژیک کارآفرینانه و فناورانه با ارائه مفهوم شناسی استراتژی، جهت‌گیری استراتژیک، مفاهیم کارآفرینی و تعاریف آن، ویژگی‌های کارآفرینی، ملزومات و عوامل موثر در کارآفرینی سازمانی، شاخص‌های کارآفرینی سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینانه و ابعاد کارآفرینی، فناوری اطلاعات و جهت‌گیری فناورانه می‌پردازد و در نهایت با نتیجه‌گیری و ارائه ۵ اصل و کاربردهای مدیریتی به پایان می‌رسد. همچنین در پیوست این کتاب، یک پرسشنامه تحقیقی با گزیده‌ای از تحقیقات مهم داخلی و خارجی و یک نمونه مدل پژوهشی در قالب معادلات ساختاری برای آشنایی خوانندگان و محققان عزیز قرارداد شده است.

پیشاپیش از شما فرهیخته گرامی نیز که با علاقه این کتاب را مطالعه کرده و با ارسال نظرات و نقدهای ارزشمند و سنجیده خود به آدرس asayad405@gmail.com ما را در اصلاح ضعف‌ها و کاستی‌ها در چاپ‌های بعدی کتاب یاری می‌کنید، صمیمانه سپاسگزارم.

علی‌رضا صیاد سراپستانی

سازمان‌ها و شرکت‌ها جهت حفظ بقا و داشتن مزیت رقابتی ناگزیر هستند سازمانی خلاق و نوآور باشند؛ به گونه‌ای که خود را در جهت مدیریت تغییرات شتابان و دگرگونی‌های ژرف جهانی آماده سازند. بر این اساس، کشورهای صنعتی تأکید بسیاری بر آموزش خلاقیت داشته‌اند و در انتخاب افراد، خلاق، نوآور و آینده‌نگر که رهیافت‌های بدیع و خلاقانه‌ای را برای مسایل پیچیده ارایه می‌دارند، توجه خاص مبذول داشته‌اند (نیر و جوکار، ۱۳۹۱). در عصر کنونی نوآوری به سازمان‌ها کمک می‌کند تا بر آشفتگی و عدم اطمینان محیط بیرونی غلبه کنند و یکی از محورها کلیدی در موفقیت بلندمدت سازمان‌ها در عرصه کسب و کار امروزی (مخصوصاً بازارهای پویا و رقابتی) نوآوری می‌باشد. برای بقا در محیط‌های متغیر و نامطمئن کسب و کار امروزی سازمان‌ها باید قادر باشند خود را با پیچیدگی فزاینده و تغییرات سریع و روز افزون وفق دهند. در چنین فضاهایی، سازمان‌هایی با ظرفیت نوآوری بالا، قادر خواهند بود به چالش‌های محیطی سریع‌تر پاسخ دهند و از تولیدات جدید و فرصت‌های بازار، بهتر از سازمان‌های غیر نوآور استفاده کنند (جیتا - جیمنز و سانزواله، ۲۰۱۰). حدود نیم قرن از عمر مباحث یادگیری سازمانی می‌گذرد و در حال حاضر نیز به شکل فزاینده‌ای در حال رشد است؛ چرا که تغییرات و چالش‌های فراوان دنیای کنونی، یجاب می‌کند که سازمانی با قدرت یادگیری و به روز رسانی خود شکل گیرد تا بتواند با دگرگونی سریع خود را منطبق کند و به موقع به محرک‌های محیطی پاسخ دهد و با کسب دانش و آگاهی به سرعتی گسترده و پویا و زنده در حوزه‌ی بهسازی و توسعه‌ی سازمانی به حیات خود ادامه دهد. همچنین یادگیری سازمانی یکی از منابع حیاتی برای کسب مزیت رقابتی در مدیریت استراتژیک است (لوپز و همکاران، ۲۰۰۵). علاوه بر این، رقابت از یکسو و تغییرات مداوم از سوی دیگر، سازمان‌ها را با شرایط پیچیده‌ای روبه‌رو می‌کند که نیاز به استراتژی و برنامه بلندمدت را بیش از پیش یادآور می‌شود. در استراتژی طراحی شده برای سازمان، می‌توان مقدمات این استراتژی را مورد توجه قرار داد (رحیم‌نیا و صادقیان، ۱۳۹۰). یکی از این مقدمات جهت‌گیری استراتژیک است که به وضعیت بلندمدت سازمان در محیط رقابتی و تخصیص اولویت منابع شرکت اشاره دارد.

جهت‌گیری استراتژیک جهت‌دهی به اهدافی است که سازمان در پی دستیابی به آن است (لاو^۱، ۲۰۱۱).

www.ketab.ir