

نقش مدیریت دانش در عملکرد نوآوری سازمانی

عباس غلامپور



۱۳۹۶

سرشناسه	غلامپور، عباس، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	نقش مدیریت دانش در عملکرد نوآوری سازمانی / عباس غلامپور.
مشخصات نشر	تهران : انتشارات ماهواره، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۱۱۴ ص.: جدول، نمودار؛ ۱۴/۵ X ۲۱/۵ سم.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۹-۱۱۸-۸:
وضعیت فهرست نویسی	فیبیا
صوع	مدیریت دانش
موضوع	Knowledge management
موضوع	نوآوری سازمانی
موضوع	Organizational Innovation
موضوع	مدیریت -- نوآوری
موضوع	Management -- Technological innovations
موضوع	تغییر سازمانی
موضوع	Organizational change
رده بندی کنگره	HD ۳۰۳۱۱:۷۱۰۶:
رده بندی دیویی	۵۸/۴۰۳۸:
شماره کتابشناسی ملی	۴۷۰۵۴۱:



۰۹۱۲۰۶۱۷۲۸۳

سایت انتشارات: www.chapketab.com

عنوان کتاب : نقش مدیریت دانش در عملکرد سازمانی

سازمانی

تألیف : عباس غلامپور

ناشر : ماهواره

سال و نوبت چاپ : ۱۳۹۶ - اول

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۹-۱۱۸-۸

مرکز پخش : ۰۹۱۲۰۶۱۷۲۸۳

قیمت : ۱۵۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ است.

فهرست مطالب

پیشگفتار..... ۹

فصل اول مقدمه /۱۳

فصل دوم عملکرد نوآوری /۲۱

عملکرد نوآوری..... ۲۳

تعاریف عملکرد نوآوری..... ۲۴

اهمیت عملکرد نوآوری..... ۳۱

شاخص‌های اندازه‌گیری عملکرد نوآوری..... ۳۴

مدل عملکرد نوآوری..... ۳۷

مدل استراتژیک عملکرد نوآوری..... ۳۸

رویکرد کامل و همکاران..... ۳۸

فصل سوم ابعاد مدیریت دانش /۴۱

مدیریت دانش..... ۴۱

تعاریف و مفاهیم مدیریت دانش..... ۴۲

اهمیت ابعاد مدیریت دانش..... ۴۸

۵۲	تشریح ابعاد مدیریت دانش
۵۵	کسب دانش
۵۷	ثبت دانش
۵۸	خلق دانش
۶۰	کار دانش
۶۱	نظم دانش
۶۳	شاخص های اندازه گیری ابعاد مدیریت دانش
۶۶	مدل های مدیریت دانش
۶۷	مدل نوناکا و تاکانوچی
۷۲	مدل هیسینگ
۷۳	مدل های شبکه ای مدیریت دانش
۷۴	مدل های ارتباطی مدیریت دانش
۷۴	مدل پایه های ساختمان دانش
۷۵	مدل های ساختار اجتماعی

فصل چهارم رهبری دانش محور/ ۷۷

۷۷	رهبری دانش محور
۷۸	تعاریف و مفاهیم رهبری دانش محور
۸۳	اهمیت رهبری دانش محور
۸۵	شاخص های اندازه گیری رهبری
۸۷	مدل های رهبری

۸۸.....	الگوی رهبری تمام عیار
۹۱.....	تنویری‌های جدید رهبری
۹۱.....	تنویری مرادده رهبر، عضو
۹۲.....	تنویری چرخه زندگی، یا رهبری موقعیتی

فصل پنجم نتیجه‌گیری/۹۳

۹۳.....	منابع و مآخذ
---------	--------------

www.ketab.ir

پیشگفتار

سازمان‌ها می‌توانند مزیت و موقعیت‌های خوبی را از عملکرد نوآوری کسب نمایند و در عرصه‌های مختلف رقابتی عملکرد مناسبی از خود نشان دهند (ری‌ان‌جین و همکاران، ۱۳۹۱). با در نظر گرفتن فشار رقابتی حاکم بر بازار، اندازه‌گیری عملکرد نوآوری از اهمیت خاصی برخوردار است و محققین و مدیران نیازمند شاخص‌های مناسبی برای مطالعه عملکرد نوآوری هستند (Yuan Hung et al, ۲۰۱۱). وجود رقابت جهانی نیاز شرکت‌ها را برای تولید محصولات و تکنولوژی‌های جدید افزایش داده است و به این جهت است که رقابت در بین سازمان‌های نوآور و خلاق افزایش یافته است. از آنجایی که سازمان‌ها نمی‌توانند در برآوردن این نیازها دارند. خلاقیت و نوآوری برای کمک به بقا و رشد سازمان‌ها و بهبود عملکرد سازمان‌ها با اهمیت است. نوآوری به سازمان‌ها امکان می‌دهد تا موقعیت‌ها را شناسایی کنند و از آنها جهت بهبود عملکرد خود بهره‌گیرند (Gundry et al, ۲۰۱۴). نوآوری برای سازمان‌ها از اهمیت بسیار برخوردار است، زیرا می‌تواند مزیت رقابتی پایدار را برای آنها فراهم کند. بسیاری از سازمان‌ها در محیط سازمانی خود با مشکلات زیادی از

نظر رقابتی مواجه هستند و این مشکلات به علت سرعت بالای تغییرات در محیط، به خصوص تغییرات تکنولوژیکی و فناوری اطلاعات می باشد (Jiebing et al, ۲۰۱۳).

عملکرد نوآورانه ی شرکت خروجی متغیر پنهانی است که توانایی نوآورانه ی شرکت نام دارد. توانایی تکنولوژیک از فعالیت های درونی و منابع خارجی به دست می آید. عملکرد نوآورانه ممکن است از طریق فعالیت های نوآورانه ی درونی به دست آید، مانند فعالیت های تحقیق و توسعه ای در شرکت یا مهندسی معکوس نظام مند. دانش ممکن است از منابع خارجی به دست آید؛ پس یا محصول جانبی روش های مختلف تعامل با جهان خارج است یا از طریق جست و جوی فعال و هدفمند به دست می آید. این توانایی ها از طریق انواع مختلف تشکیل سرمایه ی انسانی در سطح سازمان افزایش می یابند. یا از طریق فعالیت های آموزشی رسمی و غیر رسمی یا به کارگیری افرادی که در حال حاضر دانش طلب می کنند (طالبی و صالحی، ۱۳۹۳). در ادامه توجه سازمان به عملکرد صحیح نوآوری امکان استفاده کامل از منابع داخلی به سود کارایی تحلیل و ارزش احتمالی دارایی های ناملموس سازمان را مسیر می سازد. سازمانها با افزایش این دو عامل در پاسخ به نیازهای مشتری و در توسعه قابلیت های جدید که نهایتاً به عملکرد بهتر یا سودآوری مطلوب منتهی می شود، موفق تر می باشند (Wang & Wang, ۲۰۱۲, ۸۹۰۲).

در محیط کسب و کار امروزه، مبنای مزیت رقابتی از کیفیت به نوآوری تغییر یافته است. نوآوری برای شرکت‌ها امکان انطباق سریع با تغییرات را فراهم می‌آورد و در تولید محصولات و بازارهای جدید به شرکت کمک می‌کند تا با این روش از خود در مقابل ناپایداری‌های محیطی محافظت کنند. شرکت‌هایی که از نوآوری‌های متعددی بهره‌مندند، سود و سهم بازار آن‌ها افزایشی است (Zehir et al, ۲۰۱۲). نوآوری تغییراتی را برای یک سیستم‌های ایجاد می‌کند که به طور مستقیم بر ارزیابی سیستم تأثیر می‌گذارد. از طرف شناسایی نوآوری به برقراری تعادل بین موقعیت‌هایی جهت بررسی تکنولوژی جدید و به حداقل رسانی ریسک نیاز دارد. اجرای نوآوری شامل بارم‌ری و کاربرد خدمات در زنجیره‌ی ارزش می‌باشد که از این طریق می‌تواند عملکرد سازمان به عملکرد ارزش آفرین تبدیل کند (Dominguez- Pery et al, ۲۰۱۳). دانشگاه کمبریج عملکرد نوآوری را به عنوان یک ترکیبی از نوآوری در فرآیند، نوآوری مدل کسب و کار، نوآوری سازمانی- اجتماعی و نوآوری تفصیلاً هدف بهبود سیستم خدمات کنونی، ایجاد جایگاه‌های ارزش جدید، پیشنهاد ایجاد سیستم‌های خدمات جدید و نوآوری بنیادین تعریف می‌کند. همچنین نوآوری می‌تواند از مولفه‌های جدید، خدمات موجود جهت برآوردن نیازهای مشتریان کنونی و آتی را ارائه دهد (Danjuma & Rasli, ۲۰۱۲).

با توجه به مواردی که برشمرده شده است عملکرد نوآوری به یک منبع مزیت رقابتی اصلی و عمده‌ی سازمان‌های در حال رشد و توسعه‌دهنده‌ی

توانایی کاربرد دانش بدست آمده از مشتریان، رقبا و توانایی های فردی یا شخصی آنها جهت ایجاد خدمات متمایز و معنادار تبدیل شده است (Bettencourt et al, ۲۰۱۳). عملکرد نوآوری به یک واژه ی مرتبط با نوآوری هایی در زمینه ها و ساختارهای متنوع و مختلف در فرایندهای مختلف سازمانی تبدیل شده است که دربرگیرنده ی معرفی خدمات جدید یا به ده ها و پیشرفت های فزاینده و روبه رشد خدمات کنونی می باشد عملکرد نوآوری به صورت ذاتی از یک محصول یا خدمت متمایز می باشد (Durst et al, ۲۰۱۵).