

۱۵۸۹۰۹۰
۵۷۱۰۱

به نام خدا



شبکه‌های نوآوری

مدیریت سازمان‌های شبکه‌ای

مؤلفان

دکتر حمید اسماعیلی

(عضو هیئت علمی گروه مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال)

دکتر سینا لاله

(مدرس دانشگاه آزاد اسلامی)

مهندس نگار پورفرج قاجاری

(پژوهشگر)

هر گونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی
ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق
مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

«عنوان کتاب: شبکه های نوآوری

مدیریت سازمان های شبکه ای

«مؤلفان: دکتر حمید اسماعیلی

دکتر سید ۱۳۸۴ه

مهندس نگار پورفرج قاجاری

«ناشر: موسسه فرهنگ حری بیباگران تهران

«صفحه آرای: فرنوش عبد

«نوبت چاپ: اول

«تاریخ نشر: ۱۳۹۶

«چاپ و صحافی: دانشجو

«تیراژ: ۵۰۰ جلد

«قیمت: ۲۷۰۰۰۰ ریال

«شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۲۴-۸۵۳-۵

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

کد پستی: ۱۳۱۴۹۸۳۱۸۵

فروشگاههای اینترنتی:

www.mftbook.ir

www.mftdibagaran.ir

نشانی تلگرام: @mftbook

لینک ربات دیبا: @dibagaranetehranbot

سرشناسه: اسماعیلی، حمید، ۱۳۵۸-

عنوان و نام پدیدآور: شبکه های نوآوری-مدیریت
سازمان های شبکه ای / مؤلفان: حمید اسماعیلی، سینا
لاله، نگار پورفرج قاجاری.

مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۳۹۶

مشخصات ظاهری: ۲۰۸ ص: مصور.

شابک: ۵-۸۵۳-۱۲۴-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: شبکه های اجتماعی

social networks

موضوع: شبکه های کسب و کار

business networks

موضوع: نوآوری-مدیریت

موضوع: technological innovations management

شناسه افزوده: لاله، سینا، ۱۲۰۶

شناسه افزوده: پورفرج قاجاری، نگار، ۱۳۷۴-

رده بندی کنگره: ۲۱۳۹۶ ش ۵ الف/۶۹ HD

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۰۴۶

شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۲۰۴۵۳

فهرست مطالب

فصل اول ۱۱

مقدمه ۱۱

سازمان دهی شبکه ی ۱۲

نوآوری در شبکه ۱۵

شبکه ها ، ساختار و مویعت ا ها ۱۹

سازمان نوآور ، تاکتیک های شبکه ۲۶

نتیجه گیری ، جمع بندی و جهت دمی فصل اول ۲۸

فصل دوم ۲۹

تشخیص سازمان ۲۹

شبکه ها در سازمانها ۳۰

آنچه که ما در مورد تبادل دانش در سازمان می دانیم ۳۰

چگونگی تشخیص ۳۲

ارزیابی محیط نوآوری ۳۳

شبکه های نوآوری شامل چک لیست هایی از عناوین ۳۴

حالت مناسب چگونه است؟ ۳۶

ارائه یک دیدگاه مبتنی بر شبکه جهت پیاده سازی ایده ها ۳۹

نتیجه گیری ، جمع بندی و جهت دهی فصل ۲ ۴۲

۴۳..... فصل سوم

۴۳..... روش های نوآوری و واسطه های جهت یاب داخلی و خارجی

۴۷..... هدایت گردش اطلاعات

۵۲..... واسطه گری : ارتباط - اکتشاف و حمایت

۵۳..... نوآوری واسطه های رابط

۵۴..... نوآوری مسیر جهت یابی خارجی

۵۴..... ارتباطات جهت یابی داخلی

۵۵..... چگونگی پدایش ایده ها

۵۶..... نتیجه گیری

۵۷..... نتیجه گیری جمع بندی و جهت دهی فصل ۳

۵۹..... فصل چهارم

۵۹..... همکاری برای نوآوری در زمینه

۶۰..... مقدمه

۶۱..... موقعیت SNL

۶۳..... ایجاد پیوند و حد و مرزها

۶۵..... شبکه ها

۶۶..... خوشه بندی

۶۸..... تقابل

۶۹..... فصل پنجم

۶۹..... پیوندی غنی ، رویکردی بر ترکیب شبکه ها

۷۰..... پیوند های قوی در سازمان ها

۷۲..... انتقال دانش نوآور در سازمان ها و پیوندهای غنی

۷۳..... شبکه ی رسمی

۷۵..... شبکه ی غیررسمی

۷۷	پیوندهای غنی در شبکه های ترکیبی
۷۸	REDROCK و GREENWOOD
۸۰	پیوندهای غنی و نوآوری
۸۲	نتیجه گیری , جمع بندی , جهت دهی فصل ۵
۸۳	ضمیمه ی فصل ۵

فصل ششم

روابط متقابل برای تیم های نوآور

۸۷	تیم های بهره ی نوآوری و شبکه ها
۸۸	چگونگی همکاری , رابط متقابل سلسله مراتبی و روابط متقابل واحد برای نوآوری
۸۸	تقابل رسمی و غیررسمی
۹۰	ارتباط گره های افقی
۹۱	ارتباط گره های عمودی
۹۴	هر چیزی که بیشتر است الزاما بهتر نیست بهره وری شبکه
۹۶	مدارک تجربی : مولد یک سرویس رهبری مالی
۹۶	روابط متقابل افقی
۹۸	روابط متقابل عمودی
۱۰۴	نتیجه گیری , جمع بندی و جهت دهی فصل ۶

فصل هفتم

مداخله کردن در برانگیختن نوآوری

۱۰۶	مداخله شبکه
۱۰۸	مداخله ی مدیریت : یک نیروی کار
۱۱۱	مشخصات یک شبکه ی مناسب برای فعالیت های نوآوری
۱۱۲	تعداد ارتباطات
۱۱۳	تعداد ارتباطات , محل تقاطع مرز های واحد
۱۱۴	تحریک تازه واردان برای ملحق شدن به عرصه ی نوآوری

- ۱۱۵..... شواهد تجربی از REDROCK: حرکت موجی
- ۱۱۵..... یک مداخله ی ساده
- ۱۱۸..... نتیجه گیری , جمع بندی و جهت دهی برای فصل ۷

۱۱۹..... فصل هشتم

۱۱۹..... نوآوری باوجود سازمان دهی مجدد

- ۱۲۰..... سیم کشی مجدد شبکه
- ۱۲۱..... نوآوری با وجود سازمان دهی مجدد
- ۱۲۱..... پیدا کردن نقطه ی شیرین نوآوری
- ۱۲۳..... قوت دادن نقطه ی شیرین نوآوری به هنگام کوچک سازی
- ۱۲۳..... کارگذاران جهت دار داخلی چه کسانی هستند ؟
- ۱۲۴..... مشخص کردن حساسیت ها
- ۱۲۵..... تعداد ارتباطات
- ۱۲۵..... تنوع
- ۱۲۶..... رهبران
- ۱۲۶..... ارتباطات غیر رسمی
- ۱۲۷..... سیم کشی مجدد معقول
- ۱۲۹..... جمع بندی , جهت دهی , نتیجه گیری فصل ۸

۱۳۱..... فصل نهم

۱۳۱..... روش جلب توجهات برای تحلیل شبکه ها

- ۱۳۳..... تحلیل شبکه ها در سازمان ها
- ۱۳۳..... مرحله اول : نیاز شناسی
- ۱۳۴..... مرحله ی دوم : جمع آوری اطلاعات
- ۱۳۵..... طراحی فرآیند جمع آوری اطلاعات
- ۱۴۱..... سایر اطلاعات
- ۱۴۱..... طراحی پرسشنامه

۱۴۲.....	اهمیت سنجش دقیق
۱۴۳.....	مرحله ی سوم : تجزیه و تحلیل و تجسم
۱۴۴.....	مرحله ی چهارم : تفسیر
۱۴۵.....	مصاحبه پس از ارزیابی
۱۴۵.....	اولویت بندی
۱۴۶.....	نظارت
۱۴۶.....	بازتاب نهایی بر جمع آوری داده های شبکه
۱۴۷.....	اصول اخلاقی پژوهش در تجزیه و تحلیل شبکه ی سازمان

فصل دهم.....

مدیریت نوآوری در سازمان شبکه.....

۱۵۴.....	ضمیمه شماره ی ۱
۱۶۲.....	پیوست شماره ی ۱
۱۶۴.....	خلاقیت در مکاتب مختلف
۱۶۴.....	نظریه ها و تئورهای خلاقیت
۱۶۶.....	پیوست شماره ی ۲
۱۷۱.....	پیوست شماره ۳
۱۷۳.....	ظرفیت جذب
۱۷۵.....	پیوست شماره ی ۴: مدل های نوآوری
۱۷۹.....	پیوست شماره ی ۵
۱۸۶.....	منابع انگلیسی
۲۰۸.....	منابع فارسی

در جهان پر از اعوجاج و متلاطم کنونی توجه به مبحث رقابت با تکیه بر توانمندی های داخلی برای سازمان ها و شرکت ها الزامی، غیر قابل انکار است. رشد و توسعه رقابت و جذابیت های هر صنعت یا خدماتی، اکنون همه سازمان ها را وادار به تلاش برای نوآوری و خلاقیت کرده است. نوآوری خروجی فعالیت ها و مطالعات و سرمایه گذاری های تحقیق و توسعه است و مهمترین برگ برنده هر سازمانی می تواند باشد به شرط این که با توجه به پتانسیل درونی و گسترش آن در سازمان مذکور باشد. داشتن پتانسیل مناسب و توانمندی سازمانی در همه ابعادش از جمله: نوآوری، دانش، نیروی متخصص و با تجربه، منابع مالی مناسب، تکنولوژی به روز و ... شرط اولیه تامین نظر و سلیقه های متفاوت مشتریان است. اغلب سازمان ها با این مشکل مواجه هستند که نمی توانند به طور مطلوبی دانش و خلاقیت و نوآوری را در تمام ارکان سازمان خود گسترش داده و آن را به فرهنگ غالب سازمانی خود تبدیل کنند. این کتاب کوشش شده تا با نمایش شبکه های نوآوری و مفاهیم جذاب آن این امر را در سازمان تسهیل نماید و نقشه راهی برای نیل به این هدف باشد. نوآوری مستمر یک الزام برای رفعت در جهان امروز است و مهم ترین عاملی است که می تواند یک سازمان را در مسیر توسعه قرار داده و آن را به سازمانی پیشرو و پویا تبدیل نماید. مطالعه و بررسی این کتاب به دانشجویان، نقاط تحصیلات تکمیلی در رشته های بین رشته ای جدید از جمله گرایش های مختلف مهندسی صنایع، مدیریت تکنولوژی، مدیریت فناوری اطلاعات، مدیریت کارآفرینی و آینده پژوهی و تمامی ذینفعان صنایع، خدمات و همه علاقه مندان به حوزه های تحقیق و توسعه، تکنولوژی و نوآوری اکیدا توصیه می گردد.

حمید اسماعیلی

سینا لاله

نگار نورفرج قاجاری