

سرمایه فکری در موفقیت شرکت

دکتر لیندسی مور
لسلی کریگ

www.ketab.ir

مترجمین:

دکتر مجید رمضان

دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی مالک اشتر

نادر سلطانی منش



سرشناسه: مور، لینزی Moore, Lindsey -
 عنوان و نام پدیدآور: سرمایه فکری در موفقیت شرکت /لیندسی مور، لسللی کریگ؛ مترجمین مجید رمضان، نادر سلطانیمنش.
 مشخصات نشر: تهران، انتشارات مدیریت دانش، ۱۴۰۰
 ناشر همکار: تهران، انتشارات آتی نگر.
 مشخصات ظاهری ۲۵۶: ص.
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۳۴۷-۶-۲
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
 یادداشت: عنوان اصلی Intellectual capital in enterprise success: strategy revisited, c2008
 موضوع: سرمایه فکری -- مدیریت
 Management Intellectual capital
 موضوع: برنامه‌ریزی راهبردی
 Strategic planning
 موضوع: شناسه افزوده: لسللی، کریگ
 شناسه افزوده: Craig, Lesley
 شناسه افزوده: رمضان، مجید، ۱۳۶۰ - مترجم
 شناسه افزوده: سلطانی منش، نادر، ۱۳۶۹ - مترجم
 رده‌بندی کنگره: HD۵۳
 رده‌بندی دیویی: ۴۰۱۲/۶۵۸
 شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۳۴۶۰۱
 اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا



عنوان کتاب: سرمایه فکری در موفقیت شرکت
 مؤلفین: لیندسی مور، لسللی کریگ
 مترجمین: مجید رمضان، نادر سلطانی منش
 ناشر: انتشارات مدیریت دانش
 ناشر همکار: انتشارات آتی نگر
 صفحه‌آرا: ابراهیم طاهری خنکداری
 طراح جلد: ابوالفضل صفری
 نوبت چاپ: اول ۱۴۰۰ -
 قطع: وزیری
 تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
 قیمت: ۷۰,۰۰۰ تومان
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۳۴۷-۶-۲

کلیه حقوق قانونی و مادی و معنوی برای مؤلفین و ناشر محفوظ است.

تاریخچه مختصری از استراتژی سرمایه فکری

سرمایه فکری، مجموع تمامی دارایی‌هایی است که تمامی افراد یک شرکت از مزیت رقابتی برآمده از این دارایی‌ها آگاه هستند.

توماس استوارت

این کتاب، در مورد بکارگیری بهینه و استراتژیک دارایی‌های سرمایه فکری یا همان دارایی‌های نامشهود برای اهداف شرکتی یا سازمانی است. همین‌طور در مورد استراتژی در بالاترین سطوح نیز هست.

کتاب حاضر، کتابی در مورد قانون و به ویژه قانون مالکیت معنوی نیز هست و از آن‌جا که بسیاری از دارایی‌های سرمایه فکری به واسطه قانون ایجاد می‌شوند، این کتاب به نقش جدید و مهمی می‌پردازد که قانون مالکیت معنوی در شکل‌دهی استراتژی مدرن شرکت‌ها و بنگاه‌ها ایفا می‌کند. در نهایت، در این کتاب به رشته به تازگی ایجادشده یعنی مدیریت دارایی فکری نیز پرداخته می‌شود که از دهه ۱۹۹۰ در دنیای استراتژی شرکت، مدیریت برند، مالی، اقتصادی و قانون مالکیت معنوی پدیدار شده‌است.

به عنوان یک رشته رو به رشد (با آینده‌ای درخشان و نویدبخش)، بسیاری از تفکرات ابتدایی آن بسیار جدید و مختص آن هستند به گونه‌ای که هنوز هم اغلب صرفاً در اختیار مشاوران ممتازی است که با مشتریان بزرگ شرکتی کار می‌کنند. در نتیجه، تنها بخش کوچکی از مطالب در دسترس، به شرکت‌های با اندازه کوچک و متوسط یا صنایع غیرفناورانه، می‌پردازند. اکثر کارآفرینان و شرکت‌ها به این مجموعه مهم دانش، تکنیک‌ها و استراتژی‌های مدیریت دانش که موجب خلق مزیت رقابتی یا ثروت زیادی در صنعت می‌شوند، دسترسی اندکی دارند یا اساساً دسترسی ندارند.

این تاریخچه مختصر کتاب شامل افرادی است که مطالبی در زمینه استراتژی سرمایه فکری به اشکال مختلف منتشر کرده‌اند، یا شرحی در مورد یک پیشرفت امیدوارکننده خاص ارائه داده‌اند مانند صدور مجوز ثبت اختراع یا به یافتن منشاء موضوعی با توجه به اصول فردی موجود پرداخته‌اند مانند قانون سنتی مالکیت معنوی و استراتژی شرکت. تعداد معدودی که از روش‌شناسی‌ها یا

تکنیک‌های مدیریتی حمایت کرده‌اند که به ندرت نظریه‌ای ارائه می‌دهند که بتوان در شرایط دیگری اعمال کرد. در طی سال‌های ابتدایی مدیریت دارایی‌های فکری، این رویکردها مبتنی بر شرایط منحصربه‌فرد هر بنگاه اقتصادی، اجتناب‌ناپذیر و ضروری بودند. با این حال، با توجه به این‌که مدیریت دارایی‌های فکری در تمام استراتژی‌های سازمانی محوری‌تر (مهم‌تر) می‌شود، برای پیشرفت و ایجاد میانی نظری برای این رشته و بیان دانشی عملی که امکان عملی شدن برخی یا تمام این تئوری‌ها را فراهم سازد، یک رویکرد به روز شده ضروری است.

این کتاب تلاش می‌کند تا رویکردی به روز در مورد کل موضوع استراتژی شرکت ارائه دهد. این کتاب بازتعریفی از گستره موضوع موردنظر شامل طیف وسیعی از دارایی‌های فکری ارائه می‌دهد و بسیار فراتر از تمرکز اولیه است که به اختراعات و فناوری محدود شده‌است، بنابراین یک رویکرد متعادل‌تر فراهم می‌سازد. این کتاب، دانش فنی استراتژیک را برای مدیران شرکت‌ها، مدیران برندها، مشاوران عمومی و وکلای IP در شرکت‌های بزرگ و کوچک و در کل صنایع فراهم می‌سازد. مطالب این کتاب از همپوشانی بین دنیای استراتژی، مالی، اقتصادی و حقوقی پدید آمده‌است تا مقدمه پیشرفته و مناسبی در مورد دارایی‌های سرمایه فکری، استقرار استراتژیک آن‌ها برای اهداف شرکتی و ارتباط فزاینده آن‌ها با تصمیم‌گیرندگان و متخصصان فراهم سازد. اساساً این کتاب بر این فرض استوار است که در بنگاه اقتصادی، آینده متعلق به افرادی است که در استفاده از دارایی‌های سرمایه فکری و نامشهود به عنوان ابزار جدیدی برای تولید اقتصادی، مهارت بیشتری دارند - و این‌که این دانش جدید باید به طور گسترده‌ای درک شود و به طور خاص توسط مدیران و مقامات اجرایی در تجارت، مشاوران حقوقی و شاید وکلای مالکیت معنوی بکار گرفته شود.