

Second International Conference on Management and Development Culture

تاثیر نوآوری سازمانی بر روی تغییر استراتژیک : ابعاد یادگیری و ادراک

نویسنده اول : فاطمه حسین پور¹

نویسنده دوم: کوروش نصیری²

نویسنده سوم : میترا حاجیانی³

چکیده :

فرضیه ی عقلانیت ، باعث می شود تا دانشمندان مدیریت استراتژیک ، بیشتر نگران تصمیم گیرندگان استراتژیک از لحاظ رفتاری و ادراکی باشند . این مقاله تاثیر نوآوری سازمانی را بر تغییر استراتژیک بر مبنای ادراک ضمنی و رفتاری را مطالعه می کند . عناصر ویژگی های مدیریت سازمانی در مراحل مختلف، تولید "ایده های نو" و "رفتار های نو" سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد که باعث تغییر در رفتار و ادراک مدیران شده و در نتیجه منجر به تغییرات استراتژیک و پایه گذاری مدل فاکتور موثر تغییر استراتژیک از بعد نوآوری سازمانی می شود . با آنالیز عناصر درونی نوآوری سازمانی در سطوح فردی ، گروهی و سازمانی ، سه-سطح برای عناصر ویژگی های نوآوری سازمانی مطابق بدست آمد: کیفیت و برتری نوآوری فردی ، جو نوآوری گروهی و سازمان دانش-بنیان که به عنوان فاکتورهای موثر در تغییر استراتژیک بینش محور و تغییر استراتژیک اجرایی محور در نظر گرفته شدند. ویژگی های سه-سطحی نوآوری سازمانی به عبارتی دیگر کیفیت و برتری نوآوری فردی ، جو نوآوری گروهی و سازمان دانش – بنیان ، همگی به طور مثبت تغییر استراتژیک را تحت تاثیر قرار می دهند . در تاثیر بر روی تغییر استراتژیک بینش محور ، میزان تاثیر سازمانی دانش بنیان بالاتر و در تاثیر تغییر استراتژیک اجرایی محور ، میزان تاثیر جو گروهی بالاتر از بقیه می باشد. این مطالعه مفید است زیرا باعث می شود شرکت ها مراحل تغییر استراتژیک را از دیدگاه نوآوری سازمانی درک کنند و به آنها کمک می کند پلی بسازند تا تغییر استراتژیک فعالیت های نوآوری سازمانی را از درون تشخیص دهند .

واژگان کلیدی :

تغییر استراتژیک، تغییر استراتژیک بینش محور، تغییر استراتژیک اجرا محور ، نوآوری سازمانی

دانشگاه محقق اردبیلی ، کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار: نویسنده مسئول

دانشگاه محقق اردبیلی ، کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار