

## تعیین جایگاه دوسوتوانی سازمانی در نوآوری راهبردی

غلام رضا توکلی<sup>۱</sup>، مهدی زمانی مزده<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> عضو هیئت علمی مجتمع دانشگاهی مدیریت و مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> گروه عملی مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

### چکیده

هر علت اصلی عدم پیاده سازی راهبردها در سازمانها، شرایط متغیر و وجود عدم قطعیت در بازارها است. از جمله راهکارهایی که در سالهای اخیر جهت رفع مشکل فوق مورد بحث قرار گرفته است، دوسوتوانی سازمانی است که به توانایی استفاده ی ماهرانه از دو قابلیت کلیدی سازمانی، که به آنها اکتشاف و بهره برداری گفته می شود، می پردازد. از آنجایی که هدف از ایجاد تغییر راهبردی (و نوآوری راهبردی به عنوان نوعی تغییر راهبردی) در سازمان، همراستا کردن مدل کسب و کار و سیستم سازمانی جهت اجرای هر چه بهتر راهبردهای سازمان است، بررسی جایگاه دوسوتوانی سازمانی در نوآوری راهبردی امری مهم تلقی می شود. امروزه بسیاری از معضلات سازمانها به عدم وجود نوآوری در تمام سطوح سازمانی مربوط بوده و عدم وجود نوآوری راهبردی در سطح کلان سازمانها نیز از جمله مهم ترین مشکلات سازمانها محسوب می شود. مطابق با پژوهش های انجام گرفته در ادبیات سازمان، بسیاری از سازمان های سنتی و سلسله مراتبی بیشتر منابع خود را صرف بهره برداری از منابع در دسترس خود می کنند در حالی که بسیاری از سازمان های نوپا منابع خود را به امر اکتشاف اختصاص می دهند. در این مقاله با بررسی ابعاد مختلف نوآوری راهبردی و دوسوتوانی سازمانی، به دنبال یافتن رابطه ی این دو پارادایم هستیم و تلاش می کنیم تا با بسط مفاهیم مرتبط با هر دو موضوع، راه را برای انجام پژوهش های گسترده تر در این حوزه هموار کنیم. روش مورد استفاده از نوع مروری-توصیفی است و بدین منظور تعدادی از پژوهش های انجام شده در هر دو زمینه مورد مطالعه قرار گرفته اند و تلاش گردیده تا جایگاه دوسوتوانی سازمانی در نوآوری راهبردی تعیین شود.

**واژه های کلیدی:** نوآوری راهبردی، دوسوتوانی سازمانی، بهره برداری، اکتشاف، یادگیری