****

**بخشی از مقاله**

**لینک خرید آنلاین نسخه کامل این مقاله با فرمت ورد :**

<http://makale.ir/?p=4400>

[**برای خرید این مقاله، همزمان با نگه داشتن کلید کنترل (Ctrl) در صفحه کلید، اینجا کلیک نمایید.**](http://makale.ir/?p=4400)

{عنوان و فهرست}

**نوآوری استراتژیک**

تعریف استراتژیک  
تعريف مدیریت استراتژيك  
لزوم استفاده از نوآوري استراتژيك  
فرآیند چهار مرحله ای نوآوري استراتژيك  
چهار مانع برای اجرا  
عناصر کلیدی نوآوری استراتژیک  
رویکردهای سنتی رویکرد نوآوری استراتژیک  
نتیجه گیری  
منابع

{اوایل مقاله}

تعريف استراتژي :

**الف: مفهوم لغوی استراتژی:** واژه استراتژی از کلمه یونانی(استراتگوس) Strategos گرفته شده است. استراتگوس یا (استراتژ) به معنای لشکر است. استراتگوس به معنی فرماندهی ارتش هم به کار می رفت. بطور مثال، ارتش یونان باستان که از گروههای کوچک سربازانِ متعلق به خاندانهای یونانی تشکیل شده بود، توسط افرادی به نام «استراتگوس» فرماندهی می شد. علاوه بر این، معانی زیر نیز برای استراتژی مطرح شده است : فن اداره جنگ، فن فرماندهی، فن جنگ و طرح نقشه برای جنگ. ب: مفهوم اصطلاحی استراتژی: استراتژی در معنای اصطلاحی جدید به این صورت تعریف میشود:

فن و علم توسعه و به کارگیری قدرت سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی ملت، هنگام جنگ و صلح، به منظور تأمین حداکثر پشتیبانی از سیاستهای ملی و افزایش احتمال دستیابی به نتایج مطلوب برای کسب حداکثر پیروزی و حداقل شکست. هرگاه قدرت سیاسی، نظامی، فرهنگی و اقتصادی، در جهت دستیابی به اهداف نظامی یک ملت به کار رود، استراتژی نظامی نامیده میشود به همین ترتیب برای هر یک از ابعاد سیاسی، فرهنگی و اقتصادی نیز می توان یک تعریف از استراتژی ارائه داد. استراتژی در معنای قدیمی خود به مفهوم به کارگیری همه امکانات کشور برای دست یافتن به هدفهای نظامی بود، اما به تدریج استراتژی از بعد نظامی محض، فاصله گرفت و در حال حاضر اهداف نظامی، بخشی از اهداف ملی یک کشور را تشکیل میدهد.

تعريف مدیریت استراتژيك :

هنر و علم تدوین ،اجرا و ارزیابی تصمیمات وظیفه ای چند گانه که سازمان را قادر می سازد به هدفهای بلند مدت خود دست یابد.

تعريف نوآوري استراتژيك :

1. توانا ساختن یک شرکت برای ایجاد فضای صنعتی جدید و تسهیل خلق بازارهای جدید (هامل و پراهالد 1989 )
2. مارکیدز نوآوری استراتژیک را به منزله یک روش کاملاً متفاوت رقابت در یک صنعت می داند که از طریق شکستن قوانین بازی و اندیشیدن به روش های جدید پدیدار می شود. یک عنصر اصلی از نظر او عبارت است از: "مفهوم سازی مجدد آنچه کسب و کار در مورد آن است و اینکه کدام روش منجر به راه متفاوت بازی کردن مسابقه به طور صحیح در صنعت می شود. (2000)
3. مطابق نظر گاوین دارجن و تریمبل نوآوری استراتژیک انحراف خلاق از اقدمات قدیمی در حداقل یکی از سه حوزه زیر است: طراحی معماری زنجیره ارزش، مفهوم سازی مجدد منتقل شده به مشتری یا تعریف مشتریان بالقوه.

{اواسط مقاله}

چهار مانع برای اجرا :

1-ادارک (آگاه کردن و بیدار کردن کارکنان که به نیاز برای استراتژی نیاز دارند)

2- منابع محدود

3- کارکنان بدون انگیزه

4- سیاست ها.

مارکیدز پیشنهاد می کند یک بحران مثبت برای شبیه سازی نیاز به تغییر و رهاکردن مدل های ذهنی گذشته می توانیم ایجاد کنیم. چنین بحران مثبتی می تواند از طرق زیر ایجاد شود:

1- ارتباطات و توضیح دادن اینکه چه چیزهایی مورد نیازند که انجام شوند و چرا؟  
2- تعیین اهداف جدید و مورد تقاضا که واقعی و قابل دستیابی باشند اما چالش بر انگیز.   
3- حرکت از پذیرش عقلایی هدف به تعهد هیجانی.

\* آن چیزی که نوآوری استراتژیک را سخت تر می سازد لزوم نوآوری مستمر است. اجرای یک استراتژی نوآور فقط یکبار کافی نیست. موفقیت بلندمدت با اداره جریان های نوآوری حاصل می گردد.

هامل و والکانگز (2003) چهار دلیل برای نیاز به نوآوری مستمر در سطح استراتژیک را بدین شرح بیان می کنند:

استراتژی ها توسط رقبا تکرار می شوند، استراتژی های خوب با استراتژی های بهتر جایگزین می شوند، آن ها در حالی که بازار اشباع می شود تحلیل می روند و استراتژی ها توسط افزایش دانش و قدرت چانه زنی مشتریان تهی و قدرتشان کاسته می شود.

{اواخر مقاله}

نتیجه گیری:

* نوآوری استراتژیک یک نگرش کل نگر سیستماتیک است که روی ایجاد نوآوری های گسسته تمرکز دارد. نوآوری زمانی استراتژیک می شود که یک فرایند تکرارپذیر عمدی داشته باشد که تفاوت مشخصی را در انتقال ارزش به مشتریان، مصرف کنندگان، شرکا و بنگاه ایجاد نماید.

- نوآوری استراتژیک سازمان ها را به مبارزه می طلبد تا ماورای مرزهای ایجاد شده کسب و کار و مدل های ذهنی آن نگاه کنند و مسیری را که کمتر سایر رقبا و سازمان ها استفاده کرده اند به کار گیرند.   
- نوآوری استراتژیک با تعمیم و بسط محصول، تقلید مدل های تجاری و میانبرهای کارا ی فرایندها مشخص نمی شود. همچنین تنها شامل ایده های جدید از طریق طوفان فکری و جلسات خلاقیت نبوده و بر اساس اصول خطی برنامه ریزی استراتژیک که با گذشته مقایسه می کنند و آینده را پیش بینی می کنند نمی باشد.   
- نوآوری استراتژیک روی سطوح چندگانه عمل می کند. از نگرش های سنتی و غیر سنتی به استراتژی کسب و کار شروع و با ایجاد تمرین های بصیرت صنعت، بصیرت مشتری/ مصرف کننده و همسویی و یکپارچگی آن ها ایجاد استراتژی ها را پی می گیرد. برای اینکه نوآوری استراتژیک رخ دهد فعالیت ها و امکانات به عنوان اهرم هایی خواهند بود که ارزش را به مشتری منتقل می کنند.   
- در حالی که تحقیق و نوآوری جزء مهم و اصلی برای نوآوری است اگر اقدام کارآفرینانه وجود نداشته باشد هیچ خلق ارزشی صورت نمی پذیرد.

****

**لینک خرید آنلاین نسخه کامل این مقاله با فرمت ورد :**

<http://makale.ir/?p=4400>

www.MaKale.ir