

استراتژی محوری با نوآوری در خدمات و عملکرد سازمانی

www.ketab.ir

نویسندگان:

محسن مزیدی - الهه جلالی فر

سرشناسه	: مزیدی، محسن، ۲۳/۰۸/۱۳۶۶
عنوان و نام پدیدآور	: استراتژی محوری با نوآوری در خدمات و عملکرد سازمانی / نویسنده محسن مزیدی، الهه جلالی فر.
مشخصات نشر	: گرگان: انتشارات نوروزی، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری	: ۶۲ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۰۲-۲۸۴۹-۳
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۵۶-۶۲
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی -- مدیریت Strategic planning -- Management ورزش -- مدیریت -- نوآوری Sports administration -- Technological innovations
شناسه افزوده	: جلالی فر، الهه، ۱۳۶۸/۲/۱۰
رده بندی کنگره	: HD۳۰/۲۸
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۲۲۶۹۰۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا

استراتژی محوری با نوآوری در خدمات و عملکرد سازمانی

نویسندگان: محسن مزیدی، الهه جلالی فر

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۲

مشخصات ظاهری: ۶۲ ص

قطع: وزیری

شمارگان: ۵۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۲-۲۸۴۹-۳

قیمت: ۶۰۰۰۰ تومان

چاپ و نشر: نوروزی-۱۷۳۲۲۴۲۲۵۸

حق چاپ برای نویسنده محفوظ می باشد.



گلستان، گرگان، خیابان شهید بهشتی، پاساژ رضا، کدپستی ۴۹۱۶۶۵۷۳۷۶

entesharatnoruzi

۰۱۷-۳۲۲۴۲۲۵۸-۰۹۱۱۳۷۱۹۱۱۵

www.entesharate-noruzi.com

entesharate.noruzi@Gmail.com

فهرست

۸.....	مقدمه
۹.....	فصل اول
۹.....	بیان موضوع استراتژی محوری با نوآوری در خدمات و عملکرد سازمانی
۱۰.....	ضرورت استراتژی محوری با نوآوری در خدمات و عملکرد سازمانی
۱۲.....	استراتژی محوری
۱۲.....	نوآوری
۱۲.....	عملکرد
۱۲.....	گرایش به یادگیری
۱۲.....	مدیران باشگاهها:
۱۳.....	فصل دوم
۱۳.....	یک استراتژی محوری انتظار بهبود عمل کرد نیز باید داشته باشد
۱۴.....	تعریف استراتژی
۱۵.....	تعریف مدیریت استراتژی
۱۸.....	برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۹.....	ویژگی‌های یک برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۰.....	استراتژی سازمان و مدیریت عمل کرد
۲۲.....	تاریخچه استراتژی
۲۲.....	استراتژی
۲۳.....	استراتژی تهاجمی

۲۳	استراتژی محافظه کارانه
۲۳	استراتژیک تدافعی
۲۳	استراتژی رقابتی
۲۵	شناسایی صفت و ساختار آن
۲۷	فصل سوم
۲۷	انواع نوآوری
۲۹	الگوهای تکامل فرآیند نوآوری تکنولوژیک
۲۹	مدل فشار علم
۳۰	مدل کشش بازار
۳۰	مدل اتصالی
۳۱	مدل یکپارچه و شبکه‌ای
۳۲	مدل زنجیره ارزش
۳۲	عوامل موثر بر شکل‌گیری فرآیندهای نوآوری
۳۳	ارتباط استراتژیک سازمانی
۳۴	عوامل بازدارنده‌ی خلاقیت در سازمان
۳۹	عوامل ترغیب‌کننده‌ی خلاقیت
۳۹	عوامل فردی
۴۲	عوامل پیرامونی
۴۳	عملکرد
۴۵	کارایی و اثربخشی
۴۶	شاخص‌های عمل‌کرد کلیدی

مقدمه

در عصر حاضر، ورزش به عنوان یک بخش اقتصادی، چه از بعد عملی و چه از بعد تماشایی، در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه‌ی اقتصادی جوامع نقش اساسی دارد و هم اکنون یکی از موثرترین عوامل در رشد اقتصاد ملی و یکی از پر درآمدترین صنایع در قرن بیست و یکم به شمار می‌رود (یوان^۱، ۲۰۱۰). با توجه به پیشرفت ورزش و صنعتی شدن آن، رویکرد مدیران این صنعت مهم در خصوص مشتریان خود به صورت کلی تغییر پیدا کرده است. امروزه تمامی تلاش‌های سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی معطوف به مشتری می‌باشد. روبرت^۲ (۱۹۹۵) در خصوص اهمیت مشتری بیان می‌کند که سازمان‌های ورزشی همانند سازمان‌های غیر ورزشی برای موفقیت خود نیاز دارند تا نگرش خود را نسبت به مشتری تغییر داده و از شیوه‌های مختلف برای جذب و حفظ مشتری استفاده نمایند. هر چند نوآوری به طور فزاینده‌ای بر مبنای تغییر در نیازها و خواسته‌های مشتری، فشار رقابتی گسترده و تغییرات سریع تکنولوژیکی در حال پیچیده شدن است، ولی پیچیدگی نوآوری همچنان توسط مقدار دانش در دسترس سازمان‌ها به عنوان اساس و پایه‌ای برای نوآوری افزایش یافته است. امروزه عوامل زیادی بر بقای واحدهای صنعتی و تجاری تاثیر می‌گذارد و این عوامل تاثیرگذار به سرعت در حال تغییر بوده و این تغییرات غیر قابل پیش‌بینی است. تعداد زیادی از شرکت‌ها در محیطی پرتلاطم قرار دارند و بیش از یک چهارم از فروش آن‌ها به محصولاتی مربوط می‌شود که عمر آن‌ها کمتر از پنج سال است و در طول عمر خود همیشه در جهت ایجاد ایده و کالا و خدمات جدید فعالیت داشته‌اند و خلاقیت و نوآوری از عوامل مهم بقای آن‌ها بشمار می‌رود. امروزه تقریباً تمام کشورهای جهان در جهت افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی در پی خلاقیت و نوآوری هستند و یکی از دلایل عمده اهمیت فزاینده خلاقیت و نوآوری، ایجاد رقابت بین کشورهای مختلف در حال توسعه است (رحیمی، ۱۳۸۵). یکی از چالش‌های مهم مدیریت و مدیران، خلاقیت و نوآوری است؛ چرا که با اثربخشی سازمان رابطه‌ی تنگاتنگی دارد (ره‌نورد، ۱۳۸۷).

¹. Brown & Nagel

². Robert