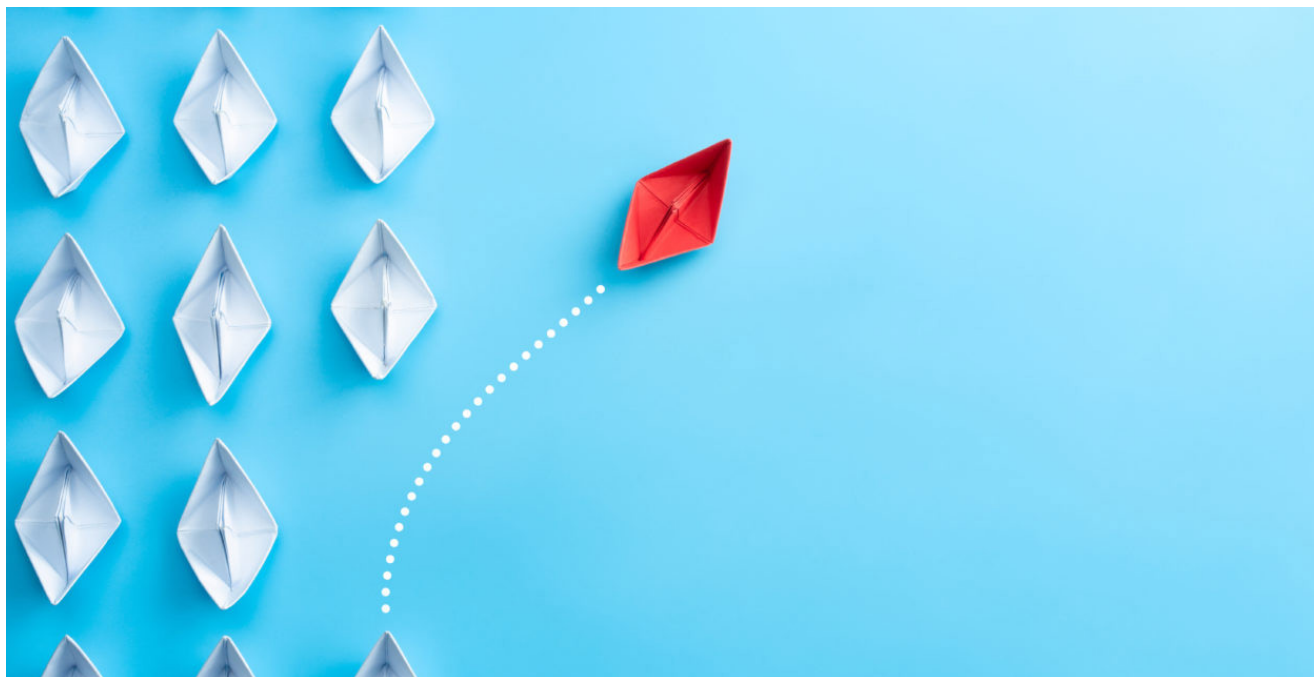


ترجمه و اقتباس: محمد سماواتی، کارشناس ارشد مدیریت

منبع: Trade & culture Magazine (همه عکسها تزئینی است)



اصولاً نوآوری که به برنامه‌ریزی دقیق و سازماندهی منظم و مؤثر نیاز دارد، عبارت است از کنار گذاشتن تدریجی سیاست‌های کهنه سازمان و هم‌زمان جایگزین کردن آن‌ها با شیوه‌ها و ایده‌های نوین. نوآوری در یک سازمان تمامی بخش‌ها و زمینه‌های فعالیتی از جمله سیاست‌های کلی سیستم‌های مدیریتی، محصولات، تکنولوژی، خدمات، روش‌های تولید، بازارها و کانال‌های توزیع را دربر می‌گیرد.

امروزه ما در عصری زندگی می‌کنیم که دگرگونی‌های عمده از قبیل پیشرفت

امروزه در کشورهای مختلف جهان شمار شرکت‌هایی که توانسته‌اند از لحاظ تجاری موفقیت چشمگیری کسب کنند محدود است. اگر این شرکت‌ها و شیوه عملکرد آن‌ها را به دقت مورد بررسی قرار دهیم، وجه تشابهی را به وضوح در آن‌ها مشاهده خواهیم کرد. این وجه تشابه، اهمیت خاصی است که این شرکت‌ها به نوآوری می‌دهند. در دنیای رقابت‌آمیز امروز چنانچه سازمان‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات تجاری راه نوآوری را نیاموزند، بی‌تردید پیامدهای جبران‌ناپذیری را تجربه خواهند کرد.

تمام حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به آموزشگاه کاشانه می‌باشد و هر گونه کپی، برداشت و انتشار آن پیگرد قانونی دارد.

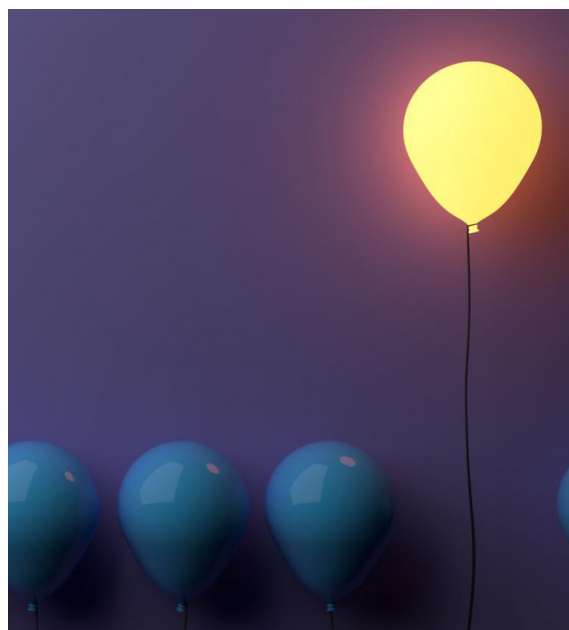


حرفه‌اش باش!

با تکیه بر اهمیت نوآوری موفقیت جهانی خود را طی سالیان دراز حفظ نموده و خود را با تمامی تغییرات و تحولات تطبیق دهند. درحالی که بسیاری دیگر از شرکت های بزرگ که تا چندی پیش از شهرت خوبی برخوردار بوده اند، به علت عدم توجه کافی به این امر مهم از صحنه تجارت بین المللی محو شده اند.

برای مثال، شرکت "TI" (تگزاس اینسترومنت) توانسته است با مدیریت استثنایی در نوآوری، بازار پیشرفته و رقابتی ماشین آلات الکترونیکی از قبیل ماشین حساب ها، نیمه رساناها و ساعت های دیجیتالی را از ۲۰ سال پیش تاکنون به خود اختصاص دهد. مدیریت نوآوری در "TI" به قدری قوی است که حتی رقبای سرسخت ژاپنی و آلمانی مانند شارپ و زیمنس نتوانسته اند از آن سبقت بگیرند. سیستم مدیریت در این کمپانی چندین میلیارد دلاری که در بیش از ۵۰ کشور جهان با حدود ۱۰۰۰۰۰ کارمند مشغول فعالیت است، همواره یکسان و هماهنگ بوده و مانند اجزاء بدن یک انسان سالم با بازدهی مطلوب عمل می نماید. برای مدیریت صحیح در نوآوری، "TI" از سیستمی به نام "Objectives, Strategies, Tactics" (OST) یا اهداف، راهبردها و

تکنولوژی، تبادلات فرهنگی و شرایط کاری به مراتب بیش از گذشته است. در قرون گذشته این گونه تحولات گاهی ده ها سال یکبار رخ می دادند. برای مثال از دوره سلطنت الیزابت اول، کنار گذاشتن تیر و کمان های چوبی و به کارگیری وسایل نظامی پیشرفته تر مانند سلاح های باروتی حدوداً ۶۰ سال طول کشید، درحالی که با وضعیت کنونی چنین تحولی در کمتر از ۶۰ روز اتفاق می افتد.



در تجارت امروز نوآوری به عنوان یکی از ضروریات هر سازمان، امری اجتناب ناپذیر است. شرکت های بزرگی همانند جنرال الکتریک، دوپون، میتسوبیشی، ۳M، تگزاس اینسترومنت (TI) و دایملر بنز، توانسته اند

در اواسط هر سال حدود ۴۰۰ ایده جدید و منتخب را همراه با گزارش‌ها و تحلیل‌های کامل و همچنین راه‌های عملی برای اجرای مؤثر هر یک از آن‌ها به هیئت‌مدیره تسلیم می‌کند. بررسی این ایده‌ها حدود ۶۰ روز به طول می‌انجامد تا اینکه بهترین‌ها برای تحقق یافتن در سال بعد انتخاب شوند. بار دیگر تیم مدیریت فردا تحقیقات یک‌ساله خود را روی ایده‌های جدید برای دو سال بعد آغاز می‌نماید. TI با اجرای این سیاست تا به حال سالانه ۱۵٪ رشد نموده و هم‌اکنون با درآمد متوسطی در حدود ۱۴ میلیارد دلار از یک تازان بازار جهان است.

“TI” تنها شرکتی نیست که سیاستی جامع و دقیق برای نوآوری و پیشرفت اتخاذ نموده است، می‌توان گفت که تمامی کمپانی‌های موفق دنیا این سیاست را به گونه‌ای اجرا می‌کنند و این امر را یکی از مهم‌ترین رازهای موفقیت خود می‌دانند.



تاکتیک‌ها استفاده می‌کند. تحت سیستم OST که هم‌اکنون در بسیاری از شرکت‌های جهانی رایج است، مدیریت مؤثر به دو بخش مدیریت امروز و مدیریت فردا تقسیم شده است:



مدیریت امروز تنها در جستجوی فرصت‌های بازار امروز، مشتریان امروز و به دست آوردن سهم بازار و سود ممکن در شرایط کنونی است، درحالی‌که تیم مدیریتی فردا فقط و فقط بر رشد فردای سازمان تمرکز کرده و مداوم در پی ایده‌های جدید و تحقیق در مورد حرکات و فعالیت‌های رقبای دگرگونی‌های بازار جهانی و طرز فکر مشتریان در سال‌های آینده می‌باشد.

در دنیای رقابت‌آمیز امروز چنانچه سازمان‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات تجاری راه نوآوری را نیاموزند بی‌تردید پیامدهای جبران‌ناپذیری را تجربه خواهند کرد.

تیم مدیریت فردای هر یک از شعبات TI،