

<<创新>>

图书基本信息

书名：<<创新>>

13位ISBN编号：9787564201234

10位ISBN编号：7564201231

出版时间：2008-4

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：史密斯

页数：304

译者：秦一琼

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<创新>>

内容概要

凭借多年的学术积累和教学经验，史密斯教授为我们送上了一本有关创新题材的佳作。

《创新》一书案例丰富，细节翔实，非常贴切地表达了作者想要阐述的要点，而且一个个创新初期的曲折故事，或者创新背后成功或失败的经验和教训，让读者窥见了创新过程中很多鲜为人知的奇闻轶事。

本书的作者大卫·史密斯教授是诺丁汉特伦特大学商学院的资深教授兼学术主任。

凭借多年的学术积累和教学经验，史密斯教授为我们送上了一本有关创新题材的佳作，本书案例丰富，细节翔实，非常贴切地表达了作者想要阐述的要点，而且一个个创新初期的曲折故事，或者创新背后成功或失败的经验和教训，让读者窥见了创新过程中很多鲜为人知的奇闻轶事，也令译者在翻译过程中一边细读轻击键盘，一边汲取了不少信息，深感受益匪浅，使原本可能不失枯燥的文字工作转而变得意趣盎然且具挑战性。

<<创新>>

书籍目录

创新：一个古老而又现代的研究课题(代序)中译本序第一篇 创新入门 第一章 导论 何为创新 发明-创新-扩散 谁是创新者 创新为何会失败 案例研究：“工作伙伴”工作台 第二章 创新种类 引言 创新的意义 创新的形式 创新的类型 创新分类的价值 案例研究：新机器的勇气 第三章 技术变革 引言 技术的本质 长周期和技术变革 互联网：属于我们时代的长周期 长周期的意义 技术范式和轨道 案例研究：无论互联网如何发展，消费者永远是受益人 第二篇 创新内涵 第四章 创新理论 引言 理论需求 创新理论 技术S-曲线 间断均衡 主导设计 吸收能力 理论对创新者的支持 案例研究：麦克拉伦MP4 第五章 创新之源 引言 创意——智慧的闪现 创新的源泉 个人 公司行为 使用者 业外人士 溢出 工艺需求 创新的归属 案例研究：VisiCalc——第一款电子制表软件 第六章 创新过程 引言 创新的步骤 创新过程模型 案例研究：冷餐业的革命 第七章 知识产权 引言 智力成果及知识产权 专利 注册外观设计 外观设计权 商标 仿冒 版权 许可 案例研究：踩在脚下——大公司掳走Ugg皮靴 第三篇 创新管理 第八章 技术战略 引言 战略的实质 业务层战略 技术战略 产品及创新战略 案例研究：杜比实验室 第九章 技术型企业家 引言 创新与企业家精神 创新与大公司 小公司 企业家精神 技术型企业家 案例研究：“一点通”技术公司 第十章 创新融资 引言 创新过程的现金流 节省 创始人及亲朋好友 政府资助 银行 商业天使 公司投资 风险投资 首次公开发行股票：创业板 案例研究：牛津仪器 第十一章 组织创新 引言 概述 公司文化 创新架构 组织中的角色 促进创新 案例研究：清蓝测孕仪 第四篇 创新环境 第十二章 创新政策 引言 政府干预的理由 政策措施 促进创新的机构 案例研究：马来西亚多媒体超级走廊 第十三章 创新集群 引言 集群特性 集群概念 集群类型 创新环境 案例研究：英国高保真音响产业集群 第十四章 国家创新体系 引言 创新的公共属性 国家创新体系 治理 机构 案例研究：碳纤维技术译者的话

章节摘录

吸收能力理论和上述其他理论不同，这是因为它结合了创新的外部 and 内部两个方面，外部方面是指技术的发展进步，内部方面是指创新型组织内部学习和知识转化的过程，吸收能力中对学习的强调为我们提供了一个崭新的分析框架，使这个理论完全不同于S-曲线和间断均衡理论。

这一点在科恩和莱文斯尔（Cohen and Levinthal，1990：p.128）的独创性论文中有所反映，在文中，他们首次提出了吸收能力的概念，把它定义为“企业辨别外部新信息价值、吸收消化信息并将之运用在商业化过程中的能力”。

在图4.3中，我们可以看到认识信息、吸收信息和应用信息是如何相互作用的。

在图4.3中，以技术进步为代表的外部环境在上端，企业的内部环境处在下端。

认识外部趋势和技术机会的过程用箭头表示，与左侧的方块对应，这个方块代表企业吸收能力中的吸收消化部分。

因此，外部环境和这个方块的连接说明企业外部的理念和机遇是如何输入到企业中来的，这种连接能力是有超强吸收能力企业的一个显著特征，如果连接有效，企业就会科恩和莱文斯尔（1990）认识到“外部影响”对创新是至关重要的，但感知这种影响只是吸收能力的一个特征。

有效的创新还要求具备在组织中消化信息的能力。

如图4.3所示，它需要借助于吸收外部思想并将之放在组织中消化的能力。

“知识扩散”四个字表述的就是把这些信息在组织的各个层面传播。

吸收能力的理论中是没有“塔式结构”这一说法的，相应地，吸收理论非常重视企业的内部沟通机制，让它们能有效地将知识在组织的各个部门间转移。

科恩和莱文斯尔提出，在这种情境下，知识共享是沟通的基础。

故事到此并没有结束，创新若要见效，还必须把那些已经消化吸收的知识在组织中加以应用。

这一点体现在图4.3中间的那个方块，是什么决定了企业捕捉、吸收和应用新观念的能力？

埃特利（Ettlie，2000）指出外向型（图4.3中的上端）和内向型（图4.3中的下端）吸收能力之间持续存在着张力，有效的吸收能力要求企业在两者之间保持平衡，这样才能最终走向创新。

吸收能力理论特别强调了企业学习的能力。

科恩和莱文斯尔（1990）找出了对企业开发和保持学习能力、继而消化和运用新知识能力起关键作用的三个要素：与相关知识的接触面 以往相关知识的积累 丰富多样的经验 与相关知识的接触面指的是企业和它的员工需要动用适当的关系网络来确保他们的信息能跟上行业的发展。

以往积累的相关知识也很重要，这与消化吸收过程有关。

科恩和莱文斯尔（1990）认为认识新知识的价值并把它们转化到组织中去的这种能力形成是组织中原有知识发挥作用的结果，反过来，这也强调了在这个理论模型中知识的重要性。

消化吸收要求对知识进行评价，而评价就需要借助于以往的知识。

因为这是一个学习的过程，所以科恩和莱文斯尔还强调了经验的丰富性。

组织阅历越丰富，越能从更广的范围内辨别外部观点和刺激。

本章最后的麦克拉伦（McLaren）MP4赛车案例是吸收能力理论的一个有力例证（还可参见第五章）

大家对碳纤维的了解已有一段时日了（Henry，1988），设计者最初把少量的材料用在像机翼这样的非承重结构中，是约翰。

巴纳德（John Barnard）等F1赛车的制造者想到用碳纤维材料来制造整个汽车底盘。

很显然，这是因为他和外部（航空业和美国）的联系，才使麦克拉伦团队有机会接触到所需的专业知识。

布鲁斯和莫杰（Bruee and Moger，1999）发现，组织过分注重提高效率、降低成本而采用专业化的规模生产方式，在无形中削弱了组织的吸收能力。

这是因为，规模生产中的专业分工使劳动不断重复，使组织中的劳动者经验逐渐趋于单一，能够培养他们吸收能力的范围受到了限制，而在科恩和莱文斯尔看来，这种能力的形成应该是一个积累的过程。

<<创新>>

吸收能力比其他一些创新理论复杂，它突出了外部知识的重要性，并把它视作创新中的关键要素。它可以解释为什么有些企业有大量的机会接触外部信息但却缺乏创新，其原因是因为他们不能吸收并利用知识。

它也可以说明为什么关系网络和对外联系在创新过程中非常重要。

但是，吸收能力理论最大的优势恐怕在于它是个集大成的理论，把很多思想整合到了一起，为大多数这个领域的研究者所接受。

这些观点包括技术发展、学习过程和关系网络，吸收能力把这些观点贯穿在一起，为我们研究创新提供了有力的分析工具。

理论对创新者的支持创新理论像其他理论一样，在分析创新时有三个贡献：描述 分析 预示 描述的功能包括确定主要事件，描述这些事件的发生过程以及这些事件如何联系起来，最终根据相关的证据对创新的整个过程做出准确的描述。

这一点并不奇怪，因为大多数创新常常是一个线形的过程，一个活动紧跟着另一个活动发生，所以对创新过程的一些描述时常会变成精彩的故事，描写创新的书籍比比皆是，尤其是那些传记类的书籍会详细叙述创新是如何发生的，但可惜的是，它们缺乏足够的解释。

分析是指揭示和解释为什么创新会发生。

要解释为什么一个创新会沿着这样的轨迹发生，或者为什么另外一种创新会特别成功，我们需要找到创新的模式和创新之间的共通之处以及其间存在的因果关系，所以创新的成败不只被看作是一连串的事件。

同时，它还帮助我们比较创新之间的不同。

我们需要一些分析工具来完成这些活动，创新理论能够提供这些分析工具。

最后，理论的预示性使我们明白，为什么有些创新成功了，有些创新失败了，它们为后人提供借鉴，并促使人们积极地采取措施，增加成功的可能性。

理论的预示性有以下几个优点：预测创新活动的路径和事件 预想可能面临的问题和困难 预定计划，更有效地利用资源 提高创新活动的成功概率 所以，尽管创新理论显得比较抽象，似乎与创新活动所涉及的具体问题关系不大，但事实上它们可以提供非常强的实用性，尤其是当我们意识到创新活动常常带有高度的不确定性因素时。

P74-77

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>