

عنوان مقاله:

تبیین مدل تصمیم گیری شهودی در فضای عدم قطعیت ناشی از نوآوری (مور مطالعه: شرکت های دانش بنیان)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی، دوره 7، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

امیرحسین جهانی کیا - دانشجوی دکتری گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

محمد جواد حضوری - دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

مهدی یداللهی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

عادل آذر - استاد گروه مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

تصمیم گیری در شرکت های نوآور و دانش بنیان با توجه به عدم وجود ساختار و منابع لازم از یک سو و تاثیرگذاری تصمیم ها بر سازمان از سوی دیگر، دارای اهمیت ویژه ای است. عدم قطعیت در فضای کسب و کار شرکت های نوپا و مبتنی بر فناوری بسیار عمیق است و این عدم قطعیت باعث می شود که تصمیم گیران به صورت ناخودآگاه از شهود در تصمیم گیری استفاده نمایند. هدف از این پژوهش مطالعه و شناخت توصیفی تصمیم گیری شهودی در شرکت های فناور و دانش بنیان بوده است. با توجه به ماهیت شهود، روش به کار گرفته شده در این پژوهش، کیفی (داده بنیان) و براساس تحلیل مصاحبه های صورت گرفته بوده است. نتایج حاکی است که شواهد کافی درخصوص استفاده تصمیم گیران شرکت های دانش بنیان از شهود در فضای عدم قطعیت وجود دارد و اطلاعات و زمان عوامل علی ایجاد عدم قطعیت هستند. علاوه بر این مشخص شد که تجربه و شهود رابطه نزدیکی باهم دارند و الگوهای ذهنی و کنجکاو متغیرهای مرتبط با آنها هستند. محیط ناپایدار کسب و کار نیز نقش عامل زمینه ای را تصمیم گیری شهودی ایفا می نماید. افزایش سرعت تصمیم گیری، خلاقیت و کاهش احساس پشیمانی از پیامدهای مثبت و افزایش خطاهای تصمیم گیری نیز از پیامدهای منفی استفاده از شهود هستند.

کلمات کلیدی:

تصمیم گیری شهودی، عدم قطعیت، نوآوری، فناوری، شرکت های دانش بنیان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1013902>

