

## بررسی تاثیر رهبری بر نوآوری باز ورودی و نوآوری باز بیرونی

علی صادقی کوهستانی، یسری حائری و جعفر کیالاشکی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، توسعه منابع انسانی، دانشگاه غیرانتفاعی مارلیک، نوشهر، ایران،

[sadeghi.ali.kohestani@gmail.com](mailto:sadeghi.ali.kohestani@gmail.com)

استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه غیر انتفاعی مارلیک واحد نوشهر، نوشهر، ایران

[Yosra.haeri@yahoo.com](mailto:Yosra.haeri@yahoo.com)

مریی گروه مدیریت دولتی، دانشگاه غیر انتفاعی مارلیک واحد نوشهر، نوشهر، ایران

[jafar\\_kialashaki@yahoo.com](mailto:jafar_kialashaki@yahoo.com)

### چکیده

امروزه رهبری یک واژه کلیدی برای تطبیق موفق سازمان ها با نوآوری و خلاقیت می باشد و سبک رهبری به دلیل ویژگی های برجسته می تواند به خوبی این نقش را ایفا کند. فرایند نوآوری در گذشته وابسته به منابع فکری درون سازمانی و تلاش برای توسعه و تجاری سازی آنها در درون سازمان بوده است. امروزه پارادایم نوآوری باز شرکت ها را دعوت می کند در کسب و کار خود از ایده ها و فناوری های بیرونی بیشتر بهره ببرند و به دیگر شرکت ها هم اجازه دهند از ایده های نوآورانه آنها بهره مند شوند. هدف این پژوهش بررسی تاثیر رهبری بر نوآوری باز ورودی و نوآوری باز بیرونی است. در زمانیکه سازمان ها به طور فزاینده به وسیله رقبا خود به چالش طلبیده می شوند، نقش رهبری اهمیت بیشتری پیدا می کند. سیستم ها می توانند برای تأمین نیازهای عملیاتی طراحی شوند اما این رهبر است که سازمان را به حفظ موقعیت غالب در صنعت مورد فعالیت قادر می کند. یافته های تحقیق حاکی از آن است مدیران عالی و رهبران سازمان ها باید به سمت کسب مهارت ها و توانایی های بصیرت دهی و چشم انداز گرا بروند و نوآوری را در بین همکاران پایه گذاری کنند تا موجب بروز رفتار نوآورانه کارکنان و تحقق عملکرد سازمان ها شوند. کلید واژه: رهبری، نوآوری باز، نوآوری باز بیرونی

دستیابی به فناوری جدید و تطبیقشان با نیازهایی که مشتریان دارند فرصت های جدید سودآوری را برای شرکت ها فراهم می کنند [۱]. نوآوری باز الگویی مبتنی بر این فرض است که اگر شرکت ها به دنبال ارتقای سطح فناوری خود هستند، می توانند و می بایست از ایده های فناورانه خارجی همانند ایده های داخلی بهره برده و از راه های داخلی و خارجی متنوع به سمت و سوی بازار استفاده کنند تا سرعت بیشتر فرایندهای نوآورانه و هزینه کمتر آن سازمان ها را چابک تر نماید [۲]. مدل نوآوری باز، شرکت هایی با فناوری بالا را با افزایش توانمندی های پژوهش و توسعه داخلی برای کسب دانش از منابع خارجی تحت

### مقدمه

نوآوری باز الگویی مبتنی بر این فرض است که اگر شرکت ها در پی ارتقای فناوری خود باشند، باید از ایده های همانند ایده های داخلی بهره ببرند و از راه های داخلی و خارجی متنوع به سمت و سوی بازار استفاده کنند. سازمان ها دریافته اند که برای شناسایی نیازمندی های خود به منظور گسترش تخصص ها و شبکه های ارتباطی با افراد و نهادهای داخل و خارج از سازمان به یافتن راه های جدید نیاز دارند. توانایی شرکت ها برای