

تأثیر رهبری استراتژیک و نوآوری در اجرای استراتژی بر رشد صنعت املاک و مستغلات در شهرستان های تهران

محمدعلی حرفت^۱

^۱ کارشناسی ارشد رشته مدیریت ساخت دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران ایران

چکیده

این مطالعه نقش رهبری در نوآوری سازمانی را با بررسی شرکت های املاک در شهرستان های تهران بررسی می کند. این مطالعه از روش تحقیق توصیفی با بررسی ۶۴ شرکت در مورد رابطه بین سبک های مختلف رهبری و نوآوری پیروی کرد. شرکت ها به صورت توصیفی تجزیه و تحلیل شدند و سپس بر اساس سبک رهبری مورد بحث قرار گرفتند تا یافته های معناداری در مورد رابطه بین رهبری و نوآوری به دست آید. سبک های مختلف رهبری با تأثیرگذاری بر جو سازمانی، رفتارهای کارکنان و رهبران یا سایر متغیرهای سازمانی مانند یادگیری و تسهیم دانش، به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت داشتند. برخی از سبک های رهبری تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر نوآوری سازمانی داشتند. این مطالعه با بحث گسترده درباره نقش سبک های مختلف رهبری به ویژه رهبری استراتژیک در تعیین نوآوری سازمانی، به مجموعه تحقیقات موجود در مورد رهبری و نوآوری در رشد صنعت املاک و مستغلات کمک می کند. تجزیه و تحلیل نشان می دهد که مطالعات قبلی دارای محدودیت های زیادی بوده و تنها بر سبک های رهبری خاص متمرکز بوده اند.

واژه های کلیدی: رهبری استراتژی، نوآوری، سبک رهبری

۱. مقدمه

ریسک در محیط کسب و کار جهانی به طور مداوم در حال افزایش است و توانایی یک شرکت برای ایجاد یک پیش بینی دقیق بازار به دلیل تغییرات سریع و ظهور فناوری های جدید در حال کاهش است [۱]. سازمان ها نه تنها نگران بهبود فرآیندها و پیشنهادات فعلی خود هستند، بلکه به دنبال یافتن فرصت های بالقوه برای بهبودهایی هستند که موقعیت بازار آنها را تقویت و حفظ می کند [۲]. برای بهبود مستمر عملکرد و رقابتی ماندن در چنین محیط های سخت، سازمان ها باید نوآوری کنند و روال خود را تغییر دهند [۳]. رهبری یکی از عوامل تعیین کننده اصلی نوآوری سازمانی است و نقش حیاتی در تعیین سطح حمایت اختصاص داده شده به نوآوری در یک سازمان ایفا می کند.

صنعت املاک و مستغلات در تهران، مانند بسیاری از کلان شهرهای جهان، به عنوان سنگ بنای توسعه اقتصادی و رشد شهری عمل می کند. موفقیت و پایداری این بخش نه تنها تحت تأثیر پویایی بازار و چارچوب های نظارتی است، بلکه تحت تأثیر رهبری استراتژیک و رویکردهای نوآورانه برای اجرای استراتژی است. در سال های اخیر، تهران شاهد دگرگونی های قابل توجهی در چشم انداز املاک و مستغلات خود بوده است که ناشی از عواملی مانند رشد جمعیت، شهرنشینی و ترجیحات مصرف کننده در حال تحول است. این مقاله به دنبال بررسی تأثیر رهبری استراتژیک و نوآوری در اجرای استراتژی بر رشد صنعت املاک و مستغلات در شهرهای تهران است [۴، ۵].

رهبری استراتژیک نقش مهمی در هدایت بنگاه های املاک و مستغلات به سمت اهداف و مقاصد بلندمدت ایفا می کند. رهبران صنعت وظیفه دارند فرصت های آینده را تصور کنند، تصمیمات استراتژیک بگیرند و منابع سازمانی را برای سرمایه گذاری در روندهای بازار هماهنگ کنند. در بازار پویای املاک و مستغلات تهران، رهبری استراتژیک مؤثر می تواند نوآوری را تقویت کند، همکاری را تقویت کند و چالش هایی مانند تغییرات نظارتی و نوسانات بازار را حل کند [۶].

علاوه بر این، نوآوری در اجرای استراتژی برای شرکت های املاک و مستغلات برای رقابتی ماندن و انطباق با شرایط متغیر بازار ضروری است. با پذیرش فناوری های نوآورانه، مدل های کسب و کار و شیوه ها، شرکت ها می توانند کارایی عملیاتی را افزایش دهند، تجارب مشتری را بهبود بخشند و ارزش های پیشنهادی منحصر به فردی خلق کنند. در چشم انداز شهری تهران که به سرعت در حال تحول است، نوآوری در اجرای استراتژی می تواند فرصت های رشد جدید را باز کند، چالش های مقرون به صرفه مسکن را برطرف کند و به توسعه شهری پایدار کمک کند. علیرغم مزایای بالقوه، رابطه بین رهبری استراتژیک، نوآوری و رشد صنعت املاک و مستغلات در شهرهای تهران هنوز مورد بررسی قرار نگرفته است. هدف این مقاله این است که این شکاف را با بررسی اینکه چگونه رهبران استراتژیک در بخش املاک و مستغلات از نوآوری برای اجرا و اجرای مؤثر ابتکارات استراتژیک استفاده می کنند، پر کنند. این مطالعه از طریق تحقیقات تجربی و مطالعات موردی، استراتژی های بکار گرفته شده توسط بنگاه های املاک و مستغلات پیشرو در تهران را برای هدایت رشد، غلبه بر موانع و سرمایه گذاری بر روندهای نوظهور تحلیل می کند.

هدف این تحقیق با روشن کردن تأثیر رهبری استراتژیک و نوآوری در اجرای استراتژی، ارائه بینش های ارزشمندی برای متخصصان املاک، سیاست گذاران و محققانی است که به دنبال درک و حمایت از رشد صنعت املاک و مستغلات تهران هستند. در نهایت، این مطالعه با شناسایی بهترین شیوه ها و عوامل موفقیت، به دنبال آگاهی بخشی به تصمیم گیری استراتژیک و کمک به توسعه پایدار زیرساخت های شهری و محیط ساخته شده شهر تهران است. این مطالعه چندین نشریه را

بررسی می‌کند که رابطه بین سبک‌های مختلف رهبری و نوآوری سازمانی را مورد بحث قرار می‌دهد تا ماهیت این رابطه را بهتر درک کند و نتیجه‌گیری منحصربه‌فردی را در این زمینه به دست آورد. این تجزیه و تحلیل به سازمان ها و تصمیم گیرندگان کمک می‌کند تا مناسب ترین سبک رهبری را انتخاب کنند تا به طور قابل ملاحظه ای نوآوری خود را افزایش دهند و در نتیجه مزیت رقابتی را در بازار تضمین کنند. بخش اول مقاله مروری بر مفاهیم نوآوری و رهبری ارائه می‌دهد و مورد بررسی شده را ارائه می‌دهد. بخش بعدی روش شناسی این مطالعه را تشریح می‌کند و تجزیه و تحلیل توصیفی را ارائه می‌دهد. بخش انتهایی بحثی درباره هر نتیجه با توجه به سبک های مختلف رهبری ارائه می‌دهد و یافته های تحقیق را خلاصه می‌کند و نکات پایانی را ارائه می‌دهد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

نوآوری به کارگیری ایده های جدید یا کاملاً متفاوتی است که برای مشتریان ارزش ایجاد می‌کند و در نتیجه رشد سازمانی را افزایش می‌دهد. نوآوری‌ها برای ایجاد مزیت‌های رقابتی برای شرکت‌ها در نظر گرفته می‌شوند و می‌توانند عملکرد تجاری آنها را افزایش دهند [۷]. این می‌تواند به شکل یک رویکرد از پایین به بالا باشد که مبتنی بر فرآیند است و توسط فرهنگ سازمانی هدایت می‌شود، که باید به تفکر خلاق اجازه دهد و ریسک را تحمل کند، یا رویکردی از بالا به پایین باشد که از رویکرد مدیریتی مبتنی بر چشم انداز پیروی می‌کند [۸]. بورینز (۲۰۰۲) اشاره می‌کند که در رویکرد از پایین به بالا، ایده های خلاقانه توسط کارکنان فنی تولید می‌شود که به دنبال بهبود محصولات و فرآیندهای موجود یا معرفی محصولات جدید هستند [۹]. به عنوان مثال، نوآوری بخش دولتی بیشتر توسط مدیران میانی و کارکنان خط مقدم در پاسخ به برخی مشکلات داخلی مرتبط با شرایط خارجی، مانند ظهور فناوری‌های جدید، آغاز می‌شود. نوآوری توسط چندین عامل فردی مانند شخصیت و انگیزه و همچنین عوامل زمینه ای مرتبط با جو سازمانی و سبک رهبری به عنوان یکی از مهم ترین عوامل تعیین کننده نوآوری هدایت می‌شود [۱۰]. فرآیندی که از طریق آن یک سازمان فعالیت هایی را که منجر به نوآوری و در نتیجه افزایش ارزش درک شده مشتری می‌شود را کنترل و اجرا می‌کند که فرآیند نوآوری نامیده می‌شود. با تولید ایده شروع می‌شود، سپس با انتخاب ایده و توسعه ایده شروع می‌شود و با انتشار ایده به پایان می‌رسد. چندین شاخص عملکرد نوآوری را اندازه گیری می‌کنند. اینها جنبه داخلی مربوط به نوآوری سازمانی قبل و بعد، جنبه های فنی مربوط به قابلیت سازمانی برای تبدیل ایده ها به محصولات ملموس، جنبه تجاری مربوط به توانایی سازمانی برای فروش واقعی محصولات، جنبه اجتماعی مربوط به مسئولیت های اجتماعی شرکت و جنبه اقتصادی مربوط به عملکرد مالی را شامل می‌شود [۱۱].

داشتن جو سازمانی نوآورانه و پویا، معرفی و پذیرش نوآوری را به دلیل پشتیبانی و منابعی که فراهم می‌کند، بسیار آسان می‌کند [۱۱]. جو سازمانی به درک کارکنان از سیاست ها و عملکردهای سازمانی اشاره دارد. منعکس کننده احساسات، رفتارها، نگرش ها و سایر عادات کاری کارکنان است. جو سازمانی را می‌توان به عنوان یک جو روانشناختی در نظر گرفت که نشان دهنده ادراکات تک تک کارکنان از معنا و اهمیت ویژگی های محیط کار است که نشان دهنده نوآوری سازمانی در مجموع است. دیدگاه دیگر جو سازمانی این است که بافت جامعه شناختی سازمان مربوط به شیوه های رسمی و غیررسمی بین فردی است که بر اعمال افراد تأثیر می‌گذارد. جو سازمانی برای شروع به رویه های سازمانی اشاره دارد که کارکنان را در به عهده گرفتن مسئولیت، فعال بودن و مسئولیت پذیری حمایت می‌کند. جو ایمنی روانشناختی کارکنان را قادر می‌سازد تا به راحتی

و آشکارا با یکدیگر تعامل داشته باشند و به یکدیگر اعتماد کنند بدون اینکه تهدید شوند یا نگران درک منفی یا طرد شدن باشند. ملاحظات مهم دیگر شایستگی های کارکنان است که عملکرد سازمانی را هدایت می کند و از این رو کارکنان باید با توجه به مهارت ها و تخصص خود به خوبی انتخاب شوند، راهنمایی و آموزش داده شوند [۱۲].

نوآوری سازمانی توانایی تولید و اتخاذ ایده ها یا رفتارهای جدید است و برای افزایش بهره وری و بهبود عملکرد کسب و کار حیاتی است [۱۳]. نوآوری سازمانی را می توان با معرفی محصول جدید، ساختار سازمانی جدید، رویه مدیریتی جدید یا تغییر در فرهنگ سازمانی به دست آورد [۱۴]. نوآوری سازمانی می تواند تحت تأثیر متغیرهای مختلف فردی، سازمانی و محیطی قرار گیرد. متغیرهای سازمانی عوامل اصلی تعیین کننده نوآوری هستند. دامنه نوآوری و نوع سازمان به طور مؤثری رابطه بین عوامل تعیین کننده و نوآوری را تعدیل می کند [۱۵].

بنابراین، نوآوری سازمانی توسط سبک رهبری هدایت می شود، زیرا رهبران می توانند روی شیوه های سازمانی تأثیر بگذارند و یک محیط حامی نوآوری ایجاد کنند که فرآیند نوآوری را ترویج و تسهیل می کند [۱۳]. دستیابی به نوآوری سازمانی مستلزم رهبری مؤثر است که در آن رهبران باید در مهارت های سخت و نرم مرتبط با سازمانی صلاحیت داشته باشند و به طور فعال به تمام اعضای سازمان گوش دهند تا تعارضات را حل کنند و داده ها را تجزیه و تحلیل کنند. رهبران باید بتوانند به طور مستمر کیفیت تصمیمات را با تجزیه و تحلیل همه گزینه ها، در نظر گرفتن همه منابع بازخورد و ایجاد فرهنگ یادگیری بهبود بخشند. رهبران باید بر ایجاد انگیزه در افراد و تشویق آنها برای عملکرد بالاتر و همسو کردن همه آنها در جهت یک چشم انداز و هدف تمرکز کنند [۱۶]. یادگیری سازمانی یکی دیگر از مقدمات اصلی نوآوری سازمانی است و رهبران با ارائه پشتیبانی مورد نیاز و ایجاد محیط لازم برای به اشتراک گذاری دانش، نقش حیاتی در فرآیند یادگیری ایفا می کنند [۱۷].

در ادبیات، رهبری یا بر اساس ویژگی ها و رفتارهای شخصی، روابط با پیروان و تعامل با سایر ذینفعان، موقعیت های اداری یا ادراک دیگران تعریف می شود [۱۸]. از آنجایی که رهبری معمولاً متفاوت است و تابع متغیرهای زیادی مانند زمینه است، هیچ تعریف جهانی برای رهبری وجود ندارد. رویکردهای رهبری مدرن مانند تمرکز تحول آفرین، کاریزماتیک و رویایی بر نقش رهبر در ایجاد و تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی از طریق توانمندسازی اعضای سازمان، توزیع وظایف رهبری بین آنها و حمایت از آنها برای بهبود عملکردشان. رهبری جنبه های بسیار دیگری مانند تحریک فکری، الگوبرداری و مربیگری دارد [۱۹].

بنابراین، رهبری را می توان به عنوان یک فرآیند مبتنی بر گروه تعریف کرد که شامل تشویق برای دستیابی به یک هدف خاص است [۲۰]. تنها مسئولیت رهبران الهام بخشیدن و تشویق تفکر خلاق است. رهبران به عنوان عامل اصلی انسانی و با توجه به موقعیت های خود، نقش حیاتی در تسهیل نوآوری مدیریت ایفا می کنند. رهبران به پیروان الهام می بخشند و آنها را از اهمیت مأموریت و اهداف سازمانی آگاه تر می کنند تا بتوانند خلاقانه فکر کنند و فراتر از انتظار عمل کنند. رهبران سهم پیروان را می شناسند و پیوسته آنها را تشویق می کنند که به دنبال ایده های جدید در داخل و خارج باشند. رهبران یادگیری سازمانی را ترویج می کنند که یکی از مهم ترین پیشینه های نوآوری سازمانی در نظر گرفته می شود [۱۲].

رهبری یک عملکرد پیچیده است که مبتنی بر اعمال نفوذ بر پیروان است. این یکی از مهمترین عوامل تعیین کننده نوآوری سازمانی است، زیرا رهبران معمولاً اعضای هستند که با تصمیم گیری برای معرفی ایده های جدید و متفاوت، فرآیند نوآوری را شعله ور می کنند. نوآوری سازمانی نیازمند رهبری حمایتی است که یادگیری و ارتباطات باز را تشویق می کند و منابع مورد نیاز برای نوآوری را در اختیار افراد قرار می دهد. نوآوری سازمانی که عملکرد را هدایت می کند، می تواند نتیجه یک سبک

رهبری خاص یا برخی عوامل سازمانی دیگر مانند کار تیمی، همکاری و یادگیری باشد. علاوه بر این، رهبری می تواند به طور غیرمستقیم نوآوری سازمانی را از طریق تأثیر آن بر متغیرهای مداخله گر مانند جو سازمانی، استراتژی و یادگیری، که به طور مستقیم با آنها مرتبط است، افزایش دهد. چنین سبک رهبری یک رویکرد واحد نخواهد بود و در عوض رویکردی مکمل برای تعامل رهبران و کارکنان با یکدیگر و در نتیجه تغییر جو سازمانی برای حمایت از نوآوری خواهد بود [۲۱]. به طور مشابه، مارتینز و تربلنچ (۲۰۰۳) دریافتند که رهبری یکی از مشارکت کنندگان اصلی فرهنگ سازمانی است که نوآوری را از طریق ارزش ها، باورها و رفتارهای سازمانی تحت تأثیر قرار می دهد [۲۲]. علاوه بر این، رهبری به طور غیرمستقیم استراتژی های تمایز سازمانی مرتبط با منحصربه فرد بودن ویژگی های محصول، نام تجاری، روش های بازاریابی یا خدمات مشتری را از طریق تأثیر آن بر نوآوری افزایش می دهد. نویسندگان بر اهمیت ایجاد محیطی تاکید می کنند که از پذیرش ابتکارات مختلف نوآوری از نظر در دسترس بودن منابع و توانمندسازی کارکنان پشتیبانی می کند [۲۳].

یک نمایه شایستگی برای رهبری نوآوری پیشنهاد شده است که شامل چهار بخش است. ربع اول استراتژی نامیده می شود، که در آن یک رهبر نوآوری باید بتواند یک چشم انداز مشترک را به اشتراک بگذارد که پیروان را برای تلاش برای رسیدن به هدف، تشویق به تفکر جمعی و رهبری الگو برانگیزد. یک رهبر نوآوری همچنین باید با حمایت از یادگیری سازمانی، به اشتراک گذاری دانش و اجرای نوآوری، ظرفیت ایجاد کند. آگاهی از پویایی محیط اطراف و سیگنال های مربوط به آن، توجه به نیازهای ذینفعان و تأثیرگذاری بر پیروان، یک رهبر نوآوری را به یک خواستگار و قادر به استفاده از فرصت های موجود تبدیل می کند. رهبران نتیجه محور هستند و از یک رهبر نوآور انتظار می رود که عملکرد بالا را تشویق و حمایت کند و برای روحیه تیمی ارزش قائل باشد و در نتیجه به نتایج برسد [۲۴].

۳. روش شناسی پژوهش

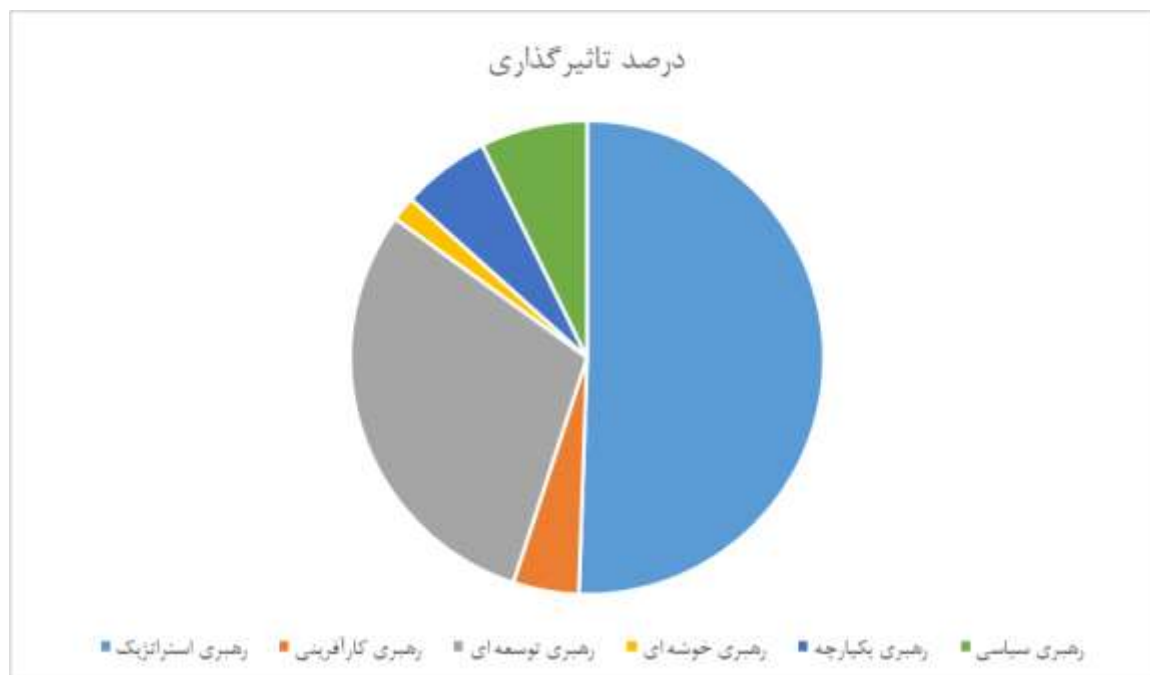
مرور ادبیات موجود چندین هدف اصلی را آشکار می کند:

- بررسی رابطه بین رهبری استراتژیک و نوآوری سازمانی در اتخاذ یک شیوه استراتژی با واسطه یادگیری سازمانی
 - بحث در مورد رابطه مهارت های رهبری مورد نیاز برای استراتژی های مرتبط با نوآوری
 - بحث در مورد رابطه بین سبک های خاص رهبری و نوآوری سازمانی
 - تمرکز بر استقرار قابلیت نوآوری در زمینه های خاص
 - محدود کردن بررسی به صنایع خاص
 - بحث در مورد مفهوم رهبری به طور کلی بدون پرداختن به سبک های رهبری خاص
- با توجه به توصیه های پژوهشی و خلأهای ذکر شده در بالا، انگیزه پژوهش حاضر پرداختن به نیاز به بررسی رابطه بین سبک های مختلف رهبری و نوآوری برای روشن شدن تأثیر رهبری بر نوآوری سازمانی و شناسایی سبک (یا سبک های) رهبری است. تقویت نوآوری سازمانی بنابراین، این مطالعه چندین مقاله تحقیقاتی را بررسی می کند که در مورد رابطه بین سبک های مختلف رهبری و نوآوری بحث می کند تا موضوع را برای شاغلین روشن کند، که سپس می توانند مناسب ترین سبک رهبری را اتخاذ کنند و بینش های بیشتری را در مورد این موضوع تحقیقاتی به دانشگاهیان ارائه دهد.

این مطالعه با هدف بررسی و بررسی جامع تأثیر سبک‌های مختلف رهبری به خصوص رهبری استراتژیک بر نوآوری سازمانی که در پژوهش‌های قبلی ذکر شده است، به منظور درک بهتر ماهیت رابطه آنها به گردآوری نتایج و یافته‌ها در یک چهارچوب کلی دست می‌زند. بنابراین، رویکرد مرور ادبیات در این مطالعه نیاز فوری به یک رویکرد کیفی برای تحقیقات آینده در مورد رابطه بین رهبری و نوآوری سازمانی را برجسته می‌کند. علاوه بر این، موارد اتخاذ شده در پنل خبرگان ناشی از رهبران ۶۴ سازمان املاک و مستغلات مستقر در شهرستان های تهران ارزیابی شده است و نوعی نقشه نهایی ارائه می‌شود که می‌تواند به موفقیت سازمان به شیوه‌ای مؤثر و عملی کمک کند. از این رو، خروجی مورد انتظار از فرآیند سنتز روایت در این پژوهش، در واقع یک فهرست خلاصه توصیفی از مطالعات موجود از جنبه سبک رهبری و نوآوری و ارزیابی آن توسط پنل خبرگان است. یک جستجوی الکترونیکی با استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی الکترونیکی Taylor & Francis، Scopus و Emerald، ScienceDirect، Taylor & Francis و Scopus فقط برای مقالات مجلات با عنوان، چکیده یا کلمات کلیدی مشخص شده توسط نویسنده انجام شد که بعد از سال ۲۰۰۰ منتشر شدند. جستجو به مقالات مجلات با دسترسی آزاد محدود شد و کتاب‌ها، وبسایت‌ها، گزارش‌ها و دیگر ادبیات خاکستری حذف شدند، زیرا مقالات مجلات حاوی جدیدترین تلاش‌های پژوهشی در مورد موضوع مورد بررسی هستند. کتاب‌ها یا فصل‌های کتاب معمولاً فقط جنبه‌های نظری متغیرهای مورد مطالعه را ارائه می‌کنند، که هدف این مطالعه نیست. نویسندگان ۶۴ خبره را بر اساس ارتباط موضوع انتخاب کردند تا سبک های رهبری را ارزیابی و دسته بندی کنند و سپس آنها را با توجه به سبک رهبری اتخاذ شده در شرکت های املاک تجزیه و تحلیل و ارائه کنند تا یافته های معناداری در مورد رابطه بین رهبری و نوآوری به دست آورند.

۴. نتایج و بحث

از نظر سبک های رهبری، رهبری استراتژیک محبوب ترین بود، که اهمیت و ارتباط مفهوم آن را در زمینه نوآوری نشان می‌دهد. علاوه بر این، چندین مورد به یک سبک رهبری خاص اشاره نکردند و در عوض به رهبری به عنوان یک مفهوم کلی پرداختند. برخی دیگر از سبک‌های رهبری که مورد بحث قرار گرفت، رهبری اصیل، رهبری تعاملی، رهبری دوسویه و رهبری تحول آفرین بود (شکل ۱).



شکل ۱. سبک های رهبری که به طور مستقیم و غیرمستقیم بر نوآوری سازمانی در صنعت املاک و مستغلات تأثیر می گذارد.

۱) رهبری کارآفرینی

رفتارهای کارآفرینانه به سازمان ها چشم انداز و انعطاف پذیری برای تغییر می دهد و در نتیجه فرآیند نوآوری را تقویت می کند. یک رهبر کارآفرین باید پرشور، با اعتماد به نفس، مایل به شنیدن و در نظر گرفتن نظرات و دیدگاه های دیگران و شفاف سازی قابلیت سازمانی، به ویژه در دوره های تغییر باشد. رهبران کارآفرین به تغییرات در محیط اطراف توجه کامل دارند و بر این اساس ابتکارات تغییر استراتژیک را آغاز می کنند، که از این رو آمادگی سازمان را برای پذیرش نوآوری افزایش می دهد [۲۵]. کارآفرینی فرآیندی اجتماعی است که در آن تیم ها و افراد در یک سازمان برای بهره برداری از فرصت های کسب و کار و در نتیجه ایجاد ثروت با استفاده از منابعی که لزوماً برخی از آنها را کنترل نمی کنند یا به آنها دسترسی ندارند، تعامل دارند. بنابراین، رهبری کارآفرینانه یک سبک رهبری است که در آن رهبران با تشویق کارکنان به کار خلاقانه تر برای پاسخگویی به عدم قطعیت های محیط کسب و کار، یک فرصت تجاری شناخته شده یا یک امکان آینده، ایجاد ارزش استراتژیک سازمانی را هدایت می کنند. به این فرآیند نوآوری برای دستیابی به نتایج بسیار منحصر به فرد و جدید گفته می شود که به نوبه خود به عنوان عملکرد نوآوری شناخته می شود. این شامل تبدیل اقدامات معاملاتی به اقدامات کارآفرینانه است که بسیار چابک و استراتژیک هستند تا اقدامات و رفتارهای پیروان را هدایت کنند و رقابت سازمانی را افزایش دهند. بنابراین، دارای یک بعد استراتژیک است که با سیستم سازمانی، منابع و مدل عملیاتی آن سروکار دارد. یک بعد ارتباطی که با به اشتراک گذاشتن چشم انداز سازمانی سر و کار دارد. یک بعد انگیزشی مربوط به رفتارهایی که بر شجاعت پیروان تأثیر می گذارد و آنها را تحریک می کند. و یک بعد سازمانی که با تخصیص منابع سروکار دارد [۱].

۲) رهبری خوشه ای

یک خوشه متشکل از چندین شرکت مرتبط با دامنه مشابه است که شهامت نوآوری و عمل بر اساس تغییرات در شرایط بازار یا ظهور فناوری های جدید برای ایجاد مزیت های رقابتی و در نتیجه افزایش بهره وری را دارند. بخشی از یک خوشه برای هر سازمانی یک مزیت است زیرا دسترسی به اطلاعات و منابع بیشتری را برای ارتقای عملکرد، بهبود استفاده از فناوری و دستیابی به هدف کلی خوشه فراهم می کند. هدف رهبری خوشه برآوردن الزامات اعضا و دستیابی به اهداف نوآوری خوشه از طریق مجموعه ای از رفتارها و قابلیت هاست. رهبران خوشه نقش حیاتی در هدایت عملکرد خوشه ایفا می کنند. رهبری تحول آفرین برای رهبری خوشه ای مناسب است زیرا به کشف فرصت های نوآوری و دستیابی به اهداف خوشه کمک می کند. بنابراین، داشتن یک رهبر خوشه ای، سبک رهبری تحول گرا را اتخاذ می کند و داشتن اعضای که با خوشه ها شناسایی می شوند، نوآوری فعالیت های خوشه را تضمین می کند. در اینجا، شناسایی سازمانی باعث می شود که اعضا حاضر به پذیرش ریسک های مرتبط با پیگیری یک دستور کار نوآوری شوند و اعضا پیوندهای قوی با سازمان برقرار کنند [۲۶].

۳) رهبری توسعه ای

یکی دیگر از سبک های رهبری که به شکل گیری نوآوری سازمانی کمک می کند، رهبری توسعه ای است، که یک سبک کارمند محور است که در آن رهبران برای ارائه مهارت ها و دانش مورد نیاز پیروان خود برای بهره وری بیشتر و داشتن سطوح بالاتری از مشارکت در موفقیت سازمان سرمایه گذاری می کنند. رهبران رشدی کاتالیزورهای دانشی در نظر گرفته می شوند که محیط، راهنمایی و ایمنی فیزیولوژیکی کارکنان را برای ایجاد، ارتباط، تبادل و به کارگیری دانش جدید و موجود و غلبه بر بی انگیزه ای که ممکن است با تلاش های نوآوری ناموفق مرتبط باشد را فراهم می کنند [۱۴].

۴) رهبری یکپارچه

رهبری یکپارچه نقش مهمی در هدایت عملکرد نوآوری هم افزایی شرکت در یک شبکه تعاونی زنجیره تامین دارد تا بتواند به مزیت رقابتی خود دست یابد. رهبران توانایی شناسایی و سپس ادغام و استفاده از منابع نوآوری خارجی مربوطه را دارند که به سازمانشان در نوآوری کمک می کند. مفهوم رهبری یکپارچه به توانایی پویایی اشاره دارد که عناصر رهبری را با اهداف تصمیم گیری استراتژیک در شرکت با در نظر گرفتن روابط آنها و سایر ذینفعان از طریق ارتباط عملیاتی و ایمن و مکانیسم های عملکردی به منظور دستیابی به اهداف مشترک ادغام می کند. این به شرکت ها کمک می کند تا موانع بین خود را حذف کنند و مرزهای خود را گسترش دهند تا از یکدیگر یاد بگیرند و به اشتراک گذاری و یکپارچگی دانش را تقویت کنند. در نتیجه، فعالیت های نوآوری همکاری بیشتری وجود خواهد داشت که منجر به نوآوری در کل شبکه زنجیره تامین و دستیابی به همه منافع مشترک خواهد شد [۲۷].

۵) رهبری سیاسی

پیچیدگی اجتماعی و فشارهای جهانی شدن، نوآوری در سیاست ها را به یک ضرورت فوری تبدیل می کند، زیرا به رفتارهای متفاوتی نیاز دارد و شرکت ها نمی توانند از سیاست های سنتی استفاده کنند. استدلال می شود که رهبران سیاسی می توانند فرآیند نوآوری سیاست را از طریق همکاری و مشارکت عمومی بیشتر پیش ببرند. در واقع رهبری سیاسی تصمیم گیری مقتدرانه برای مقابله با مسائل اجتماعی و یافتن راه حل برای آنهاست. این امر می تواند با تنظیم سیاست های موجود یا توسعه

سیاست‌های جدید انجام شود، که به تنهایی امکان‌پذیر نیست و نیازمند مشارکت عمومی و تفکر نوآورانه است، فرآیندی که به آن نوآوری سیاست مشارکتی می‌گویند [۲۸].

۶) رهبری استراتژیک

رهبران استراتژیک توانایی تشخیص فرصت‌های بالقوه برای نوآوری و هدایت فرآیند پذیرش را دارند. رهبری استراتژیک فرآیند ایجاد و سپس برقراری یک چشم‌انداز با اعضای سازمان و ایجاد انگیزه در آنها برای تلاش برای دستیابی به آن چشم‌انداز است. رهبران استراتژیک می‌توانند تغییرات و روندهای بازار را به تصویر بکشند و آن را به اعضای سازمان منتقل کنند. آنها یک چشم‌انداز ایجاد می‌کنند و اعضا را برای تلاش برای دستیابی به آن تحریک می‌کنند. آنها همچنین فرآیند تغییر را رهبری می‌کنند و فرهنگی ایجاد می‌کنند که از آن پشتیبانی می‌کند و تلاش‌های تیم‌ها را به رسمیت می‌شناسد که از طریق آن بر نوآوری‌های محصول و اداری تأثیر مثبت می‌گذارند [۲۹]. علاوه بر این، رهبری استراتژیک تأثیر قابل توجهی بر نوآوری سازمانی دارد، زیرا رهبران استراتژیک یک چشم‌انداز را الهام می‌بخشند، یک استراتژی مبتنی بر روندهای بازار توسعه می‌دهند، اعضای سازمان را تشویق می‌کنند تا دیدگاهی مرزی نسبت به چشم‌انداز سازمان خود داشته باشند، و محیط مورد نیاز برای اجرای سازمان را ایجاد می‌کنند [۱۷]. رهبری استراتژیک عمل نفوذ و توانمندسازی پیروان برای اتخاذ تصمیمات مربوط به فعالیت‌های روزانه به منظور تقویت بینش سازمانی و تامین امنیت شرایط مالی فعلی شرکت است [۱]. برای اینکه یک رهبر استراتژیک با شرایط فرار، نامطمئن، پیچیده و مبهم کنار بیاید، باید بتواند آینده را پیش بینی کند و سپس شیوه‌های کاری موجود را به چالش بکشد تا آنها را با الزامات آینده هماهنگ کند. یک رهبر استراتژیک به چندین مهارت شناختی و هوش هیجانی نیاز دارد. به عنوان مثال، او باید بتواند سیگنال‌های بازار مربوطه را دریافت و تفسیر کند و سپس تصمیمات لازم را برای افزایش آمادگی سازمان برای مقابله با ابهامات آینده اتخاذ کند. رهبر باید بتواند ذینفعان مختلف را برای رسیدن به اهداف همسو کند. این نیز نیازمند یک فرآیند یادگیری مستمر برای به‌روز ماندن است و قادر به درک و مقابله با تغییرات احتمالی بازار است [۳۰]. چنین رهبرانی توانایی بیشتری در مدیریت نوآوری در مدل کسب و کار خواهند داشت که به چابکی و انعطاف پذیری نیاز دارد.

۵. نتیجه گیری

با توجه به توانایی رهبران برای تشویق تفکر خلاق و ایجاد جو سازمانی حامی نوآوری که ایده‌های جدید را امکان‌پذیر می‌کند، رهبری یکی از عوامل اصلی نوآوری سازمانی است. سبک‌های مختلف رهبری تأثیر مثبتی بر نوآوری سازمانی دارند. مقالات زیادی در سه تا چهار سال گذشته منتشر شد که نشان دهنده روند ترند تحقیق در مورد رابطه بین رهبری و نوآوری است. تلاش‌های پژوهشی در این زمینه بسیار ارزشمند و قابل توجه است. علاوه بر این، رهبری استراتژیک محبوب‌ترین سبک رهبری است و می‌تواند به دلیل ارتباط و تناسب بالای آن برای نوآوری سازمانی باشد.

رهبری استراتژیک مستلزم آن است که رهبر برای دستیابی به یک هدف جمعی، پیروان را تشویق، انگیزه و الهام بخشد. این مطالعه رهبری نوآوری را به طور غیرمستقیم از طریق افزایش جو نوآوری سازمانی یا مستقیماً با تأثیرگذاری بر رفتارها و قابلیت‌های نوآورانه پیروان، خلاقیت و تمایل به پذیرش و انطباق با تغییر، تحت تأثیر قرار می‌دهد. تأثیر رهبری استراتژیک بر

نوآوری به هر دو فعالیت های نوآوری اکتشافی و بهره برداری مربوط می شود، اما دیگران ادعا می کنند که فعالیت های اکتشافی را بیشتر تسهیل می کند. رهبران استراتژیک بصیر با توانایی جذب روندهای بازار تأثیر قابل توجهی بر نوآوری سازمانی دارند. به طور کلی سبک های رهبری ممکن است به طرق مختلف و از منظرهای مختلف بر نوآوری سازمانی تأثیر بگذارد. برخی تأثیر مستقیم بر نوآوری سازمانی دارند که شامل:

- رهبری کارآفرینی فرآیند نوآوری را تسهیل می کند.
- رهبری خوشه ای نوآوری را تضمین می کند.
- رهبری توسعه ای نوآوری سازمانی را شکل می دهد.
- رهبری استراتژیک بر نوآوری سازمانی تأثیر می گذارد.
- رهبری یکپارچه عملکرد نوآوری را هدایت می کند.
- رهبری سیاسی نوآوری در سیاست ها را هدایت می کند.

این تحقیق به مجموعه تحقیقات موجود در مورد رهبری و نوآوری به عنوان متغیرهای جداگانه یا مرتبط کمک می کند و آن را غنی می کند. از تلاش های تحقیقاتی قبلی در این زمینه پشتیبانی می کند و بر اساس توصیه های قبلی استوار است. برای اینکه رهبران نقش مؤثرتری در تأثیرگذاری بر نوآوری سازمانی داشته باشند، مهم است که نوع فعالیت نوآوری را که می خواهند دنبال کنند شناسایی کنند. فرآیندی که همگی باعث نوآوری سازمانی می شوند. رهبران همچنین باید سایر عوامل سازمانی و زمینه ای را که در هدایت نوآوری سازمانی نقش دارند، به خوبی درک و ارزیابی کنند. نتایج این مطالعه همچنین نشان می دهد که رهبران باید توجه قابل توجهی به جو سازمانی داشته باشند و از حمایت از نوآوری اطمینان حاصل کنند. آنها همچنین باید الگوبرداری کنند و به عنوان الگو عمل کنند زیرا مشخص شده است که اعمال و رفتار رهبران به طور غیرمستقیم بر نوآوری سازمانی تأثیر می گذارد. علاوه بر این، رهبران باید در توسعه قابلیت های پیروان خود و بهبود تفکر نوآورانه خود سرمایه گذاری کنند تا آنها را تشویق و با انگیزه نگه دارند و در نتیجه اجرای نوآوری را تسهیل کنند. همچنین شایان ذکر است که یادگیری سازمانی و تسهیم دانش دو جنبه حیاتی هستند که رهبران باید در هر سازمانی آنها را تشویق، تقویت و حمایت کنند زیرا فضایی را ایجاد می کنند که انتشار نوآوری را در سازمان تسهیل می کند. اگر شرکت به نتایج سریع نیاز دارد، رهبران باید سبک (یا سبک های) رهبری را اتخاذ کنند که تأثیر مستقیمی بر نوآوری سازمانی دارد.

منابع

1. Fontana, A. and S. Musa, The impact of entrepreneurial leadership on innovation management and its measurement validation. *International Journal of Innovation Science*, 2017. 9(1): p. 2-19.
2. Scheepers, C.B. and C.P. Storm, Authentic leadership's influence on ambidexterity with mediators in the South African context. *European Business Review*, 2019. 31(3): p. 352-378.
3. Prasad, B. and P. Junni, CEO transformational and transactional leadership and organizational innovation: The moderating role of environmental dynamism. *Management Decision*, 2016. 54(7): p. 1542-1568.

4. Kumar, A., M.A. Kaviani, A. Hafezalkotob, and E.K. Zavadskas, Evaluating innovation capabilities of real estate firms: a combined fuzzy Delphi and DEMATEL approach. *International Journal of Strategic Property Management*, 2017. **21**(4): p. 401-416.
5. Alivand Zamhariri, A., F. Heirany, and M. Moeinadin, Investigation of the strategic entrepreneurship components' effect on the knowledge-based companies' performance by applying new dimensions of balanced score card. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 2023. **14**(1): p. 1457-1480.
6. Izadkhasti, H., Analysis the Effects of Tax in the Real Estate and Housing Sector and Estimating its Potential Capacity in Iran with Emphasizing on Strategies and Challenges. *Journal of Tax Research*, 2019. **27**(41): p. 73-103.
7. Jaiswal, N.K. and R.L. Dhar, Transformational leadership, innovation climate, creative self-efficacy and employee creativity: A multilevel study. *International journal of hospitality management*, 2015. **51**: p. 30-41.
8. Deschamps, J.P., Different leadership skills for different innovation strategies. *Strategy & Leadership*, 2005. **33**(5): p. 31-38.
9. Borins, S., Leadership and innovation in the public sector. *Leadership & organization development journal*, 2002. **23**(8): p. 467-476.
10. Zacher, H. and K. Rosing, Ambidextrous leadership and team innovation. *Leadership & Organization Development Journal*, 2015. **36**(1): p. 54-68.
11. Khalili, A., Linking transformational leadership, creativity, innovation, and innovation-supportive climate. *Management decision*, 2016. **54**(9): p. 2277-2293.
12. Villaluz, V.C. and M.R.M. Hechanova, Ownership and leadership in building an innovation culture. *Leadership & Organization Development Journal*, 2019. **40**(2): p. 138-150.
13. Jia, X., J. Chen, L. Mei, and Q. Wu, How leadership matters in organizational innovation: a perspective of openness. *Management Decision*, 2018. **56**(1): p. 6-25.
14. Kwon, K. and D. Cho, How transactive memory systems relate to organizational innovation: The mediating role of developmental leadership. *Journal of Knowledge Management*, 2016. **20**(5): p. 1025-1044.
15. Damanpour, F., Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of management journal*, 1991. **34**(3): p. 555-590.
16. McMillan, C., Five competitive forces of effective leadership and innovation. *Journal of Business Strategy*, 2010. **31**(1): p. 11-22.
17. Hou, B., J. Hong, K. Zhu, and Y. Zhou, Paternalistic leadership and innovation: the moderating effect of environmental dynamism. *European Journal of Innovation Management*, 2019. **22**(3): p. 562-582.
18. Nusair, N., R. Ababneh, and Y. Kyung Bae, The impact of transformational leadership style on innovation as perceived by public employees in Jordan. *International Journal of Commerce and Management*, 2012. **22**(3): p. 182-201.
19. Sarros, J.C., B.K. Cooper, and J.C. Santora, Leadership vision, organizational culture, and support for innovation in not-for-profit and for-profit organizations. *Leadership & Organization Development Journal*, 2011. **32**(3): p. 291-309.
20. M. Waite, A., Leadership's influence on innovation and sustainability: A review of the literature and implications for HRD. *European Journal of Training and Development*, 2013. **38**(1/2): p. 15-39.

21. Liao, S.-H., et al., Assessing the influence of leadership style, organizational learning and organizational innovation. *Leadership & organization development journal*, 2017. **38**(5): p. 590-609.
22. Martins, E.-C. and F. Terblanche, Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. *European journal of innovation management*, 2003. **6**(1): p. 64-74.
23. Semuel, H., H. Siagian, and S. Octavia, The effect of leadership and innovation on differentiation strategy and company performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2017. 237: p. 1152-1159.
24. Vlok, A., A leadership competency profile for innovation leaders in a science-based research and innovation organization in South Africa. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2012. **41**: p. 209-226.
25. Ricard, L.M., E.H. Klijn, J.M. Lewis, and T. Ysa, Assessing public leadership styles for innovation: A comparison of Copenhagen, Rotterdam and Barcelona. *Public Management Review*, 2017. **19**(2): p. 134-156.
26. Chen, C.-L., Y.-C. Lin, W.-H. Chen, and X.-S. Heng, Determinants of cluster leadership and identification on cluster innovation model. *Leadership & Organization Development Journal*, 2018. **39**(4): p. 538-553.
27. Zhang, C., S. Li, X. Liu, and X. Wang, Transformational leadership and supply chain innovativeness: mediating role of knowledge sharing climate and moderating role of supply base rationalization. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 2023. **35**(9): p. 2164-2180.
28. Torfing, J. and C. Ansell, Strengthening political leadership and policy innovation through the expansion of collaborative forms of governance, in *Political Innovations*. 2020, Routledge. p. 37-54.
29. Elenkov, D.S., W. Judge, and P. Wright, Strategic leadership and executive innovation influence: an international multi-cluster comparative study. *Strategic management journal*, 2005. 26(7): p. 665-682.
30. Schoemaker, P.J., S. Heaton, and D. Teece, Innovation, dynamic capabilities, and leadership. *California management review*, 2018. **61**(1): p. 15-42.