

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

نوآوری باز

پژوهش، مدیریت و عمل



# نوآوری باز

پژوهش، مدیریت و عمل

گردآوری و تدوین

جو تید

ترجمه

دکتر محمدصادق خیاطیان یزدی (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)

دکتر غلامرضا توکلی (عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی مالک اشتر)

دکتر مصطفی صفدری رنجبر

دکتر مرتضی احمدی

اسماعیل قادری فر



۱۳۹۷



۷۰۰

مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی

نوآوری باز: پژوهش، مدیریت و عمل / گردآوری و تدوین: جو تید  
ترجمه دکتر محمدصادق خیاطیان یزدی، دکتر غلامرضا توکلی، دکتر مصطفی صفدری رنجبر،  
دکتر مرتضی احمدی، اسماعیل قادری فر  
Joe Tidd, *Open Innovation Research, Management and Practice*, London: Imperial College  
Press, 2014.

ویراستار: ندا نوری  
حروف‌نگار و صفحه‌آرا: سمیرا دهقان  
طراح جلد: امیرشاهرخ فریوسفی  
ناظر چاپ: صفر ممیزاد  
چاپ اول: ۱۳۹۷  
شمارگان: ۵۰۰  
قیمت: ۴۵۰,۰۰۰ ریال

عنوان و نام پدیدآور:	نوآوری باز: پژوهش، مدیریت و عمل / [ویراستار] جو تید؛ مترجم محمدصادق خیاطیان یزدی ... [و دیگران]؛ ویراستار ندا نوری.
مشخصات نشر:	تهران: دانشگاه شهید بهشتی، مرکز چاپ و انتشارات، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری:	هشت، ۴۷۶ص: تصویر، جدول.
فروست:	مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی؛ ۷۰۰.
شابک:	۹۷۸ ۹۶۴ ۴۵۷ ۴۲۴ ۵
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیبا
یادداشت:	عنوان اصلی: Open innovation research, management, and practice, 2014.
یادداشت:	واژه‌نامه؛ نمایه.
یادداشت:	مترجمان محمدصادق خیاطیان یزدی، غلامرضا توکلی، مصطفی صفدری رنجبر، مرتضی احمدی، اسماعیل قادری فر.
موضوع:	صنعت -- تحقیق -- مدیریت؛ Management -- Industrial Research؛ نوآوری -- مدیریت؛ Management -- Technological innovations
شناسه افزوده:	تید، جوزف، ۱۹۶۰- م.
شناسه افزوده:	Tidd, Joseph
شناسه افزوده:	خیاطیان یزدی، محمدصادق، ۱۳۵۹-، مترجم
شناسه افزوده:	دانشگاه شهید بهشتی، مرکز چاپ و انتشارات
شناسه افزوده:	Shahid Beheshti University. Printing & Publishing Center
رده‌بندی کنگره:	۱۳۹۷ ن/۵/۱۷۵/۱
رده‌بندی دیویی:	۶۵۸/۵۷
شماره کتابشناسی ملی:	۵۳۰۸۱۲۳

کد ناشر ۱۰۰۱۷۳۴

www.pub.sbu.ac.ir  
unipress@mail.sbu.ac.ir

## فهرست مطالب

پیشگفتار مترجمان .....	هفت
مقدمه .....	۱
<b>بخش اول: طبقه‌بندی‌ها و حالت‌ها .....</b>	<b>۱۳</b>
فصل ۱. حالت‌های متفاوت نوآوری باز: چارچوبی نظری و مطالعه‌ای تجربی .....	۱۵
فصل ۲. ایجاد گونه‌شناسی برای نوآوری باز .....	۴۱
فصل ۳. چگونگی متوازن کردن نوآوری باز و بسته: استراتژی و فرهنگ به‌منزله عوامل تأثیرگذار .....	۹۳
<b>بخش دوم: زمینه و عوامل اقتضایی .....</b>	<b>۱۱۳</b>
فصل ۴. نقش نوآوری باز در محیط‌های پویا .....	۱۱۵
فصل ۵. یک مدل مفهومی نوآوری باز برای پروژه‌های توسعه محصول جدید: به سوی نظریه‌ای اقتضایی .....	۱۳۷
فصل ۶. نوآوری باز خدماتی: تأثیرات جدید بودن پروژه .....	۱۶۹
فصل ۷. بررسی استفاده از نوآوری باز در فرایندها، محصولات و خدمات .....	۱۹۷
فصل ۸. مدیریت نوآوری باز در شرکت‌های چندملیتی: ترکیب ادبیات نوآوری باز و ادبیات جهانی‌سازی تحقیق و توسعه .....	۲۲۵
<b>بخش سوم: مطالعات بخش‌ها و صنایع .....</b>	<b>۲۴۹</b>
فصل ۹. اندازه‌گیری تأثیر شیوه‌های نوآوری باز رو به درون در عملکرد خدمات .....	۲۵۱
فصل ۱۰. قابلیت مولد بودن و نوآوری در زیست‌بوم تلفن‌های هوشمند .....	۲۸۱
فصل ۱۱. به سوی چشم‌اندازی پویا در زمینه نوآوری باز: سنجشی طولی در مورد اتخاذ اینترنت و استراتژی‌های نوآوری خارجی در هلند .....	۳۱۵
فصل ۱۲. بررسی تفاوت‌های بین‌صنعتی در اجرای نوآوری باز .....	۳۳۷
فصل ۱۳. نوآوری باز: ایده‌های قدیمی در قالب جدید (دوگانگی‌ای کاذب) .....	۳۷۱

فصل ۱۴. چرا برخی سازمان‌ها از نوآوری باز مزایای بیشتری به دست می‌آورند.....	۴۰۱
فصل ۱۵. پویایی مثبت و منفی نوآوری باز.....	۴۳۳
واژه‌نامه فارسی-انگلیسی.....	۴۶۵
واژه‌نامه انگلیسی-فارسی.....	۴۶۹
نمایه.....	۴۷۳

## پیشگفتار مترجمان

نوآوری در گذشته نیازمند اتکا به منابع فکری درون‌سازمانی و تلاش برای توسعه آن‌ها و هم‌زمان، جلوگیری از اطلاع و استفاده نیروهای بیرونی از آن‌ها بوده است. تمامی اختراعات، اسرار تجاری و دیگر دارایی‌های فکری با ارزش به شدت حفاظت و حقوق مربوط به آن‌ها، بی هیچ گذشتی، به اجرا گذاشته می‌شد تا سازمان‌های نوآور بیشترین بهره را از نوآوری‌های خود ببرند. نوآوری باز<sup>۱</sup> از شرکت‌ها می‌خواهد در کسب‌وکار خود ایده‌ها و فناوری‌های بیرونی را بیشتر به کار گیرند و به دیگر شرکت‌ها هم امکان دهند از ایده‌های بی‌استفاده خود بهره‌مند شوند. شرکت‌ها برای این کار باید مدل کسب‌وکار خود را باز کنند تا ایده‌ها و فناوری‌های بیرونی به سادگی در آن جریان یابند و دانش درونی بیشتری هم به بیرون راه یابد. به همین علت، رویکرد نوآوری باز به منظور توسعه و به‌کارگیری فناوری و ایده‌های جدید خارج از سازمان به کار می‌رود و به‌منزله راه‌حلی برای مقابله با تغییرات پرشتاب فناوری و افزایش رقابت‌پذیری جهانی پیشنهاد می‌شود.

هنری چسبرو<sup>۲</sup> نوآوری باز را این‌گونه تعریف می‌کند: «نوآوری باز الگویی است که در آن فرض می‌شود بنگاه‌ها می‌توانند و باید از ایده‌های خارج از بنگاه و همچنین داخل بنگاه و راه‌های ورود به بازار خارج و داخل بنگاه، به منظور توسعه و پیشرفت فناوری‌ها و بنگاه خود، استفاده کنند». چسبرو پارادایم نوآوری باز را، نخستین بار در سال ۲۰۰۳ میلادی در قالب یک کتاب، بیان و تحلیل کرد و جنبشی بزرگ را بنیان نهاد که امروزه امواج آن اغلب صنایع و دانشگاه‌ها را در بیشتر کشورهای جهان درنوردیده است. نوآوری باز، در تعریف بنیادین، بدین معناست که «ایده‌های با ارزش ممکن است از درون یا بیرون شرکت سرچشمه بگیرند و تجاری‌سازی آن‌ها نیز می‌تواند در داخل شرکت یا بیرون از آن صورت گیرد». شرکت‌ها، در این پارادایم، ضمن بازکردن مرزهای حائل بین دانش سازمانی با بیرون، منافع و خطرهای هم‌زمان را می‌پذیرند. مفهوم نوآوری باز دامنه گسترده‌ای را از بازیگران خارجی مانند کاربران، مشتریان، تأمین‌کنندگان، دانشگاه‌ها و رقبا، شامل می‌شود. سازوکارهای اساسی برای دسترسی به دانش خارجی و تقویت نوآوری باز در حال تغییر و شامل دامنه‌ای از جایگزین‌ها همچون رقابت، اتحادها<sup>۳</sup> و سرمایه‌گذاری‌های مشترک<sup>۴</sup>، حق امتیازها<sup>۵</sup>، پلت‌فرم‌های با منبع باز<sup>۶</sup> و توسعه مشترک<sup>۷</sup> است.

1. open innovation
3. alliances
5. licenses
7. co-development

2. Henry Chesbrough
4. joint venture
6. open sources platforms

کتابی که پیش رو دارید یکی از بهترین کتاب‌هایی است که تا کنون در زمینه نوآوری باز منتشر شده و مجموعه‌ای خوب از مقالات این حوزه را گرد هم آورده است. گردآورنده و ویراستار این کتاب پروفسور جو تید<sup>۱</sup> است که خود از صاحب‌نظران حوزه مدیریت نوآوری به‌شمار می‌رود. او کتاب را در چهار بخش تنظیم کرده است: در بخش اول، با نام «طبقه‌بندی‌ها و حالت‌ها»، به حالت‌های گوناگون نوآوری باز، گونه‌شناسی آن و ایجاد تعادل میان نوآوری باز و بسته پرداخته شده است. بخش دوم، با عنوان «زمینه و عوامل اقتضایی»، نوآوری باز در محیط‌های پویا، مدل مفهومی نوآوری باز برای پروژه‌های توسعه محصول جدید، نوآوری باز در خدمات، به‌کارگیری نوآوری باز در فرایندها و محصولات و مدیریت نوآوری باز در بنگاه‌های چندملیتی را بررسی می‌کند. بخش سوم کتاب، «مطالعات بخش‌ها و صنایع»، اندازه‌گیری اثر نوآوری باز رو به درون در عملکرد خدمات، نوآوری در زیست‌بوم تلفن‌های هوشمند، دیدگاه پویا در برابر نوآوری باز و تفاوت‌های بین‌صنعتی در اجرای نوآوری باز را دربر می‌گیرد. بخش پایانی کتاب، با نام «محدودیت‌ها و قیدهای نوآوری باز»، انتقادهایی به نظریه نوآوری دارد؛ اینکه چرا نوآوری باز شامل ایده‌های قدیمی در قالبی جدید است، چرا برخی سازمان‌ها بیشتر از نوآوری باز منتفع می‌شوند، پویایی‌های مثبت و منفی در نوآوری باز چه هستند.

مترجمان این اثر امیدوارند با ترجمه و انتشار این کتاب بتوانند گامی در راستای ارتقای درک و بینش پژوهشگران، صاحب‌نظران و دانشجویان حوزه مدیریت فناوری و نوآوری کشور از مفهوم نوآوری باز بردارند و همچنین، زمینه را برای ترویج فرهنگ نوآوری و رشد و توسعه صنایع کشور، از طریق بهبود فرایندها و فعالیت‌های نوآوری، فراهم آورند. بر ما پوشیده نیست که هر اثری نواقص و کاستی‌هایی دارد و این کتاب نیز از این قاعده مستثنا نیست. بنابراین، از صاحب‌نظران، پژوهشگران، مدیران، صنعتگران و دانشجویان مخاطب این کتاب خواهشمندیم با پیشنهادها و دیدگاه‌های ارزشمند خود ما را برای بهبود این اثر یاری کنند.<sup>۲</sup>

محمدصادق خیاطیان یزدی و همکاران

۱۳۹۷

---

1. Joe Tidd

2. m\_khayatian@sbu.ac.ir



## چرا به نظریه‌های دقیق‌تر و پژوهشی انتقادی‌تر در مورد نوآوری باز نیاز داریم؟<sup>۱</sup>

جو تید

مرکز پژوهشی علم و فناوری، دانشگاه ساسکس، انگلستان<sup>۲</sup>

مفهوم نوآوری باز، در حال حاضر، در پیشینه پژوهش مدیریتی و سیاست‌گذاری در مورد فناوری و نوآوری مورد توجه قرار گرفته است. با وجود این، به‌رغم انبوه کارهای تجربی انجام‌شده، بسیاری از نسخه‌های پیشنهادی کلی‌اند و به‌طور خاص به زمینه‌ها و پیشامدهای ویژه مربوط نمی‌شوند. طرفداران نظریه نوآوری باز تمایل دارند نسخه‌های جهانی و اغلب مثبت برای نوآوری باز عرضه کنند، در حالی که پژوهش‌ها نشان می‌دهد سازوکارهای ویژه و نتایج مدل‌های نوآوری باز به زمینه و عوامل اقتضایی بسیار حساس‌اند. این موضوع تعجب‌آور نیست، زیرا ماهیت باز یا بسته نوآوری از نظر تاریخی مشروط است و مستلزم تغییری ساده از حالت بسته به حالت باز، که اغلب در پیشینه پژوهش پیشنهاد شده، نیست. پژوهش‌ها نشان می‌دهد الگوهای نوآوری اساساً برحسب بخش، شرکت و استراتژی متفاوت‌اند؛ بنابراین، لازم است سازوکارهایی که به شکل‌گیری موفق نوآوری باز کمک می‌کنند بررسی شوند. در این کتاب، به تغییر نسخه‌های کلی گمراه‌کننده بالقوه کمک می‌شود و دیدگاه‌های مفهومی و تجربی در مورد سازوکارهای دقیق و محدودیت‌های بالقوه پژوهش و مدیریت عملی نوآوری مطرح می‌شود. مدل نوآوری باز تأکید می‌کند شرکت‌ها باید منابع باارزشی از شرکت‌های خارجی به‌دست آورند و منابع داخلی را برای توسعه محصول و خدمات جدید به اشتراک بگذارند اما پاسخ این پرسش که چه هنگام و چگونه دانش خارجی را منبع‌یابی کنند و دانش داخلی را به اشتراک بگذارند؛ چندان روشن نیست. مفهوم نوآوری باز، در پژوهش و شیوه عملی مدیریت نوآوری، مفهومی شناخته شده است اما می‌توان به بیش از حد مبهم‌بودن و تجویزی‌بودن آن انتقاد کرد.

1. Why We Need a Tighter Theory and More Critical Research on Open Innovation?
2. SPRU — Science and Technology Policy Research, University of Sussex, UK