

شناسایی و طراحی الگوی پیشایندهای نوآوری باز با استفاده از رویکرد دیمتل فازی (مورد مطالعه : بانک مسکن)

سمیه روحانی سروستانی^۱، عباس شول^{۲*}

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، گروه مدیریت، واحد سیرجان، دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران. srohani177@gmail.com
۲- استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه ولی عصر (عج)، رفسنجان، ایران، abbas.shoul2@gmail.com

چکیده

یکی از ملزومات عملکرد موفق سازمان‌ها در دنیای رقابتی امروز، داشتن نوآوری و ایجاد مزیت رقابتی است و یکی از مدل‌های جدید نوآوری، نوآوری باز است. هدف اصلی این پژوهش شناسایی پیشایندهای نوآوری باز در بانک مسکن و ارائه مدلی برای شناسایی روابط علت و معلولی بین پیشایندها می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش جمع‌آوری داده‌ها از شاخه توصیفی-پیمایشی می‌باشد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد که در میان ده نفر از خبرگان آشنا به موضوع تحقیق توزیع شده است. در مرحله اول تعداد ۵۶ پیشایند استخراج شده از ادبیات نظری تحقیق، جهت انتخاب پیشایندهای مهم در اختیار خبرگان قرار گرفت. در این مرحله با استفاده از تکنیک AHP وزن پیشایندها تعیین شد. در ادامه با محور قرار دادن اصل پارتو، پیشایندهایی که ۸۰٪ ارزش را داشتند، جهت طراحی مدل انتخاب شدند (۱۱ پیشایند). برای طراحی مدل نهایی از فن دیمتل فازی استفاده شد. نتایج نشان داد عامل ظرفیت جذب اثرگذارترین و عامل تأمین‌داری مکمل، به عنوان تأثیرپذیرترین عامل در شبکه روابط علت و معلولی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: نوآوری باز، پیشایندهای نوآوری باز، AHP، دیمتل فازی.

۱- مقدمه

امروزه ایده‌های جدید در سازمان‌های خدماتی نقش مهمی در تحقق اهداف سازمان‌ها و به ویژه کیفیت خدمات آن‌ها دارند. یکی از انواع سازمان‌هایی که در آن‌ها نوآوری و ارائه محصولات جدید نقش بسیار مهمی دارند، بانک‌ها هستند [۱]. با توجه به عواملی مانند چرخه عمر کوتاه تکنولوژی، فناوری‌های نوظهور، هزینه‌ها و خطرات مرتبط با تکنولوژی‌ها، جهانی شدن فرایندهای تحقیق و توسعه، افزایش رقابت بین بنگاه‌ها در بازار محصولات و اهمیت رو به رشد سرمایه‌گذاری برای تأمین مالی ایده‌های کسب‌وکار، منابع تکنولوژی خارجی اهمیت بسیاری پیدا کرده‌اند و جریان‌های دانش برای رقابت، امری الزامی است. اما این جریان به طور اتوماتیک جامه عمل نمی‌پوشند و سازمان‌ها باید مهارت‌های خود را برای حرکت به سمت شکل‌گیری آنها گسترش دهند [۲].

از سوی دیگر، تحقیق و توسعه و پروژه‌های نوآوری به صورت قابل ملاحظه‌ای پرهزینه هستند [۳]. در محیط‌های پر تلاطم امروزی توجه به مشتریان، نظارت و مقایسه اقدامات رقبا می‌تواند به عنوان عامل مهمی در جهت موفقیت یک واحد تجاری به

* نویسنده مسئول