

بررسی نقش نوآوری باز بر موفقیت سازمان در صندوق تامین خسارت های بدنی

مصطفی گودرزی (نویسنده مسئول)^۱، مریم اسلامی^۲، مجید غفاری^۳

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد واحد بوین زهرا Mostafa.goudarzi68@gmail.com

^۲ کارشناسی ارشد حقوق خصوصی دانشگاه آزاد واحد تنکابن Maryam.e30169@gmail.com

^۳ کارشناسی مدیریت بیمه دانشگاه فراز Ghafarimajid96@gmail.com

چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی نقش نوآوری باز بر موفقیت سازمان می باشد. این پژوهش، از نظر هدف در زمره پژوهش های کاربردی قرار می گیرد و از نظر نحوه گردآوری داده ها، تحقیقی توصیفی پیمایشی است. جامعه مورد بررسی در این تحقیق شامل کارکنان صندوق تامین خسارت های بدنی در شهر تهران است. حجم جامعه مورد بررسی حدود ۱۰۰ نفر می باشد. روش نمونه گیری استفاده شده در این تحقیق تصادفی ساده می باشد. با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد و با پذیرش خطای ۵ درصد، تعداد حجم نمونه مورد نیاز از طریق فرمول کوکران برابر با ۸۰ پرسشنامه برآورد شده است. داده های گردآوری شده از طریق نرم افزار spss و Smart-PLS مورد تحلیل قرار گرفتند و با کمک مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه های تحقیق بررسی شدند. نتایج بدست آمده از تحقیق نشان داد. کارکردهای نوآوری باز بر موفقیت سازمان تاثیر دارد. همچنین خلق دانش، حفظ دانش و کاربرد دانش نیز بر موفقیت سازمان تاثیر دارند.

واژه های کلیدی

نوآوری باز، موفقیت سازمان، صندوق خسارت های بدنی

۱. مقدمه

کسب و کارهایی که در بازارهای پویای کنونی فعالیت می‌کنند، با چالش‌های همیشگی برای رسیدن به موفقیت مواجه هستند [4]. در گذشته، سازمان‌ها، بیشتر فعالیت‌های نوآورانه‌ی خود را درون شرکت اجرا می‌کردند و از آن به عنوان دارایی راهبردی خود حفاظت می‌کردند و در برخی صنایع، ایده‌های نوآورانه‌ی شرکت‌ها، مرز و محدوده‌ی ورود به بازار بود [5]. اما امروز الگوی نوآوری باز در عرصه‌ی نوآوری ظهور کرده است موفقیت نوآوری منجر به موفقیت در کسب و کار گردد [6]. زیرا شرکت‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که نه تنها همه‌ی ایده‌های خوب از درون سازمان نشأت نمی‌گیرد، بلکه تمام ایده‌های خوب خلق شده در داخل شرکت فقط با اتکا به کانال‌های بازاری شناخته شده و جاری شرکت در بیرون به صورتی موفقیت‌آمیز بازاریابی می‌شوند [5]. بر این اساس، شرکت‌ها می‌توانند از ایده‌ها، فناوری‌ها و مسیرهای خارجی برای دستیابی به بازار به منظور پیشبرد پروژه‌های نوآوری خود استفاده کنند.

در نتیجه شرکت‌ها، در صورت تداوم رویکرد نوآوری بسته، در تامین منابع مالی، نوآوری سازمانی، خلق و دستیابی به ایده‌های جدید و بهره‌برداری از آنها، دسترسی به کانال‌های ارتباطی با بازارهای جدید، رقابت پویا با رقبای برآورده کردن نیازهای مشتریان بالقوه و بالفعل، ارتقای سطح فناوری، کسب دانش بیرونی و امتیازات رقابتی با مشکلات زیادی مواجه می‌شوند [8].

در حقیقت، روی آوردن به نوآوری باز، تصدیق‌کننده‌ی این موضوع است که عملکرد سازمان نمی‌تواند تنها توسط کارکردهای درونی تعیین شود بلکه، نیازمند مشارکت طیف وسیعی از بازیگران بیرونی شامل مشتریان منحصر به فرد تا موسسه‌های پژوهشی بزرگ است. امروزه بزرگ‌ترین دغدغه‌ی مدیران موسسات خدماتی، مالی و اعتباری، به نظیر شرکت‌های بیمه، حفظ مشتریان موجود در شرایط رقابتی است. با توجه به تغییرات بسیار زیادی که در ساختارهای سازمانی امروز مشاهده می‌شود، از جمله تغییر نقش نیروی انسانی به سرمایه‌ی انسانی و رشد فزاینده‌ی تکنولوژی و نیاز به نوآوری، استفاده‌ی بهینه از زیرساخت‌ها، امکانات بالقوه و بالفعل و همچنین پیاده‌سازی فرایند نوآوری از مهمترین وظایف مدیران بیمه محسوب می‌شود [7].

با وجود مسائلی که درباره‌ی نوآوری باز که از سوی صاحب‌نظران مطرح شده است و این واقعیت که اقلیتی از سازمان‌های مالی و غیرمالی به نوآوری باز روی می‌آورند. این پدیده در مورد سازمان‌های بزرگ و حتی سازمان‌های کوچک و متوسط و صنایعی با تکنولوژی پایین و همچنین با تکنولوژی بالا، مورد مطالعه‌ی کمی و کیفی قرار گرفته است [9].

شرکت‌های بیمه یکی از نهادهایی هستند که دغدغه‌ی حفظ و گسترش جایگاه خویش را در بازار رقابتی دارند. یکی از استراتژی‌های این شرکت‌ها برای کاهش یا از بین بردن این دغدغه، استفاده از ابزارهایی جهت خلق ارزشی بالاتر به مشتریان در جهت حفظ و نگهداری آنها و در نهایت وفادار نمودنشان است. سرعت تغییرات فناوری و بالا رفتن سطح توقع مشتریان، مدیران شرکت‌های بیمه را مجبور می‌کند که جهت پیش رفتن از رقبایان به کارکنان، مشتریان و استراتژی‌های رقابتی توجه خاص داشته باشند. نوآوری باز یکی از راه‌های جریان دانش و اطلاعات، ایده‌ها و کارکردهای نو، جهت ایجاد تغییرات در محیط کار، پرورش نیروهای متعهد در جهت تحقق مشارکت کارکنان و بهبود عملکرد سازمان و در نهایت موفقیت و تعالی سازمان محسوب می‌شود که شرکت‌های بیمه در این مسیر به حمایت‌های ارزشی نیاز دارند. با توجه به مباحث آمده، هدف تحقیق حاضر آن است که برای حمایت از سازمان‌ها به ویژه شرکت‌های بیمه ای، روش‌های نوآوری باز که مطابق با زمینه‌ی نوآوری باشد، بررسی شده و تاثیر این روش‌ها بر موفقیت و تعالی شرکت‌ها به عنوان سازمان‌های اقتصادی و توسعه‌ای کشور، مورد مطالعه قرار گیرد. در راستای انجام این امر، سوال اصلی که می‌تواند مطرح شود این است که: نقش نوآوری باز بر موفقیت سازمانی در صندوق تامین خسارت‌های بدنی چگونه تاثیر می‌گذارد؟

۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲.۱. نوآوری باز

تغییر و تحولات سریع در حوزه‌ی فن‌آوری، افزایش هزینه‌های نوآوری، رقابت روزافزون در معرفی محصولات و خدمات جدید به بازار و کوتاه شدن چرخه‌ی عمر محصولات و فن‌آوری‌ها منجر به افزایش نیاز سازمان‌ها به تعامل با محیط و ذینفعان خارجی‌شان از طریق باز کردن مرزهای سازمان به منظور تبادل ایده‌های نوآورانه شده است [10].

در طول دهه ی ۱۹۹۰ هنری چسبرو ملاحظه کرد که الگوی رایج نوآوری بسته شروع به تغییر کرده است. در واقع، مکان هندسی نوآوری در صناعی که به نوآوری باز گرایش دارند به ورای مرزهای پژوهشگاه‌های مرکزی تحقیق و توسعه بنگاه‌های بزرگ مهاجرت کرده و در حال حاضر در میان شبکه فوق‌تر قرار گرفته است. مفهومی که به ظهور پارادایم نوآوری باز کمک کرد، «برقراری ارتباط» به صورتی هم‌عرض با مفهوم «تحقیقات» و وضع عبارت «برقراری ارتباط و توسعه» به عنوان مکمل و حتی جایگزینی برای «تحقیق و توسعه» بود [2]. چسبرو و کراودر بیان می‌دارند که آنچه در عرصه نوآوری بیشتر در حال ظهور است، الگوی نوآوری باز است، زیرا شرکت‌ها خود، به این تشخیص می‌رسند که واقعاً نه همه ایده‌های خوب فقط از داخل سازمان نشأت می‌گیرد و نه این که تمام ایده‌های خوبی که در داخل شرکت خلق می‌شوند، صرفاً با اتکا به کانال‌های بازاری شناخته شده و جاری شرکت به صورتی موفقیت‌آمیز بازاریابی می‌شوند [1]. نوآوری نمی‌تواند تنها در دپارتمان تحقیق و توسعه داخل شرکت اتفاق بیفتد. به عنوان مثال؛ می‌تواند توسط بنگاه از سایر شرکا خریداری شود یا در تعامل بین شرکت‌ها و محیط اتفاق بیافتد. این امر منجر به طرح‌هایی می‌شود که در چگونگی مدیریت و درک فرایند تأثیر دارد. واضح است مشکلی که از این امر برمی‌خیزد این است که، زمانی که فعالیت نوآوری بین تعداد زیادی از فعالان به اشتراک گذاشته می‌شود، تنها مدل همکاری سلسله‌مراتبی کافی نیست بلکه، نیاز به سازوکارهای همکاری دیگر نیز می‌باشد. در جایی که دانش خارجی و فعالان آن، قسمت وسیعی از فرایند را تشکیل می‌دهند، فرایند نوآوری یک شرکت نیاز به تطبیق با تغییر شاخص‌های فعالیت نوآوری دارد [11].

دانش، کارکردهای بی‌شماری در حوزه نوآوری ایفا می‌کنند. از جمله کارکردهای اساسی که دانش و مدیریت آن در نوآوری پویا و باز در سازمان‌ها ایفا می‌نماید به قرار زیر می‌باشند:

ابزارها و فرایندهایی را برای خلق، تسهیم، کدگذاری و کاربرد دانش ضمنی در این سازمان‌ها فراهم می‌آورد. تسهیم دانش ضمنی برای نوآوری باز در سازمان‌ها، امری حیاتی می‌باشد. مدیریت دانش در سازمان بر ارزش دانش ضمنی تمرکز می‌نماید و در ایجاد محیطی برای بروز این دانش تلاش می‌نماید. خلق و تسهیم دانش ضمنی به عنوان منبعی برای نوآوری باز در حوزه‌های در حال توسعه، زمانی حائز اهمیت خواهد بود که در آن حوزه‌ها، دانش صریح زیادی وجود نداشته باشد.

دومین کارکرد اساسی که دانش در فرایند نوآوری باز ایفا می‌کند مربوط به تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح می‌باشد. اگرچه دانش صریح در مقام مقایسه با دانش ضمنی در فرایند نوآوری باز از اولویت پایین‌تری برخوردار می‌باشد و لیکن همچون دانش ضمنی یکی از مولفه‌های مهم نوآوری باز محسوب می‌شود [13].

سومین کارکرد مهم، امکان‌پذیر نمودن همکاری در فرایند نوآوری باز می‌باشد. همکاری هم در درون و هم در بیرون سازمان‌ها تأثیر به‌سزایی در انتقال دانش ضمنی و ایجاد مهارت جمعی دارد. امکان دست‌یابی به دانش را فراهم می‌نماید و همکاری‌دهندگان را در فرایند تسهیم دانش و نوآوری باز مشخص می‌نماید. تجمیع دانش ضمنی از طریق همکاری به طور بالقوه ریسک و هزینه را در فرایند نوآوری کاهش می‌دهد و چرخه‌های توسعه را کوتاه‌تر و نوآوری را اثربخش‌تر می‌کند. مدیریت دانش دست‌یابی به دانش ضمنی و صریح مورد نیاز برای نوآوری باز را با استفاده از سازماندهی دانش و ابزارها و مهارت‌های بازاریابی از جمله طبقه‌بندی تضمین می‌کند. به سازمان‌ها و دانش بازاریابی شده اجازه می‌دهد که به شیوه‌ای ساخت‌مند بر اساس ساختارهای منحصر به فرد و زنجیره ارزش سازمان عمل کنند. همچنین، امکانات و ابزارهای جستجو برای دانش مورد نیاز در فرایند نوآوری را فراهم می‌آورد. مدیریت دانش از جریان دانش مورد نیاز جهت تسهیل همکاری‌های درون و برون سازمانی در فرایند نوآوری باز اطمینان حاصل می‌نماید. ایجاد فرهنگ خلق و تسهیم دانش که بخش اصلی هر برنامه مدیریت دانش می‌باشد، همچنین جریان دانش را برمی‌انگیزد که برای نوآوری باز بسیار سودمند می‌باشد [12].

۲.۲. موفقیت سازمان

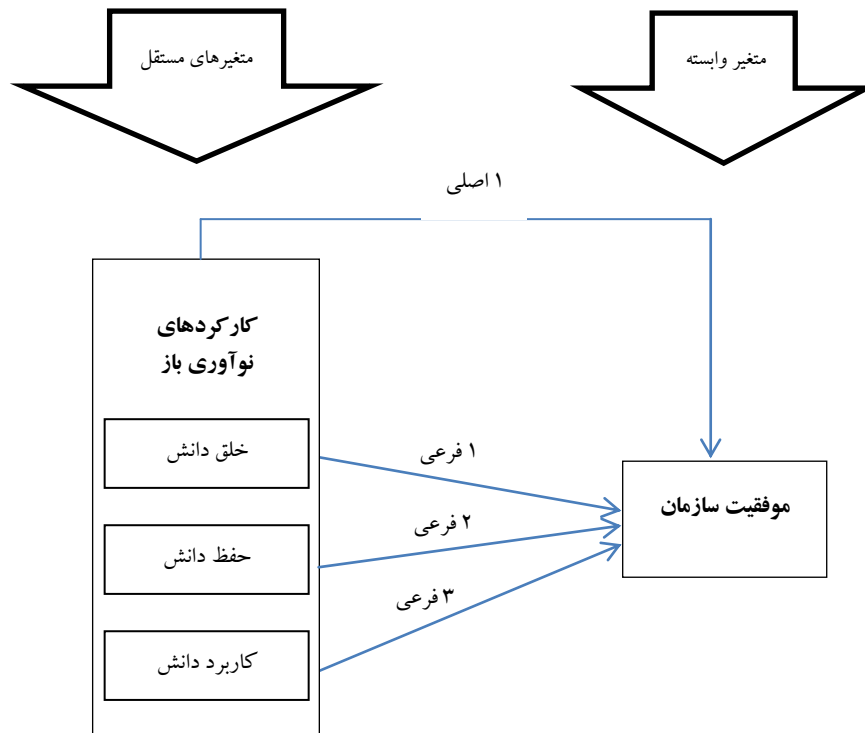
موفقیت از مدیریت منظم یک برنامه‌ی مکتوب یا غیرمکتوب جهت هماهنگی و رهبری استعدادها، تلاش‌ها و منابع اجزای مختلف به سمت دورنما و رسالتی مشترک، نشأت می‌گیرد. موسس کارآفرین باید چنین دورنما و رسالتی را ارائه کرده و رهبری مورد نیاز برای سازمان را تبیین کند. در حالی که، هر مدیر ارشد اجرایی دارای حوزه‌ی علاقه یا تخصص خاصی است (نظیر فروش یا توسعه‌ی محصول) او باید قادر باشد در طیفی گسترده کار کند. عوامل بسیاری در موفقیت سازمان‌ها موثرند. گاهی این عوامل بسته به نوع سازمان و فرهنگ

سازمانی حاکم بر آن می‌توانند متفاوت باشد. این مهارت مدیران موفق است که با تکیه بر دانش تخصصی مورد نیاز و به‌کارگیری فنون نوین مدیریت و رهبری سازمان، بتوانند سازمان را به سوی اهداف از پیش تعیین شده سوق داده و موفقیت و پیشرفت سازمان خود را تضمین نمایند [15]. طبیعی است که آشنایی مدیران با عوامل موفقیت سازمان‌ها و به دنبال آن تلاش برای پیاده‌سازی آنها در این مسیر کمک شایانی به مدیران خواهد نمود. موفقیت سازمان با میزان رشد سازمان در مقایسه با رقبای، تعداد کارکنان و ساختار سازمانی سنجیده می‌شود [14].

موفقیت سازمان از دو منظر میزان موفقیت و عوامل موثر بر موفقیت، در دنیایی با تغییرات سریع اهمیت بسزایی دارد که غفلت از آن باعث سقوط سریع سازمان می‌شود. سازمان‌ها از ارکان مهمی از قبیل سرمایه، نیروی انسانی، فن‌آوری و مدیریت تشکیل یافته‌اند که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران نیروی انسانی و به ویژه کارکنان، مهمترین رکن در این بین است زیرا، موفقیت سازمان منوط به انجام درست و صحیح وظایف توسط کارکنان می‌باشد. جدا از بحث دانش نیروی انسانی و کارکنانی با معلومات بالا، آنچه باعث انسجام و هماهنگی در امور سازمان می‌شود، ارتباط بین کارکنان و ارتباط آنها با لایه‌های مدیریتی می‌باشد [16].

بررسی‌های انجام شده در داخل کشور نشان می‌دهد که تنها تعداد اندکی به موضوع نوآوری باز پرداخته‌اند. همچنین در میان تحقیقات انجام شده داخلی، تحقیقی که به بررسی کارکردهای نوآوری باز بر موفقیت سازمان پرداخته باشد، وجود ندارد.

منطقی و همکاران تحقیقی با عنوان «درآمدی بر عوامل موثر در موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک از منظر نوآوری باز در سازمان‌های خدمات مشاوره» انجام دادند که نتایج نشان داد که بین عوامل موثر بر موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک از منظر نوآوری باز ارتباط معناداری وجود دارد و سه عامل جلب و مشارکت مدیریت ارشد، ایجاد مشارکت تیمی و فرهنگ سازمانی بر موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک موثرند [3]. کسلر و همکاران نیز تحقیقی تحت عنوان «انواع نوآوری سازمانی و موفقیت در هتل‌های اتریشی» انجام دادند. هدف این تحقیق، شناسایی انواع مختلف نوآوری سازمانی در هتل‌های اتریشی و بررسی ارتباط آنها با موفقیت (نوآوری) است. تحلیل عوامل نشان داد پنج عامل تعیین کننده نوآوری سازمانی عبارتند از: "همکاری برای تغییر"، "پذیرش تغییر"، "محدوده‌ی منابع برای تغییر"، "جمع‌گرایی برای تغییر (تغییر گروهی)"، و "همبستگی ضعیف و تحمل خطا". تجزیه و تحلیل خوشه‌ای نیز چهار نوع نوآوری سازمانی را مشخص می‌کند که تفاوت‌های مربوط به ابعاد موفقیت را نشان می‌دهد: "نوآوری بالقوه‌ای که توسط منابع کمیاب و ساختارهای نامطلوب، منع می‌شود"، "نوآوری محافظه‌کاران مرفه"، نوآوری بالقوه‌ای که توسط یک رویکرد تصادفی منع می‌شود" و "نوآوری در ایده‌های محتاط". بطور کلی نتایج نشان می‌دهد که نوآوری سازمانی همراه با رویکرد محتاطانه به صورت پویا و متعادل با موفقیت بیشتر در ارتباط است. با توجه به مرور ادبیات و پیشینه تحقیق، مدل مفهومی تحقیق در قالب شکل ۱ آورده شده است [7]. مدل مفهومی تحقیق برگرفته از تحقیق کسلر و همکاران و برجک و همکاران می‌باشد.



شکل (۱). مدل مفهومی تحقیق. برگرفته از تحقیق کسلر و همکاران (۲۰۱۵) و برجک و همکاران (۲۰۱۹)

با توجه به مدل مفهومی تحقیق، فرضیه های تحقیق عبارتند از:
فرضیه اصلی: نوآوری باز بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.
فرضیه فرعی اول: خلق دانش بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.
فرضیه فرعی دوم: حفظ دانش بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.
فرضیه فرعی سوم: کاربرد دانش بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.

۳. روش پژوهش

این پژوهش که به دنبال بررسی نقش نوآوری باز بر موفقیت سازمان در صندوق تامین خسارت های بدنی تاثیر می باشد از نظر هدف در زمره پژوهش های کاربردی قرار می گیرد و به لحاظ طبقه بندی بر مبنای روش، این پژوهش یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان ستادی صندوق تامین خسارت های بدنی در شهر تهران به تعداد ۱۰۰ نفر می باشد. حجم جامعه آماری این تحقیق محدود می باشد. روش نمونه گیری تصادفی ساده مورد استفاده قرار گرفت. با توجه به محدود بودن جامعه آماری به منظور برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران (نمونه گیری از جامعه محدود) استفاده می شود.

$$n = \frac{\frac{z^2 \times p \times q}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 \times p \times q}{d^2} - 1 \right)} \quad n = \frac{\frac{1/96^2 \times 0/5 \times 0/5}{.05^2}}{1 + \frac{1}{100} \left(\frac{1/96^2 \times 0/5 \times 0/5}{0/05^2} - 1 \right)} = 80$$

با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد و با پذیرش خطای ۵ درصد، تعداد حجم مورد نیاز تقریباً برابر ۸۰ نفر می باشد. بمنظور جمع آوری داده ها در این پژوهش، از پرسشنامه های استاندارد استفاده شده است که روایی آنها به کمک روایی صوری و نظر خبرگان و همچنین روایی محتوا مورد تایید قرار گرفت و پایایی آنها نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد بررسی و تایید قرار گرفت.

جدول ۱: روایی و پایایی سوالات پرسشنامه

روایی محتوا	پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ	
۰,۵۶۹	۰,۸۳۸	۰,۷۳۸	حفظ دانش
۰,۶۲۴	۰,۸۶۶	۰,۷۹۱	خلق دانش
۰,۵۵۷	۰,۹۱۹	۰,۹۰۵	موفقیت
۰,۵۲۴	۰,۸۱۲	۰,۶۹۰	کاربرد دانش
۰,۵۰۶	۰,۹۲۳	۰,۹۰۸	نوآوری باز

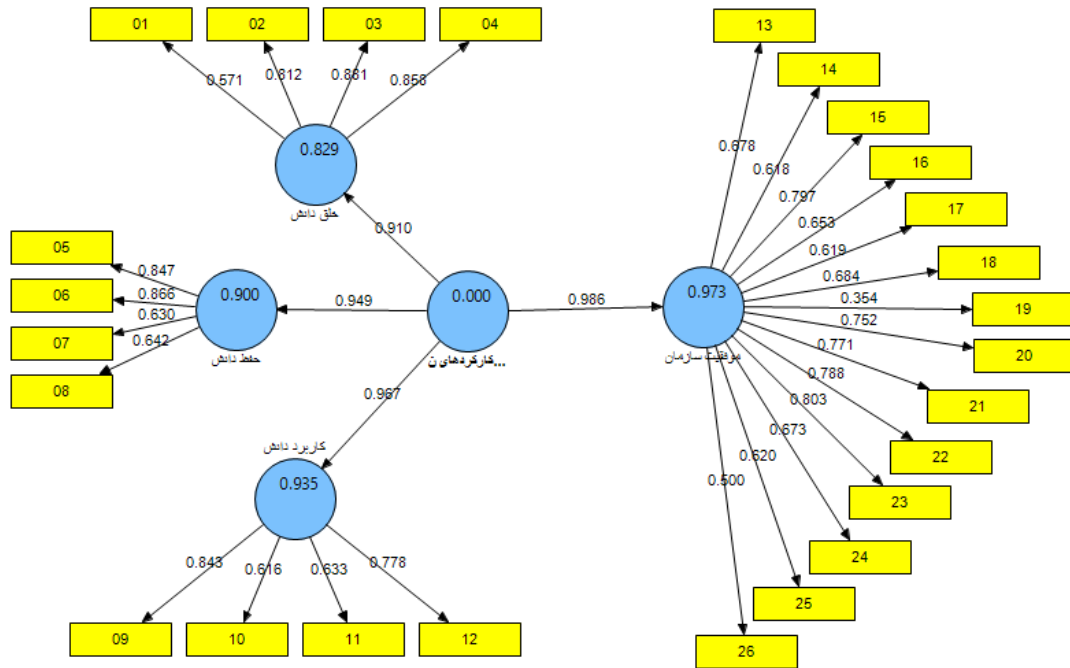
۴. یافته های پژوهش

۱.۴. آمار توصیفی

نتایج حاصل از تحلیل داده های گردآوری شده نشان داد که از نظر جنسیت، از میان ۸۰ نفر پاسخ دهنده، ۴۸ نفر مرد و ۳۲ نفر زن بودند. از نظر متغیر سن، در نمونه آماری این تحقیق ۱۴ نفر کمتر از ۳۰ سال؛ ۳۶ نفر ۳۱-۴۰ سال؛ ۱۷ نفر ۴۱-۵۰ سال و در نهایت ۱۳ نفر بالای ۵۰ سال سن داشتند. از نظر میزان تحصیلات، در نمونه آماری این تحقیق ۴۲ نفر دارای مدرک لیسانس؛ ۳۵ نفر دارای مدرک فوق لیسانس و در نهایت ۳ نفر دارای مدرک دکترا بودند. از نظر سابقه خدمات؛ در نمونه آماری این تحقیق ۱۲ نفر دارای سابقه کمتر از ۵ سال، ۳۳ نفر دارای سابقه ۵-۱۰ سال، ۱۹ نفر دارای سابقه ۱۰-۱۵ سال؛ ۱۴ نفر دارای سابقه ۱۵-۲۰ سال، ۲ نفر دارای سابقه بیشتر از ۲۰ سال بودند.

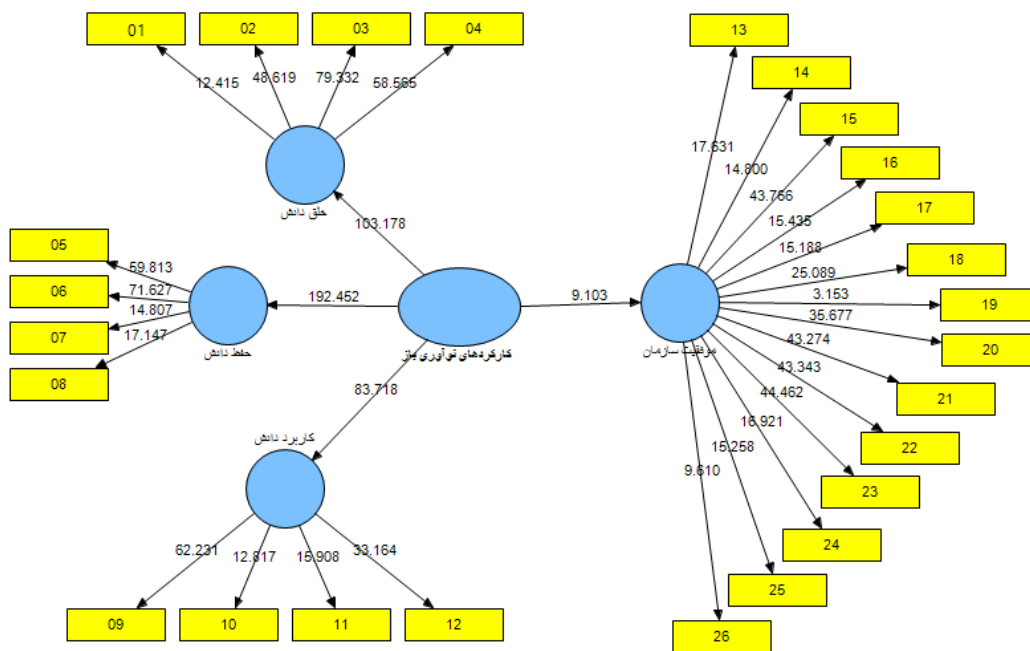
۲.۴. تحلیل فرضیه ها

در این تحقیق به منظور آزمون فرضیات از مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزیی با استفاده از نرم افزار Smart-PLS استفاده شده است. بدین منظور از مدل ساختاری ضریب معنی داری به منظور تایید یا رد فرضیه اصلی شکل (۳)، فرضیه های فرعی شکل (۵) و مدل ساختاری ضریب تاثیر به منظور سنجش میزان تاثیر برای فرضیه اصلی شکل (۲) و فرضیه های فرعی شکل (۴) استفاده شده است.



شکل (۲): ضرایب تاثیر مدل اول

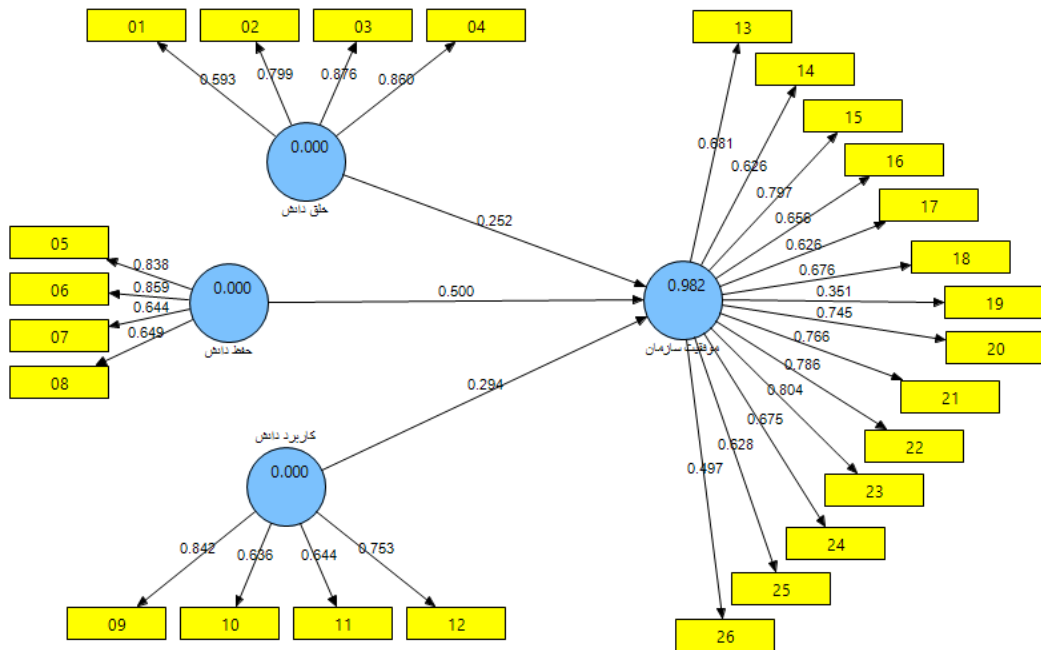
همانطور که در شکل (۲) نشان داده شده است، بارهای عاملی گزارش شده برای همه سوالات بالاتر از ۰,۴ است.



شکل (۳): ضرایب معنی داری مدل اول

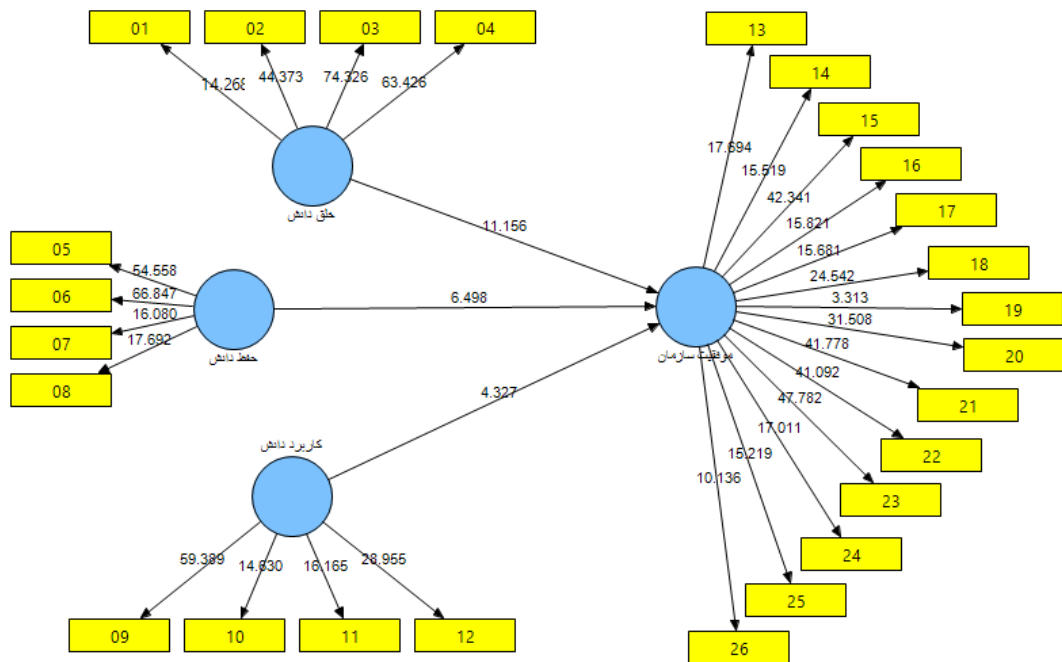
شکل (۳) ضرایب معنی داری مربوط به بارهای عاملی و ضرایب مسیر مدل اول را نشان می دهد. بر اساس پایایی شاخص مقادیر بار عاملی باید از ۰,۴۰ بزرگتر و در سطح اطمینان ۰,۹۵ معنادار باشد. همانطور که اشکال بالا نشان می دهد همه بارهای عاملی بالاتر از ۰,۴۰ است و همچنین حداقل در سطح معنی داری ۹۵ درصد معنی دار هستند.

شکل (۴) نشان دهنده اجرای مدل فرضیه دوم اصلی تحقیق است. این مدل به منظور آزمون فرضیه اصلی تحقیق بکار گرفته خواهد شد.



شکل (۴). ضرایب تاثیر مدل دوم

همانطور که در شکل (۴) نشان داده شده است، بارهای عاملی گزارش شده برای همه سوالات بالاتر از ۰,۴ است.



شکل (۵): ضرایب معنی داری مدل دوم

شکل (۵) ضرایب معنی داری مربوط به بارهای عاملی و ضرایب مسیر مدل دوم را نشان می دهد. بر اساس پایایی شاخص مقادیر بار عاملی باید از ۰,۴۰ بزرگتر و در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار باشد. همانطور که اشکال بالا نشان می دهد همه بارهای عاملی بالاتر از ۰,۴۰ است

و همچنین حداقل در سطح معنی داری ۹۵ درصد معنی دار هستند. براین اساس نتیجه تحلیل فرضیه های پژوهش در قالب جدول (۲) آورده شده است.

جدول (۲). نتایج تحلیل فرضیه ها

فرضیات	ضریب تاثیر	ضریب معنی داری	نتیجه
فرضیه اصلی: کارکردهای نوآوری باز بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.	۰,۹۸۶	۹,۱۰۳	تأیید
فرضیه فرعی اول: خلق دانش بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.	۰,۲۵۲	۱۱,۱۵۶	تأیید
فرضیه فرعی دوم: حفظ دانش بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.	۰,۵۰۰	۶,۴۹۸	تأیید
فرضیه فرعی سوم: کاربرد دانش بر موفقیت سازمان تاثیر معنادار دارد.	۰,۲۹۴	۴,۳۲۷	تأیید

۵. بحث و نتیجه گیری

پس از بررسی فرضیه های تحقیق، در نهایت به بحث و بررسی نتایج حاصله و به علاوه مقایسه نتایج حاصله با تعدادی از پژوهش‌های پیشین پرداخته شده است. نتایج آزمون فرضیه‌های این تحقیق براساس داده‌های مربوط به ۱۷۰ نفر می‌باشد. فرضیه‌های تحقیق با روش مدل‌یابی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفتند. با توجه به تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه، نتایج زیر را می‌توان استنباط کرد: برای فرضیه اصلی، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که ضریب معنی داری بالاتر از ۱,۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که آماره آزمون در ناحیه بحرانی قرار گرفته است و در نتیجه فرضیه اصلی تحقیق در سطح معنی داری ۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. ضریب مسیر بدست آمده برابر ۰,۹۸۶ است، که بدین معنی است، اگر کارکردهای نوآوری باز به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، موفقیت سازمان به اندازه ۰,۹۸۶ واحد افزایش می‌یابد. در ارتباط با بررسی فرضیه فرعی اول، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که ضریب معنی داری بالاتر از ۱,۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که آماره آزمون در ناحیه بحرانی قرار گرفته است و در نتیجه فرضیه فرعی اول تحقیق در سطح معنی داری ۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. ضریب مسیر بدست آمده برابر ۰,۲۵۲ است، که بدین معنی است، اگر خلق دانش به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، موفقیت سازمان به اندازه ۰,۲۵۲ واحد افزایش می‌یابد. در ارتباط با تحلیل فرضیه فرعی دوم نیز، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که ضریب معنی داری بالاتر از ۱,۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که آماره آزمون در ناحیه بحرانی قرار گرفته است و در نتیجه فرضیه فرعی دوم تحقیق در سطح معنی داری ۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. ضریب مسیر بدست آمده برابر ۰,۵۰۰ است، که بدین معنی است، اگر حفظ دانش به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، موفقیت سازمان به اندازه ۰,۵۰۰ واحد افزایش می‌یابد. در نهایت نتایج بدست آمده برای تحلیل فرضیه فرعی سوم نشان می‌دهد که ضریب معنی داری بالاتر از ۱,۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که آماره آزمون در ناحیه بحرانی قرار گرفته است و در نتیجه فرضیه فرعی سوم تحقیق در سطح معنی داری ۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. ضریب مسیر بدست آمده برابر ۰,۲۹۴ است، که بدین معنی است، اگر کاربرد دانش به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، موفقیت سازمان به اندازه ۰,۲۹۴ واحد افزایش می‌یابد. با توجه به نتایج بدست آمده پیشنهاد می‌گردد که روسا و کارشناسان ارشد سازمان به بخش تحقیق و توسعه داخلی و خارجی توجه شایانی داشته باشند تا از این طریق به توسعه و کشف طیف گسترده‌ای از منابع درونی و بیرونی سازمان با هدف دست‌یابی به فرصت‌های نوآوری، دست‌زنند. به عنوان مثال اعطای مجوزها و ثبت اختراع یا خریداری از سایر شرکت‌های بیمه (استفاده از مالکیت فکری خود و در صورت نیاز خرید مالکیت فکری دیگر شرکت‌ها) در این زمینه یاری‌رسان است. در این صورت سودآوری شرکت افزایش می‌یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود روسا و کارشناسان ارشد سازمان در پی بستن قراردادهای علمی و کاری با دانشگاه‌ها و موسسات مشاوره‌ای در جهت کسب منابع دانش باشند. این امر به این علت بایستی مورد توجه قرار گیرد که همه افراد باهوش برای یک سازمان کار نمی‌کنند و پراکنندگی جغرافیایی دانش وجود دارد. با ورود این نوع دانش به سازمان توانایی کارکنان بیشتر می‌شود.

منابع

- [۱]. خسروپور، حسین؛ فیضی، کامران و طبائیان، کمال. (۱۳۹۲). بررسی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر سازوکار به‌کارگیری رویکرد نوآوری باز در صنعت هوایی ایران. فصلنامه مدیریت نوآوری، سال دوم، شماره ۴.
- [۲]. دهقانی‌پوده، حسین؛ اخوان، پیمان و حسینی‌سرخوش، سیدمهدی. (۱۳۹۲). افزایش موفقیت توسعه‌ی محصول جدید مبتنی بر رویکرد نوآوری باز (مطالعه موردی در یک سازمان پژوهشی). نشریه علمی - پژوهشی مدیریت نوآوری، سال دوم، شماره ۲، صص: ۴۵-۶۸.
- [۳]. منطقی، منوچهر؛ طلوعی‌اشلقلی، عباس و مشیری، بنیامین. (۱۳۹۲). بررسی عوامل موفقیت بنگاه‌های واسطه‌ای نوآوری باز (مطالعه موردی: استقرار نوآوری باز در مدل کسب‌وکار شبکه شرکت‌های نانو). نشریه علمی - پژوهشی مدیریت نوآوری، سال دوم، شماره ۲، صص: ۲۵-۴۴.
- [4]. Bigliardi, B., Dormio, A. I. & Galati, F. (۲۰۲۰). "The adoption of open innovation within the telecommunication industry", *European Journal of Innovation Management*, 12 (1): 27- 54.
- [5]. Chesbrough H. W. & Crowther, A. K. (۲۰۱۶). "Beyond high tech: Early adopters of open innovation in other industries", *R&D Management*, 36(3): 229– 236.
- [6]. Grisseman, U., Plank, A. and Brunner-Sperdin, A. (۲۰۱۸), "Enhancing business performance of hotels: the role of innovation and customer orientation", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 33 No. 2, pp. 347-356.
- [7]. Drechsler, W. and Natter, M. (۲۰۱۲), "Understanding a firm's openness decision in innovation", *Journal of Business Research*, Vol. 65 No. 3, pp. 438-445.
- [8]. Reed, R., Barnes, S. & Jessup, L. (۲۰۱۹). "How Open Innovation Affects the
- [9]. Mortara, L. and Minshall, T. (۲۰۲۱), "How do large multinational companies implement open innovation?", *Technovation*, Vol. 31 No. 11, pp. 586-597.
- [10]. Felin, T., Zenger, T.R. (2013). Closed or open innovation? Problem solving and the governance choice. *Research Policy*.
- [12]. Chesbrough, H. Vanhaverbeke, W. West, J. (2006). "Open Innovation: Researching a New Paradigm" Oxford: Oxford University Press.
- [12]. Bergek, Anna; Jacobsson, Staffan; Carlsson, Bo; Lindmark, Seven and Rickne, Annika. (۲۰۱۹). Analyzing the functional dynamics of technological innovation systems: A scheme of analysis, *Research policy* 37, 407-429.