

# 13<sup>th</sup> International Conference of Modern Researches in Management, Economics and Development



بررسی رابطه نوآوری باز و عملکرد سازمانی با نقش میانجی مزیت رقابتی (مطالعه موردی: سازمان

بیمه ایران)

عشرت کرمی

دانشجوی دکترای مدیریت دولتی - منابع انسانی، دانشگاه علوم تحقیقات تهران، بین الملل قشم

## چکیده

نوآوری باز به معنی ایجاد نوآوری در زمینه خرید فناوری‌های به روز و مدرن، سرمایه گذاری در شرکت، سرمایه گذاری بر تکنولوژی‌های جدید، مشارکت با مراکز علمی، درگیر نمودن مشتریان در فرایند خدمات و نیز خلق خدمات نوین و متناسب با نیازهای مشتری می‌باشد. چرخه کوتاه نوآوری، افزایش هزینه‌های تحقیق و توسعه صنعتی و همچنین کمبود منابع از دلایل اصلی گرایش سازمان‌ها به سوی استراتژی‌های جدید نوآوری است. هدف از تحقیق حاضر، بررسی تأثیر نوآوری باز بر عملکرد سازمانی از طریق تحلیل نقش میانجی مزیت رقابتی در سازمان‌های بیمه است. تحقیق حاضر از لحاظ روش تحقیق، همبستگی و از لحاظ هدف، از نوع کاربردی است. ابزار تحقیق براساس پرسشنامه‌های استاندارد نوآوری باز هاشمی دهقی (۱۳۹۳)، پرسشنامه عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت (۲۰۰۳) و پرسشنامه مزیت رقابتی لی و همکاران (۲۰۰۶) بوده است که پس از سنجش روایی و پایایی، از طریق مشارکت ۲۳۸ نفر از کارکنان سازمان بیمه ایران در شهر تهران که با روش نمونه‌گیری تصادفی و از طریق فرمول کوکران، انتخاب شدند، اجرا گردید. برای توصیف داده‌ها از شاخص‌ها و روش‌های آمار توصیفی شامل فراوانی، میانگین، انحراف معیار استفاده شده است و همچنین جهت تحلیل داده‌ها از روش رگرسیون خطی گام به گام و ضریب تعیین و ضریب همبستگی پیرسون بهره گرفته شده است. برای انجام این تحلیل‌ها از نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی (۰/۶۳۱) و (۰/۱۷۴) می‌توان نتیجه گرفت که با افزایش نمره نوآوری باز، میزان عملکرد سازمانی و مزیت رقابتی نیز افزایش پیدا می‌کند. با توجه به ضرایب رگرسیونی و مقدار  $p$  می‌توان دریافت مزیت رقابتی بر عملکرد سازمانی به طور مثبت تاثیر می‌گذارد و رابطه بین نوآوری باز و عملکرد سازمان را تعدیل می‌کند.

کلیدواژه‌گان: نوآوری باز، عملکرد سازمانی، مزیت رقابتی، سازمان‌های بیمه