



دانشگاه کردستان
University of Kurdistan
زانکۆی کوردستان



همایش ملی مدیریت کسب و کار در شرایط بحران و عدم اطمینان

ضرورت رفتارهای نوآورانه کارکنان در شرکتهای بیمه

روژین منصوب عباسی^a، کیومرث احمدی^b

روژین منصوب عباسی (۰۹۱۴۵۷۲۹۲۴) rozhinabasi1400@gmail.com

۳- اهمیت نوآوری و رفتارهای نوآورانه

نوآوری موفق، به شدت با عملکرد مالی در ارتباط است. نوآوری، یکی از عوامل مهم رشد اقتصادی است و منافع گسترده‌ای برای جامعه به همراه دارد. ایده‌ها و کشفیات خلاقانه، استانداردهای زندگی را بالا برده و بر بسیاری از جنبه‌ها و ابعاد زندگی بشر، اعم از ایمنی، سلامت، کیفیت محصولات، خدمات و ... اثرگذار هستند. نوآوری، باعث ارتقاء بهره‌وری در مقایسه با نسل‌های پیشین شده و حتی در برخی موارد، سبک زندگی جوامع را تغییر می‌دهد. امروزه، نوآوری و دانش به‌عنوان دو عنصر کلیدی در موفقیت جهانی، به‌ویژه در حوزه اقتصاد مطرح هستند (حسینی و صلواتی، ۱۳۹۷).

اگر در سطح بنگاهی به پدیده نوآوری بنگریم، می‌توان گفت که جهان به سرعت در حال تغییر کنونی، فرصت‌ها و چالش‌های فراوانی برای کسب‌وکارها فراهم آورده است. در این فضای متلاطم و سرشار از عدم قطعیت، نوآوری به کسب‌وکارها کمک نموده تا تغییراتی در نیازها و انتظارات مشتریان، رقبا، فناوری و حتی محدودیت‌های درونی و محیطی ایجاد کنند. بازار جهانی پویا و رو به رشد، فرصت‌ها را به سمت نوآوران می‌آورد. نوآوری، می‌تواند قیمت‌ها را پایین بیاورد، بازارهای جدید ایجاد کند و رقابت‌پذیری را افزایش دهد. نوآوری، به کمک بهبود سودآوری، اشتغال‌زایی و افزایش سهم بازار، منجر به عملکرد مطلوب و پایدار برای کسب‌وکارها، به‌ویژه کسب‌وکارهای دانشی و مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته می‌شود. اگر بخواهیم مزایا و منافع حاصل از نوآوری در سطح بنگاه را فهرست نماییم، مهم‌ترین این مزایا به شرح زیر است:

- ایجاد بازارهای جدید برای کسب‌وکار؛
- کاهش هزینه و قیمت تمام‌شده محصولات تولیدی؛
- مدیریت کارتر کارکنان؛
- افزایش سهم بازار و رشد سبد محصولات شرکت؛

۴- پیشنهادات و نتیجه گیری

- پیشنهاد می‌گردد توانایی پیش بینی خواسته‌ها و گرایش‌های آتی مشتریان برای بیمه مهم باشد.
- پیشنهاد می‌گردد توانایی پیش بینی تحولات آتی فناورانه در بیمه مناسب باشد.
- پیشنهاد می‌گردد تدریس بیمه روش‌های جدید و ابداعی برای بهبود انجام کار لازم و ضروری می‌باشد.
- پیشنهاد می‌گردد مدیران بیمه به کارکنان اجازه دهند تا ایده‌های خود را بدون توجه به سطح سازمانی که از آن برخوردار هستند، را پیگیری کرده و به کارآفرینان سازمانی تبدیل شوند.
- پیشنهاد می‌گردد مدیران در بیمه سعی کنند موانع اصلی ظهور خلاقیت از قبیل اعتماد به نفس، ترس از انتقاد و شکست، تمایل به هم‌رنگی و هم‌گونی و عدم تمرکز ذهنی را از بین ببرند.
- پیشنهاد می‌گردد تأکید رسالت وجودی بیمه در خدمت‌رسانی به مشتریان بهتر صورت گیرد.
- در این بیمه اطلاعات به آسانی توسط گروه هدف قابل فهم باشد.
- در این بیمه اطلاعات به دور از عناصر اضافه به هدف مورد نظر اشاره کند.
- در این بیمه ارائه اطلاعات مطابق با نیازها و عادت‌های کاربران باشد.
- در بیمه از دانش و تجربیات کارکنان در پروژه‌های مشابه استفاده شود.
- در بیمه دانش حاصل از تخصص افراد با سایر همکاران به اشتراک گذاشته شود.
- در بیمه دانش حاصل از تجربه میان همکاران سازمانی به اشتراک گذاشته شود.
- همکاری و یکپارچگی واحد‌های مختلف تا باعث افزایش رفتارهای نوآورانه شود.
- تلاش مدیران برای اینکه تجسم اهداف و آینده مطلوب و مورد نظر دیده شود.

۵- منابع

- Albert, A., & Kormos, J. (2011). Creativity and narrative task performance: An exploratory study. *Journal of Research in Language Studies*, 61 (1), 73-99.
 - Sarros, J.C., Cooper, B.K. & Santora, J.C. (2011). Leadership vision, organizational culture, and support for innovation in not-for-profit and for-profit organizations. *Leadership & Organization Development Journal*.
 - Fox, Julie M. (2018). "Organizational Entrepreneurship And The Organizational Performance Linkage In University Extension". (Dissertation). Ohio State
 - McAdam, R. & McLelland, J. (2002). Individual and team-based idea generation within innovation management: Organizational and research agendas. *European Journal of Innovation Management*.
- باورصاد، بلقیس و علی اکبری، میثم، ۱۳۹۶، بررسی تاثیر انواع نوآوری بر عملکرد نوآوری در شرکتهای پتروشیمی منطقه ویژه اقتصادی ماهشهر، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع، تهران
- تیموری، هادی، شائمی، علی، زارعی، مریم، ۱۳۹۶، رابطه ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت بهبود تحول، سال بیست و پنجم، شماره ۸۳، صص ۱۱۵-۱۳۴
- حسینی، محمد، بهادری، رقیه، کاظم زاده بیطالی، مهدی، ۱۳۹۵، رابطه رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه تبریز، توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۳، صص ۴۳۳-۴۵۲

مقاله به تشریح مفاهیم و مبانی خلاقیت و نوآوری و رفتارهای نوآورانه می‌پردازد. تعاریف مختلفی از نوآوری ارائه می‌شوند و از دیدگاه ناسی و سازمانی مورد بررسی قرار می‌گیرند. سپس موضوع نوآوری و ارتباط آن با خلاقیت شرح داده می‌شود. ارتباط خلاقیت و نوآوری، ساختار بر نوآوری، تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری، تأثیر متغیرهای منابع انسانی بر نوآوری از دیگر مباحث این بخش هستند. ویژگی‌های خلاق، فرصت‌های خلاقیت، نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه فردی و سازمانی، ویژگی‌های سازمان‌های خلاق، مدیریت نوآوری، تکنیک‌های توسعه خلاقیت گروهی شامل طوفان فکری، شش کلاه تفکر، گردش تخیلی، تفکر موازی و ارتباط اجباری از دیگر مبانی مقاله هستند. و همچنین مفهوم رفتارهای نوآورانه و کاهش آن در این زمینه به بحث و بررسی گذاشته شود و نتایج عملی در این بیان گردد. به این منظور برای مبانی نظری پژوهش از روش کتابخانه‌ای و بصورت فیش برداری مبتنی بر برداری مفاهیم اساسی پژوهش استفاده شده است

مقدمه

پیشرفت روز افزون دانش و تکنولوژی و جریان گسترده اطلاعات، امروزه جامعه ما نیازمند آموزش‌های جدیدی است که با کمک آن بتواند همگام با توسعه علم و فناوری به پیش برود. هدف باید پرورش انسان‌هایی باشد که بتوانند با مغزی خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند. به گونه‌ای که بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و با بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو، مشکلات را از میان بردارند. امروزه مردم ما نیازمند آموزش خلاقیت هستند که با خلق افکار نو به سوی جامعه سعادت‌مند قدم بردارند. رشد فزاینده اطلاعات، سبب شده است که هر انسانی از تجربه و علم و سبک زندگی برخوردار باشد که دیگری فرصت کسب آنها را نداشته باشد، لذا به جریان انداختن اطلاعات حاوی دانش و تجربه در بین انسان‌ها یکی از رموز موفقیت در دنیای امروز است. هیچ کس قادر نیست به انسان اطلاعات واقعی هر کس که در گوشه ذهن او نهفته است پی ببرد. این اطلاعات زمانی به حرکت در می‌آید که انگیزه‌های قوی سبب رها شدن آن به بیرون ذهن می‌شود. در این مرحله انسان‌ها به سرنوشت یکدیگر حساسند و در جهت رشد یکدیگر می‌کوشند و در نهایت سبب می‌شود جریانی از علم و دانش و بیانات میان آنها جاری شود که همین امر زمینه‌ساز نوآوری و خلاقیت خواهد بود

تعاریف متغیرها

ف نوآوری
خواهیم نوآوری را به زبان ساده بیان کنیم، می‌توان گفت: «ماهیت نوآوری، ایجاد تغییر در محصولات یا خدمات و روش خلق و عرضه آنها، با هدف پاسخگویی به بازارهای جدید و نیازهای متغیر مشتریان است. انجام صحیح این فرآیند و موفقیت در آن، منوط به مشاهده پیوندها، کشف فرصت‌ها و استفاده مناسب از آنها است. تقریباً در تمامی سطوح آکادمیک، صحبت‌ها و نظرات کارآفرینان موفق و تجارب توسعه فناوری، نقش دانش و مهارت‌های فناورانه در خلاقیت و نوآوری در موفقیت کسب‌وکار، مورد تأکید قرار گرفته است. اما مدیریت کارآمد فرآیند نوآوری، در درک صحیح و عمیق مفهوم نوآوری است. به عبارت دیگر، یکی از مشکلات کلیدی در مدیریت نوآوری، فهمیدن افراد از این واژه بوده که اغلب با مفهوم اختراع، اشتباه گرفته می‌شود. (یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۶)

نوآورانه شغلی را بعنوان رفتار یک فرد که هدف آن کسب موفقیت در شروع به ایجاد ایده‌های جدید و فرآیندها، محصولات و یا مراحل انجام کار تعریف می‌کنیم (بعنوان کار، گروه یا سازمان). اندازه‌گیری رفتار نوآورانه توسط هم شروع و هم اجرای ایده‌های خلاقانه توسعه می‌یابد. ساختار رفتار نوآورانه شغلی به شدت مرتبط با ویژگی کارکنان می‌باشد. خلاقیت بعنوان تولید ایده‌های جدید و مفید در مورد محصولات، خدمات، فرآیندها و روش‌ها تعریف می‌شود. با این حال بین این ساختارها تفاوت‌هایی وجود دارد. برخلاف خلاقیت، رفتار نوآورانه شغلی به معنای استفاده از ایده‌های خلاقانه به منظور سود در نظر گرفته شده است. این یک مولفه روشن است و انتظار می‌رود که به خوبی در نوآورانه منجر گردد. خلاقیت را می‌توان بعنوان یک جزء مهم از رفتار نوآورانه شغلی در نظر گرفت که در آغاز فرآیند نوآوری نمایان می‌گردد. یعنی زمانی که مشکلات و شکست عملکردها تشخیص داده شده و ایده‌ها پاسخ به یک احساس نیاز به نوآوری تولید می‌شوند