

سنجش عملکرد مدیریت نوآوری در بیمه پارسیان

مریم اصغری

گروه مدیریت اجرایی، واحد علوم تحقیقات البرز، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

Maryamasghari85@gmail.com

چکیده:

ارزیابی توانمندی نوآوری، می تواند مدیران بنگاه ها را در سرمایه گذاری ها، سوق دادن منابع به مسیرهای مناسب و نیز انتخاب روش های مناسب برای اکتساب تکنولوژی کمک کند. به عنوان مثال پایین بودن توانمندی نوآوری در بنگاه، آن را به کسب تکنولوژی از منابع خارجی سوق می دهد و در صورتی که توانمندی نوآوری بالا باشد، استفاده از توانمندی های داخلی، در اولویت قرار می گیرد. در این مقاله سعی شده است به ارزیابی عوامل موثر بر مدیریت نوآوری در شرکت بیمه پارسیان پرداخته شود و پس از مشخص شدن وضعیت شرکت در هر یک از شاخص ها و مولفه های بدست آمده، میزان شکاف موجود هر مولفه نسبت به وضعیت مطلوب تعیین و راهکار بهبود مورد نیاز ارائه شود.

واژگان کلیدی: تکنولوژی^۱، نوآوری^۲، مدیریت نوآوری^۳.

Archive of SID

^۱Technology

^۲Innovation

^۳Innovation management

ریشه موفقیت سازمانها اکثرا به خاطر نوآوری است، مزیت رقابتی ممکن است ناشی از اندازه و مالکیت دارایی ها باشد، اما این مطالب بیشتر به سود سازمانهایی تغییر می نماید که می توانند از دانش و مهارت های تکنولوژیکی و تجربه برای ایجاد نوآوری در محصولات یا خدمات و روش های توسعه آنها استفاده نمایند(تید، بسنت، ۲۰۰۹).

ابزارهای مدیریتی در دهه های اخیر، بخشی از زندگی مدیران گردیده است و آنها در جستجوی ابزارهایی هستند که در فرایند دست یابی به نوآوری، افزایش منابع، بهبود کیفیت، افزایش کارایی و برنامه ریزی برای آینده، آنها را تقویت و یاری نماید(عادل آذر و همکاران، ۱۳۹۴).

نوآوری به طور فزاینده ای به عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت بلند مدت شرکتهای در بازار رقابتی بدل شده است. چرا که شرکتهای با ظرفیت نوآوری بالا قادر خواهند بود با سرعت بیشتر و به نحو بهتری، به چالش های محیطی پاسخ گویند(جیمنز، ۲۰۰۸).

نوآوری عبارتست از ظرفیت کلی نوآوری سازمان در معرفی محصولات جدید به بازار یا گشودن بازاری جدید به همراه ترکیب گرایش راهبردی با رفتار و فرایندهای نوآوری، متناسب با کاربردها و سطوح مورد بررسی(اسدیور، کارگر، ۱۳۹۴).

نوآوری از دیدگاه مدیریتی، فرایندی است که از ایده شروع و به انتشار تجاری بهبود رویه ها و روش های نو در تولید محصول یا خدمت جدید خاتمه می یابد، نوآوری مدیریتی، به عنوان اختراع و اجرای یک عمل مدیریتی، فرایند، ساختار و یا یک فن جدید همسو با اهداف سازمانی است(ماینزر، ۲۰۱۱).

ارزیابی قابلیت های نوآورانه و مولفه های مدیریت نوآوری، امکان تحلیل شرایط و پتانسیل های هر بنگاه و مقایسه آن با وضعیت رقبا را جهت اتخاذ تصمیمات استراتژیک فراهم خواهد کرد. همچنین قابلیت های نوآورانه شرط لازم جهت تحقق نوآوری در یک بنگاه اقتصادی است. نوآوری نیروی محرک اصلی برای کارآفرینی و رشد است و شرکتهای کارآفرین بر اساس تعهدشان به نوآوری مشخص می شوند(خمسه، بخشی، ۱۳۹۳). مدیریت نوآوری، برای توسعه شرکت ها به طور گسترده ای در نظر گرفته می شود و به عنوان یک دستور برای رشد اقتصادی و موفقیت طولانی مدت شرکت هاست(بیرکینشاو و همکاران، ۲۰۰۸).

یکی از استعاره ها برای توصیف نوآوری، تشبیه آن به یک سفر است. بر این اساس، نوآوری موفق کامل کردن این سفر پرخطر و به پایان رساندن خوشایند آن همراه با بازده ارزشمند نسبت به سرمایه گذاری اولیه، با پذیرش و انتشار گسترده ایده های جدید در قالب محصول، خدمت یا فرآیند است. این سفر هم چنین فرصتی را فراهم می کند تا پس از پایانش، دانش و فناوری انباشته شده در خلال این تجربه دشوار مرور شود و این مرور کار ارزشمندی است، زیرا دانشی که از این راه به دست می آید، منبعی مناسب برای سپری کردن سفر نوآوری بعدی است.

۲- مرور ادبیات:

کیم و نلسون^۴ نوآوری علمی را به معنای ایجاد، ارزیابی، مبادله و به کارگیری طرح‌ها و ایده‌های جدید، به منظور رقابت و برتری بنگاه‌های اقتصادی در راستای شکوفایی و توسعه اقتصادی اجتماعی تعریف کرده‌اند که به فرایندهای کسب دانش علمی جدید از طریق فعالیت‌های تحقیق و توسعه، فرایندهای کسب و ایجاد دانش جدید برای منافع اقتصادی اجتماعی، نوآوری علمی در فرایندهای تولید، توزیع و کاربرد دانش و نظام نوآوری علمی و ایجاد دانش جدید برای منافع اقتصادی و اجتماعی، نوآوری علمی در فرایندهای تولید، توزیع و کاربرد دانش و نظام نوآوری علمی اشاره دارد (کیم، نلسون، ۲۰۰۸).

نوآوری، فرایند اختراع و پذیرفتن ایده جدید است (ادکویت، ۱۹۹۷). نوآوری، فرایند کشف و توسعه‌ای است که منجر به خلق محصول، فرایند تولید، سازمان‌ها، فناوری‌ها، نهادها و ترتیبات سیستماتیک جدید می‌شود (وان کلیف، روم، ۲۰۰۷).

بنا به تعریف سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD)، نوآوری، بکارگیری محصول یا خدمت یا فرایند جدید بهبود یافته یا یک روش بازاریابی جدید و یا یک سازماندهی جدید در کسب و کار سازمان یا روابط خارجی است (سازمان توسعه و همکاری اقتصادی، ۲۰۰۵).

برخی از رویکردهای ارزیابی نوآوری به ترتیب در جدول شماره ۱ آمده است:

جدول شماره ۱: انواع رویکردها در ارزیابی نوآوری

توضیحات	ویژگی خاص	انواع رویکرد	
مفاهیم اندازه‌گیری موفقیت سازمان در نوآوری و ارزیابی ظرفیت سازمانی نوآوری در عین اینکه دارای نقش مکمل هستند با دو جنبه متفاوت به سازمان نظر می‌کنند. مفهوم اندازه‌گیری موفقیت سازمان در واقع نوعی بررسی وضعیت گذشته سازمان از نظر نوآوری و صرفاً ارزیابی نتایج و برون‌دادهای سازمانی است. ارزیابی ظرفیت نوآوری، در واقع معرف نقاط ضعف و قوت سازمان در هر یک از پارامترهای اساسی نوآوری است و راهنمایی برای بهبود وضعیت سازمان و یا پیشبرد مزیت‌های نسبی برای تبدیل آنها به مزیت استراتژیک می‌باشد.	دیدگاه استراتژیک ارزیابی نوآوری در سطح سازمان	تیسد و همکارانش ۱۹۹۸	اول
تلاش کرده‌اند یک چاقوب نظری برای تدوین نشانگرهای (شاخص‌های) ارزیابی نوآوری ارائه کنند. آنان به برخی تفاوت‌های محوری بین مفاهیم نوآوری اشاره کرده‌اند که نشان می‌دهند چرا تدوین شاخص‌های ساده برای ارزیابی نوآوری دشوار است.	تدوین شاخص‌های ارزیابی نوآوری	سبسون و همکارانش ۱۹۹۹	دوم

^۴Kim&Nelson

تعریف این محققان از نوآوری تا حدی با تعاریف سایر محققان تفاوت دارد زیرا آنها مرحله تحقیق و توسعه را جدا از نوآوری می دانند این افراد در تدوین معیارها و نشانگرهای نوآوری دقت زیادی به خرج داده اند، رویکرد آنها می تواند به شناسایی نقاط قوت و ضعف بنگاه ها کمک کند. بعلاوه این محققان مطالب مفیدی در زمینه آسیب شناسی و ارتقای نوآوری ارائه کرده اند.	کمک به شناسایی نقاط ضعف و قوت بنگاهها	نیواسان و نارایانا	سوم
این رویکرد، توسعه یافته مدل ارائه شده توسط مورل و بولی می باشد. این مدل ارائه دهنده یک دسته بندی اولیه از عوامل شکل دهنده ظرفیت نوآوری است که در قالب پنج بعد کلی تقسیم می شوند. ۱. ایجاد فضای کاری مناسب از طریق رهبری فعالیت های نوآوری ۲. رویه مند بودن فرآیندها و ارتباطات درون و برون سازمانی ۳. مدیریت استراتژیک دانش ۴. جمع آوری و تولید ایده های نو ۵. مدیریت منابع انسانی بر محور نوآوری	دسته بندی از عوامل شکل دهنده ظرفیت نوآوری	آراسستی و همکارانش ۲۰۰۸	چهارم
این مدل از دو فضای درون سازمانی و برون سازمانی تشکیل گردیده است. در فضای برون سازمانی، ارتباطات صنعتی با مشتریان، تأمین کنندگان، رقبا، بازار، و مجامع علمی و تخصصی مورد ارزیابی قرار می گیرند. فضای درون سازمانی نیز از سه سیستم اصلی و متعادل تشکیل شده است که عبارتند از: سیستم تولید ایده، سیستم تأمین منابع و سیستم توسعه محصول که این سه دسته در واقع سیستم نوآوری سازمان را تشکیل می دهند.	تشکیل دو فضای درون سازمانی و برون سازمانی	بوشه‌ری و همکارانش ۲۰۰۳	پنجم

۳-اهداف، سئوالات و فرضیه های پژوهش:

۳-۱ اهداف پژوهش:

این پژوهش به ارزیابی مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان پرداخته و با استخراج نتایج مربوطه در مولفه های مدل، شکاف موجود در هر سطح، نسبت به وضعیت مطلوب را محاسبه می نماید.

۳-۲ سئوالات پژوهش:

۱-وضعیت هریک از شاخص های موثر بر مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان در چه سطحی قرار دارد؟

۲-عملکرد عوامل موثر بر مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان در چه سطحی قرار دارد؟

۳-۳ فرضیه های پژوهش:

۱-عوامل موثر بر مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان در سطح مناسبی قرار دارد.

۲-رتبه مولفه های موثر بر مدیریت نوآوری در شرکت بیمه پارسیان با یکدیگر برابرند.

۴-معرفی مدل مورد استفاده در پژوهش:

مدل ارزیابی مدیریت نوآوری، ابزاری جهت تشخیص و تعیین قابلیت های مورد نیاز برای اجرای اولویت های نوآوری در بنگاه است، که به بررسی توانمندی نوآوری در ۵ مولفه اصلی می پردازد. بر اساس شکل شماره ۱، پرسشنامه مدل، برای جمع آوری اطلاعات و انجام پژوهش استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه ۰٫۹۲۴ محاسبه شد که از پایایی بالایی برخوردار است

در شکل ۱، مدل پژوهش بر اساس ابعاد نوآورانه دسته بندی شده است:



شکل ۱، مدل مفهومی ارزیابی نوآوری (تید، بسنت، ۲۰۰۹)

۵- جامعه آماری و حجم نمونه:

جامعه آماری پژوهش، مدیران، کارشناسان و شبکه نمایندگان بیمه پارسیان هستند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با اطمینان ۰,۹۵ و دقت ۰,۰۸، برابر با ۹۲ انتخاب شد.

۶- جمع بندی یافته های پژوهش:

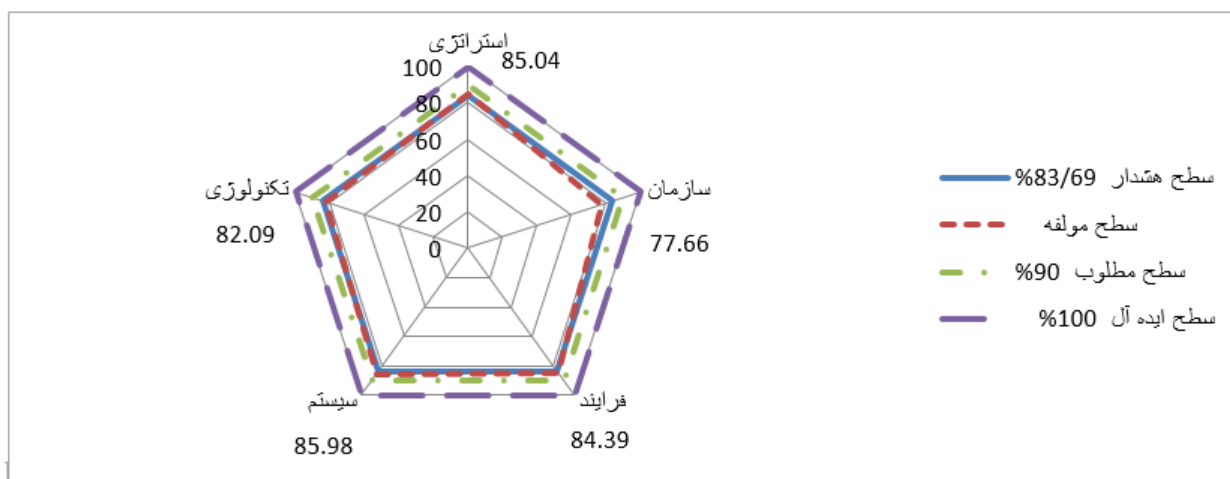
۶-۱ جمع بندی سوالات پژوهش:

سوال اول: هریک از شاخص های موثر بر مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان در چه سطحی قرار دارد؟ و سطح مطلوب و هشدار به چه میزان است؟

پاسخ سوال اول: نتایج حاصل، در جدول ۲ و نمودار ۱ نشان داده شده است. میانگین توانمندی هریک از شاخص ها به تفکیک آمده است، از آنجایی که شرکت بیمه پارسیان در یکی از شاخص نهم مولفه فرایند امتیاز میانگین ۰,۹۱٪ را به خود اختصاص داده است، لذا بدین وسیله می توان این سطح را جهت دست یابی سایر شاخص ها به این میزان و در راستای همگرایی و بهبود عوامل مدیریت نوآوری شرکت، به عنوان سطح مطلوب در نظر گرفت. همچنین میانگین کل شاخص ها به عنوان سطح هشدار به میزان ۰,۸۳,۶۹٪ در نظر گرفته شد. تا ضمن شناسایی و رصد شاخص های با میزان کوچکتر از سطح هشدار، پروژه های بهبود مورد نظر، جهت افزایش سطح هر یک را اجرا نماید.

جدول شماره ۲، وضعیت موجود مولفه ها و شاخص های در بردارنده آن

میانگین	شاخص ها	مولفه
۸۴,۳۵%	تدوین استراتژی به چه میزان در ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	استراتژی
۸۶,۳۰%	واضح بودن اهداف استراتژیک به چه میزان در ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۶,۳۰%	به چه میزان برنامه ریزی توسعه بر مدیریت نوآوری اثر گذار است؟	
۸۴,۱۳%	شایستگی محوری کسب و کار در پیشرفت شرکت به چه میزان موثر است؟	
۸۴,۱۳%	شایستگی محوری فناوری به چه میزان در مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۷۸,۹۱%	استفاده از شرکای خارجی به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	سازمان
۷۹,۷۸%	مکان فیزیکی به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۷۶,۷۴%	ساختار ارگانیک به چه میزان در ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۷۵,۲۲%	به چه میزان مشخص کردن مرزها در تیم های درگیر در ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۷۸,۹۱%	صدای تامین کننده به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	فرایند
۷۸,۲۶%	عملکرد میان بخشی به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۱,۵۲%	کنترل کردن فرایندها به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۷۹,۵۷%	مستند سازی اسناد به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۷,۶۱%	بهبود مستمر به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۲,۶۱%	استفاده از روش های تحلیلی به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۹,۱۳%	بازنگری محصولات چه تاثیری بر ارتقا مدیریت نوآوری دارد؟	
۹۰,۸۷%	تحلیل بازار به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۹۱,۵۲%	ارزیابی بازار به چه میزان در ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۳,۹۱%	استفاده از سیستم صدای مشتری به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۹,۱۳%	وجود سیستم های پاداش به تیم درگیر در پروژه، به چه میزان در ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	نوآوری
۸۷,۶۱%	وجود سیستم آموزش به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۵,۴۳%	وجود سیستم کارگروهی در مجموعه به منظور تقسیم وظیفه به چه میزان بر مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۴,۷۸%	یکپارچه سازی سیستم به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۷,۱۷%	استفاده از سرمایه دانشی به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۷,۶۱%	استفاده از سیستم های اطلاعاتی به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۰,۴۳%	فرصت طلبی برنامه ریزی شده به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۵,۶۵%	تمرکز بر مشتری به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۰,۴۳%	استانداردهای طراحی مجموعه به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	تکنولوژی
۸۶,۳۰%	چابکی سیستم به چه میزان بر مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۰,۲۲%	استفاده از ابزارهای کنترلی برای توسعه خدمات به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۷۸,۹۱%	استفاده از روش های اتوماسیون اداری به چه میزان بر مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۴,۵۷%	استفاده از سیستمهای رایانه ای به چه میزان بر ارتقا مدیریت نوآوری موثر می باشد؟	
۸۳,۶۹%	سطح هشدار- میانگین شاخص ها	



نمودار ۱، مقایسه مولفه های مدیریت نوآوری با هریک از سطوح، هشدار، مطلوب و ایده آل

سؤال دوم: مولفه های موثر بر مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان در چه سطحی قرار دارد؟ و شکاف موجود در هر یک به چه میزان است؟ پاسخ سوال دوم در جدول ۳ آمده است:

در جدول ۳، مقایسه وضع موجود با وضع مطلوب و میزان شکاف موجود آن مشخص شده است

مولفه	وضعیت موجود (درصد)	شکاف موجود (درصد)
استراتژی	۸۵/۰۴	۴/۹۶
سازمان	۷۷/۶۶	۱۲/۳۴
فرایند	۸۴/۳۹	۵/۶۱
سیستم	۸۵/۹۸	۴/۰۲
تکنولوژی	۸۲/۰۹	۷/۹۱

۲-۶ جمع بندی فرضیه های پژوهش:

*فرضیه صفر: میزان موفقیت مدیریت نوآوری در شرکت بیمه پارسیان برابر ۹۰٪ می باشد.

*فرضیه مقابل: میزان موفقیت ارزیابی نوآوری در شرکت بیمه پارسیان، کوچکتر از ۹۰٪ می باشد.

برای بررسی فرضیه اول، آزمون تی استیودنت را اجرا می کنیم که نیاز به برقراری فرض نرمال بودن توزیع جوامع دارد. برای این منظور ابتدا آزمون کولموگروف-اسمیرنوف انجام شد. سطح معنی داری این آزمون برای همه متغیرها بالای ۰,۰۵ شد، بنابراین می توان پذیرفت توزیع متغیرها نرمال است.

جدول ۴ میانگین موفقیت مدیریت نوآوری را در شرکت بیمه پارسیان نشان می دهد.

جدول ۴: آماره های آزمون T، تک نمونه ای برای مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان

نام مولفه	تعداد نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	خطای معیار میانگین
استراتژی	۹۲	۸۵,۰۴	۱۰,۳۲	۱,۰۷۵
سازمان	۹۲	۷۷,۶۶	۱۰,۰۱	۱,۰۴
فرایند	۹۲	۸۴,۴۷	۸,۲۱	۰,۸۵
سیستم	۹۲	۸۵,۹۷	۸,۸۶	۰,۹۲
تکنولوژی	۹۲	۸۲,۰۸	۱۱,۵۸	۱,۲

اما به منظور تصمیم گیری در خصوص اینکه میانگین موفقیت مولفه های ارزیابی مدیریت نوآوری نسبت به سطح مطلوب در وضعیت مناسبی می باشد یا خیر، می بایستی سطح معنی داری آزمون با میزان خطا مقایسه شود.

جدول ۵: نتایج آزمون T تک نمونه ای برای توانمندی های فناوری شرکت بیمه پارسیان

نتیجه آزمون	مقدار ثابت آزمون = ۹۰					نام متغیر	
	میزان خطای ۵٪		تفاضل میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی		محاسبه شده T
رد فرضیه صفر	حد بالا	حد پایین	-۴,۹۵	۰,۰۰۰	۹۱	-۴,۶۷	استراتژی
	-۲,۸۱	-۷,۰۹					
رد فرضیه صفر	-۱۰,۲۶	-۱۴,۴۱	-۱۲,۳۳	0.000	۹۱	-۱۱,۸۱	سازمان
رد فرضیه صفر	-۳,۱۲	-۷,۲۲	-۵,۵۲	0.000	۹۱	-۶,۴۴	فرایند
رد فرضیه صفر	-۲,۱۸	-۵,۸۵	-۴,۰۲	۰,۰۰۰	۹۱	-۴,۳۵	سیستم
رد فرضیه صفر	-۵,۵۱	-۱۰,۳۱	-۷,۹۱	0.000	۹۱	-۶,۵۵	تکنولوژی

از آنجا که سطح معنی داری آزمون تا سه رقم اعشار برابر صفر محاسبه شده و کمتر از ۰,۰۵ است، فرضیه صفر رد می شود، بدین معنا که میانگین موفقیت توانمندی فناورانه برابر ۹۰٪ نمی باشد و با توجه به مقدار منفی t، می توان نتیجه گرفت که مدیریت نوآوری شرکت به طور معنی دار از مقدار مطلوب پایین تر است.

فرضیه دوم: رتبه بندی مولفه های مدیریت نوآوری در شرکت بیمه پارسیان

با توجه به عدم یکسانی واریانس ها، و در نظر گرفتن نرمال بودن توزیع ها و مقایسه فاصله ای مورد استفاده، به کمک آزمون فریدمن و با استفاده از نظرات پاسخ دهندگان، ابعاد توانمندی فناوری در شرکت بیمه پارسیان اولویت بندی می شوند.

در ادامه نتایج این آزمون ارائه می شود.

فرضیه صفر: رتبه مولفه های مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان با یکدیگر برابرند.

فرضیه مقابل: رتبه مولفه های مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان با یکدیگر برابر نیستند.

جدول شماره ۶، نتایج آزمون فوق را نشان می دهد.

جدول ۶: نتایج آزمون فریدمن برای ابعاد توانمندی فناوری شرکت بیمه پارسیان

تعداد نمونه	آماره خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۹۲	۷۵,۰۸	۴	۰,۰۰۰	۰,۰۵	رد فرضیه صفر

مطابق جدول فوق، در سطح اطمینان ۹۵٪، چون سطح معنی داری آزمون کوچکتر از میزان خطاست، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، رتبه مولفه های مدیریت نوآوری در شرکت بیمه پارسیان، تفاوت معنی داری با هم دارند و بدین ترتیب فرضیه مقابل مورد تایید قرار می گیرد. جدول ۷، ترتیب مولفه های مدیریت نوآوری، در شرکت بیمه پارسیان را نشان می دهد.

جدول ۷: رتبه بندی فریدمن برای مولفه های مدیریت نوآوری شرکت بیمه پارسیان

متغیرها	رتبه میانگین	رتبه بندی متغیرها
سیستم	۳,۶۰	۱
استراتژی	۳,۴۲	۲
فرایند	۳,۲۷	۳
تکنولوژی	۲,۸۳	۴
سازمان	۱,۸۹	۵

طبق جدول فوق، در میان ویژگی های مورد مطالعه در این پژوهش، مولفه سیستم نوآوری با امتیاز ۳,۶۰ در اولویت اول و مولفه سازمان با امتیاز ۱,۸۹، در آخرین اولویت جای گرفته است.

۷- بحث و تحلیل

در کل می توان نتیجه گرفت که همگرایی مناسبی بین مولفه های مدیریت نوآوری در شرکت بیمه پارسیان وجود دارد، با این وجود شکاف موجود در مولفه "سازمان" و مولفه "تکنولوژی" نسبت به وضعیت مطلوب شرکت، به ترتیب بیشتر از سایر مولفه هاست. از آنجایی که بر حسب امتیاز، میانگین یکی از شاخص ها حدود ۹۱٪ بوده (وضعیت مطلوب)، لذا می توان بدین گونه تفسیر نمود که با تمرکز بر روی شاخص های تشکیل دهنده مولفه "سازمان" و مولفه "تکنولوژی" و ارائه راهکارهای بهبود از قبیل: بررسی ابعاد وضعیت تکنولوژی در شرکت و استقرار نظام مربوطه در حوزه های مورد نیاز، استفاده از تکنولوژی های نوین در تولید محصول و نوآوری های جدید، و همچنین تحلیل نقاط ضعف و قوت سازمان در حوزه ساختار جهت شناسایی و تقویت آنها، استقرار نظام مهندسی مجدد در سازمان برای مولفه سازمان، می توان همگرایی بین مولفه ها را بیش از پیش افزایش داد.

همچنین از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای فرضیات تحقیق و نیز شناخت ارتباطات بین مولفه های مدیریت نوآوری، در شرکت بیمه پارسیان استفاده شده است. که نتایج آن به ترتیب ذیل بیان می شود.

لذا از ارتباط بین مولفه های ۵ گانه مدیریت نوآوری شرکت، می توان به عنوان یک روش جایگزین، مولفه های مرتبط با هم را تقویت نمود و به دلیل ارتباطی که بین این دو مشخصه وجود دارد، مشخصه مورد نظر نیز تقویت خواهد شد. جدول ۸، همبستگی بین مولفه های مدیریت نوآوری در شرکت بیمه پارسیان را نشان می دهد.

جدول ۸ همبستگی های موجود بین ابعاد توانمندی فناورانه

تکنولوژی	سیستم	فرایند	سازمان	استراتژی	مولفه ها	
					همبستگی	استراتژی
۰,۵۱۱	۰,۶۰۵	۰,۶۴۴	۰,۵۳۴	۱	همبستگی	استراتژی
					سطح معنی داری	
					حجم نمونه	
۰,۳۷۲	۰,۴۲۴	۰,۵۴۸	۱	۰,۵۳۴	همبستگی	سازمان
					سطح معنی داری	
					حجم نمونه	
۰,۶۱۷	۰,۶۹۷	۱	۰,۵۴۸	۰,۶۴۴	همبستگی	فرایند
					سطح معنی داری	
					حجم نمونه	
۰,۶۷۵	۱	۰,۶۹۷	۰,۴۲۴	۰,۶۰۵	همبستگی	سیستم
					سطح معنی داری	
					حجم نمونه	
۱	۰,۶۷۵	۰,۶۱۷	۰,۳۷۲	۰,۵۱۱	همبستگی	تکنولوژی
					سطح معنی داری	
					حجم نمونه	

مقادیر بالا برای ضریب همبستگی، حاکی از رابطه قوی و مستقیم ابعاد سه گانه توانمندی فناورانه است. بدین معنی که می توان گفت به طور متوسط با تقویت یا تضعیف هر یک از این مولفه ها، مولفه های دیگر به صورت متناسب و مستقیم تقویت یا تضعیف می شوند و این میزان وابستگی، می تواند در امر مدیریت شرکت، راهگشا باشد. بدین صورت که اگر اجرای صحیح یک مولفه با دشواری همراه باشد، می توان با تقویت مولفه یا مولفه های دیگر، موجبات اجرای صحیح مولفه مزبور را فراهم نمود.

منابع و مآخذ:

۱. اسدیپور، کارگر، بررسی تاثیر نوآوری سازمانی و نوآوری مدیریتی در موفقیت شرکت های دانش بنیان، مطالعه موردی: شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری گیلان، فصلنامه رشد فناوری، ۱۳۹۴.
۲. آراستی، محمدرضا و همکاران، شناسایی عوامل موثر بر ظرفیت نوآوری بنگاه های اقتصادی، مطالعه موردی: شرکت های اتوماسیون صنعتی ایران، ۲۰۰۸.
۳. بوشهری، علیرضا، و همکاران، ارزیابی نوآوری، انتشارات موسسه آموزشی و تحقیقات دفاعی، ۱۳۸۲.
۴. عادل آذر، منصور و همکاران، اولویت بندی ابزارهای مدیریت نوآوری بر پایه شاخصه های اقتصاد دانش محور: مدل "ای اچ پی"، فصلنامه علمی ترویجی توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۳۹۴.
5. Birkinshaw, J. Hamel, g. J. Mol, M. MANAGEMENT INNOVATION. Academy of Management Review 2008; Vol. 33, No. 4, 825–845.
6. Cebon, Peter; Peter Newton; Philip Noble for indicator development; ; Innovation In Frims Towards a Model melborn business school working paper 99-9, 1999.
7. Edquist C, editor. Systems of innovation. Technologies, institutions and organizations. London and Washington: Pinter
8. Jimens, J. D., , Sanz Valle, R., , Hernandez Espillardo, M.,, " Fostering Innovation the Role of Market Orientation and Organizational Learning" European Journal of Innovation Management, Vol 11, No 3 (2008) pp: 389-412.
9. Kim, L. and Nelson, R, Technology Learning & Innovation, Cambridge .University Press, Cambridge, 2008
10. Kleef; N.J. Roome;(2007); Developing capabilities and competence for sustainable business management as innovation: a research agenda
11. Mainzer, K. Interdisiplinarity and innovation dynamics. On convergence of research, technology, economy, and society, Poiesis Prax (2011) 7:275-289.
12. Organization for Economic Co-Operation and Development's (OECD); (2005). The Measurement of Scientific and Technological Activities, Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. 3rd ed, p.46.
13. Rigby, Darrell, K.; management tools- An executive's guide, Bain & Company, 2013.
14. Tidd, J. Bessant, T. 2009, Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change,