

صَلَاةُ الْإِسْلَامِ



دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بیمه

رابطه رهبری تحول آفرین و خلاقیت و نوآوری سازمانی در شرکت‌های خصوصی بیمه در ایران

استاد راهنما
دکتر نادر مظلومی

استاد مشاور
دکتر وحید ناصحی فر

استاد داور
دکتر سید علی اکبر افجه

نگارش
گلشن احسان فر

زمستان ۱۳۹۰

تقدیم به:

دو وجود مقدس،

پدر و مادر فد اکارم

آنان که ناتوان شده اند تا من به توانایی برسم
مویشان سفید شد تا من در اجتماع رو سفید شوم
و عاشقانه می سوزند تا رو شکر را هم باشند و گرمی بخش وجودم

و برادر عزیزم که همواره همگام و همراهم بوده است.

مشکر و قدردانی

خدای بزرگ و عزیزم را سپاس می‌دارم که همواره راهنا، حامی و پناهم بوده و تمام اعالم را الهاماتش رهبری نموده است. اکنون که در این جایگاه، موفق به انجام این تحقیق شده‌ام در پیشگاه سر تعظیم فرود می‌آورم و بر خود واجب می‌دانم که از کلیه عزیزانی که مراد انجام این امر یاری نموده‌اند، مشکر نمایم.

از استاد گرامی جناب آقای دکتر مظلومی که همواره در طول مدت تحصیل و در تمام مراحل تهیه و تنظیم پایان نامه به عنوان استاد راهنما با نظرات راهگشای خود، اینجانب را مورد لطف و عنایت خویش قرار دادند، مشکر و قدردانی می‌نمایم.

از استاد گرامی جناب آقای دکتر ناصحی فربه خاطر مشاوری‌های ارزشمندشان و جناب آقای دکتر انجلی که زحمات داوران پایان نامه را به عهده داشته‌اند، صمیمانه مشکر و قدردانی می‌کنم. سپاس و درود بی‌پایان خود را به پیشگاهشان عرضه می‌دارم.

در پایان از کلیه دوستان ارجمندی که با کمک‌های فکری خود اینجانب را در پیشبرد تحقیق یاری رسانده‌اند، مشکر می‌نمایم.

این پایان نامه با همکاری و حمایت پژوهشگره بیمه انجام پذیرفته است.

چکیده

تمام سازمان‌های دولتی و خصوصی، برای توسعه، رشد و پایداری در عرصه رقابتی امروز به خلاقیت و نوآوری سازمانی نیاز دارند تا در قالب آن بتوانند پاسخگوی نیازها و خواسته‌های مشتریان خود باشند. به علت وجود تحولات اخیر صنعت بیمه در زمینه خصوصی‌سازی و آزادسازی این صنعت، نوآوری و خلاقیت در محصولات و خدمات عرضه شده توسط شرکت‌های بیمه و فرایندهای آن بیش از پیش اهمیت می‌یابد. هم‌چنین ضرورت‌های خاص مربوط به وضعیت صنعت بیمه در ایران مانند وجود بازار بالقوه بسیار بالا برای انواع رشته‌های بیمه‌ای در بخش‌های مختلف اجتماع، ضعف ساختاری و مدیریتی شرکت‌های بیمه به لحاظ بکارنگرفتن نیروی کار متخصص و دانش مدار، عدم تناسب رشد خدمات شرکت‌های بیمه با رشد تکنولوژیک سایر سازمان‌ها و بخش‌های اجتماع و غیره، همگی حکایت از لزوم تصمیم‌گیری جدی برای بکارگیری روش‌های نوین و رشد خلاقیت کارکنان صنعت بیمه دارد. از سوی دیگر رهبری نیز در شرکت‌های بیمه‌اهمیت بیش‌تری یافته است. لذا شرکت‌های بیمه که خواهان ایجاد و یا حفظ مزیت رقابتی هستند نیاز به رهبرانی دارند که کارکنان سازمان را در انجام تغییرات و ایجاد ساختار و فرهنگی که تأکید اصلی آن بر نوآوری است، هدایت کنند. از این‌رو هدف پژوهش حاضر، رابطه رهبری تحول آفرین با خلاقیت و نوآوری سازمانی در شرکت‌های خصوصی بیمه بررسی شده است تا بدین وسیله امکان بهبود نوآوری و خلاقیت در شرکت‌های بیمه فراهم آید.

برای درک چنین رابطه‌ای مدل ارائه شده توسط گوموسلواغلو و ایلسو (۲۰۰۹) به عنوان مدل مفهومی تحقیق انتخاب شد. دو نمونه آماری مشتمل بر ۱۳۸ نفر از مدیران ارشد و ۳۰۰ نفر از کارمندان شرکت‌های خصوصی بیمه به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده انتخاب شدند. با استفاده از دو پرسشنامه طراحی شده، به جمع‌آوری داده‌ها اقدام بعمل آمد. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روش روایی محتوایی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت، پایایی آن‌ها نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شد که مقدار بدست آمده، قابل اتکا بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش‌های آماری توصیفی جهت تلخیص و طبقه‌بندی اطلاعات جمع‌آوری شده و از روش تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و مدل معادلات ساختاری (SEM) بر پایه نرم‌افزار لیزرل برای ارزیابی مدل ساختاری استفاده شد.

یافته‌ها حاکی از آن است که رهبری تحول آفرین با نوآوری سازمانی رابطه دارد و متغیر خلاقیت سازمانی در این میان نقش میانجی را ایفا می‌کند. مدل ارزیابی شده تحقیق نیز از شاخص‌های برازندگی خوبی برخوردار است. با توجه به نتایج این تحقیق، وجود رهبران تحول آفرین در شرکت‌های بیمه با ویژگی‌هایی چون نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، ترغیب ذهنی و توجه و ملاحظات فردی می‌تواند فضای مناسبی برای خلاقیت فراهم نموده و به نوبه خود در ارتقاء نوآوری سازمانی صنعت نقش داشته باشد.

واژگان کلیدی:

رهبری تحول آفرین، خلاقیت سازمانی، نوآوری سازمانی، صنعت بیمه، مدل معادلات ساختاری

فصل اول: کلیات تحقیق

۲ مقدمه
۳ بخش اول: کلیات تحقیق
۳ ۱-۱- بیان مسئله
۵ ۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق
۶ ۱-۳- اهداف تحقیق
۷ ۱-۴- پرسش‌های تحقیق
۷ ۱-۵- چارچوب نظری تحقیق
۸ ۱-۶- فرضیه‌های تحقیق
۹ ۱-۷- متغیرهای تحقیق
۹ ۱-۸- قلمرو تحقیق
۹ ۱-۹- روش‌شناسی تحقیق
۹ ۱-۹-۱- روش تحقیق
۹ ۱-۹-۲- جامعه آماری
۱۱ ۱-۹-۳- روش نمونه‌گیری و تخمین حجم نمونه
۱۲ ۱-۹-۴- روش‌های گردآوری داده‌ها
۱۲ ۱-۱۰- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۲ ۱-۱۱- موانع تحقیق
۱۲ ۱-۱۲- تعریف واژگان تخصصی تحقیق
۱۵ بخش دوم: صنعت بیمه

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۱۹ مقدمه
۲۰ بخش اول: مبانی نظری
۲۰ ۲-۱- رهبری تحول آفرین
۲۰ ۲-۱-۱- گذری بر رهبری
۲۴ ۲-۱-۲- پیشینه رهبری تحول آفرین
۲۵ ۲-۱-۳- تعاریف و نظریه‌ها
۲۶ ۲-۱-۴- عناصر رهبری تحول آفرین
۲۸ ۲-۱-۵- رهبری تبادلی و عوامل آن
۲۹ ۲-۱-۶- رهبری عدم مداخله
۳۰ ۲-۱-۷- تفاوت رهبری تحول آفرین و رهبری تبادلی
۳۰ ۲-۱-۸- نقاط قوت و ضعف نظریه رهبری تحول آفرین
۳۲ ۲-۲- خلاقیت و نوآوری
۳۲ ۲-۲-۱- تعاریف خلاقیت و نوآوری
۳۲ ۲-۲-۱-۱- تعریف خلاقیت
۳۳ ۲-۲-۱-۲- تعریف نوآوری
۳۳ ۲-۲-۲- نظریه‌های خلاقیت
۳۴ ۲-۲-۳- تاریخچه نوآوری
۳۵ ۲-۲-۴- تفاوت خلاقیت و نوآوری
۳۶ ۲-۲-۵- زمینه‌های شخصیتی برای خلاقیت
۳۶ ۲-۲-۶- ویژگی‌های سازمان‌های خلاق
۳۹ ۲-۲-۷- انواع نوآوری
۴۰ ۲-۲-۸- سطوح کلی نوآوری
۴۱ ۲-۲-۹- استراتژی‌های نوآوری
۴۲ ۲-۲-۱۰- مزایای خلاقیت و نوآوری
۴۴ ۲-۲-۱۱- شرایط ایجاد خلاقیت و نوآوری
۴۵ ۲-۲-۱۲- موانع خلاقیت و نوآوری
۴۵ ۲-۲-۱۲-۱- موانع خلاقیت
۴۸ ۲-۲-۱۲-۲- موانع نوآوری

۴۹ ۲-۲-۱۳- خلاقیت و نوآوری سازمانی
۴۹ ۲-۲-۱۳-۱- خلاقیت سازمانی
۵۰ ۲-۲-۱۳-۲- نوآوری سازمانی
۵۱ ۲-۲-۱۴- نوآوری در فعالیتهای خدماتی
۵۲ ۲-۲-۱۴-۱- ویژگی خدمات و تأثیر آنها بر فرایند نوآوری
۵۴ ۲-۲-۱۴-۲- فرایند گام به گام نوآوری در خدمات
۵۶ ۲-۲-۱۴-۳- عوامل کلیدی موفقیت در نوآوری
۵۷ ۲-۲-۱۵- رابطه رهبری تحول آفرین و خلاقیت و نوآوری
۶۰ بخش دوم: پیشینه تحقیق
۶۰ پیشینه تحقیق در ایران
۶۱ پیشینه تحقیق در جهان
۶۲ نتیجه گیری
	فصل سوم: روش تحقیق
۶۵ مقدمه
۶۶ ۳-۱- روش تحقیق
۶۶ ۳-۱-۱- دسته‌بندی تحقیقات بر اساس هدف
۶۶ ۳-۱-۲- دسته‌بندی تحقیقات بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها
۶۷ ۳-۲- جامعه آماری
۶۷ ۳-۳- روش نمونه‌گیری و تخمین حجم نمونه
۶۷ ۳-۳-۱- روش نمونه‌گیری
۶۸ ۳-۳-۲- تخمین حجم نمونه
۷۰ ۳-۴- روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها
۷۱ ۳-۴-۱- منابع اولیه (پرسشنامه)
۷۲ ۳-۴-۲- منابع ثانویه
۷۲ ۳-۵- روایی و پایایی پرسشنامه
۷۲ ۳-۵-۱- روایی (اعتبار) پرسشنامه
۷۳ ۳-۵-۲- پایایی (اعتماد) پرسشنامه

۷۴ ۳-۵-۳- پرسشنامه چند عاملی رهبری (MLQ)
۷۵ ۳-۶- روش تحلیل داده‌ها
۷۵ ۳-۶-۱- آمار توصیفی
۷۵ ۳-۶-۲- آمار استنباطی
۷۵ ۳-۶-۲-۱- تحلیل عاملی
۷۶ ۳-۶-۲-۲- مدل‌یابی معادلات ساختاری
۷۷ ۳-۶-۲-۳- برازش مدل

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

۸۰ مقدمه
۸۰ ۴-۱- آمار توصیفی
۸۰ ۴-۱-۱- متغیرهای جمعیت‌شناختی پرسشنامه مدیران
۸۴ ۴-۱-۲- متغیرهای جمعیت‌شناختی پرسشنامه کارکنان
۸۸ ۴-۲- آمار استنباطی
۸۸ ۴-۲-۱- بررسی مدل‌های اندازه‌گیری ابعاد پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تأییدی
۸۹ ۴-۲-۱-۱- ابعاد و شاخص‌های رهبری تحول آفرین
۹۶ ۴-۲-۱-۲- ابعاد و شاخص‌های خلاقیت سازمانی
۱۰۲ ۴-۲-۱-۳- ابعاد و شاخص‌های نوآوری سازمانی
۱۰۸ ۴-۲-۲- بررسی برازش مدل
۱۱۱ ۴-۲-۳- آزمون فرضیات تحقیق

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۱۱۵ مقدمه
۱۱۵ ۵-۱- مروری بر تحقیق و ضرورت انجام آن
۱۱۸ ۵-۲- بررسی نتایج مبتنی بر یافته‌های تحقیق
۱۱۸ ۵-۲-۱- بررسی نتایج حاصل از آزمون‌های آماری
۱۱۹ ۵-۲-۲- تأیید مدل تحقیق
۱۲۱ ۵-۳- اهمیت و کاربرد تحقیق
۱۲۲ ۵-۳-۱- اهمیت تحقیق از جنبه نظری و علمی

۱۲۲ اهمیت تحقیق از جنبه کاربردی و اجرایی
۱۲۳ ۵-۴- پیشنهادات
۱۲۳ ۵-۴-۱- پیشنهادات مبتنی بر یافته‌های تحقیق
۱۲۸ ۵-۴-۲- پیشنهادات مبتنی بر نظر محقق
۱۲۹ ۵-۵- محدودیت‌های تحقیق
۱۲۹ ۵-۶- ارائه پیشنهادات برای تحقیقات آتی
۱۳۱ فهرست منابع
۱۳۱ منابع فارسی
۱۳۳ منابع انگلیسی
I پیوست
II پیوست الف) پرسشنامه‌های تحقیق
II پرسشنامه رهبری تحول آفرین
VII پرسشنامه خلاقیت و نوآوری سازمانی
XII پیوست ب) نتایج آزمون‌های آماری

فهرست شکل‌ها و نمودارها

۴۳ شکل ۲-۱ عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی
۴۴ شکل ۲-۲ تأثیرات مثبت نوآوری
۵۲ شکل ۲-۳ چرخه فرایند توسعه خدمات جدید
۵۴ شکل ۲-۴ فرایند عمومی و گام به گام نوآوری در خدمات
۵۵ شکل ۲-۵ انرژی خود را به کدام سمت هدایت کنیم؟
۵۷ شکل ۲-۶ عوامل کلیدی موفقیت در نوآوری
۸۱ شکل ۴-۱ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب جنسیت
۸۲ شکل ۴-۲ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب سن
۸۳ شکل ۴-۳ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب میزان تحصیلات
۸۴ شکل ۴-۴ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب سابقه کار سازمانی
۸۵ شکل ۴-۵ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب جنسیت
۸۶ شکل ۴-۶ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب سن
۸۷ شکل ۴-۷ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب میزان تحصیلات
۸۸ شکل ۴-۸ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب سابقه کار کارکنان
۸۹ شکل ۴-۹ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل اندازه‌گیری متغیر رفتار آرمانی
۹۰ شکل ۴-۱۰ تخمین مقادیر T-Value مدل اندازه‌گیری متغیر رفتار آرمانی
۹۱ شکل ۴-۱۱ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل اندازه‌گیری متغیر ویژگی آرمانی
۹۱ شکل ۴-۱۲ تخمین مقادیر T-Value مدل اندازه‌گیری متغیر ویژگی آرمانی
۹۲ شکل ۴-۱۳ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل اندازه‌گیری متغیر ترغیب ذهنی
۹۲ شکل ۴-۱۴ تخمین مقادیر T-Value مدل اندازه‌گیری متغیر ترغیب ذهنی
۹۳ شکل ۴-۱۵ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل اندازه‌گیری متغیر انگیزش الهام‌بخش
۹۴ شکل ۴-۱۶ تخمین مقادیر T-Value مدل اندازه‌گیری متغیر انگیزش الهام‌بخش
۹۴ شکل ۴-۱۷ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل اندازه‌گیری متغیر توجه و ملاحظات فردی
۹۵ شکل ۴-۱۸ تخمین مقادیر T-Value مدل اندازه‌گیری متغیر توجه و ملاحظات فردی
۹۶ شکل ۴-۱۹ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل اندازه‌گیری متغیر رهبری تحول‌آفرین
۹۶ شکل ۴-۲۰ تخمین مقادیر T-Value مدل اندازه‌گیری متغیر رهبری تحول‌آفرین
۹۷ شکل ۴-۲۱ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل اندازه‌گیری متغیر فرهنگ سازمانی
۹۸ شکل ۴-۲۲: تخمین مقادیر T-Value مدل اندازه‌گیری متغیر فرهنگ سازمانی

۹۹ شکل ۴-۲۳ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل ساختار و سیستم‌های سازمان
۹۹ شکل ۴-۲۴ تخمین مقادیر T-Value مدل ساختار و سیستم‌های سازمان
۱۰۰ شکل ۴-۲۵ تخمین مقادیر استاندارد شده متغیر جو سازمانی
۱۰۱ شکل ۴-۲۶ تخمین مقادیر T-Value مدل جو سازمانی
۱۰۲ شکل ۴-۲۷ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل خلاقیت سازمانی
۱۰۲ شکل ۴-۲۸ تخمین مقادیر T-Value مدل خلاقیت سازمانی
۱۰۳ شکل ۴-۲۹ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل نوآوری محصول و خدمت
۱۰۴ شکل ۴-۳۰ تخمین مقادیر T-Value مدل نوآوری محصول و خدمت
۱۰۵ شکل ۴-۳۱ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل نوآوری فرآیند
۱۰۵ شکل ۴-۳۲ تخمین مقادیر T-Value مدل نوآوری فرآیند
۱۰۶ شکل ۴-۳۳ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل نوآوری کلی سازمان
۱۰۶ شکل ۴-۳۴ تخمین مقادیر T-Value مدل نوآوری کلی سازمان
۱۰۷ شکل ۴-۳۵ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل نوآوری سازمان
۱۰۸ شکل ۴-۳۶ تخمین مقادیر T-Value مدل نوآوری سازمان
۱۰۹ شکل ۴-۳۷ تخمین مقادیر استاندارد شده مدل مفهومی تحقیق
۱۲۰ شکل ۵-۱ مدل نظری تحقیق
۱۲۱ شکل ۵-۲ مدل حاصل از نتایج تحقیق

فهرست جدول‌ها

۱۰	جدول ۱-۱ عملکرد صنعت بیمه به تفکیک شرکت‌های بیمه در سال ۱۳۸۸
۱۱	جدول ۱-۲ جایگاه جهانی صنعت بیمه کشور طی سال‌های ۸۳-۸۷
۲۳	جدول ۲-۱ سابقه توسعه تفکر درباره رهبری
۵۳	جدول ۲-۲ ویژگی‌های خدمات و تأثیر آن‌ها بر فرایند نوآوری
۶۹	جدول ۳-۱ تعداد جامعه و نمونه مدیران به تفکیک شرکت‌های بیمه
۷۰	جدول ۳-۲ تعداد جامعه و نمونه کارمندان به تفکیک شرکت‌های بیمه
۷۱	جدول ۳-۳ جدول چگونگی تخصیص سؤالات پرسشنامه کارکنان به متغیرهای تحقیق
۷۲	جدول ۳-۴ جدول چگونگی تخصیص سؤالات پرسشنامه مدیران به متغیرهای تحقیق
۷۳	جدول ۳-۵ آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه مدیران
۷۳	جدول ۳-۶ آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه کارمندان
۸۱	جدول ۴-۱ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب جنسیت
۸۱	جدول ۴-۲ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب سن
۸۲	جدول ۴-۳ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب میزان تحصیلات
۸۳	جدول ۴-۴ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه مدیران بر حسب سابقه کار سازمانی
۸۴	جدول ۴-۵ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب جنسیت
۸۵	جدول ۴-۶ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب سن
۸۶	جدول ۴-۷ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب میزان تحصیلات
۸۷	جدول ۴-۸ توزیع فراوانی آزمودنی‌های پرسشنامه کارکنان بر حسب سابقه کار سازمانی
۸۹	جدول ۴-۹: شاخص‌های متغیر رفتار آرمانی
۹۰	جدول ۴-۱۰ شاخص‌های متغیر ویژگی آرمانی
۹۲	جدول ۴-۱۱ شاخص‌های متغیر ترغیب ذهنی
۹۳	جدول ۴-۱۲ شاخص‌های متغیر انگیزش الهام‌بخش
۹۴	جدول ۴-۱۳ شاخص‌های متغیر توجه و ملاحظات فردی
۹۵	جدول ۴-۱۴ شاخص‌های متغیر رهبری تحول آفرین
۹۷	جدول ۴-۱۵ شاخص‌های متغیر فرهنگ سازمانی
۹۸	جدول ۴-۱۶ شاخص‌های متغیر ساختار و سیستم‌های سازمان
۱۰۰	جدول ۴-۱۷ شاخص‌های متغیر جو سازمانی
۱۰۱	جدول ۴-۱۸ شاخص‌های متغیر خلاقیت سازمانی
۱۰۳	جدول ۴-۱۹ شاخص‌های متغیر نوآوری محصول و خدمت

۱۰۴	جدول ۴-۲۰ شاخص‌های متغیر نوآوری فرآیند
۱۰۶	جدول ۴-۲۱ شاخص‌های متغیر نوآوری کلی سازمان
۱۰۷	جدول ۴-۲۲ شاخص‌های متغیر نوآوری سازمانی
۱۱۰	جدول ۴-۲۳ شاخص‌های نیکویی برازش مدل اصلی
۱۱۲	جدول ۴-۲۴ بررسی فرضیه فرعی اول تحقیق
۱۱۲	جدول ۴-۲۵ بررسی فرضیه فرعی دوم تحقیق
۱۱۲	جدول ۴-۲۶ بررسی فرضیه فرعی سوم تحقیق
۱۱۳	جدول ۴-۲۷ خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

مسائل امروز سازمان‌ها با راه‌حل‌های دیروز حل شدنی نیست و پیش‌بینی آینده مشکلات آتی را حل نمی‌کند. امروزه شرایط محیطی و قواعد بازی به حدی بی‌رحم، پیچیده، پویا و نامطلق شده است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با تغییرات سطحی و ظاهری در ساختارها، روش‌ها، سیستم‌ها و غیره حیات بلند مدت خود را تنظیم کنند. لذا سازمان‌ها نمی‌توانند با دل بستن به توان بالای تولیدی و اجرای چند طرح خلاقانه بر رقبای کوچک، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا و کم‌هزینه فایق آیند. آن‌ها باید شرایطی را فراهم کنند تا استعداد خلاقیت کارکنان بارور شده و هم آنان روحیه نوآوری پیدا کرده و بتوانند به راحتی، مستمر و بطور فردی یا گروهی فعالیت‌های نوآورانه خود را به اجرا درآورند. خلاقیت و نوآوری لازمه و پیش‌درآمد توسعه و پیشرفت و تعالی یک سازمان و جامعه است و آگاهی از فنون و تکنیک‌های آن ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای مدیران، کارکنان و پژوهشگران علاقه‌مند است. افزایش نوآوری در سازمان‌ها می‌تواند به ارتقای کمیت و کیفیت خدمات، کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از اتلاف منابع، کاهش بوروکراسی و به تبع آن افزایش کارایی و بهره‌وری و ایجاد انگیزش و رضایت شغلی در کارکنان منجر گردد. نقش مؤثر مدیران و رهبران در تغییر و تحولات بنیادی در سازمان اجتناب‌ناپذیر است. مدیریت و رهبری یکسان نیستند. مدیریت برای نفوذ بر دیگران متکی بر قدرت مقام رسمی است، در حالی که رهبری از یک فرایند نفوذ اجتماعی ناشی می‌شود. رهبران فرهنگ‌سازی می‌کنند و نقش اساسی آنان اثرگذاری بر دیگران است به نحوی که هدف‌های از پیش تعیین شده را مشتاقانه دنبال کنند، در حالی که مدیران ملزم به انجام وظایف برنامه‌ریزی، سازماندهی ... و کنترل هستند. مطالعات مربوط به تحولات سازمانی موفق و ناموفق، بر نقش قاطع رهبری در اینگونه موقعیت‌ها تأکید دارد، رهبری‌ای که به رهبری مبتنی بر بینش و تحول آفرینی معروف شده است.

در این راستا به منظور پیشبرد هرچه بهتر اهداف، انطباق بین ویژگی‌های رهبری تحول آفرین با میزان خلاقیت و نوآوری ضروری به نظر می‌رسد. در این فصل از تحقیق، با توجه به موضوع، مسئله اصلی تحقیق، ضرورت انجام آن، فرضیه‌ها، اهداف، مدل نظری تحقیق و در نهایت اصطلاحات و واژه‌های تخصصی شرح داده شده است.

بخش اول: کلیات تحقیق

۱-۱- بیان مسئله

مهم‌ترین ویژگی عصر کنونی عدم اطمینان، پیچیدگی، جهانی‌سازی و تغییرات فزاینده تکنولوژیکی است. موفقیت در چنین شرایطی، مستلزم تغییر در فعالیت‌ها و وظایف سازمانی و چگونگی اداره و به ویژه رهبری سازمان‌ها است. مدیران برای موفقیت و ایفای نقش مؤثر در سازمان علاوه بر دارا بودن نگرش اقتضایی نسبت به متغیرهای محیطی، باید سازمان و مدیریت را به عنوان یک سیستم مدنظر قرار دهند و با این نگرش به بررسی رفتار کارکنان بپردازند و شیوه و سبک رهبری خود را بر اساس واقعیت و شرایط، ماهیت کار و وظایف و خصوصیات کارکنان انتخاب کنند. بنابراین سازمان‌های موفق به رهبرانی نیازمند هستند که با ژرف‌نگری، جهت مناسب و مسیر آینده سازمان را مشخص سازند، افراد را به آن مسیر هدایت کنند و انگیزه ایجاد تحول را در کارکنان به وجود آورند. رهبران تحول آفرین با خلق ایده‌ها و چشم‌اندازهای جدید مسیر تازه‌ای از رشد و شکوفایی را فرا روی سازمان‌ها قرار می‌دهند و نوید بهبود عملکرد سازمان‌ها و کسب مزیت رقابتی خواهند بود (یزدان‌شناس و جمشیدیان، ۱۳۸۷). نتایج تحقیقات مختلف حاکی از آن است که رهبران تحول آفرین در پیروان خود انگیزه فوق‌العاده‌ای را ایجاد کرده و موجب بهبود عملکرد آنان می‌گردند. هم‌چنین این رهبران موجب افزایش اعتماد، تعهد، خلاقیت و کارایی تیمی پیروان خواهند شد (Arnold, Barling & Kelloway, 2001).

از طرف دیگر به دلیل شرایط و وضعیت‌های پیچیده جدیدی که سازمان‌ها را با تنگنای رقابتی و تکنولوژیکی مواجه ساخته و تداوم روش‌های سنتی را با مشکل جدی روبرو ساخته است، بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها و بسیاری از بخش‌های اقتصادی و اجتماعی به لزوم نوآوری^۱ (از نوع فردی یا سازمانی) پی برده‌اند. نوآوری و خلاقیت^۲ یک عامل مهم در موفقیت و کسب مزیت رقابتی سازمان‌ها است (Gumusluoglu & Ilsev, 2009). در بیشتر موارد در دنیای امروز نوآوری و خلاقیت منبع فرصت‌های عظیمی شناخته شده است که باعث ایجاد جهش‌های خاصی در بازار جهان شده است. خلاقیت باعث می‌شود تا در سیستم‌هایی که دچار عدم پویایی شده‌اند نیروی تازه‌ای دمیده شود و از تهدیدهای ثابت ماندن در بازار برای آن‌ها بکاهد (Timmons & Spinelli, 2007).

صنعت بیمه در ایران در حال حاضر نسبت به بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و حتی در حال توسعه و هم‌تراز، عقب‌تر است، با وجود سابقه حضور بیش از ۷۰ ساله بیمه در کشور نگاهی به وضعیت این صنعت نشان‌دهنده وجود مشکلات اساسی است. بر اساس آمار مندرج در سالنامه آماری صنعت بیمه در سال ۱۳۸۸، ضریب نفوذ بیمه در ایران هم‌چنان رقم ۱/۴ درصد را نشان می‌دهد. مقایسه این رقم با متوسط ضریب نفوذ بیمه در سطح دنیا (۷/۴۹) گواه وجود فاصله قابل توجه از نظر میزان توسعه‌یافتگی بیمه در کشور ما در مقایسه با سایر

^۱. Innovation

^۲. Creativity

کشورهای پیشرو است. وجود مسائلی از این دست باعث شد تا طرح تحول صنعت بیمه کشور تدوین و اجرایی شده و در قالب این برنامه مهم‌ترین چالش‌های صنعت بیمه کشور مورد بررسی قرار گیرد؛ از مهم‌ترین این چالش‌ها نبود فرایند سیستماتیک و کارآمد برای تولید و عرضه محصولات جدید بیمه‌ای عنوان شده است (بستگانی، ۱۳۸۸). البته حرکتی که در راستای خصوصی‌سازی و آزادسازی تعرفه‌ها ایجاد شد، باعث رقابت بیش‌تر شرکت‌های بیمه‌گر در این زمینه شده است و ضرورت دارد که با بکارگیری مفاهیم، تکنیک‌ها و روش‌های نوینی همچون کارآفرینی و نوآوری ظرفیت‌های بالقوه آن شناسایی و فعال شود.

از آنجا که شرکت‌های بیمه مؤسساتی هستند که به کار کارشناسی و شناخت و تحلیل ضوابط فنی بیمه‌ای متکی می‌باشند. به همین دلیل نقش افراد تحصیل کرده و دانش‌مدار می‌تواند حائز اهمیت بسیار باشد. بنابراین افراد در شرکت‌های بیمه می‌توانند در نقش کارآفرین و خلاق درون سازمانی ظاهر شوند و باعث ابداع روش‌ها و طرح‌های نو، هم در زمینه ارائه پوشش‌های بیمه‌ای و صدور بیمه‌نامه و هم بررسی خسارت و جبران زیان‌های وارد به بیمه‌گذاران شوند (کاظمی طامه، ۱۳۸۶). صنعت بیمه ایران به عنوان یکی از ارکان نظام مالی در ایران، مدیران گوناگونی دولتی را در ۲۵ سال اخیر تجربه کرده است که همواره به دنبال تحول و افزایش ضریب نفوذ بیمه در کشور بوده‌اند. با ورود شرکت‌های خصوصی و رقابت در این عرصه و پررنگ شدن نقش نیروی انسانی در این زمینه، رهبری نیز در سازمان‌های بیمه‌ای اهمیت بیش‌تری پیدا کرده است. بر این اساس پیدا کردن عوامل دخیل در رهبری نیز جهت‌گزینش رهبران تازه و ارزیابی رهبران فعلی، می‌تواند در تحول آفرینی مؤثر باشد.

بنابراین پی بردن به این مسئله که بین رهبری تحول آفرین^۱ و خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه وجود دارد یا خیر؟ می‌تواند موضوعی درخور توجه باشد، لذا شناسایی شاخص‌ها و ابعاد رهبری تحول آفرین و بررسی رابطه آن با خلاقیت و نوآوری به مدیران و رهبران سازمان کمک می‌کند تا به ارزیابی سازمان خود بپردازند و شکاف‌های موجود را بشناسند و برای رفع آن تلاش کنند.

از آن‌جا که موفقیت هر سازمانی منوط به هدایت و رهبری همگام با پویایی و انعطاف‌پذیری سازمانی است و از سویی دیگر با توجه به شرایط و وضعیت‌های پیچیده جدید و تنگنای رقابتی و تکنولوژیکی، لزوم تغییرات ریشه‌ای و خلاقیت‌های کاری احساس می‌شود. لذا این تحقیق تلاش می‌کند پاسخگوی این سؤال باشد که رهبری تحول آفرین دارای چه ویژگی‌هایی است و چگونه می‌تواند جهت رسیدن شرکت‌های بیمه به اهداف خود و کسب مزیت رقابتی، موجب رشد خلاقیت و نوآوری کارکنان و ایجاد یک محیط کاری حامی نوآوری شود.

^۱. Transformational leadership

۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های سازمان‌ها و پژوهشگران در چهار دهه پیشین، رهبری بوده است. یکی از جدیدترین رویکردهای شخصی که برای مطالعه رهبری پدید آمده، براساس مدل رهبری تحول آفرین و تبادل‌گرا^۱ است (که بس^۲ آن را خلق کرده و همراه با آولیو^۳ عملیاتی کرده است) (Dulewicz & Higgs, 2005). نیروی رقابتی جهانی، سازمان‌های امروزی را مجبور کرده که بعد از ده‌ها سال ادامه روش‌ها و رویه‌های کاری ثابت خود، روش‌های کاری جدیدی را در پیش گیرند، در نتیجه در شرایط حاضر سازمان‌ها دیگر دارای ثبات کاری نبوده و از نوعی ثبات نسبی برخوردارند. برای عقب نماندن از قافله رقابت، این سازمان‌ها از مهارت‌هایی که مستند بر مدیریت تغییر است، بهره می‌گیرند و با شجاعت و جسارت خاصی سعی در ایجاد تغییرات بنیادین در درون سازمان خود دارند (Geijsel et al, 2003). این سازمان‌ها باید به گونه‌ای باشند که سریعاً در مقابل تهدیدات محیطی و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود از خود واکنش نشان داده و به عبارتی از ساختار و تشکیلات چابکی برخوردار باشند. این امر مستلزم ایجاد تغییرات سریع و بنیادی در سازمان‌ها است. از طرفی دیگر باید محیط داخلی سازمان به گونه‌ای باشد که کارکنان از علت و روند اجرای تغییرات آگاهی کاملی داشته باشند تا از انگیزه کافی برخوردار گردند. در چنین اوضاعی نقش رهبران تحول آفرین پررنگ‌تر خواهد شد. براساس نظریه رهبری تحول‌گرا، یک رهبر، نیازمند استفاده از بازیگران داخلی جهت انجام وظایف لازم برای سازمان است تا به اهداف مطلوب دست یابد. در این راستا هدف رهبر تحول‌گرا این است که اطمینان یابد مسیر رسیدن به هدف، به وضوح از سوی بازیگران داخلی درک شده است، موانع بالقوه درون سیستم را برطرف کند و بازیگران را در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده ترغیب کند (Boenke et al, 2003). رهبری تحول آفرین می‌تواند باعث ارتقای توانایی پیروان در درک ماهیت سازمانی و مشکلاتی که با آن روبرو هستند شوند. یادگیری در سازمان‌های یادگیرنده وقتی روی می‌دهد که کارکنان سازمانی، مسائل را تجزیه و تحلیل کنند، روش‌های انجام کار را مورد بازبینی قرار دهند، شیوه‌های نو و خلاق و راه‌حل‌های مناسب را برای مشکلات پیش روی خود بیابند و در مورد آنچه که انجام می‌دهند، فکر کنند. رهبران تحول آفرین با استفاده از ترغیب ذهنی و آماده ساختن محیطی مناسب، پیروان را وادار و ترغیب می‌کنند که اینگونه باشند (Rafferty & Griffin, 2004).

امروزه بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها و بسیاری از بخش‌های اقتصادی و اجتماعی به لزوم نوآوری (از نوع فردی یا سازمانی) پی برده‌اند. این گرایش عمدتاً به دلیل شرایط و وضعیت‌های پیچیده جدیدی است که سازمان‌ها را با تنگنای رقابتی و تکنولوژیکی مواجه ساخته و تداوم روش‌های سنتی را با مشکل جدی روبرو ساخته است (Gumusluoglu & Ilsev, 2009). صنعت بیمه نیز از این قاعده مستثنی نیست و ضرورت‌های

¹. Transactional

². Bass

³. Avolio