

بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار در نمایندگی های فروش شرکت سهامی بیمه در استان یزد

رعنا امینیان^۱، مهدی کبیری نائینی^۲، مرضیه دهقانی زاده^۳

^۱ دانشجوی مدیریت دانشگاه پیام نور، یزد

^۲ استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، یزد

^۳ استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، یزد

نام نویسنده مسئول:

رعنا امینیان

مجله علمی پژوهش در مدیریت و مطالعات اجتماعی (سال ششم)
شماره ۲۲ / زمستان ۱۳۹۹ / ص ۱۳-۱

چکیده

چکیده‌ای از مقاله با نگارشی روان، رسا و خوانا و با قلم بی بی نازنین ۱۰ نگاشته شود. طول چکیده هدف از این تحقیق "تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار در نمایندگی های فروش شرکت سهامی بیمه در استان یزد" است. این پژوهش از نوع تحقیق کاربردی بوده و جامعه آماری این پژوهش را مدیران و کارشناسان نمایندگی های فروش حقوقی نمایندگی های فروش شرکت سهامی بیمه در استان یزد تشکیل شده است. روش انجام این پژوهش کمی بوده و ابزار گردآوری پرسشنامه است که بعد از برآورد اعتبار و پایایی در بین پاسخگویان توزیع گردید. بعد از جمع آوری پرسشنامه ها، اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از ضرایب آماری متناسب با نوع متغیرها (با روش مدلسازی معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار PLS محاسبه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

نتایج تحقیق سوالات بیانگر این است که مهمترین ابعاد روند کارآفرینی کارآفرینی عبارتند از: "ریسک پذیری"، "پیشگام"، "نوآوری" و همچنین "رضایت مشتری"، "رضایت کارکنان" و "عملکرد مالی". به منظور اولویت، عامل پیشگویی و ریسک پذیری و نوآوری بر عملکرد مالی تأثیر می گذارد و فاکتور ریسک پذیری، پیشگام و نوآوری بر رضایت مشتری و عامل پیشگام کننده ریسک پذیری و نوآوری بر رضایت کارکنان تعیین شد.

واژگان کلیدی: گرایش کارآفرینانه، عملکرد کسب و کار، شرکت بیمه.

مقدمه

برای حفظ عملکرد و بقا در محیط های بسیار پویا و رقابتی، شرکتها نه تنها به تمایل به مشارکت در کارآفرینی - یعنی گرایش به کارآفرینی- بلکه به توانایی تفسیر این جهت گیری به فعالیت های همزمان اکتشافی و بهره برداری نوآورانه- یعنی نوآوری جنجالی نیاز دارند. متأسفانه، شرکت های کوچک و متوسط (SME) فاقد منابع کمبود و سیستم های پیچیده اداری هستند که از گرایش به کارآفرینی در شرکت های بزرگ پشتیبانی می کنند. اگرچه محدودیت منابع و تضادهای هدف در مورد خرد و مشاغل به عنوان منابع ناهمگونی در کارآفرینی و نوآوری در بنگاه های خانوادگی شناخته شده است، اما عواملی که به SME ها کمک می کند تا این موانع را برطرف کنند و با موفقیت گرایش به کارآفرینی را به عملکرد واقعی تبدیل کنند، هنوز درک چندانی ندارند [۱].

گرایش به کارآفرینی به جهت گیری استراتژیک یک شرکت، دستیابی به جنبه های کارآفرینی خاص از سبک ها، شیوه ها و روش های تصمیم گیری اشاره دارد. محققان کارآفرینی با بررسی رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد شرکت سعی در توضیح عملکرد دارند. برخی مطالعات نشان می دهد که جهت گیری کارآفرینی بنگاه های کوچک یا سرمایه گذاری های جدید را که به عنوان بنگاه های تازه تاسیس یا کمتر از ده سال تعریف شده اند، قادر می سازد عملکرد بهتری نسبت به رقبا داشته و عملکرد شرکت را ارتقا دهند. با این حال، نتایج مطالعات تجربی مخلوط است. نتایج متنوع تجربی این سؤال را ایجاد می کند که آیا گرایش کارآفرینی همیشه یک جهت گیری استراتژیک مناسب است یا اینکه رابطه آن با عملکرد پیچیده تر است [۲].

گرایش به کارآفرینی، معمولاً به عنوان الگویی از رفتارهای کارآفرینی یا وضعیتهایی که بطور منظم شرکتها در آن شرکت می کنند تعریف می شود. علاوه بر این، ابعاد ریسک پذیری، نوآوری و رفتار پیشگیرانه این الگوی را توصیف می کند. برخی از محققان همچنین گرایش کارآفرینانه را به عنوان یک پدیده در سطح سازمانی مورد بحث قرار می دهند و یک ساختار متمرکز بر دامنه چند بعدی که شامل استقلال و پرخاشگری رقابتی است. سازمان ها از سطح بالایی گرایش به کارآفرینی بهره مند می شوند؛ زیرا این امکان را برای کشف فرصت های جدید برای ایجاد مزیت رقابتی فراهم می کند [۳]. نگرش کارآفرینی برای تجدید تجارت، رشد و پیشرفت مناسب استراتژیک تعیین کننده است. برای تعیین این نگرشها، ادبیات کارآفرینی در درجه اول از ساختار جهت گیری کارآفرینی و رابطه مثبت آن که به طور گسترده پذیرفته شده با عملکرد شرکت مالی استفاده می شود، استفاده می کند. بر این اساس، این مطالعه قصد دارد تا نقش و اهمیت بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار در نمایندگی های فروش شرکت سهامی بیمه در استان یزد بررسی کند.

مروری بر ادبیات

در این بخش در ابتدا به تعریف مفاهیم اصلی تحقیق اشاره می شود. سپس در ادامه به مرور برخی از این مفاهیم از دیدگاه پژوهشگران مختلف خواهیم پرداخت.

• گرایش کارآفرینانه

مفهوم جهت گیری کارآفرینی^۱ (EO) به سبک های تصمیم گیری، شیوه ها و رفتارهای مدیران اشاره دارد که منجر به توسعه تجارت جدید در بازارهای جدید یا مستقر با کالاها یا خدمات جدید یا موجود می شود. رایج ترین مفهوم سازی EO توسط میلر (۱۹۸۳) و کوین و اسلوین (۱۹۸۹) پیش رفته است و بیانگر جهت گیری استراتژیک راس استراتژیک یک شرکت به سمت نوآوری، پیشرو بودن و رشد سریع است [۴].

نوآوری

اصطلاح نوآوری به یکی از دو روش تعریف می شود: "(۱) معرفی چیز جدید، یا (۲) ایده، روش یا دستگاه جدید" (Merriam-Webster, 2017). دو تعریف برای نوآوری بیانگر تمایزهای مهم هستند. تعریف اول نوآوری را به عنوان یک نتیجه ارائه می دهد. تعریف دوم نوآوری را به عنوان یک فرآیند ارائه می دهد. در اینجا یک نکته مهم برای درک نوآوری در نظر گرفته شده است: نوآوری باید به عنوان یک نتیجه و یک فرآیند تلقی شود. سازمان هایی که نوآوری را تنها یکی از این موارد تعریف می کنند، در تعقیب آن کوتاهی می کنند. آن دسته از سازمانهایی که به شدت روی نتیجه تمرکز می کنند، روند را به حداقل می رسانند و منجر به ناکارآمدی هایی از قبیل کپی تلاش و اضافه مصرف منابع می شود. این سازمان ها که مشغول فرآیند هستند غالباً بروکراسی های سازمانی ایجاد می کنند که آشکار ساختن نتایج را بسیار دشوار می کند [۵].

¹ Entrepreneurial orientation

ریسک پذیری

ریسک حاصل ضرب احتمال وقوع یک حادثه در نتایج و پیامدهای آن برای یک دوره زمانی مشخص است. هر نوع فعالیتی در فرایند اجراء با احتمال وقوع حادثه یا مخاطراتی روبرو است که حاصل آن می‌تواند از تحقق صد در صد خواسته مورد انتظار جلوگیری کند. احتمالی که موجب می‌گردد تا بازده مورد نظر حاصل نشود را ریسک یا مخاطره می‌نامیم؛ وقتی کاری پرخطر محسوب می‌شود بدین معنا است که بازدهی آن از نوعی عدم اطمینان برخوردار است و به تعبیری رساتر شانس شکست در آن فعالیت اقتصادی به اندازه شانس موفقیت حضور دارد [۶] ریسک پذیری به معنی اشتیاق برای سرمایه گذاری با نتایج نامعین، در بستر تصمیم گیری نامطمئن، با احتمال قابلیت توجه شکست های پر هزینه، ارائه تعهدات سنگین و پرخطر یا متعهد شده است [۷].

پیشگامی

پیشگامی عامل بنیادی در تحریک و تشویق ابعاد دیگر گرایش کارآفرینانه است. وقتی سازمان به دلیل رفتارهای پیشگامانه ی خود، سطح بالایی از فرصت های بازار را در می یابد، برای بهره برداری از این فرصت ها، رفتارهای نوآورانه از خود بروز می دهد و بیشتر متوسل به رفتارهای ریسک پذیر می شود. به عبارت دیگر، پیشگام بودن یعنی در معرفی محصول، خدمت یا روش مدیریت جدید اولین بودن و همچنین، رهبر و پیشرو بودن در آن زمینه است [۸]. لازمه ی وجود این، داشتن ابتکار در پیش بینی فرصت های جدید و تقاضای آینده برای خلق تغییر و شکل دهی محیط می باشد [۹و۱۰].

عملکرد کسب و کار^۲

عملکرد به عنوان یک اصطلاح توسط بنیاد اروپایی برای مدیریت کیفیت به عنوان معیاری برای دستیابی به نتایج توسط افراد، گروه ها، سازمان ها و فرایندها تعریف شده است. عملکرد توانایی دستیابی به خروجی ها یا اثرات مورد نیاز در واحدهای قابل اندازه گیری است. با این حال، رویکردهای مختلفی برای ارزیابی عملکرد در سطح خرد و کلان وجود دارد [۱۱]. یوکل^۳ (۲۰۰۸) برای اندازه گیری عملکرد سازمانی، سه بعد پیشنهاد می کند که شامل بازدهی، انطباق پذیری و سرمایه ی انسانی است. او با مرور ادبیات در این زمینه، نتیجه می گیرد که عملکرد سازمانی وابسته به بازدهی فرایند های داخلی و انطباق پذیری به موقع در برابر فرصت ها و تهدیدهای خارجی می باشد. منظور از بازدهی میزانی است که سازمان هزینه ی افراد و منابع را برای انجام عملیات ضروری کاهش می دهد. در این تحقیق، عملکرد کسب و کار از سه مولفه تشکیل شده است که عبارتند از عملکرد بازار، عملکرد مشتری و عملکرد مالی [۱۲].

بررسی پیشینه تحقیق

در این قسمت به بررسی مطالعات انجام شده در زمینه گرایش کارآفرینانه و عملکرد کسب و کار پرداخته می شود. مک‌گلون^۴ (۲۰۱۴) تحقیقی را با هدف کمک به درک بهتر از گرایش کارآفرینانه در مؤسسات مالی سنتی و بالغ، انجام داد. از طریق تجزیه و تحلیل ابعاد مشخصی که در ادبیات نظری این حوزه وجود دارد، این پژوهش قصد داشت دریابد که چه محیط درون شرکتی، برای اقدامات کارآفرینانه مساعد بوده و ارتباطات میان عوامل تشکیل دهنده این محیط، چگونه است. یافته‌های این تحقیق، وابستگی این عوامل تسهیل گر گرایش کارآفرینانه را با یکدیگر نشان داد. این عوامل عبارتند از: پشتیبانی مدیریت، اختیار و آزادی عمل کاری، پاداش و تقویت، در دسترس بودن زمان و مرزهای شرکتی (ساختار شرکتی تسهیل گر). این پژوهش، همچنین پیشنهاد می‌کند که ساختار حمایت کننده و طرز فکر و ذهنیت موجود در درون مؤسسه مالی، می‌تواند در پیشبرد نوآوری و گرایش کارآفرینانه مؤثر باشد [۱۳].

والتر، آوئر و ریتز^۵ (۲۰۰۶) خاطرنشان کردند که گرایش کارآفرینانه به خصوص در محیط های خصمانه و پیشرفته از نظر فن آوری بسیار مورد نیاز است [۱۴]. بسیاری از مطالعات اهمیت گرایش کارآفرینانه را در عملکرد شرکت ها اذعان کرده اند. همانطور که رودریگز و راپاسو^۶ (۲۰۱۱) به توافق رسیده اند، شرکت هایی که گرایش کارآفرینانه بالایی دارند عملکرد برتر دارند که در آن سهم بازار پیشرفت هایی را نشان می دهد و تعداد محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید رشدی را نشان داده است [۱۵].

مارتین روجاس و همکاران^۷ (۲۰۱۴) در مطالعه خود با عنوان «متغیرهای تکنولوژیکی و تاثیر ظرفیت جذب بر عملکرد از طریق گرایش کارآفرینانه»، این مطالعه یک مدل برای تجزیه و تحلیل تاثیر حمایت مدیریت ارشد برای فن آوری در ارتقاء مهارت های فنی، ظرفیت

² corporate performance

³ Yukl

⁴ McGlone

⁵ Walter, Auer and Ritter

⁶ Rodrigues and Raposo

⁷ Martín-Rojas

جذب و شایستگی متمایز تکنولوژی را ارائه می دهد. این تحقیق همچنین تاثیر مهارت های تکنولوژیکی و ظرفیت جذب بر توسعه صلاحیت های متمایز تکنولوژیکی را بررسی می کند و تاثیر این متغیرها بر عملکرد سازمانی را از طریق کارآفرینی سازمانی بررسی می کند [۱۶]. لی و لیم^۸ (۲۰۰۹) ابعاد ابتکاری، ریسک پذیری، خودمختاری و ابعاد پرخاشگری رقابتی را که توسط لامپکین و دس (۱۹۹۶) پیشنهاد شده است برای بررسی ارتباط بین هر بعد با عملکرد تجاری در رستورانهای غذایی ژاپنی در کره جنوبی اتخاذ کردند. این مطالعه نشان می دهد که ابعاد گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبتی بر عملکرد کسب و کار دارد [۱۷].

در ایران، مبارکی و همکاران (۱۳۹۲) موانع رفتاری سازمان که توسعه گرایش کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار می دهند، شناسایی نموده و به بیان موانع رفتاری گوناگون گرایش کارآفرینانه از دیدگاه صاحب نظران مختلف پرداخته اند. همچنین در ادامه با استفاده از روش کیو در صدد شناسایی ذهنیت های گوناگون مدیران خبره سازمان هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران (هما) در ارتباط با موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه در این سازمان بر آمده است. نتایج تحلیل عاملی نشان داده است که مدیران معاونت بازرگانی سازمان هما مدعی هستند که مهم ترین موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه، عدم برنامه ریزی کافی، گرایش به آزمون و خطا (تجربه) و تمایل به سودهای کوتاه مدت است، درحالی که مدیران معاونت برنامه ریزی و خدمات مدیریت سازمان هما مدعی هستند که عدم شراکت کارکنان در سود حاصل از خلاقیتهایشان، ارتقای افراد سازگار و تأکید بر نتایج، از موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه در این سازمان است و مدیران معاونت آموزش و بهسازی منابع انسانی سازمان هما، مدعی هستند که کنترل شدید و رسمی مدیران، فرهنگ مدیریت وظیفه ای در سازمان و گرایش سازمان به تخصص گرایی کارکنان مهم ترین موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه در سازمان هما به شمار می روند [۲۵].

کاظمی و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی را با هدف شناسایی و تحلیل موانع رفتاری کارآفرینی در سازمان تربیت بدنی تدوین کردند. پس از بررسی مبانی نظری، و بیان برخی مشکلات این سازمان، ابعاد سبک رهبری، فرهنگ شرکتی، ویژگی های شخصیتی مدیران، ویژگی های شخصیتی کارکنان و تضاد شرکتی به عنوان موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه در سازمان تربیت بدنی کشور مورد بررسی قرار گرفته اند. نتایج شرکتی تحلیلی های آماری نشان داد که موانع مورد بررسی در این سازمان موجب کاهش نوآوری شده اند. در زمینه سبک رهبری، این پژوهش نشان داد که عواملی شامل شایسته سالاری، تفویض اختیار به کارکنان خلاق و نوآور و مشارکت کارکنان در تصمیم گیری ها که از مؤلفه های مهم مدیریتی و لازمه گرایش کارآفرینانه می باشند، در سازمان تربیت بدنی کشور، بسیار کم رنگ و پاسخگوی نیازهای سازمان نمی باشند [۲۶].

جدول ۱. مقایسه مطالعات

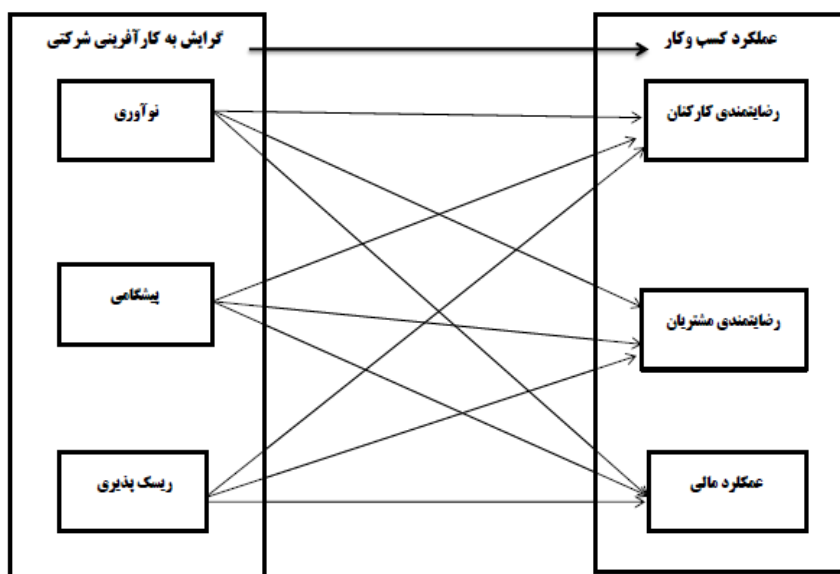
نویسنده (سال)	عنوان تحقیق	نتایج
Tajeddini (2010) [۱۸]	تأثیر مشتری مداری و جهت گیری کارآفرینی بر نوآوری: شواهدی از صنعت هتلداری سوئیس	این کار فعلی به بررسی تأثیرات احتمالی این متغیرها بر عملکرد صنعت هتل است. داده های این مطالعه از طریق پرسشنامه های شخصی جمع آوری شده از ۱۵۶ مدیر هتل و صاحبان کانتون های آلمانی و فرانسوی مستقر در سوئیس به منظور بررسی ارتباط بین نوآوری، مشتری مداری، کارآفرینی و ابعاد عملکرد شغلی خدمات (یعنی دستیابی به هدف سود، دستیابی به هدف فروش و موفقیت نرخ بازگشت سرمایه). این یافته ها جنبه های تحقیقات قبلی را پشتیبانی می کند، اما همچنین با بررسی مشتری مداری و نوآوری همزمان و آشکار کردن تأثیر این عوامل بر عملکرد صنعت هتل سوئیسی، بینش جدیدی را ارائه می دهد. با توجه به ادبیات موجود، محدودیتها و مسیرهای تحقیق بعدی متعاقباً مورد توجه قرار می گیرد.
Lumpkin et al., (2010) [۱۹]	جهت گیری بلند مدت: پیامدهای گرایش به کارآفرینی و عملکرد مشاغل خانوادگی	تحقیقات قبلی در مورد اینکه آیا LTO از نتایج شرکت های خانوادگی کمک می کند یا به آن آسیب می زند، دوقطبی است. مورد توجه خاص، میزان استفاده از مشاغل خانوادگی با توجه به داشتن LTO می تواند به کارآفرینی تبدیل شود. با ترسیم مفهوم جهت گیری کارآفرینی (EO)، گزاره هایی که مربوط به افق زمانی مدیریت بلند مدت و کوتاه مدت شرکت های خانوادگی به پنج بعد EO

(ابتکاری، پیشرو بودن، ریسک پذیری، پرخاشگری رقابتی و استقلال) است، توسعه می یابد. به طور خاص، پیشنهاد می شود که یک LTO با ابتکاری، پیشرو بودن و استقلال همراه باشد اما با ریسک پذیری و پرخاشگری رقابتی منفی باشد. ما همچنین به پیامدهای بلند مدت و کوتاه مدت EO بر عملکرد بنگاه های خانوادگی می پردازیم و موضوعاتی را که باید در تحقیقات آینده درباره روابط EO-LTO در نظر گرفته شود، شناسایی می کنیم.		
تحقیق حاضر نشان می دهد که رفتار مؤثر شرکت در عملکرد بنگاه های اقتصادی در طول بحران اقتصادی مؤثر است. ما همچنین نشان می دهیم که SME های نوآورانه در محیط های آشفته عملکرد بهتری دارند، اما آن دسته از SME های نوآورانه باید سطح ریسک را به حداقل برسانند و برای جلوگیری از پروژه هایی که بیش از حد ریسک پذیر باشند، باید اقدامات لازم را انجام دهند.	گرایش به کارآفرینی و عملکرد تجاری شرکتهای کوچک و متوسط: یک مطالعه کمی از هلند	Kraus et al., (2012) [۲۰]
یافته های نشان می دهد که یادگیری سازمانی تا حدودی واسطه ای بین رابطه جهت گیری کارآفرینی و عملکرد است و ارتباط بین گرایش یادگیری و عملکرد را به طور کامل واسطه می کند. به همین ترتیب، نتایج نشان می دهد که رابطه برقرار شده بین جهت گیری کارآفرینی و یادگیری سازمانی برای گروه بنگاه های اقتصادی بزرگتر از کسب و کارهای کوچک و متوسط است. علاوه بر این، تأثیر جهت گیری یادگیری بر یادگیری سازمانی در شرکتهای بزرگ و متوسط در شرکتهای بزرگ بیشتر است.	از گرایش کارآفرینانه و جهت گیری یادگیری گرفته تا عملکرد شغلی: تجزیه و تحلیل نقش میانجی کننده یادگیری سازمانی و تأثیرات تعدیل کننده اندازه سازمان	Real et al., (2014) [۲۱]
این تحقیق با هدف تحلیل تأثیر گرایش بازار و عملکرد تجاری شرکتهای کوچک و متوسط (SMEs) انجام شده است. متغیرهای جهت گیری کارآفرینی به عنوان پیشین جهت گیری بازار و عملکرد تجاری از پیامدهای متغیر استفاده می شود. طراحی پژوهش با استفاده از نمونه نظرسنجی و بحث گروهی متمرکز با صاحبان شرکتهای کوچک و متوسط به عنوان پاسخ دهنده. با استفاده از تجزیه و تحلیل مدل سازی معادلات ساختاری مشخص شد که جهت گیری کارآفرینی به طور مستقیم در برابر عملکرد مشاغل قرار دارد، اما جهت گیری بازار تأثیر معنی داری بر عملکرد شغلی ندارد.	مدل بازارگرایی، گرایش کارآفرینانه و عملکرد تجاری شرکتهای کوچک و متوسط	Octavia and Ali (2017) [۲۲]
هدف این پژوهش بررسی رابطه ابعاد گرایش کارآفرینانه و تعالی عملکرد سازمانی است و نتایج تحقیق حاکی از این است که متغیرهای نوآوری، خودنوسازی، اقدامات ریسک آمیز جدید، فرهنگ سازمانی، محیط سازمانی و مولفه های درون سازمانی بر عملکرد شرکت پیشگامان تأثیر مستقیم دارند.	بررسی رابطه کارآفرینی شرکتی و تعالی عملکرد سازمانی در شرکت پیشگامان کویر یزد	میرفخرالدینی، زارع احمدآبادی، دشتکی (۱۳۹۱) [۲۷]
مدیران معاونت بازرگانی سازمان هما مدعی هستند که مهم ترین موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه، عدم برنامه ریزی کافی، گرایش به آزمون و خطا (تجربه) و تمایل به سودهای کوتاه مدت است، درحالی که مدیران معاونت برنامه ریزی و خدمات مدیریت سازمان هما مدعی هستند که عدم شراکت کارکنان در سود حاصل از خلاقیتشان، ارتقای افراد سازگار و	شناسایی موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران بر مبنای روش شناسی کیو	مبارکی، زالی و دهناد (۱۳۹۲) [۲۵]

تأکید بر نتایج، از موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه در این سازمان است و مدیران معاونت آموزش و بهسازی منابع انسانی سازمان هما، مدعی هستند که کنترل شدید و رسمی مدیران، فرهنگ مدیریت وظیفه‌ای در سازمان و گرایش سازمان به تخصص گرایی کارکنان مهم‌ترین موانع رفتاری گرایش کارآفرینانه در سازمان هما به شمار می‌روند.	
---	--

چارچوب نظری تحقیق

چارچوب مفهومی این تحقیق محقق ساخته و به صورت ترکیبی برگرفته از تحقیقات مهم در حوزه متغیرهای تحقیق می باشد. برای متغیر گرایش به گرایش کارآفرینانه مدل های نظری زیادی ارائه شده است که اغلب آنها برگرفته از هوگز و مورگان^۹ (۲۰۰۷) و مورگان و همکاران (۲۰۱۴) بوده است که به مفهوم پردازی واژه گرایش به گرایش کارآفرینانه پرداخته اند و طی آن گرایش به گرایش کارآفرینانه را شامل ۳ مؤلفه (نوآوری، پیشگامی و ریسک پذیری) عنوان کرده اند که تقریباً می توان اذعان تمامی تحقیقات تا به امروز از چارچوب ارائه شده توسط این محققین بهره گرفته اند و ما نیز در این تحقیق به دنبال بهره گیری از آن هستیم. برای متغیر عملکرد کسب و کار نیز تحقیقات به وسعت تحقیقات صورت گرفته است. برای سنجش عملکرد کسب و کار نیز تحقیقات و چارچوب های مختلفی ارائه شده است که عموماً دارای ماهیت یکسان بوده اند. تحقیقاتی نظیر توسط گریگورودیس و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۳) و سان و کیم^{۱۱} (۲۰۱۳) در سه بعد (رضایتمندی کارکنان، رضایتمندی مشتری و رضایتمندی مالی) از دیدگاه کارکنان و عملکرد مالی نمایندگی ها) از تحقیقات برجسته ای بوده اند که عملکرد کسب و کار را در شرکت های خدماتی مورد بررسی قرار داده اند. لذا در این تحقیق از آن بهره گرفته خواهد شد. بنابراین چارچوب نظری تحقیق به شرح ذیل می باشد:



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر متغیر بازاریابی، برندگرایی بر عملکرد توسعه محصول بود. این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی است و ابزار گردآوری اطلاعات پرسش نامه بوده است. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش، ابتدا مبانی نظری مطالعه شد و مدل مفهومی و پرسش نامه اولیه تدوین شد. در گام بعد با حضور خبرگان دانشگاهی، مدل پرسش نامه تدوین شده مرور شد. در ادامه پرسش نامه ای با مقیاس پنج گزینه ای لیکرت (کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) تهیه شد. جامعه آماری این پژوهش مدیران و کارشناسان نمایندگی های فروش حقوقی نمایندگی های فروش شرکت سهامی بیمه در استان یزد می باشند. لذا برای این تحقیق به عنوان جامعه

⁹ Hughes and Morgan

¹⁰ Grigoroudis et al.,

¹¹ Suna and Kim

آماري مورد مطالعه انتخاب شدند و با روش نمونه گيري تصادفي در مجموع تعداد ۹۰ پرسش نامه توزيع شد؛ به منظور تجزيه و تحليل داده ها از نرم افزار PLS و روش تحليل مسير استفاده شد.

جدول ۲. اريزيابي كلي اعتبار مدل

متغير	ميانگين واريانس (AVE>0.4)	پايابايي تركيبي (CR>0.7)	آلفاي كرونباخ
نوآوري	۰.۴۳۷	۰.۷۹۴	۰.۶۸۰
پيشگامي	۰.۵۷۱	۰.۸۴۱	۰.۸۰۲
ريسك پذيري	۰.۶۲۵	۰.۸۳۲	۰.۸۶۲
رضايتمندي كاركنان	۰.۴۰۵	۰.۸۰۱	۰.۹۲۷
گرايش به كارآفريني	۰.۴۷۳	۰.۸۷۵	۰.۸۴۴
رضايتمندي مشتريان	۰.۴۱۶	۰.۹۰۱	۰.۹۷۰
عملکرد مالي	۰.۶۳۹	۰.۹۳۳	۰.۹۹۴

جدول ۳. مقايسه ضرايب همبستگي و جذر ميانگين واريانس استخراج شده

گرايش به كارآفريني	پيشگامي	نوآوري	عملکرد مالي	ريسك پذيري	رضايتمندي كاركنان	رضايتمندي مشتريان	
						۰.۶۴۴	رضايتمندي مشتريان
					۰.۶۳۶	۰.۶۰۱	رضايتمندي كاركنان
				۰.۷۹۰	۰.۵۶۱	۰.۶۴۳	ريسك پذيري
			۰.۷۹۹	۰.۵۱۸	۰.۵۸۹	۰.۶۰۹	عملکرد مالي
		۰.۶۶۱	۰.۳۸۴	۰.۴۵۴	۰.۵۴۲	۰.۶۳۳	نوآوري
	۰.۷۵۵	۰.۵۸۸	۰.۵۰۲	۰.۶۲۷	۰.۲۱۷	۰.۳۶۵	پيشگامي
۰.۶۸۷	۰.۶۹۸	۰.۶۰۴	۰.۵۶۰	۰.۷۱۲	۰.۴۰۶	۰.۵۳۴	گرايش به كارآفريني

براي تعيين روايي پرسش نامه از روش روايي تشخيصي^{۱۲} به روش تعيين شاخص ميانگين واريانس استخراج شده (AVE) و روايي واگرا^{۱۳} استفاده شده است. جدول (۲) و جدول (۳) نشان مي دهد كه متغيرهاي پژوهش از روايي مناسبي برخوردار مي باشد. به منظور سنجش روايي واگرا از شاخص AVE استفاده شده است. نتايج روايي همگرا نشان داد كه جذر ميانگين واريانس استخراج شده براي هريك از سازه ها در مقايسه با همبستگي آن سازه هاي ديگر بيشتر مي باشد. بنابر اين پرسش نامه داراي اعتبار كافي است. روايي محتوايي ابزار پژوهش نيز توسط خبرگان دانشگاهي تاييد شده است. همچنين براي سنجش پايابايي از ضرايب پايابايي تركيبي و آلفاي كرونباخ استفاده شده است كه ضرايب مشخص شده در جدول (۱) بيانگر پايابايي پرسش نامه پژوهش مي باشد.

¹² Discriminant Validity¹³ Convergent Validity

یافته ها

به منظور شناخت بهتر، متغیرهای جمعیت شناختی فردی (جنسیت و تحصیلات) و متغیرهای جمعیت شناختی سازمانی در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴. آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی

متغیر	گروه	درصد
جنسیت	مرد	۴۱
	زن	۵۹
سن	زیر ۳۰ سال	۳۱
	۳۰ تا ۴۰ سال	۵۱
	۴۰ تا ۵۰ سال	۱۲
	۵۰ سال به بالا	۶
تحصیلات	دیپلم	۰
	فوق دیپلم	۷
	لیسانس	۶۴
	فوق لیسانس	۲۹
	دکتر	۰
سابقه فعالیت کاری	کمتر از ۵ سال	۴۸
	بین ۵ تا ۱۰ سال	۲۷
	بین ۱۰ تا ۱۵ سال	۲۰
	بالای ۱۵ سال	۵
سمت شغلی	مدیر	۳۸
	سرپرست	۱۱
	کارشناس	۲۸
	سایر	۲۳

میانگین متغیرهای مدل پژوهش

در جدول زیر میانگین ابعاد مدل پژوهش با هدف تلخیص و توصیف متغیرهای مدل آمده است و همانطور که نتایج این جدول نشان می دهد، میانگین عوامل شناسایی شده نزدیک به عدد ۴ است. به بیان دیگر از جنبه توصیفی، عوامل شناسایی شده از اهمیت بالایی برخوردار هستند. زیرا همه آنها حداقل دارای میانگین ۳.۸ از ۵ بوده و به گزینه های موافق و کاملاً موافق در مقیاس لیکرت نزدیکتر هستند.

جدول ۵. میانگین متغیرهای مدل مفهومی پژوهش

میانگین	نوآوری	پیشگامی	ریسک پذیری	رضایتمندی کارکنان	رضایتمندی مشتریان	عملکرد مالی
۴.۴۲	۴.۱۶	۴.۳۲	۴.۲۲	۴.۳۴	۴.۱۲	

نیکویی برازش کلی مدل از طریق جذر حاصل ضرب میانگین شاخص تجمعی میانگین توان دوم ضرایب همبستگی بین سازه ها به دست می آید ($GOF = \sqrt{\text{communality}}$). در این پژوهش با توجه به اینکه مقدار GOF برابر با ۰.۵۵ محاسبه شده است که بزرگتر از ۰.۳۶ می باشد بنابراین می توان گفت که مدل در مجموع دارای برازش مناسب است. آزمون فرضیه های تحقیق توسط تحلیل مسیر انجام شد و با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۶)، همه فرضیات پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ پذیرفته شده اند.

جدول شماره ۶. بررسی تایید شدن یا نشدن سوال ها به ترتیب اولویت

ردیف	سوال	t	نتیجه
۱	گرایش به کارآفرینی ← عملکرد نمایندگی فروش بیمه	۱۳.۳۷۱	تایید شد
۲	ریسک پذیری ← رضایتمندی مشتریان	۱۲.۹۸۲	تایید شد
۳	پیشگامی ← عملکرد مالی	۸.۷۱۴	تایید شد
۴	ریسک پذیری ← عملکرد مالی	۸.۳۹۱	تایید شد
۵	پیشگامی ← رضایتمندی کارکنان	۷.۶۰۳	تایید شد
۶	نوآوری ← عملکرد مالی	۶.۵۷۷	تایید شد
۷	ریسک پذیری ← رضایتمندی کارکنان	۶.۲۷۵	تایید شد
۸	پیشگامی ← رضایتمندی مشتریان	۴.۵۸۰	تایید شد
۹	نوآوری ← رضایتمندی کارکنان	۴.۰۲۵	تایید شد
۱۰	نوآوری ← رضایتمندی مشتریان	۳.۷۹۸	تایید شد

نتیجه گیری

به طور کلی، جهت گیری کارآفرینی به استراتژی مدیریت برتر در رابطه با ابتکاری، پیشرو بودن و ریسک پذیری اشاره دارد. جهت گیری کارآفرینی (گرایش کارآفرینانه) به عنوان یک ویژگی اساسی در شرکت های دارای عملکرد بالا پیشنهاد شده است. تعدادی از مطالعات نشان می دهد که سازمان های کارآفرینی باید دارای سه ویژگی اصلی باشند - نوآوری، ریسک پذیری و فعال بودن برای ارزیابی جهت گیری کارآفرینی شرکت. امروزه محیط پویا، جهانی و چالش برانگیز کسب و کار به بنگاه اقتصادی نیاز دارد تا در صورت زنده ماندن و رشد خود کارآفرینی کند. سرعت در حال تغییر فناوری و کوتاه شدن چرخه عمر محصول، نیاز به یک شرکت نوآورانه و توسعه ایده ها، محصولات و فرآیندهای جدید را پشتیبانی می کند و برای مقابله با تغییرات سریع حاضر به ریسک کردن است. افزایش رقابت داخلی و جهانی، نیاز به یک شرکت برای ماندن از رقابت را تقویت می کند [۲۳].

نوآوری بیانگر تمایل شرکت به مشارکت در ایده های جدید و فرآیندهای خلاق است که ممکن است منجر به محصولات، خدمات یا فرآیندهای فناوری جدید شود. پیشگامی به میزان پیشرو بودن یک بنگاه یا پیروان به یک شرکت اطلاق می شود و نسبت به رقبا نسبت به وضعیت تهاجمی همراه است. ریسک پذیری به حدی است که یک شرکت مایل است تعهدات منابع بزرگ و ریسکی را انجام دهد. لامپکین و دس (۱۹۹۶) اظهار داشتند که ابعاد گرایش کارآفرینانه شامل نوآوری، پیشگیری، ریسک پذیری، استقلال و پرخاشگری رقابتی است. جایگاه، استقلال به عنوان یک اقدام مستقل توسط یک فرد یا تیم تعریف می شود که هدف آن ایجاد مفهوم تجاری یا چشم انداز و تکمیل آن است. پرخاشگری رقابتی نشان دهنده شدت تلاشهای یک شرکت برای پیشی گرفتن از رقبا صنعت است که با استقرار حرکتی و واکنش اجباری به اقدامات رقیب مشخص می شود [۲۳].

مهمترین پیامد گرایش کارآفرینانه عملکرد شرکت است. این عقیده وجود دارد که بهبود نتایج سازمانی بر حسب رشد و سودآوری در نتیجه کارآفرینی در سازمان های استقرار یافته حاصل می شود. گرایش کارآفرینانه بخشی لاینفک از سازمان های موفق به شمار می آید و نتایج تحقیقات بیانگر آن است که با رشد و سودآوری شرکت های بزرگ رابطه دارد. همچنین نتایج بیانگر آن است که گرایش کارآفرینانه پیش بینی کننده ای خوب برای رشد شرکت های کوچک، عملکرد شرکت های کوچک در محیط های متخاصم به شمار می آید [۲۴].

با استفاده از اطلاعات بدست آمده در پژوهش حاضر و با عنایت به این مهم که برون داد یک پژوهش کمی، ارائه یک مدل می باشد. یافته های پژوهش حاضر در بخش توصیفی (ویژگی های افراد نمونه آماری)، نشان داد که ۵۹ درصد از افراد پاسخ دهنده را زنان و ۴۱ درصد از آنها را مردان تشکیل می دهند. از نظر سنی بیش از نیمی درصد (۸۲ درصد) از پاسخ دهندگان در رده سنی بین ۲۰ تا ۴۰ سال و بقیه بالای ۴۰ سال قرار دارند. از نظر سابقه کاری، بیشترین درصد پاسخ دهندگان یعنی ۴۸ درصد سابقه کاری کمتر از ۵ سال، ۵۲ درصد دارای سابقه کاری بالای ۵ سال در حوزه صنعت بیمه هستند. همچنین بیشترین درصد پاسخ دهندگان یعنی ۳۹ درصد دارای سمت کارشناسی و سرپرست بیمه و ۳۸ درصد دارای سابقه مدیریت بیمه دارند. نتایج تحقیق نشان می دهد که مهمترین ابعاد روند کارآفرینی کارآفرینی عبارتند از: "ریسک پذیری"، "پیشگام"، "نوآوری" و "رضایت مشتری"، "رضایت کارکنان" و "عملکرد مالی". به منظور اولویت، عامل پیشگویی و ریسک پذیری و نوآوری بر عملکرد مالی تأثیر می گذارد و فاکتور ریسک پذیری، پیشگام و نوآوری بر رضایت مشتری و عامل پیشگام کننده ریسک پذیری و نوآوری بر رضایت کارکنان تعیین شد.

پیشنهادهای

با بررسی ادبیات نظری و پیشینه پژوهش، می توان پیشنهادهای ارائه نمود که در تحقیقات آتی از آنها استفاده شود. با در نظر گرفتن عوامل موثر بر گرایش به گرایش کارآفرینانه و عملکرد کسب و کار در نمایندگی های فروش شرکت های سهامی بیمه در شهر یزد توصیه می شود.

- گرایش کارآفرینانه دارای همبستگی مثبت و معناداری با عملکرد نمایندگی های فروش حقوقی شرکت سهامی بیمه ایران در شهر یزد است. بنابراین، طبیعی است که به هر میزان که این نمایندگی ها بیشتر به سوی مولفه های این امر گرایش یابند، عملکرد آنها از دیدگاه کارکنان، بیمه گذاران و همچنین عملکرد مالی بهبود می یابد. این پیام، پیشنهاد اصلی و مهمترین دستاورد عملیاتی تحقیق حاضر است.
- علاوه بر این، برای افزایش پیشگامی، تعریف و شناسایی نقاط تمرکز پژوهشی جدید باتوجه به روند تغییرات و نیازها و به منظور نزدیکی به مرزهای دانش و گسترش آن اثرگذار خواهد بود.

- شرکت های بیمه باید سعی کنند ساختارهای غیر رسمی و نامتمرکز را جایگزین ساختارهای سنتی کنند تا بتوانند گرایش به کارآفرین را افزایش دهند و در نتیجه بتوانند پاسخگویی سریع و مناسب به نیازهای مشتریان داشته باشند، از اینرو پیشنهاد می شود برای تقویت گرایش به کارآفرینی در شرکت های سهامی بیمه قوانین و مقررات کم شود و موانع ارتباطات و تبادل اطلاعات به حداقل برسد.
- به دلیل اهمیت نوآوری و ابتکار عمل در استفاده از فرصت ها و غلبه بر چالش های رقبا، ریسک پذیری مدیران شرکت های بیمه باید افزایش یابد تا بتوانند پاسخگوی نیازهای متغیر و متنوع مشتریان باشند و از فرصت های محیطی به نحو مناسب بهره برداری کنند.

منابع:

- [1] Arzubiaga, U., Kotlar, J., De Massis, A., Maseda, A., & Iturralde, T. (2018). Entrepreneurial orientation and innovation in family SMEs: Unveiling the (actual) impact of the Board of Directors. *Journal of Business Venturing*, 33(4), 455-469.
- [2] Li, Y. H., Huang, J. W., & Tsai, M. T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial marketing management*, 38(4), 440-449.
- [3] Irwin, K. C., Landay, K. M., Aaron, J. R., McDowell, W. C., Marino, L. D., & Geho, P. R. (2018). Entrepreneurial orientation (EO) and human resources outsourcing (HRO): A "HERO" combination for SME performance. *Journal of Business Research*, 90, 134-140.
- [4] Niemand, T., Rigtering, C., Kallmünzer, A., Kraus, S., & Matijas, S. (2017). Entrepreneurial orientation and digitalization in the financial service industry: A contingency approach.
- [5] Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61(3), 453-460.
- [6] Mahlangu, J. T. (2017). The impact of entrepreneurial orientation on the financial performance of a South African engineering firm (Doctoral dissertation).
- [7] Tajeddini K., & Mueller S.L. (2012), "Corporate entrepreneurship in Switzerland: evidence from a case study of Swiss watch manufacturers". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 3, pp 355-372 .
- [8] Mueller, S. (2011) 'Increasing entrepreneurial intention: effective entrepreneurship course characteristics', *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 13, No. 1, pp.55-74.
- [9] Lumpkin, G. T., Dess, G. (2001). Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: the moderating role of environment. *Journal of Business Venturing*, (16), pp 429-431.
- [10] Venkatraman, N. (1989), "Strategic Orientation of business enterprises: The construct, dimensionality and measurement". *Management Science*, 35, 942- 962 .
- [11] Sujová, A., Michal, J., Kupčák, V., & Dudík, R. (2017). The impact of international trade of raw wood to the economic growth of forest-based sectors in the Czech and Slovak Republics. *BioResources*, 12(1), 1102-1111.
- [12] Yukl, G. (2008). How leaders influence organizational effectiveness. *The leadership quarterly*, 19(6), 708-722.
- [13] McGlone, C. (2014). Corporate Entrepreneurship: An Investigation into Factors which Contribute to Entrepreneurial Activities within the Financial Services Industry (Master's dissertation). National College of Ireland.
- [14] Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of business venturing*, 21(4), 541-567.
- [15] Arshad, A. S., Rasli, A., Arshad, A. A., & Zain, Z. M. (2014). The impact of entrepreneurial orientation on business performance: A study of technology-based SMEs in Malaysia. *Procedia-social and behavioral sciences*, 130(2014), 46-53.
- [16] Martín-Rojas, et al. (2014). Technological variables and absorptive capacity's influence on performance through corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research* 67(7): 1468-1477.
- [17] Lee, S. M., & Lim, S. (2009). Entrepreneurial orientation and the performance of service business. *Journal of Service Business*, 3, 1-13.
- [18] Tajeddini, K. (2010). Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation on innovativeness: Evidence from the hotel industry in Switzerland. *Tourism management*, 31(2), 221-231.
- [19] Lumpkin, G. T., Brigham, K. H., & Moss, T. W. (2010). Long-term orientation: Implications for the entrepreneurial orientation and performance of family businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(3-4), 241-264.
- [20] Kraus, S., Rigtering, J. C., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161-182.
- [21] Real, J. C., Roldán, J. L., & Leal, A. (2014). From entrepreneurial orientation and learning orientation to business performance: analysing the mediating role of organizational learning and the moderating effects of organizational size. *British Journal of Management*, 25(2), 186-208.
- [22] Octavia, A., & Ali, H. (2017). The model of market orientation, entrepreneurial orientation and business performance of small and medium enterprises. *International Review of Management and Marketing*, 7(3).
- [23] Fairouz, F. M., Hirobumi, T., & Tanaka, Y. (2010). Entrepreneurial orientation and business performance of small and medium scale enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science*, 6(3), 34.
- [24] Simsek Zeki, Heavey Ciaran(2011). "The mediating role knowledge-based capital for coporate entrepreneurship effects on performance: a study of small to medium-sized firms", *strategic entrepreneurship journal*, 5:81-100.

- [۲۵] مبارکی، محمد حسن؛ زالی، محمد رضا؛ دهناد، رومینا. (۱۳۹۲). شناسایی موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران بر مبنای روش شناسی کیو. فصل نامه علمی پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره اول، ۵-۳۲.
- [۲۶] کاظمی، مصطفی؛ مهارتی، یعقوب. (۱۳۹۲). بررسی نقش واسطه گرایی به بازار و رفتار کارآفرینانه بر رابطه بین استراتژی های بازرگانی و عملکرد سازمانی، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده اقتصاد و علوم اداری.
- [۲۷] میرفخرالدینی، حیدر؛ زارع احمدآبادی، حبیب؛ دشتکی، علیرضا. (۱۳۹۱). بررسی رابطه کارآفرینی شرکتی و تعالی عملکرد سازمانی در شرکت پیشگامان کویر یزد، کاوش های مدیریت بازرگانی، شماره ۸، صص ۴۶-۷۴.