



تأثیر رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی از طریق یادگیری در شرکتهای بیمه (مطالعه موردی: شرکت بیمه ایران)

رضا احتشام رائی (نویسنده مسئول)

۱. گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

rezaehteshamrasi@gmail.com

جواد محرابی

گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

ناهید رنجبر طالعی

دانش آموخته کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه مدیریت، قزوین، ایران.

چکیده

عصر حاضر، عصر تغییرات و تحولات اساسی و بنیادی است و سازمان‌هایی می‌توانند خود را با این شرایط تطبیق داده و در رقابت باقی بمانند که مدیران و رهبرانی کارآمد، تحول‌گرا و با چشم اندازی بلند مدت داشته باشند. رهبری تحول آفرین اساس و شالوده‌ای برای تغییرات بلند مدت سازمانی است که دسترسی به اهداف بالاتر را برای نظام سازمانی میسر می‌سازد. رهبران تحول آفرین با ایجاد جو نوآوری و یادگیری سازمانی برای ایجاد عملکرد سازمانی مطلوب تلاش می‌کنند. هدف این مطالعه بررسی تأثیر رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی از طریق یادگیری است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی و به لحاظ هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها نیز میدانی تلقی می‌شود. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که شامل ۴۰ سوال برای سنجش کل متغیرهای پژوهش است. روایی پرسشنامه توسط نظر اساتید و کارشناسان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی و تایید گردید. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه کارکنان بیمه ایران در استان گیلان به تعداد ۴۹۲ نفر است. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۲۴ نفر به عنوان نمونه نهایی پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. به منظور آزمون فرضیه‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل ۸.۸ استفاده گردید. نتایج نشان می‌دهد که رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی و یادگیری تأثیر معناداری داشته است. همچنین یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی نیز تأثیر معناداری داشته و در نهایت نتایج حاکی از نقش میانجی یادگیری سازمانی است.

واژه‌های کلیدی: رهبری تحول آفرین، یادگیری سازمانی، کارآفرینی سازمانی

در عصر حاضر که مدیران و رهبران سازمان‌ها با موقعیت جدید و تغییرات فزاینده‌ای در امور مواجه هستند، تنها سازمان‌هایی به توفیق دست خواهند یافت که بتوانند با بهره‌گیری از انگیزه کارکنان‌شان، به مواجهه سریع و خلاقانه با شرایط جدید بپردازند. به واقع در جهان پر شتاب و سرشار از تحول و رقابت امروز، آنچه که موجبات دستیابی به مزیت‌های رقابتی را برای سازمان فراهم می‌نماید، یادگیری سازمانی است. بنابراین باید عامل یادگیری را مبنای اصلی افزایش کارایی و اثربخشی در نظر گرفت و شرکت‌ها برای حفظ مزیت رقابتی خود باید در وضعیت یادگیری قرار گیرند. (شاهین و ابوالحسنی، ۱۳۸۹). سازمان‌هایی می‌توانند ضرورت‌ها و تغییرات محیطی را به موقع پیش‌بینی نمایند و بقای خود را در محیط دائماً متغیر ادامه دهند که بر یادگیری سازمانی تمرکز و تاکید نمایند. یادگیری را می‌توان به معنای تقویت دانایی به کمک تجربه دانست که از پیگیری امور بدست می‌آید (خانعلی زاده و همکاران، ۱۳۸۹). گارسیا مورالز و همکارانش (۲۰۰۹) اعتقاد دارند که یادگیری فرآیندی است که به وسیله دانش، تواناییها و طرزفکرها تجزیه و تحلیل شده است (Garcia, et al., 2007). کارآفرینی سازمانی مفهومی است که بر سازمان، فرهنگ‌ها و فرایندهای سازمانی متمرکز می‌باشد نه بر افراد. کالینز و مور اولین محققینی بودند که در مطالعات خود، بین کارآفرینی مستقل و کارآفرینی سازمانی تمایز قائل شدند و این‌طور عنوان نمودند که کارآفرینان مستقل، سازمان‌های جدید را به طور مستقل تاسیس می‌نمایند، در حالی که کارآفرینان سازمانی ساختاری جدید در درون سازمان ایجاد می‌نمایند (دهقان و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱). کارآفرینی سازمانی رویکردی است که به عنوان یک مفهوم ضروری و مورد نیاز مدیریت مطرح است. ویژگی مشترک کارآفرینی سازمانی تمرکز بر نوآوری و ارائه محصول جدید است. نکته حائز اهمیت این است که مدیران بدون داشتن کارکنان با انگیزه ذاتی بالا نمی‌توانند به کارآفرینی سازمانی دست یابند (Gumusluoglu & Ilsev, 2008). مک کورمیک معتقد است که فعالیت کارآفرینانه سازمانی می‌تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرایند اثربخش باشد. جینگ و یانگ کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرایند توسعه محصولات یا بازارهای جدید تعریف میکنند. کوراتکو، منتاگو و هورنسبای، کارآفرینی سازمانی را به عنوان ایجاد کسب و کارهای جدید در درون چارچوب شرکتهای مادر توصیف می‌کنند. در مورد ابعاد کارآفرینی سازمانی یکی از مرسوم‌ترین مطالعات، پژوهش بارینگر و بلودرن است که سه بُعد نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی را معرفی نموده‌اند (دهقان و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳). از عوامل تأثیرگذار بر خلاقیت و نوآوری، رهبری است. رهبران تحول آفرین در پی راه‌های جدید انجام کار، فرصت‌های تازه و توانمندسازی کارکنان جهت رسیدن به هدف‌های سازمان هستند. رهبری تحول آفرین بر طبق مدل برنارد بس، براساس چهار عامل نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام بخش و حمایت‌های توسعه‌گرا تحقق می‌یابد (Bass et al., 2006). نقش و اهمیت رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی از طریق یادگیری، محققان را بر آن داشت که به این سوال اصلی در این پژوهش پاسخ دهند که رهبری تحول آفرین از طریق یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران چه تاثیری دارد؟

مبانی و چارچوب نظری پژوهش

کارآفرینی سازمانی

با گسترش روزافزون کارآفرینی در سازمان و پیشرفت‌های شگرف سازمان‌ها به دلیل اجرایی کردن کارآفرینی، مفاهیم و تعاریف آن نیز دستخوش تغییرات شده و به مرحله‌ای از بلوغ و تکامل دست یافت؛ تا جایی که زهرا ۱۱ کارآفرینی

سازمانی را فرایند ایجاد تجارب جدید میدانند که از سوی سازمان‌هایی که سود، وضعیت رقابتی و راهبرد تجارب فعلی را بهبود می‌بخشند، بیان می‌نماید. شاید بتوان کارآفرینی سازمانی را این‌گونه تعریف نمود: کارآفرینی سازمانی فرایندی است که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتازی سوق می‌دهد (ناهد، ۱۳۸۸: ۴۳). کارآفرینان در سازمان‌ها تصمیم‌گیران خوبی هستند؛ حتی در شرایطی که اطلاعات کافی وجود ندارد، ترسی از تصمیم‌گیری ندارند. کارآفرینان به منابع، تکنولوژی، افراد و دانش سازمان‌ها به منظور توسعه محصول و... نیاز دارند؛ همچنین به اعتماد و حمایت آنها برای ادامه و سعی بیشتر (ناهد، ۱۳۸۸: ۴۴). در رابطه با ابعاد کارآفرینی سازمانی پژوهش‌های زیادی صورت گرفته، در یکی از پژوهش‌ها به چهار بُعد کارآفرینی سازمانی اشاره شده است که شامل: بازسازی مستمر، نوسازی سازمانی، نوسازی راهبردی و تغییر قلمرو می‌باشد. از نظر برخی محققین، کارآفرینی سازمانی دارای ابعاد مخاطره‌پذیری مرتبط با کسب و کارهای جدید نوآور بودن، نوسازی و بیش‌فعالی یا پیش‌نگری می‌باشد. از نظر گاث و گینزبرگ ۲ نیز کارآفرینی سازمانی به فرآیند نوسازی سازمانی اشاره داشته و مرتبط با دو پدیده متمایز ولی مرتبط با یکدیگر می‌باشد؛ ۱) فعالیت‌های نوآورانه و مخاطره‌پذیری سازمانی و ۲) فعالیت‌های نوسازی سازمان برای ارتقای توانمندی‌های سازمان برای رقابت (الوانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵). موریس و همکاران نیز ضمن قائل شدن ابعاد نوسازی راهبردی و مخاطره‌پذیری سازمانی برای کارآفرینی سازمانی، در ارتباط با مخاطره‌پذیری سازمانی اشاره می‌کنند که برای اجرا و تحقق کارآفرینی سازمانی می‌توان از سه الگوی پیاده‌سازی شامل مخاطره‌پذیری سازمانی درونی، مخاطره‌پذیری سازمانی مشارکتی و مخاطره‌پذیری سازمانی بیرونی استفاده کرد (Morris & Cornwall, 2009). در مورد ابعاد کارآفرینی سازمانی یکی از مرسومترین مطالعات، پژوهش بارینگر و بلودرن ۳ است که سه بعد نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی را معرفی نموده‌اند (دهقان و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۹). همان‌طور که در بالا ملاحظه گردید، در بررسی ادبیات موضوع کارآفرینی سازمانی اکثر محققان از ابعاد نوآوری، پیشگامی و مخاطره‌پذیری سازمانی برای سنجش اعمال فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی بهره گرفته‌اند. در این پژوهش نیز از ابعاد نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی به عنوان ابعاد کارآفرینی سازمانی استفاده شده است.

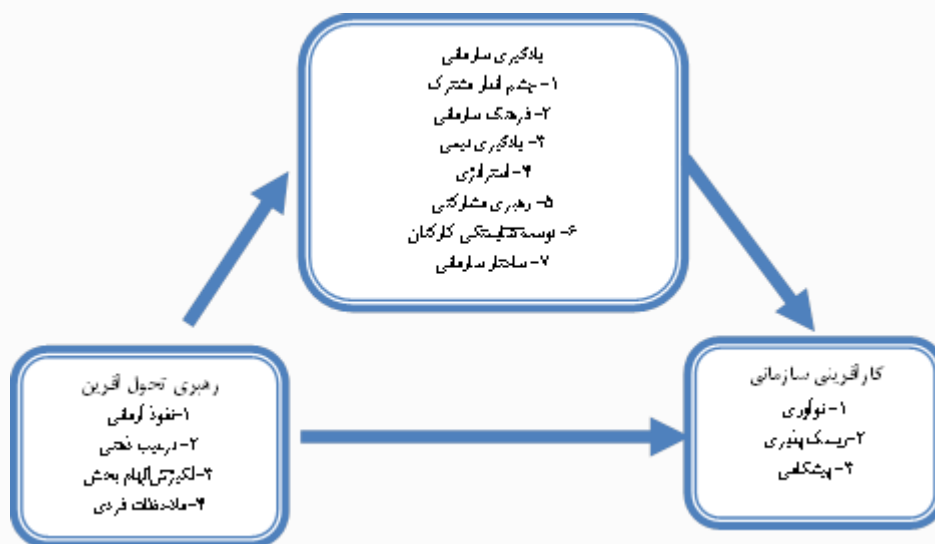
رهبری تحول آفرین

توسعه‌های اخیر در نظریه‌های رهبری، از نظریه‌های رهبری کاریزماتیک که رهبر را موجودی غیرمتعارف فرض می‌کرد و پیروان را وابسته به رهبری می‌دانست، به سمت نظریه‌های نئوکاریزماتیک و رهبری تحول آفرین که به توسعه و توانمندسازی پیروان جهت عملکرد مستقل توجه می‌کنند، انتقال یافته است (Kark et al., 2013). برنز رهبری تحول آفرین را به عنوان فرایندی که در آن رهبران و پیروان همدیگر را به سطح بالاتری از اخلاق و انگیزه سوق می‌دهند، تعریف نمود. رهبران سعی می‌کنند خصوصیات اخلاقی و ایده‌آل‌های متعالی مانند آزادی، عدالت، برابری، صلح و انسانیت را پیرامون خود متجلی سازند و نه خصوصیات پستی مانند ترس، حرص، حسادت و تنفر. از نظر برنز، رهبری تحول آفرین توسط هر کس با هر موقعیت در سازمان قابل پیاده شدن است. در این نوع رهبری، افراد می‌توانند بر همتایان و مافوق‌ها مانند زیردستان اثرگذاری داشته باشند (ازگلی و قنبری، ۱۳۸۲: ص ۲۴). برنز، رهبری تحول آفرین را به عنوان کسی که پیروان را توانمند می‌سازد و به آنها در جهت عملکرد فراتر از انتظاراتشان انگیزه می‌دهد و آنها را تشویق به پیروی از اهداف دسته جمعی به جای منافع شخصی تعریف می‌نماید. براساس نظریه‌ی بس و اولیو (۱۹۹۵)، ابعاد رهبری تحولی دارای چهار بُعد اصلی، نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام بخش و ملاحظات فردی است (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۸۷).

به اعتقاد کاراش ، یکی از دلایل لزوم حرکت به سمت سازمان یادگیرنده توجهی است که نهضت‌های جدید به نقش افراد و به ویژه سازمان‌ها در انجام وظایف اجتماعی و انسانی خود دارند. افرادی که در یک سازمان یادگیرنده کار می‌کنند ، می‌دانند که بخشی از یک نهضت انسانی در توسعه قابلیت‌ها و نگرش‌ها هستند. در شرایطی که توجه به معنویات روز به روز گسترش می‌یابد ، کارکردن در سازمانی که نسبت به مسائل و مشکلات محیطی حساسیت به خرج می‌دهد ، به کارکنان کمک می‌کند که مفهوم جدیدی از هویت انسانی و نقش خود در جامعه بشری دریافت نمایند (Karash, 2003:12-14). نوناکا نیز بر این اعتقاد است که یادگیری سازمانی از تکرار فرآیندهای درونی و بیرونی شدن حاصل می‌شود (Tzompa&Costanzo, 2008:146-164). پس می‌توان یادگیری سازمانی را توانایی سازمان بعنوان یک کل ، در کشف خطاها و اصلاح آنها و همچنین تغییر دانش و ارزش‌های سازمان، به طوریکه مهارت‌های جدید حل مسله و ظرفیت جدیدی برای کار ایجاد گردد (سبحانی نژاد، ۱۳۸۵: ۴۲). آنسر (۲۰۱۳) در پژوهش خود به بررسی تاثیر رهبری تحول آفرین و رهبری مبادله‌ای بر کارآفرینی سازمانی پرداخت. جامعه‌ی آماری این پژوهش کلیه کارکنان سه شرکت بین المللی در شهر استانبول ترکیه بود که تعداد ۱۷۱ نفر به عنوان نمونه نهایی تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد که رهبری مبادله‌ای تنها بر بُعد پیشگامی تاثیرگذار است. اما رهبری تحول آفرین بر هر سه بُعد نوآوری ، پیشگامی و ریسک‌پذیری تاثیر معناداری داشته است (Hosseini& Eskandari, 2013:204). بهات و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهش خود به بررسی تاثیر سبک رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی پرداختند. جامعه آماری آنها سازمانهای مختلف هند بودند. ۱۲۵ نفر از کارکنان سازمان‌های فعال در بخش‌های مختلف به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. برای اندازه‌گیری رهبری تحول آفرین از پرسشنامه چارچوب رهبری بس و آوالیو و برای سنجش یادگیری سازمانی از پرسشنامه یادگیری سازمانی پاریک استفاده نمودند. نتایج پژوهش نشان داد که رهبری تحول آفرین تاثیر معنادار ولی منفی بر یادگیری سازمانی داشته است (Bhat et al., 2013). هسپائو و چانگ (۲۰۱۱) در پژوهش خود به بررسی نقش یادگیری سازمانی در رابطه‌ی بین رهبری تحول آفرین و نوآوری سازمانی پرداختند. جامعه آماری پژوهش آنها معلمان پیش دانشگاهی در تایلند بودند که تعداد ۳۳۰ نفر از این معلمان به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. نتایج بررسی‌ها نشان داد که رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری بر نوآوری سازمانی دارند. همچنین نتایج نشان داد که یادگیری سازمانی تاثیر معناداری بر رابطه رهبری تحول آفرین و نوآوری سازمانی دارد. یعنی یادگیری سازمانی نیز تاثیر معناداری بر نوآوری سازمانی داشته است (Hsiao et al., 2013). گارسیا مورالز و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهش خود به بررسی تاثیر رهبری تحول آفرین بر عملکرد سازمانی از طریق یادگیری سازمانی و نوآوری پرداختند. جامعه آماری پژوهش ، ۱۶۸ شرکت در اسپانیا بود. نتایج نشان داد که رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین یادگیری سازمانی نیز بر نوآوری سازمانی و عملکرد سازمانی تاثیر معناداری دارد (et al., 2012). در حالی که پژوهش حاضر با هدف بررسی نحوه تاثیرگذاری رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی و کارآفرینی سازمانی در بیمه ایران و با توجه به تعاریف موجود و همچنین مطالعات گذشته در پی بررسی چهار فرضیه به شرح زیر است:

- ۱- رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی در شرکت بیمه ایران تاثیر دارد.
- ۲- رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران تاثیر دارد.
- ۳- یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران تاثیر دارد.

۴- رهبری تحول آفرین از طریق یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران تاثیر دارد. در مدل پژوهش حاضر رهبری تحول آفرین به عنوان متغیر مستقل مطرح و شامل چهار بُعد نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام بخش و ملاحظات فردی است. یادگیری سازمانی نیز به عنوان متغیر میانجی در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار خواهد گرفت. متغیر وابسته این پژوهش نیز کارآفرینی سازمانی است که شامل ابعاد نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی می باشد. رهبری تحول آفرین از مطالعه بس و اولیو و یادگیری و کارآفرینی سازمانی نیز از مطالعه شهرکی و بحرینی اقتباس شده است. با توجه به مطالب مطرح شده مدل تحلیلی پژوهش در شکل (۱) نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

این پژوهش بر اساس روش گردآوری داده‌ها، از نوع پیمایشی است که فراتر از یک فن خاص در گردآوری اطلاعات است و هدف آن اکتشافی - توصیفی است. با توجه به اینکه پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه کارکنان بیمه ایران در استان گیلان است که تعداد این کارکنان بر اساس اعلام واحد ستادی بیمه ایران ۴۹۲ نفر می باشد. نمونه‌گیری در پژوهش به روش تصادفی ساده در میان کارکنان بیمه ایران انجام گردید. برای محاسبه حجم نمونه کارکنان با توجه به اینکه واریانس جامعه نامعلوم بود، از جدول مورگان استفاده گردید که بر این اساس حجم نمونه مورد نیاز ۲۱۶ برآورد گردید. بدین منظور تعداد ۲۳۰ پرسشنامه توزیع گردید که تعداد ۲۲۴ پرسشنامه مورد بررسی و تجزیه و تحلیل نهایی قرار گرفتند. پرسشنامه پژوهش در دو بخش تنظیم گردیده که بخش اول شامل اطلاعات عمومی مربوط به پاسخ دهندگان است و بخش دوم مشتمل بر ۴۰ سوال می باشد که متغیرهای پژوهش را مورد سنجش قرار می دهند. برای سنجش متغیر رهبری تحول آفرین از پرسشنامه باس و اولیو (۱۹۹۹) شامل ۴ بُعد و ۱۴ گویه استفاده گردید. برای سنجش یادگیری سازمانی از ۷ بُعد و ۱۸ گویه مدل نیف (۲۰۰۱) و برای سنجش کارآفرینی سازمانی نیز از ۳ بُعد و ۸ گویه مدل آنسر (۲۰۱۳) استفاده گردیده است.

جدول ۱- فراوانی سوالات پرسشنامه

تعداد سوال	بعد	معیارها
۵	نفوذ آرمانی	رهبری تحول آفرین
۳	ترغیب ذهنی	
۳	انگیزش الهام بخش	
۳	ملاحظات فردی	
۲	چشم انداز مشترک	یادگیری سازمانی
۲	فرهنگ سازمانی	
۳	کار و یادگیری تیمی	
۳	استراتژی	
۳	رهبری مشارکتی	
۲	توسعه شایستگی کارکنان	
۳	ساختار سازمانی	
۳	نوآوری سازمانی	کارآفرینی سازمانی
۳	ریسک پذیری	
۲	پیشگامی	
۴۰		مجموع سوالات

پایایی و روایی پرسشنامه

پایایی یک وسیله اندازه گیری ، عمدتاً به دقت ، اعتمادپذیری ، ثبات یا تکرارپذیری نتایج آزمون اشاره می کند. ثبات یا سازگاری را می توان با استفاده از یک ضریب پایایی مانند آلفای کرونباخ تخمین زد. برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ابتدا باید واریانس نمره های هر زیرمجموعه سوال های پرسشنامه و واریانس کل را محاسبه نمود. سپس با استفاده از فرمول زیر مقدار ضریب آلفا محاسبه می شود.

$$r_a = \frac{j}{j-1} \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right) \quad \text{رابطه (۱)}$$

تعداد زیر مجموعه سوال های پرسشنامه یا آزمون

$$= \text{واریانس زیر آزمون } S_j^2$$

$$= \text{واریانس کل آزمون } S^2$$

معمولاً دامنه ی ضریب اعتماد آلفای کرونباخ از ۰/۰۰ (عدم پایداری) تا ۱/۰۰ (پایایی کامل) قرار می گیرد. با توجه به مقدار آلفای کرونباخ مربوط به هر متغیر و مقدار آلفای کلی که بیشتر از ۰/۷ می باشد ، بنابراین تمامی متغیرها به طور مجزا و در مجموع از پایایی مناسب برخوردار است. روایی محتوایی نیز نشان می دهد که عناصر مورد سنجش ، توانایی اندازه گیری مفهوم مورد نظر را دارند. برای اندازه گیری روایی ، از نظر اساتید و متخصصان استفاده گردید. در نتیجه ، اشکالات ساختاری آن شناسایی و اصلاحات لازم جهت برآورده ساختن روایی ظاهری صورت پذیرفت.

آزمون مدل پژوهش

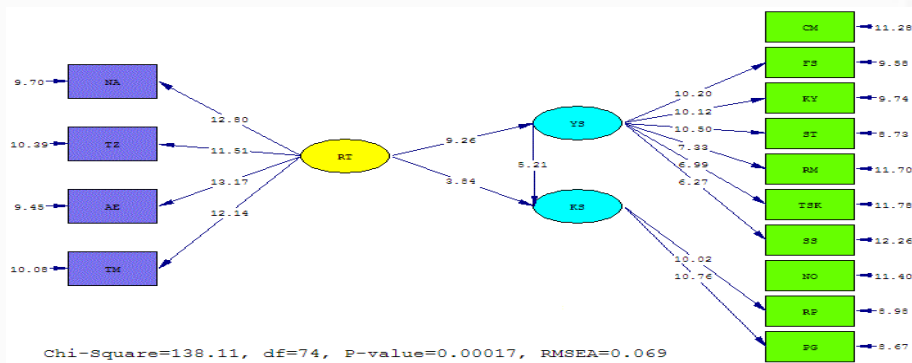
برای آزمون مدل پژوهش ، تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد استفاده قرار گرفته است. به عقیده براون و همکاران (۲۰۰۰)، کاستر و همکاران (۲۰۱۱) ، مک فادن و همکاران (۲۰۰۹) ، سیلوا و همکاران (۲۰۰۴) این تکنیک آماری به وفور در ادبیات پژوهشی مورد استفاده قرار گرفته است (Morris et al., 2011). نتایج آزمون کلموگوروف - اسمیرنوف در جدول (۲) آورده شده است. با توجه به اینکه مقدار سطح معناداری آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف برای هر سه متغیر بیشتر از ۰,۰۵ است ، می‌توان فرض صفر را تایید نمود و بنابراین متغیرهای رهبری تحول آفرین ، یادگیری سازمانی و کارآفرینی سازمانی در نمونه دارای توزیع نرمال می‌باشند. بنابراین می‌توانیم در کلیه مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های پارامتریک استفاده نمائیم.

جدول ۲- نتایج آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف

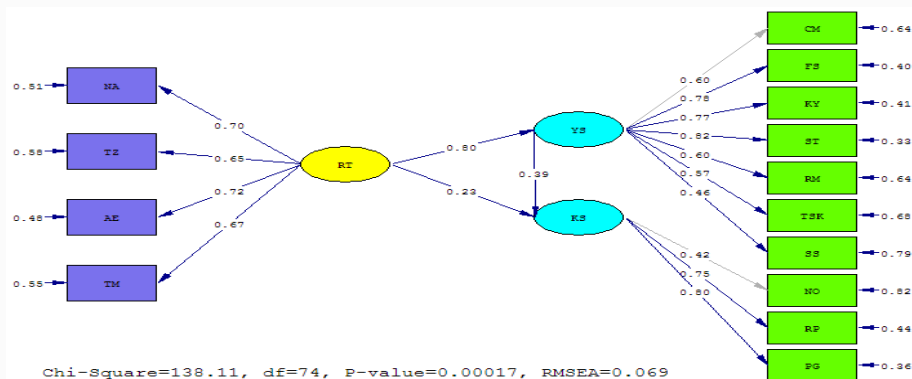
		رهبری	یادگیری	کارآفرینی
تعداد		۲۲۴	۲۲۴	۲۲۴
پارامترهای نرمال	میانگین	۴,۰۷۵۰	۳,۹۴۳۶	۳,۲۱۸۷
	انحراف	۰,۵۳۰۶۳	۰,۴۸۹۸۲	۰,۸۱۹۲۹
آماره کولموگوروف - اسمیرنوف		۱,۱۵۲	۰,۸۲۶	۱,۰۶۵
سطح معناداری		۰,۱۴۰	۰,۵۰۲	۰,۲۰۶

آزمون فرضیه‌های پژوهش

با استفاده از این روش می‌توان روابط علت و معلولی میان متغیرهایی که بطور مستقیم قابل مشاهده نیستند را با توجه به خطاها استنتاج نمود و میزان همبستگی و شدت اثرگذاری هر یک را بر دیگری مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. به همین دلیل ، مدل‌سازی معادلات ساختاری با عنوان تجزیه و تحلیل متغیرهای پنهان یا مدل‌سازی علی نیز شناخته شده است. در این روش مانند رگرسیون ، کمی سازی روابط میان متغیرهای مستقل و وابسته صورت می‌گیرد. در شکل های به ترتیب (۲) و (۳) ، مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های پژوهش در حالت ضرایب معناداری و ساختاری نشان داده شده است. چنانچه در حالت ضرایب معناداری ، آماره t خارج از بازه $+1,96$ و $-1,96$ قرار داشته باشد ، فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب ساختاری نیز نشان از میزان رابطه یا تاثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته دارد. بر اساس این شکل‌ها همچنین می‌توان میزان تاثیر غیر مستقیم رهبری تحول آفرین را بر متغیر کارآفرینی سازمانی از طریق نقش میانجی یادگیری سازمانی محاسبه نمود. شاخص‌های برازش نشان داده شده هر یک از دو مدل را نشان می‌دهد که تا چه میزان طراحی مدل مناسب بوده و مدل با داده‌هایی که محقق جمع‌آوری نموده ، تطابق دارد. شاخص‌های برازش مدل در جدول (۳) نشان می‌دهد که مدل با داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه‌های آماری پژوهش برازش مناسبی دارد یعنی این مدل روابط را به درستی نشان می‌دهد.



شکل ۲- مدل فرضیه‌های پژوهش در حالت ضرایب معناداری



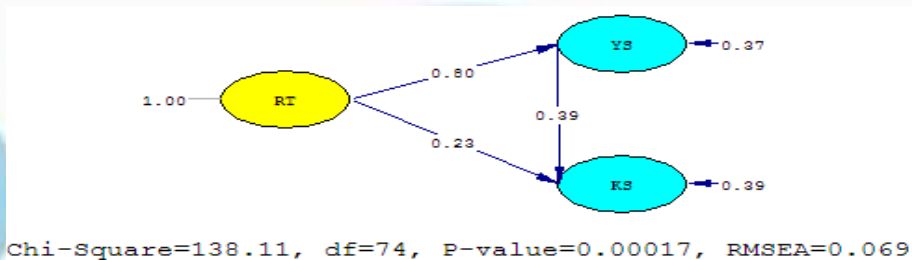
شکل ۳- مدل فرضیه‌های پژوهش در حالت ضرایب ساختاری

جدول ۳- شاخص‌های برازش مدل کلی پژوهش

RMSEA	χ^2/df	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	شاخص
۰,۰۶۹	۱,۸۶۶	۰,۹۲	۰,۹۳	۰,۹۳	۰,۹۰	۰,۸۷	مقدار به دست آمده
۰,۰۸ >	۳ >	۰,۹ <	۰,۹ <	۰,۹ <	۰,۹ <	۰,۸ <	مقدار مجاز

تحلیل مسیر فرضیه‌ها

در جدول شماره‌ی (۴) کلیه‌ی مسیرهای مستقیم موجود که مبتنی بر فرضیه‌های پژوهش می‌باشند و همچنین اعداد معناداری و ضرایب ساختاری نشان داده شده و بر این اساس می‌توان در مورد تأیید یا عدم تأیید فرضیه‌ها بررسی‌های لازم را انجام داد. بیشترین تأثیر را در مدل، رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی دارد. بر اساس نتایج آماره t می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که کلیه‌ی فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۹ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرند.



شکل ۴- مدل تحلیل مسیر فرضیه‌ها

میزان تاثیر مستقیم رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی برابر با ۰,۲۳ می‌باشد. در حالی که میزان تاثیر غیر مستقیم رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی از طریق متغیر میانجی یادگیری سازمانی مقدار ۰,۳۱۲ می‌باشد. می‌توان چنین نتیجه گرفت که یادگیری سازمانی می‌تواند موجب افزایش تاثیر رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی گردد و نقش میانجی آن اثبات می‌گردد. همچنین میزان تاثیر غیرمستقیم رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی بیش از تاثیر مستقیم آن می‌باشد.

بحث و نتیجه گیری

میانگین امتیاز متغیر رهبری تحول آفرین از نظر پاسخ دهندگان ۴,۰۷۵۰ و انحراف معیار ۰/۵۳۰۶۳ است. این بدان معناست که وضعیت رهبری تحول آفرین در حد مناسبی قرار دارد و مسولین و مدیران شرکت بیمه ایران می‌بایست با اتخاذ تدابیر درست در جهت حفظ وضع موجود و ارتقای آن حرکت کنند.

میانگین امتیاز متغیر یادگیری سازمانی از نظر پاسخ دهندگان ۳/۹۴۳۶ و انحراف معیار ۰/۴۸۹۸۲ می‌باشد. به عبارت دیگر یادگیری سازمانی در شرکت بیمه ایران وضعیت مناسبی دارد که مسولین بیمه ایران می‌بایست استراتژی‌های مناسب جهت حفظ و ارتقای یادگیری در سازمان را مورد بررسی قرار دهند.

میانگین امتیاز متغیر کارآفرینی سازمانی از نظر پاسخ دهندگان ۳/۲۱۸۷ و انحراف معیار ۰/۸۱۹۲۹ است. این نشان می‌دهد که در بیمه ایران تلاش در جهت ارائه خدمات جدید، نوآورانه و برنامه‌ریزی برای ارائه خدمات جدید در سطحی متوسط مورد توجه قرار گرفته و نیازمند بررسی و توجه بیشتر مسولین بیمه ایران است.

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه ۱: رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی در شرکت بیمه ایران تاثیر دارد.

با توجه به مدل پژوهش، میزان آماره t بین دو متغیر رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی برابر با ۹/۲۶ است و از آنجا که این مقدار در خارج از بازه $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$ قرار دارد، این فرضیه تایید گردیده است. با توجه به ضریب استاندارد هم می‌توان گفت که میزان تاثیر رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی برابر با ۰/۸۰ است. این نتیجه با نتایج مطالعه نماییچ و ورا (۲۰۰۹) و لین و دونو (۲۰۱۱) همخوانی دارد. آنها در پژوهش خود دریافتند که رهبری تحول آفرین بر یادگیری سازمانی تاثیر مثبتی دارد (Wincent et al., 2013: 17).

فرضیه ۲: رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران تاثیر دارد.

با توجه به اینکه میزان آماره t بین دو متغیر رهبری تحول آفرین و کارآفرینی سازمانی برابر با ۳/۸۴ است و از آنجا که این مقدار در خارج از بازه $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$ قرار دارد، این فرضیه تایید گردید. با توجه به ضریب استاندارد نیز می‌توان گفت که میزان تاثیر رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۲۳ است. این نتیجه با نتایج مطالعه جلیلیان و همکاران (۲۰۱۳) همخوانی دارد. آنها نیز در پژوهش خود دریافتند که رهبری تحول آفرین تاثیر مثبتی بر کارآفرینی سازمانی دارد (Kark et al., 2013).

فرضیه ۳: یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران تاثیر دارد.

با توجه به اینکه میزان آماره t بین دو متغیر یادگیری سازمانی و کارآفرینی سازمانی برابر با ۱۰/۱۱ است و از آنجا که این مقدار در خارج از بازه $[-۱/۹۶ \& ۱/۹۶]$ قرار دارد، این فرضیه تایید گردید. با توجه به ضریب استاندارد نیز می‌توان گفت که میزان تاثیر یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۵۷ است. این نتیجه با نتایج مطالعه

تسی و چپو (۲۰۱۴) همخوانی دارد. آنها نیز در پژوهش خود دریافته‌اند که یادگیری سازمانی تاثیر مثبتی بر کارآفرینی سازمانی دارد.

پیشنادهای پژوهش

با توجه به نتایج پژوهش، تائید فرضیه‌ها و مشاهده تاثیر مثبت رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در نمایندگی‌های بیمه ایران موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱- مدیران و مسولین نمایندگی‌های بیمه، توانایی‌های نیروهای زیرمجموعه خود را بهتر بشناسند و در برنامه‌ریزی کاری، تفاوت‌های فردی کارکنان را نیز ملاک تصمیم‌گیری قرار دهند و به افراد کمک کنند تا توانایی‌های خود را توسعه دهند.

۲- مدیران شرکت اهداف مختلف را به صورت شفاف برای کارکنان تبیین نمایند و بر لزوم درک قوی و عمیق از اهداف اقتصادی و اجتماعی شرکت و به اهمیت همکاری و حس تعاون در جهت تحقق اهداف و ماموریت‌های سازمان تاکید نمایند.

۳- مدیران بیمه از کارکنان خود بخواهند تا مشکلات را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار دهند و نگرش‌های جدیدی را در انجام وظایف کاری خود لحاظ نمایند و از نوآوری و تفکر خلاقانه کارکنان حمایت کنند.

پیشنادهای مطالعات آینده

۱- محققان رهبری تحول آفرین را با استفاده از مدل‌های دیگری مانند مدل رافرتی و گریفین شامل ابعادی مانند پایش، هدایت، مربیگری و مشاوره مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار دهند.

۲- برای دستیابی به جزئیات بیشتر در مورد نگرش‌ها و رفتار کارکنان، سایر بخش‌های بیمه‌ای در بخش دولتی و خصوصی نیز در حیطه موضوع بررسی قرار گیرند تا بتوان نتایج متقن و مستندتری را به دست آورد.

۳- تحقیقاتی در ابعاد گسترده‌تر و با لحاظ نمونه‌ی آماری بیشتر در سایر شهرها و در سطح ملی برای بررسی تاثیر رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی صورت گیرد.

محدودیت‌های پژوهش

هر محقق در مسیر جمع‌آوری اطلاعات و کسب نتایج مطلوب با مشکلاتی روبرو می‌گردد که لازم است آنها را شناسایی نموده و در جهت رفع آنها گام بردارد. انجام این پژوهش نیز با محدودیت‌هایی مواجه بوده که عمده آنها عبارتند از:

۱- در این پژوهش به منظور سنجش رهبری تحول آفرین از ابعاد مطالعه باس و آوالیو (۱۹۹۳) استفاده گردید، در حالی که می‌توان این متغیرها را از زوایای دیگری نیز مورد مطالعه قرار داد و جزئیات بیشتر و دقیق‌تری را از رفتار مدیریت و کارکنان به دست آورد.

۲- این پژوهش به بررسی تاثیر رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در مجموعه‌ی بیمه ایران پرداخته است. برای اطمینان از درستی نتایج به دست آمده این روابط را در سایر بخش‌های بیمه‌ای نیز آزموده شوند.