



بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد نوآوران رادیکال در شرکت بیمه نوین با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش دوسویه

نوشین فروزان پور

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری، واحد صفادشت، دانشگاه آزاد اسلامی، صفادشت، ایران

فرزاد آسایش (مسول مکاتبات)

گروه مدیریت، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

farzad.asayesh@gmail.com

منصور ترکیان تبار

گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، واحد دورود، دانشگاه آزاد اسلامی، دورود، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۰۷

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۰۱/۱۸

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد نوآوران رادیکال با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش دوسویه در شرکت بیمه نوین به روش توصیفی-پیمایشی به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارشناسان و مدیران ستادی شرکت بیمه نوین به تعداد ۴۱۴ نفر است که با بهره-گیری از فرمول کوکران، ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه ها از روش تصادفی ساده استفاده شد. برای گردآوری داده های مورد نیاز از پرسشنامه استاندارد سارساه و همکاران (۲۰۲۰) استفاده گردید. این پرسشنامه برای سنجش مولفه های گرایش کارآفرینانه، عملکرد نوآوران، ظرفیت جذب دانش بالقوه و ظرفیت جذب دانش طراحی شده است که پایایی هر یک از این مولفه ها بر اساس ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰.۷۷۳، ۰.۷۷۶، ۰.۷۴۵ و ۰.۷۶۳ برآورد شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات از مدل سازی معادلات ساختاری در قالب نرم آماری SPSS 26 و LISREL استفاده شد. نتایج حاصل از بکارگیری مدل سازی معادلات ساختاری در محیط نرم افزار لیزرل نشان داد که گرایش کارآفرینانه به-طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب بالقوه و ظرفیت جذب محقق شده بر عملکرد نوآوران رادیکال تاثیر گذار است.

واژگان کلیدی: گرایش کارآفرینانه، عملکرد نوآوران رادیکال، ظرفیت جذب بالقوه، ظرفیت جذب محقق-شده.

مقدمه

کارآفرینی می‌نویسد: "کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصت‌ها و دنبال آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. کارآفرینی شامل خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جامعه می‌باشد.

محققان معتقدند ممکن است رابطه گرایش به کارآفرینی با عملکرد نوآورانه رادیکال مستقیم نباشد؛ زیرا مطالعات گذشته برخی مکانیسم‌ها یا متغیرهای بالقوه را نشان داده‌اند که بر رابطه عملکرد گرایش به کارآفرینی و نوآوری تأثیر می‌گذارد (لیو و لی، ۲۰۱۸). متغیرهای ابتکار، فعال بودن و ریسک‌پذیری می‌تواند عملکرد نوآورانه رادیکال را افزایش دهد. با این حال، برای سازمان‌ها بسیار مهم است که از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه قادر به جذب دانش خارجی باشند. به توانایی سازمان‌ها در "کسب، جذب، تغییر و بهره‌برداری از دانش برای ایجاد قابلیت‌های سازمانی پویا"، ظرفیت جذب گفته می‌شود. سازمان‌های کارآفرین از طریق بهبود ظرفیت جذب می‌توانند از دانش خارجی کسب شده برای دستیابی به افزایش عملکرد نوآورانه رادیکال بهره‌گیرند. گرایش به کارآفرینی، سازمان‌ها را در موقعیت بهتری برای افزایش توان جذب دانش قرار می‌دهد، در حالی که ظرفیت جذب دانش بالاتر عملکرد نوآورانه رادیکال سازمان‌ها را افزایش می‌دهد (کویی و همکاران، ۲۰۱۸). به عنوان ابعاد ظرفیت جذب دانش، مطالعات اخیر به‌طور فزاینده‌ای تأثیرات این دو بعد را بر خروجی‌های مختلف سازمان مورد بررسی قرار داده‌اند (اسکارینگلا و همکاران، ۲۰۱۷). از آنجا که ظرفیت جذب دانش بالقوه و محقق شده به عنوان قابلیت‌های منحصر به فردی در نظر گرفته می‌شوند که بهره‌وری سازمان را افزایش می‌دهد، باید میان این دو این قابلیت تعادل و موازنه برقرار شود. با این حال، تحقیقات گذشته تا حد زیادی بر تأثیر

افزایش رقابت منطقه‌ای و جهانی در بازارها است که سازمان‌ها را وامی‌دارد تا برای موفقیت بیشتر به راه‌های نوین رقابت در بلندمدت مانند کارآفرینی روی آورند. در این شرایط اما باید توجه کرد تنها تکیه بر تکنولوژی پیشرفته و کیفیت بالا برای حفظ مشتریان کافی نیست؛ زیرا رقبا نیز به‌سرعت در حال پیشرفت هستند و به‌زودی به همان سطح خواهند رسید. محصولات و خدمات باید به فراخور نیاز و تمایلات مشتری و با هدف افزایش ارزش محصول یا خدمات برای او طراحی شوند. همه این تغییرات نیاز به روش‌های جدید فکری در این دوره را آشکار می‌سازد (کامبوج و رحمان، ۲۰۱۷). چنین محیط متغیر و پویایی، سازمان‌ها را بر آن می‌دارد تا ساختارهای خود را در جهت افزایش شانس خود برای بقا تغییر دهند؛ به‌علاوه چنین محیطی موجب شده تا رویکردهای جدیدی در حوزه کارآفرینی ارائه شود. توجه به کارآفرین می‌تواند چه در سطح فردی و چه در سطح سازمانی در درازمدت موجب بهبود عملکرد سازمان‌ها شده و از طریق دستیابی سازمان‌ها به اهدافشان، بقاء آنان در محیط رقابتی را تضمین نمایند (کاجالو و لیندبلوم، ۲۰۱۵).

موفقیت تجاری در اقتصاد جدید جهانی بستگی به توانایی در خلق ارزش‌های متمایز در محصول از طریق ایجاد کیفیت در طراحی و تولید و آگاه کردن مشتریان از وجود این تمایزات به صورتی اثربخش، بستگی دارد. در این دنیا تقریباً همیشه کسانی وجود دارند که می‌توانند از طریق نوآوری، خدمات و محصولات را با قیمت کمتر عرضه کنند و این رقابت قیمت و دستیابی به سود کمتر است. بنابراین اثربخش‌ترین استراتژی، حفظ مشتریان از طریق خلق ارزش‌های مبتنی بر کیفیت و ایجاد وفاداری در آن‌ها می‌باشد (آکونکوا، ۲۰۱۹). گالبریث و همکاران^۴ (۲۰۲۰) در خصوص

^۵ . Liu and Lee

^۶ . Cui et al

^۷ . Scaringella et al

^۱ . Kamboj and Rahman

^۲ . Kajalo and Lindblom

^۳ . Akonkwa

^۴ . Galbreath et al

فعال در این حوزه، همواره در پی کسب دانش درون‌سازمانی و برون‌سازمانی باشند. بررسی‌های انجام گرفته پیرامون مسئله پژوهش نشان می‌دهد که تاکنون در این خصوص پژوهش‌چندانی در رابطه با شرکت‌های بیمه که همانند سایر شرکت‌های خدماتی نیازمند رقابت با سایرین هستند انجام نگرفته است و این پژوهش در نوع خود در حوزه مطالعات شرکت‌های بیمه تازگی داشته و نتایج آن می‌تواند در توسعه و بهبود شرایط کارآفرینی و ارتقاء عملکرد آنان موثر واقع شود. بر این اساس این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال است که: گرایش کارآفرینانه از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب دانش دوسویه چه تاثیری بر عملکرد نوآورانه رادیکال شرکت بیمه نوین دارد؟ در این پژوهش فرضیات ذیل براساس مدل مفهومی سارساه و همکاران (۲۰۲۰) که در آن چهار مولفه گرایش به کارآفرینی، عملکرد نوآورانه رادیکال، ظرفیت جذب دانش دوسویه و ظرفیت جذب محقق شده را در رابطه با مسئله پژوهش مورد توجه قرار داده است مورد آزمون قرار گرفته است:

فرضیه اصلی

گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه رادیکال با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش در شرکت بیمه نوین موثر است.

فرضیه‌های فرعی

گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش بالقوه در شرکت بیمه نوین موثر است.

گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش محقق‌شده در شرکت بیمه نوین موثر است

ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال در شرکت بیمه نوین موثر است

مجزای هر یک از این دو بعد ظرفیت جذب دانش بر عملکرد نوآورانه متمرکز شده است (هوآنگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). ارزیابی نقش‌های مجزای ظرفیت جذب دانش بالقوه و محقق‌شده به شکلی قابل توجه، می‌تواند علت بالابودن نوآوری رادیکال برخی سازمان‌ها را بیان کند (علی اصغرو همکاران^۲، ۲۰۱۹).

گرایش کارآفرینانه رویکردی مبتنی بر پویایی سازمان در جهت توسعه فعالیت‌های سازمانی خود با هدف توجه ویژه به فرصت‌های کارآفرینی، ایجاد بسترهای لازم و تزریق شوق و انگیزه برای نوآوری سازمانی بر اساس نیاز جامعه مخاطب است. عملکرد نوآورانه به بهبود تصمیم‌گیری‌های سازمان برای توسعه روندها و فرایندهای سازمانی کمک کرده و باعث می‌شود تا همه عوامل موثر در ارائه یک محصول خلاقانه ایفاء نقش کنند و راه را برای سودمندی و توسعه فعالیت‌های سازمانی که در نهایت منجر به کارآفرینی می‌شود هموار سازد. برای تحقیق این مهم جذب دانش بسیار حیاتی است زیرا سازمانی که کارکنان آن تمایلی به یادگیری نداشته باشند، تمایلی نیز به رقابت نخواهند داشت و همین عامل سبب بیرون ماندن سازمان از دایره رقابت با رقبای می‌شود. بدون تردید جهان امروز، جهان رقابت است و مدیران همه نوع کسب و کار به این واقعیت واقفند که جذب دانش توانایی و قدرت آنان را برای رقابت دوچندان می‌سازد و موجب درک و شناخت هر چه بیشتر شرایط و وضعیت جامعه مخاطب و مشتریان بالقوه و بالفعل می‌شود.

بر این اساس و از آنجا که شرکت بیمه نوین نسبت به رقبایی چون شرکت بیمه آسیا، ایران و دانا، سازمانی نوپا محسوب می‌شود، می‌توان ادعا کرد که نوآوری در امور مختلف بخصوص در امر خدمات- برای شرکت بیمه نوین ازجمله مهمترین راهکارهای موفقیت این سازمان جهت رقابت با سایر رقبای محسوب می‌شود. از سویی دیگر، رقابت محیطی گسترده در صنعت بیمه موجب شده است که سازمان‌های

² . ALiasghar et al

¹ . Huang

به کارآفرینی بر عملکرد نوآوران را تعدیل می‌کند. امینی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود تاثیر استراتژی‌های نوآوری را بر عملکرد نوآوران با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که از بین استراتژی‌های نوآوری، به کارگیری استراتژی‌های تهاجمی بیشترین تاثیر را بر موفقیت کارآفرینانه سازمان‌های دانش‌بنیان داشته است، همچنین مشخص شد که ظرفیت جذب دانش توانسته به‌عنوان میانجی در این رابطه نقش آفرینی کند. از دیگر نتایج این پژوهش، تاثیر ۴۶/۷ درصدی استراتژی نوآوری بر ظرفیت جذب دانش و همچنین تاثیر ۵۱/۷ درصدی ظرفیت جذب دانش بر موفقیت کارآفرینانه بنگاه‌های دانش‌بنیان می‌باشد. ابراهیم‌پور ازبری و میرفلاح دموچالی (۱۳۹۷) با بررسی تاثیر کارآفرینی سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید با میانجیگری ظرفیت جذب دانش به این نتیجه دست یافتند که ظرفیت جذب دانش بر عملکرد توسعه محصول جدید از طریق متغیر میانجی قابلیت مدیریت نوآوری باز مثبت دارد. وانگ^۱ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی تاثیر قابلیت‌های استراتژیک و شبکه‌سازی بر نوآوری را با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که قابلیت‌های استراتژیک و شبکه‌سازی هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب دانش بر نوآوری تاثیر گذارند. علی^۲ و همکاران (۲۰۲۰) با بررسی تاثیر یادگیری سازمانی بر عملکرد تجاری با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش و نوآوری و نقش تعدیلگر تجربیات و توان همکاری با سایر سازمان‌ها به این نتیجه دست یافتند که یادگیری سازمانی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب دانش بر نوآوری و عملکرد تجاری تاثیر گذار است. ضمن اینکه متغیرهای کسب تجربه و توان همکاری در تاثیرگذاری یادگیری سازمانی بر ظرفیت جذب دانش نقش تعدیلگر داشتند.

ظرفیت جذب دانش محقق شده بر عملکرد نوآوران رادیکال در شرکت بیمه نوین موثر است.

پیشینه پژوهش

خلیل‌نژاد و همکاران (۱۳۹۹) با بررسی تاثیر ظرفیت جذب دانش بر نوآوری استراتژیک با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گر جهت‌گیری استراتژیک در شرکت‌های واقع در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران به این نتیجه رسیدند که ظرفیت جذب دانش با نوآوری استراتژیک رابطه دارد. محمدی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی نقش ظرفیت‌های جذب دانش در اداره کل ورزش و جوانان استان خوزستان با تاکید بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد نوآوران را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که شاخص‌های ظرفیت جذب تاثیر معنی‌داری بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد نوآوران دارد. به‌طور کلی جذب دانش در ابعاد مختلف آن بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد نوآوران اثرگذار می‌باشد. طیبی ابوالحسنی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان: تاثیر ظرفیت جذب دانش بر نوآوری استراتژیک با توجه به نقش تعدیل‌گری رقابت‌پذیری و انعطاف‌پذیری استراتژیک نشان دادند که ظرفیت جذب دانش بر نوآوری استراتژیک موثر است. همچنین رقابت‌پذیری و انعطاف‌پذیری استراتژیک در رابطه بین ظرفیت جذب دانش و نوآوری استراتژیک، نقش تعدیل‌گری ایفا می‌کند و شدت رابطه را افزایش می‌دهند. مظفری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی ارتباط گرایش به کارآفرینی، قابلیت بازاریابی و عملکرد نوآوران شرکت با نقش تعدیلگر شدت رقابت در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه‌ای پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که میان گرایش به کارآفرینی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق نقش میانجی قابلیت‌های بازاریابی بر عملکرد نوآوران تاثیر گذار می‌باشد. ضمن اینکه شدت رقابت نیز تاثیر گرایش

². Ali

¹. Wang

جذب دانش دوسویه در شرکت بیمه نوین به روش توصیفی - پیمایشی به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارشناسان و مدیران ستاد شرکت بیمه نوین به تعداد ۴۱۴ نفر است که با بهره‌گیری از فرمول کوکران، ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه‌ها از روش تصادفی ساده استفاده شد. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از پرسشنامه استاندارد سارساه و همکاران (۲۰۲۰) استفاده گردید. این پرسشنامه شامل ۳۳ سؤال بسته با طیف ۵ گزینشی لیکرت برای سنجش مولفه‌های گرایش کارآفرینانه، عملکرد نوآورانه، ظرفیت جذب دانش بالقوه و ظرفیت جذب دانش طراحی گردید که پایایی هر یک از این مولفه‌ها بر اساس ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰.۷۷۳، ۰.۷۷۶، ۰.۷۴۵ و ۰.۷۶۳ برآورد شده است. جهت بررسی فرضیات تحقیق از آزمون مدلسازی معادلات ساختاری یا تجزیه و تحلیل چند متغیره استفاده شده است. یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم رفتاری، تجزیه و تحلیل چند متغیره است. زیرا ماهیت این گونه موضوعات چند متغیره بوده و نمی‌توان آنها را با شیوه دو متغیری (که هر بار تنها یک متغیر مستقل با یک متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود) حل نمود. از این رو، در این تحقیق برای تأیید یا رد فرضیات از مدل معادلات ساختاری و بطور اخص تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل مسیر (مدل ساختاری) تکنیکی است که روابط بین متغیرهای تحقیق (مستقل، تعدیلگر و وابسته) را بطور همزمان نشان می‌دهد. بطور خلاصه برای شناسایی اثرات متغیرهای ارائه شده در مدل مفهومی پژوهش و آزمون فرضیه‌های ارائه شده از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل مسیر که برای نخستین بار توسط سوول رایت^۳ (۱۹۳۴) توسعه یافت گسترش روش‌های رگرسیون، و در حقیقت، کاربرد رگرسیون چند متغیری در ارتباط با تدوین بارز مدل‌های علی است. هدف آن به دست دادن برآوردهای کمی روابط علی

سارساه و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان: تاثیر گرایش به کارآفرینی را بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش دوطرفه به این نتیجه دست یافتند که ظرفیت جذب دانش دوطرفه و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه تاثیر گذارند. ضمن اینکه ظرفیت جذب دانش بالقوه و محقق شده در تاثیرگذاری گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه نقش میانجی دارند. جین و چو^۱ (۲۰۱۹) با مطالعه تاثیر کارآفرینی و رقابت پذیری بر عملکرد نوآورانه را با توجه به نقش میانجی قابلیت‌های بازاریابی و تکنولوژیک نشان دادند که کارآفرینی و رقابت پذیری از طریق نقش میانجی متغیرهای قابلیت‌های بازاریابی و تکنولوژیک بر عملکرد نوآورانه تاثیر گذار است.

کاستا^۲ و همکاران (۲۰۱۸) با بررسی تاثیر ظرفیت جذب دانش بر عملکرد سازمانی را با توجه به نقش میانجی قابلیت‌های بازاریابی به این نتیجه دست یافتند که ظرفیت جذب دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر معنادار داشته و متغیرهای قابلیت نوآوری بازاریابی، عملکرد نوآوری و قابلیت توسعه خدمات، در تاثیرگذاری ظرفیت جذب دانش بر عملکرد سازمانی، نقش میانجی دارند.

با توجه به سوابق مطالعه مسئله که در بالا بدان‌ها اشاره رفت این واقعیت آشکار می‌شود که رویکردهای کارآفرینانه با تاکید بر جذب و ظرفیت جذب دانش و به تبع آن عملکرد نوآورانه بسیار مورد توجه محققان و پژوهشگران داخلی و خارجی بوده و نوع نگاه به موضوع مدیریت دانش و نقش آن در فعالیت‌های کارآفرینانه جایگاه ویژه‌ای در مباحث سازمانی دارد که بیمه نوین نیز از این قاعده مستثنی نیست.

روش شناسی

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد نوآورانه رادیکال با توجه به نقش میانجی ظرفیت

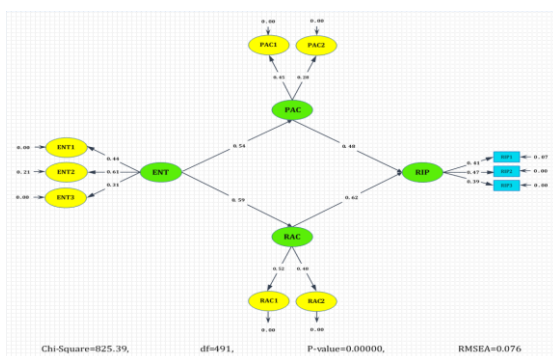
³. Swell Wright

¹. Jin and Cho

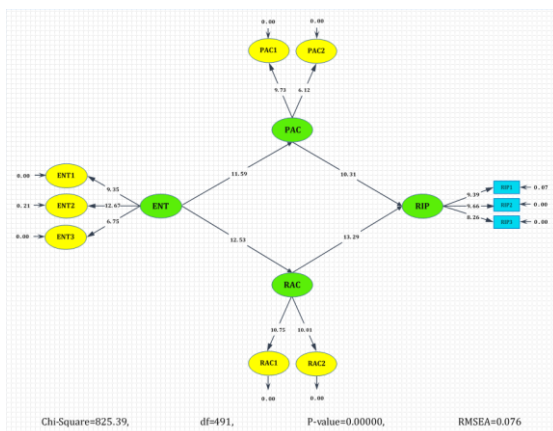
². Costa

درصد پاسخگویان دارای مدرک کاردانی و پایین تر، ۴۹ درصد دارای مدرک کارشناسی و ۴۱ درصد کارشناسی ارشد و ۳ درصد دارای مدرک دکترا بوده اند. بر همین اساس ۵ درصد کمتر از ۵ سال، ۳۳ درصد بین ۶ تا ۱۵ سال، ۳۹ درصد بین ۱۶ تا ۲۵ سال، ۲۴ درصد بالاتر از ۲۵ سال سابقه کار داشته اند.

مدل ساختاری درحالت تخمین استاندارد و ضرایب معناداری



شکل (۱). مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون در حالت تخمین استاندارد

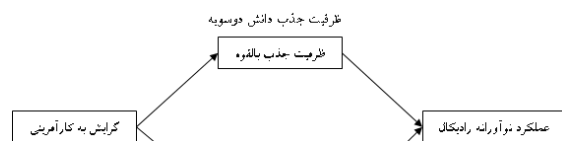


شکل (۲). مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون در حالت ضرایب معناداری

با توجه به خروجی لیزرل مقدار χ^2 محاسبه شده برابر با ۸۲۵.۳۹ می باشد وجود χ^2 پایین نشان دهنده برازش مناسب مدل است. زیرا هر چه مقدار χ^2 کمتر باشد، مدل ارائه شده مدل مناسب تری می باشد با توجه به نتایج ذیل که از خروجی نرم افزار لیزرل بدست آمده اند.

بین مجموعه ای از متغیرهاست. روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می یابد و به عنوان مسیرهای متمایزی در نظر گرفته می شود. مفاهیم تحلیل مسیر در بهترین صورت از طریق ویژگی عمده آن یعنی نمودار مسیر که پیوندهای علی احتمالی بین متغیرها را آشکار می سازد، تبیین می شود. در این تحقیق بررسی همزمان فرضیه ها در قالب مدل اولیه صورت می گیرد. برای ارزیابی مدل فرضی این پژوهش ابتدا به برآورد پارامتر با استفاده از روش بیشینه احتمال به برآورد پارامترها پرداخته می شود. پارامترهای برآورد شده شامل ضرایب تاثیر^۱ می باشد. مدل های ساختاری همان مدل سازی معادلات ساختاری تحقیق یا به عبارت دیگر بررسی متغیرهای مکنون برونزا که شامل گرایش به کارآفرینی و دورنوا عملکرد نوآورانه رادیکال با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش محقق شده و ظرفیت جذب دانش بالقوه بطور همزمان می باشد. در این پژوهش برای بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموروف-اسمیرنف، برای بررسی میزان کفایت حجم نمونه از آزمون بارتلت در قالب نرم آمار SPSS 26 و LISREL استفاده شد.

مدل مفهومی پژوهش



مدل مفهومی (ساراسه و همکاران، ۲۰۲۰)

یافته ها

یافته های توصیفی پژوهش نشان داد به لحاظ جنسیت ۷۰ درصد از پاسخ دهندگان مرد و ۳۰ درصد زن هستند. بر همین اساس از این تعداد پاسخگو ۳۳ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۳ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۵۳ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۳ درصد بالاتر از ۵۱ سال سن داشته اند. از جانب دیگر ۷

1. Path Coefficient

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	آماره T	ضریب مسیر (میزان تاثیر)	
تائید فرضیه تحقیق	$P < 0.05$	۱۲.۵۳	۰.۵۹	فرضیه فرعی دوم: گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش محقق شده موثر است
تائید فرضیه تحقیق	$P < 0.05$	۱۰.۳۱	۰.۴۸	فرضیه فرعی سوم: ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال موثر است
تائید فرضیه تحقیق	$P < 0.05$	۱۳.۲۹	۰.۶۲	فرضیه فرعی چهارم: ظرفیت جذب دانش محقق شده بر عملکرد نوآورانه رادیکال تاثیر گذار است

بر اساس نتایج جدول (۲) با انجام آزمون در سطح اطمینان ۹۵ درصد، مقدار معناداری در مسیر معادلات ساختاری برای فرضیه اول $T=11.59$ ، برای فرضیه فرعی دوم ۱۲.۵۳، برای فرضیه فرعی سوم ۱۰.۳۱ و برای فرضیه فرعی چهارم ۱۳.۲۹ به دست آمد. با توجه به اینکه مقدار آماره T کوچکتر از ۱.۹۶- می باشد لذا می توان گفت در سطح اطمینان ۹۵٪ گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش بالقوه، گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش محقق شده، ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال و ظرفیت جذب دانش محقق شده بر عملکرد نوآورانه رادیکال به موثر است.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش آگاهی از تاثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نوآورانه رادیکال شرکت بیمه نوین با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش دوسویه بوده است. نتایج حاصل آزمون فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر تاثیر گذاری

و $P - Value = 0.000$ و $RMSEA = 0.076$

$\chi^2 / df = 1.68$ و $df = 491$ و $\chi^2 = 825.39$

Goodness of Fit Index (GFI) =

۰.۹۱

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) =

۰.۹۰

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل قسمت تخمین غیراستاندارد مدل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری برای مدل مفهومی تحقیق مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو و RMSEA آن کم بوده و مقدار GFI و AGFI بیشتر از ۹۰ درصد است.

آزمون فرضیه اصلی

جدول (۱). تاثیر گرایش به کارآفرینی از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	آماره T	ضریب مسیر (میزان تاثیر)
رد فرض صفر	$P < 0.05$	۱۱.۵۹	۰.۵۴

بر اساس نتایج جدول فوق با انجام آزمون در سطح اطمینان ۹۵ درصد، مقدار معناداری در مسیر معادلات ساختاری $T=11.59 * 10.31$ به دست آمد. از آنجا که مقدار آماره های T بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد، فرض صفر رد و فرض مقابل پذیرفته می شود یعنی نتایج ضریب مسیر «گرایش به کارآفرینی» بر «عملکرد نوآورانه رادیکال» از طریق «ظرفیت جذب دانش بالقوه» در سطح اطمینان ۹۵٪ موثر است.

جدول (۲). آزمون فرضیات فرعی

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	آماره T	ضریب مسیر (میزان تاثیر)	
تائید فرضیه تحقیق	$P < 0.05$	۱۱.۵۹	۰.۵۴	فرضیه فرعی اول: گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش بالقوه معنادار دارد

نتایج حاصل آزمون دومین فرضیه فرعی پژوهش مبنی بر تاثیر گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش محقق شده نشان داد که مقدار سطح معناداری از مقدار خطای تحقیق (۰.۰۵) کمتر بوده و بنابراین گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش محقق شده تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری، ۰.۵۹ می باشد. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش های سارساه و همکاران (۲۰۲۰) سازگار است.

بر اساس این نتیجه باید گفت شرکت بیمه نوین قادر خواهد بود از طریق افزایش گرایش به کارآفرینی، ظرفیت جذب دانش بالقوه خود را افزایش دهد. در واقع از طریق افزایش گرایش به کارآفرینی، تقاضای مشتریان را شناسایی کرده، برای مشتریان خود پایگاه داده ایجاد نموده و در نهایت، از دانش به دست آمده به شکل شایسته ای بهره برداری نماید.

نتایج حاصل آزمون سومین فرضیه فرعی پژوهش مبنی بر تاثیر ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال نشان داد که مقدار سطح معناداری از مقدار خطای تحقیق (۰.۰۵) کمتر بوده و بنابراین ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری، ۰.۴۸ می باشد. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج حاصل از پژوهش های امینی و همکاران (۱۳۹۸)، کاستا و همکاران (۲۰۱۸) و سارساه و همکاران (۲۰۲۰) سازگار بوده است.

این نتیجه نشان می دهد جذب و کسب دانش از سوی شرکت بیمه نوین، به بهبود عملکرد نوآورانه شرکت مذکور منجر خواهد شد. در واقع ظرفیت جذب دانش بالقوه موجب نوآوری هایی می گردد که تحول در صنعت بیمه را به دنبال دارد و می تواند زمینه رشد و تعالی آنان را بیش از هر زمانی فراهم سازد.

نتایج حاصل آزمون چهارمین فرضیه فرعی پژوهش مبنی بر تاثیر ظرفیت جذب دانش محقق شده بر عملکرد نوآورانه رادیکال نشان داد که مقدار سطح معناداری از مقدار خطای

گرایش به کارآفرینی از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال نشان داد که مقدار سطح معناداری از مقدار خطای تحقیق (۰.۰۵) کمتر بوده و بنابراین گرایش به کارآفرینی از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب دانش بالقوه بر عملکرد نوآورانه رادیکال تاثیر گذار است. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش های خلیل نژاد و همکاران (۱۳۹۹)، محمدی و همکاران (۱۳۹۹)، طیبی ابوالحسنی و همکاران (۱۳۹۹)، مظفری و همکاران (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)، ابراهیم پور ازبری و میرفلاح دموچالی (۱۳۹۷)، وانگ و همکاران (۲۰۲۲)، علی و همکاران (۲۰۲۰)، سارساه و همکاران (۲۰۲۰)، جین و چو (۲۰۱۹) و کاستا و همکاران (۲۰۱۸) همسو بوده است.

این بدان معناست که شرکت بیمه نوین قادر خواهد بود از طریق افزایش گرایش به کارآفرینی، ظرفیت جذب دانش خود را افزایش داده و از این طریق، عملکرد نوآورانه رادیکال خود را بهبود بخشد. در واقع، این سازمان می تواند عملکرد نوآورانه رادیکال خود را به طور غیرمستقیم و از طریق نقش میانجی ظرفیت جذب دانش بهبود بخشد.

نتایج حاصل از آزمون اولین فرضیه فرعی پژوهش مبنی بر تاثیر گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش بالقوه نشان داد که مقدار سطح معناداری از مقدار خطای تحقیق (۰.۰۵) کمتر بوده و بنابراین گرایش به کارآفرینی بر ظرفیت جذب دانش بالقوه تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری، ۰.۵۴ می باشد. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش های سارساه و همکاران (۲۰۲۰) سازگار است.

بر اساس این نتیجه باید گفت شرکت بیمه نوین قادر خواهد بود از طریق افزایش گرایش به کارآفرینی، ظرفیت جذب دانش بالقوه خود را قبیل تعاملات میان واحدهای مختلف، شناسایی روندهای بازار و جمع آوری اطلاعات مختلف را افزایش دهد.

تحقیق (۰.۰۵) کمتر بوده و بنابراین ظرفیت جذب دانش محقق شده بر عملکرد نوآورانه رادیکال تاثیرگذار بوده و میزان این تاثیرگذاری، ۰.۶۲ می باشد. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج حاصل از پژوهش های امینی و همکاران (۱۳۹۸)، مرادی و همکاران (۱۳۹۲)، کاستا و همکاران (۲۰۱۸) و سارساه و همکاران (۲۰۲۰) سازگار و با تحقیق نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۵) ناسازگار است.

بر اساس این نتیجه باید گفت چنانچه در شرکت بیمه نوین، کارآفرینی افزایش یابد، ظرفیت جذب دانش بالقوه و محقق شده نیز افزایش یافته و به تبع آن عملکرد نوآورانه رادیکال بهبود خواهد یافت. آنچه مسلم است توسعه فعالیت این شرکت و سایر شرکت های مشابه در سطح کشور می تواند به توسعه کارآفرینی، اشتغالزایی کمک شایان توجهی داشته باشد و موجب پویایی این صنعت در کشور شوند.

با توجه به نتایج حاصل از پژوهش تدوین دستورالعمل های مدون با استفاده از فرمول های ریاضی بر اساس منفعت- هزینه به منظور دستیابی به سودهی مطلوب، برگزاری دوره های آموزش ضمن خدمت، مشارکت کارکنان در سمینارها و کنفرانس های مرتبط با بیمه، دریافت نظرات و پیشنهادات آنان و همچنین مشارکت آنان در جلسات سازمانی و برگزاری جلسات دوره ای جهت تسهیم دانش موجود، ارائه اطلاعاتی در مورد خدمات جدید ارائه شده و دریافت بازخور از آنان با هدف شناسایی نیازهای حال و آتی مشتریان پیشنهاد می گردد.

منابع

Akonkwa, D.B.M. (2019). "Is market orientation a relevant strategy for higher education institutions?: context analysis and research agenda". *International Journal of Quality and Service Sciences*. Vol. 1 No. 3, pp. 311-333

Ali, I., Ali, M., Salam, M. A., Bhatti, Z. A., Arain, G. A., Burhan, M., 2020, How international SME's vicarious learning may improve their performance? The role of absorptive capacity, strength of ties with local SMEs, and their prior success experiences. *Industrial Marketing Management*. 88; 87-100.

Aliasghar, O., Rose, E.L. and Chetty, S. (2019), "Building absorptive capacity through firm openness in the context of a less-open country", *Industrial Marketing Management*, Vol. 83, pp. 81-93

Costa, J. C., Camargo, S. M., Toaldo, A. M. M., Didonet, S. R., (2018) "The role of marketing capabilities, absorptive capacity, and innovation performance", *Marketing Intelligence & Planning*.

Cui, L., Fan, D., Guo, F. and Fan, Y. (2018), "Explicating the relationship of entrepreneurial orientation and firm performance: underlying mechanisms in the context of an emerging market", *Industrial Marketing Management*, Vol. 71, pp. 27-40.

Galbreath, J., Lucianetti, L., Thomas, B., Tisch, D. (2020), "Entrepreneurial orientation and firm performance in Italian firms: The moderating role of competitive strategy", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 26 No. 4, pp. 629-646.

Garrick, J., Chan, A. (2017). Knowledge management and professional experience: the uneasy dynamics between tacit knowledge and

ابراهیم‌پور ازبری، مصطفی، میرفلاح دموچالی، رضوانه. (۱۳۹۷). تاثیر کارآفرینی سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید: با میانجی‌گری ظرفیت جذب دانش. پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری

امینی، علیرضا، فتاحی، حمیدرضا، دولت‌شاه، پیمان. (۱۳۹۸). استراتژی‌های نوآوری، موفقیت کارآفرینانه و نقش میانجی ظرفیت جذب دانش. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۹ (۴): ۱-۲۱.

خلیل‌نژاد، شهرام، زارع، رحیم، وطن‌پرست، امیر، (۱۳۹۹). تأثیر ظرفیت جذب دانش بر نوآوری استراتژیک با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر جهت‌گیری استراتژیک، مدیریت بهره‌وری، دوره ۱۴، شماره ۲، صص: ۱۶۳-۱۸۱.

طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین، دانشوردیلمی، محمدرضا، اسدی خانقاه، شیرین. (۱۳۹۹). تأثیر ظرفیت جذب دانش بر نوآوری استراتژیک با توجه به نقش تعدیل‌گری رقابت‌پذیری و انعطاف‌پذیری استراتژیک. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی. ۱۱ (۴۲): ۱۸۹-۲۱۲.

محمدی، مرتضی، جهان‌تاب نژاد، عباس، خطیبی، امین. (۱۳۹۹). نقش ظرفیت‌های جذب دانش در اداره کل ورزش و جوانان استان خوزستان با تأکید بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد نوآورانه. پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی.

۱۰ (۲۰): ۱-۱۵. مظفری، محمدمهدی، اجلی، محمد، گرمه‌ای، راحیل، (۱۳۹۸). ارتباط گرایش به کارآفرینی، قابلیت بازاریابی و عملکرد شرکت با نقش تعدیل‌گر شدت رقابت در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه‌ای، فصلنامه مطالعات کسب و کار هوشمند، دوره ۷، شماره ۲۷، ۵۹-۱۰۲.

Scaringella, L., Miles, R.E. and Truong, Y. (2017), "Customers involvement and firm absorptive capacity in radical innovation: the case of technological spin-offs", *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 120, pp. 144-162.

Wang, G., Wang, Y., Ju, X. and Rui, X. (2022), "Effects of political networking capability and strategic capability on exploratory and exploitative innovation: evidence from traditional manufacturing firms in China", *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

performativity in organizations", *Journal of Knowledge Management*, 21(4): 872-884.

Gerschewski, S., Lindsay, V. J., Rose, E. (2016), "Advancing the entrepreneurial orientation construct: the role of passion and perseverance", *Review of International Business and Strategy*, Vol. 26 No. 4, pp. 446-471.

Huang, D., Chen, S., Zhang, G. and Ye, J. (2018), "Organizational forgetting, absorptive capacity, and innovation performance: a moderated mediation analysis", *Management Decision*, Vol. 56 No. 1, pp. 87-104.

Jin, B. and Cho, H.J. (2018). "Examining the role of international entrepreneurial orientation, domestic market competition, and technological and marketing capabilities on SME's export performance". *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 33 No. 5. pp. 585-598.

Kajalo, S., Lindblom, A., (2015). "Market orientation, entrepreneurial orientation and business performance among small retailers". *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 43, Iss 7, PP: 580-596.

Kamboj, S., Rahman, Z., (2017) "Market orientation, marketing capabilities and sustainable innovation: the mediating role of sustainable consumption and competitive advantage". *Management Research Review*. Vol. 40 Issue: 6. PP: 698-724.

Sarsah, S., Tian, H., Dogbe, C. S. K., Bamfo, B. A., Pomegbe, W. W. K. (2020), "Effect of entrepreneurial orientation on radical innovation performance among manufacturing SMEs: the mediating role of absorptive capacity", *Journal of Strategy and Management*, Vol. 13 No. 4, pp. 551-570.