

نقش رهبری تحول آفرین بر گرایش کارآفرینانه در نمایندگی‌های بیمه پارسیان استان تهران

سید احمد حسینی گل افشانی^۱، مسعود صمدزاده^۲

^۱ عضو هیئت علمی گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر رهبری تحول آفرین بر گرایش کارآفرینانه در نمایندگی‌های بیمه پارسیان استان تهران انجام گرفت. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۲۰ نمایندگی بود که با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای ۲۰۱ نمایندگی (مسیول نمایندگی) به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. روش جمع‌آوری داده‌ها بر اساس دو پرسشنامه استاندارد سبک رهبری باس و اولیو (۲۰۰۰) و گرایش کارآفرینانه دس و لامپکین (۲۰۰۵) انجام گرفت. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد بررسی قرار گرفت و همچنین روایی ابزار با استفاده از روایی محتوا و سازه مورد سنجش قرار گرفت که نتایج بیانگر روا و پایا بودن ابزارهای اندازه‌گیری بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی (مدلسازی معادلات ساختاری) و به کمک نرم‌افزارهای Spss-21، LISREL 8.8 و Smart PLS-2 انجام پذیرفت. یافته‌ها نشان داد رهبری تحول آفرین بر گرایش کارآفرینانه در نمایندگی‌های بیمه پارسیان استان تهران تأثیر مثبت و معنادار می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: رهبری تحول آفرین، گرایش کارآفرینانه، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام بخش، ملاحظات فردی.

۱- مقدمه

محیط امروزی، امواج تازه‌ای از تغییر را با خود به همراه آورده است (بریدجز و بریدجز^۱، ۲۰۱۷). محیط پیرامون سازمان‌ها نسبت به قبل پویاتر شده و باعث گردیده است تا سازمان‌ها در پی یافتن پاسخ‌هایی برای این پویایی باشند تا موفقیت و عملکرد بالاتر را برای خود رقم زنند (ایزنهاردت^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). در این میان، سازمان‌ها؛ انعطاف‌پذیری، پویایی و تمایلات کارآفرینانه را در جهت بقا و دستیابی به موفقیت‌های رقابتی به طور فزاینده‌ای به انجام می‌رسانند (کوبن و کوراتکو^۳، ۲۰۰۸). علاوه بر این، سازمان‌ها جهت انطباق با دنیای متغیر و متحول امروزی برای نهادینه کردن جو خلاقیت و نوآوری در سازمان، بایستی قادر باشند استراتژی‌هایی را جهت هدایت و کنترل این تغییرات به مدد رهبران تحول‌آفرین ایجاد نمایند (گراسمن و والیگا^۴، ۲۰۱۶). در واقع رهبران تحول‌آفرین با استفاده از ترغیب ذهنی پیروانشان و تحریک افکار نوآور آنان در کل سازمان، جو سازمانی انعطاف‌پذیری به وجود می‌آورند که احساس کارکنان را به چالش کشیده و در جستجوی دیدگاه‌های جدید نوآورانه در شغلشان باشند (گوموسلوقلو و ایلسو^۵، ۲۰۰۹). جهت مقابله با این محیط نامطمئن و تغییرات مستمر، نیاز به افرادی در نقش رهبر بشدت احساس می‌شود (کلم^۶، ۲۰۱۷). بدیهی است که رهبری سنتی در هزاره سوم ادامه حیات نخواهد یافت و جهان نیازمند رهبرانی تحول‌آفرین خواهد بود (ال حسینی و البلتاگی^۷، ۲۰۱۶). رهبری تحول‌آفرین به عنوان یکی از پارادایم‌های رهبری در روان‌شناسی سازمانی مطرح است که مورد تحقیق گسترده‌ی رضایت زیردستان قرار گرفته است (انصاری و تیموری، ۱۳۸۶). بر اساس نظریه رهبری تحول‌آفرین، رهبر نیازمند استفاده از بازیگران داخلی جهت انجام وظایف لازم برای سازمان است تا به اهداف مطلوبش دست یابد (موینجان و آرمسترانگ^۸، ۲۰۱۵). در این راستا، هدف رهبران تحول‌آفرین این است که اطمینان یابند مسیر رسیدن به هدف، به وضوح از سوی بازیگران داخلی درک شده است، موانع بالقوه درون سیستم را برطرف کنند و بازیگران را در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده ترغیب نمایند (بوینک^۹ و همکاران، ۲۰۰۳). با توجه به شدت رقابت در صنعت بیمه، لزوم استفاده از رهبران شایسته و کارآمد به طور بارز، نمایان شده است. از اینرو، هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر رهبری تحول‌آفرین بر گرایش کارآفرینانه در نمایندگی‌های بیمه پارسیان استان تهران است.

۲- ادبیات پژوهش

۲-۱. رهبری تحول‌آفرین

نظریه رهبری تحول‌آفرین توسط "بس"^{۱۰} در سال ۱۹۸۵ مطرح شده است و می‌توان آن را فرآیند نفوذ آگاهانه در افراد یا گروه‌ها به منظور ایجاد تغییر و تحول ناپیوسته در وضع موجود و کارکردهای سازمان به عنوان یک کل تعریف کرد (موغلی، ۱۳۸۲). تئوری رهبری تحول‌آفرین به منظور تمایز بین آن دسته از رهبران که روابط قوی و انگیزشی با زیردستان و پیروان برقرار می‌کنند و آن دسته از آنها که به طور گسترده‌ای متمرکز بر مبادله یا تعامل برای ایجاد نتایج اند به وجود آمد (داکت و مکفارلن^{۱۱}، ۲۰۰۳).

رهبری تحول‌آفرین پیروان را برای بالا بردن سطح خلاقیت افراد و خودشکوفایی آن برای تشویق علائق تیمی، گروهی، سازمانی

¹ - Bridges & Bridges

² - Eisenhardt

³ - Covin & Kuratko

⁴ - Grossman & Valiga

⁵ - Gumusluoglu & Ilsev

⁶ - Klemm

⁷ - Al-Husseini & Elbeltagi

⁸ - Muenjohn, N. & Armstrong

⁹ - Boenke

¹⁰ - Bass

¹¹ - Duckett & Macfarlane

و جامعه تشویق و کمک می‌کند (یامارینو^۱ و همکاران، ۲۰۰۵). براساس نظر پاوار و ایستمن، اثربخشی یک رهبر تحول آفرین نتیجه سه عامل است؛ موقعیت نسبی سازمان در پیوستار پذیرش سازمانی (پذیرش تغییر)؛ درجه تطبیق فرآیند تحول آفرینی لازم برای موفقیت سازمان و فرآیند رهبری تحول آفرینی که در سازمان در حال اجراست و قابلیت‌های رهبران تحول آفرین برای اجرای فرآیند مناسب تحول آفرینی. یک رهبر تحول آفرین، تغییر را در کل سازمان القا کرده و چشم اندازی هم برای مدیران و هم کارکنان خلق می‌کند (مطلبی اصل، ۱۳۸۶). چنانچه یک رهبر تحول آفرین باشد، حس تحسین و احترام و وفاداری را در میان پیروان خود ایجاد خواهد کرد و براهمیت داشتن تعهد قوی جهت رسیدن به رسالت سازمان تاکید خواهد نمود (موریانو و مولرو^۲، ۲۰۱۱؛ گوموسلوقلو و ایلسو، ۲۰۰۹). ابعاد رهبری تحول آفرین که مورد تایید اکثر محققان است عبارتند از: نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، ترغیب ذهنی، ملاحظات فردی (امرام^۳، ۲۰۰۵). از اینرو در ذیل به تشریح این ابعاد پرداخته شده است:

- (۱) نفوذ آرمانی^۴: عامل اول رهبری تحول آفرین، رهبرانی را شرح می‌دهد که به عنوان مدل‌هایی قوی برای پیروان عمل می‌کنند. پیروان توسط این رهبران شناخته می‌شوند و می‌خواهند با آنها رقابت کنند (باس^۵، ۱۹۸۵).
- (۲) انگیزش الهام بخش^۶: الهام بخشی ویژگی رهبرانی است که انتظاراتی فرا روی پیروان قرار می‌دهند و از تحریک احساسات و عواطف آنان برای تحقق این انتظارات سود می‌جویند (باس، ۱۹۸۵). این عامل توصیف کننده رهبرانی است که از پیروانشان انتظارات بالا دارند و به آنها از طریق انگیزش، الهام می‌بخشند تا در راستای افزایش تعهد آنان گام برداشته و تحقق چشم انداز مشترک را تسهیل نمایند (موریانو و مولرو، ۲۰۱۱).
- (۳) ترغیب ذهنی^۷: رهبران تحول آفرین ترغیب ذهنی را به منظور به چالش کشیدن افکار و تصورات و خلاقیت و نوآوری پیروان و همچنین در جهت افزایش دانش آنان به کار می‌گیرند (باس، ۱۹۸۵؛ گارسیا مورالز^۸ و همکاران، ۲۰۱۱).
- (۴) ملاحظات فردی^۹: توجه به دیگران یکی دیگر از جنبه‌های مهم رهبری تحول آفرین است. این مقوله تأثیر مثبتی بر رضایتمندی پیروان، رهبران و بطور کلی اثربخشی دارد (باس، ۱۹۸۵). این عامل زمانی رخ می‌دهد که رهبر به پیروان خود در راستای رسیدن به نیازهای مطلوب‌شان خدمت می‌کند و در جهت توسعه توان بالقوه افراد تلاش می‌نماید (هورویتز و هورویتز^{۱۰}، ۲۰۰۸). به طور خلاصه در جدول ۱، ابعاد و شاخص‌های رهبری تحول آفرین از دیدگاه بس و آوولیو (۲۰۰۰)، تشریح گردیده است:

جدول ۱: ابعاد و شاخص‌های رهبری تحول آفرین از دیدگاه بس و آوولیو (۲۰۰۰) (بیک‌زاد و همکاران، ۱۳۸۹)

ابعاد رهبری تحول آفرین	شاخص‌های مربوط به هر بعد
نفوذ آرمانی	القای حس افتخار و غرور به اعضا برای ارتباط با دیگران نشان دادن احساس قدرت و شایستگی عمل به شیوه‌ای که احترام دیگران را برانگیزاند فداکردن منافع شخصی به خاطر منافع دیگران

¹ - Yammarino

² - Moriano & Molero

³ - Amram

⁴ - Idealized Influence

⁵ - Bass

⁶ - Inspirational Motivation

⁷ - Intellectual Stimulation

⁸ - Garcia Morales

⁹ - Individualized Consideration

¹⁰ - Horwitz & Horwitz

انگیزش الهام‌بخش	صحبت کردن خوشبینانه در مورد آینده جدی صحبت کردن درباره کارهایی که باید انجام شود تاکید بر اهمیت آینده‌نگری امید دادن به اعضا به خاطر اینکه اهداف دست‌یافتنی است
ترغیب ذهنی	بررسی دقیق پیشنهادات جهت اطمینان از مناسب بودن آن‌ها در نظر گرفتن دیدگاه‌های مختلف در هنگام حل مشکلات درخواست بررسی مشکلات از زوایای مختلف پیشنهاد راه‌های جدید چگونگی انجام کار
ملاحظات فردی	در نظر گرفتن وقت برای راهنمایی و آموزش اعضا فتار با اعضا به عنوان یک شخص و نه به عنوان یک عضو در نظر گرفتن افراد با نیازها و توانایی‌ها و خلاقیت‌های مختلف کمک به دیگران جهت توسعه و گسترش توانایی‌های آنان

۲-۲. گرایش کارآفرینانه

امروزه کارآفرینی را به عنوان یکی از ابزارهای توسعه محسوب می‌کنند (سمیلا و سورنسون^۱، ۲۰۱۱؛ آکس، دسای و هسلز^۲، ۲۰۰۸). کوراتکو و هاجتز^۳ (۲۰۰۴) به نقل از علمیری (۱۳۸۷)، کارآفرینی را به عنوان یک فرآیند پویا نامیدند؛ که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرآیند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و همچنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد. اجزای اصلی این فرآیند شامل موارد زیر است:

- میل به خطرپذیری حاب شده در طی زمان.
- ارزش خالص یا فرصت شغلی
- توانایی تشکیل تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر
- داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز
- داشتن مهارت اساسی در پی‌ریزی و طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی
- داشتن چشم‌اندازی برای یافتن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌توانند در یک موقعیت به هم‌ریخته و پرآشوب دریابند.

سازمانهایی که می‌خواهند به طور موفق کارآفرینی سازمانی را انجام دهند نیاز به یک گرایش کارآفرینانه دارند (بلاک، فیچ و ون پراگ^۴، ۲۰۱۷). نیاز شرکت‌ها به عمل کارآفرینانه نشأت گرفته از این عامل است که آن‌ها به طور فزاینده‌ای در یک محیط پویا و پیچیده عمل می‌کنند که دارای ویژگی‌های تغییرات سریع، اساسی و ناپیوسته می‌باشد که نشان‌دهنده‌ی تمایل کارکنان به عمل کارآفرینانه می‌باشد (هورنسی^۵، ۱۹۹۳). گرایش کارآفرینانه در مورد روش‌های راهبردی و سبک‌های اتخاذ شده‌ی شرکت‌ها در فعالیت‌های کسب و کار و در کل درگیری شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد (پیرس^۶ و همکاران، ۲۰۱۰؛ لامپکین و دس^۷، ۱۹۹۶). گرایش کارآفرینانه مزیت استراتژیک است که در بررسی فرصت‌های شرکت محقق شده است و

¹ - Samila & Sorenson

² - Acs, Desai & Hessels

³ - Kuratko & Hodgetts

⁴ - Block, Fisch & Van Praag

⁵ - Hornsby

⁶ - Pearce

⁷ - Lumpkin & Dess

این امور را به منظور امکان استفاده از این فرصت ها سازماندهی می‌کند (هانگ و وانگ^۱، ۲۰۱۱). عوامل گرایش کارآفرینانه اغلب با هم کار می‌کنند تا عملکرد کارآفرینانه یک سازمان را بهبود دهند (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۱). لامپکین و دس (۱۹۹۶)، پنج بعد را برای گرایش کارآفرینانه مطرح کرده‌اند که به طور خلاصه در جدول ۲ بیان گردیده است:

جدول ۲: ابعاد گرایش کارآفرینانه (لامپکین و دس، ۱۹۹۶)

تعریف	ابعاد
تمایل شرکت به ایده‌های جدید و فرآیندهای خلاق می‌باشد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶) که نتیجه‌اش ممکن است محصولات، خدمات و یا فرآیندهای تکنولوژیکی جدید باشد (لی ^۲ و همکاران، ۲۰۰۸)	نوآوری
به پیگیری سریع فرصتها، تامین سریع منابع و فعالیت‌های متهورانه اشاره دارد.	ریسک‌پذیری
دلالت بر گرایش شرکت ها در دنبال کردن به کشف فرصت های جدید دارد.	پیشگامی
رویکرد تهاجمی اشاره به تمایل شرکت به چالش های سخت و مستقیم با رقبا برای بهبود وضعیت بازار خودشان دارد.	رقابت تهاجمی
اشاره به فعالیت های مستقل افراد و یا تیم ها در ایجاد ایده و اجرای آن ها دارد.	استقلال طلبی

۲-۳. تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر گرایش کارآفرینانه

پژوهش‌های متعددی نقش مثبت رهبری تحول‌آفرین بر افزایش خلاقیت و نوآوری (آراگون^۳ و همکاران، ۲۰۱۷؛ گوموسلوگلو و همکاران، ۲۰۱۲؛ گوموسلوگلو و ایلسو، ۲۰۰۹)، توانمندسازی (آولیو^۴ و همکاران، ۲۰۰۴)، عملکرد و نیز اثربخشی سازمان (ونگ^۵ و همکاران، ۲۰۰۵) را تایید می‌کنند. سازمان‌ها جهت انطباق با دنیای متغیر و متحول امروزی برای نهادینه کردن جو خلاقیت و نوآوری و تمایلات افراد در جهت فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان، بایستی قادر باشند تا استراتژی‌هایی را جهت هدایت و کنترل این تغییرات به مدد رهبران تحول‌آفرین ایجاد نمایند (کوراتکو^۶، ۲۰۱۶). رهبران تحول‌آفرین، پیروان را تحریک می‌کنند تا فراتر از علائق شخصی‌شان به دنبال اهداف سازمان باشند (گارسیا مورالز و همکاران، ۲۰۱۲). رهبران تحول‌آفرین، تعداد زیادی از توانایی‌های شخصی را به کار می‌گیرند تا به ارتقای آرمان‌های دیگران پرداخته و افراد و سازمان را به سمت بالاتری از عملکرد انتقال دهند (ساکاکون^۷ و همکاران، ۲۰۱۰). رهبران تحول‌آفرین، ماهیتاً گرایش به تغییر و رفتار کارآفرینانه در سازمان دارند. از طرفی دیگر این رهبران به شدت به دنبال نوآوری در سازمان خود هستند (گوموسلوگلو و ایلسو، ۲۰۰۹). از اینرو رهبرانی که دارای ویژگی‌های چون نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام بخش و ملاحظات فردی باشند، تأثیری قابل توجه بر خلاقیت و نوآوری و انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان دارند (ژو^۸، ۲۰۱۵). بنابراین با توجه به ادبیات پژوهش، مدل مفهومی پژوهش به شکل (۱)، مطرح می‌شود:

¹ - Huang & Wang

² - li

³³ - Aragon

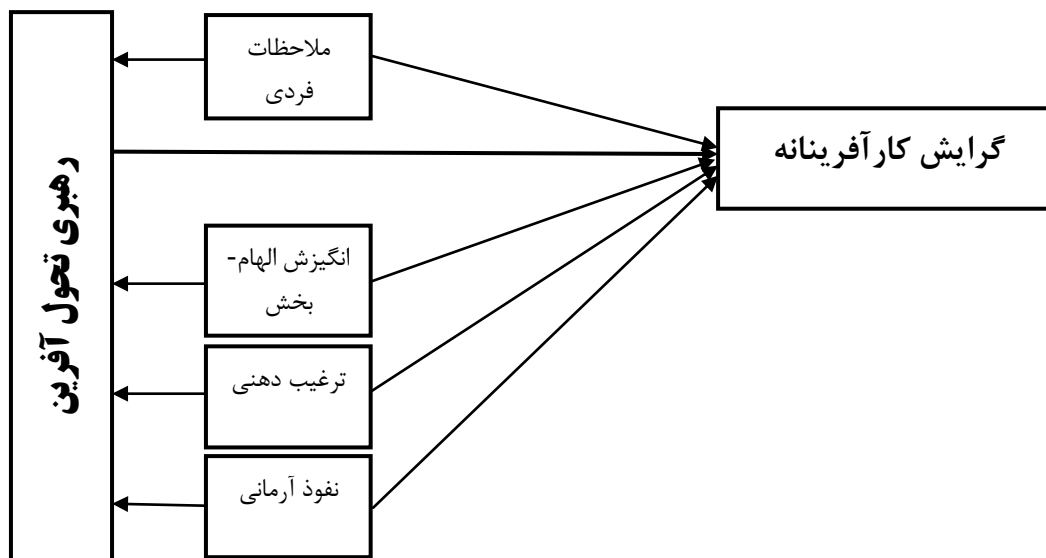
⁴ - Avolio

⁵ - Wang

⁶ - Kuratko

⁷ - Skakon

⁸ - Zhou



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (باس و اولیو، ۲۰۰۰؛ دس و لامپکین، ۲۰۰۵)

۳- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای هدف از نوع کاربردی؛ از نظر نوع داده کمی؛ از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی همبستگی و از نظر زمان گردآوری داده، مقطعی بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۲۰ نمایندگی بود که با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه گیری تصادفی خوشه‌ای ۲۰۱ نمایندگی (مسیول نمایندگی) به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) انجام شد. پرسشنامه پژوهش حاضر شامل دو بخش می‌باشد؛ بخش اول حاوی سوالات مربوط به رهبری تحول آفرین MLQ از باس و اولیو (۲۰۰۰)، بخش دوم پرسشنامه استاندارد گرایش کارآفرینانه دس و لامپکین (۲۰۰۵) می‌باشد. جدول ۳ سازه‌های اصلی پژوهش، ابعاد این سازه‌ها و سوالات مربوط به هر بعد را نشان می‌دهد:

جدول ۳: سازه‌های پژوهش و ابعاد و گویه‌ها

متغیرهای پنهان	متغیرهای آشکار	تعداد گویه‌ها (سوالات)	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
رهبری تحول آفرین	نفوذ آرمانی	۸	۰.۷۹	۰.۷۶
	ترغیب ذهنی	۴	۰.۷۷	۰.۷۵
	انگیزش الهام بخش	۴	۰.۷۹	۰.۷۸
	ملاحظات فردی	۴	۰.۷۸	۰.۸۱
گرایش کارآفرینانه	نوآوری	۵	۰.۷۵	۰.۷۳
	ریسک پذیری	۴	۰.۸۶	۰.۸۴
	پیشگامی	۴	۰.۸۳	۰.۸۰
	استقلال طلبی	۵	۰.۸۷	۰.۸۵
	رویکرد تهاجمی	۳	۰.۷۳	۰.۷۱

به منظور سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد که نتایج در جدول فوق قابل مشاهده است. با توجه به اینکه میزان این ضرایب بزرگتر از ۰.۷ بود می‌توان گفت که پرسشنامه‌های پژوهش از پایایی لازم برخوردار است. روایی پرسشنامه نیز توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا که مختص مدل‌سازی معادلات ساختاری است، بررسی گشت. در ابتدا از تحلیل عاملی اکتشافی PLS برای ارزیابی روایی همگرا و واگرا استفاده شد و همانگونه که در جدول ۴ نشان داده شده است، تمامی ابعاد به خوبی سازه‌های خود را تبیین کرده‌اند که این مطلب بیانگر روایی همگرا و واگرایی مناسب است.

جدول ۴: تحلیل عاملی اکتشافی PLS برای ارزیابی روایی همگرا و واگرا

متغیرهای اصلی ابعاد متغیرها	رهبری تحول آفرین	گرایش کارآفرینانه
کاریزماتیک	۰.۸۲۱	۰.۱۵۵
ترغیب ذهنی	۰.۸۹۱	۰.۲۴۰
انگیزش الهام بخش	۰.۷۰۴	۰.۳۱۵
ملاحظات فردی	۰.۷۱۴	۰.۱۶۹
نوآوری	۰.۲۲۵	۰.۸۳۱
ریسک پذیری	۰.۳۱۵	۰.۸۷۸
پیشگامی	۰.۴۳۱	۰.۸۰۲
استقلال طلبی	۰.۲۳۱	۰.۷۹۸
رویکرد تهاجمی	۰.۲۲۹	۰.۸۱۵

در مرحله‌ی بعد به طور مشخص برای ارزیابی روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده^۱ استفاده شد که نتایج این معیار برای ابعاد سه متغیر پژوهش در جدول ۵ نشان داده شده است:

جدول ۵: نتایج میانگین واریانس استخراج شده‌ی سازه‌های پژوهش

متغیر	ریسک پذیری	پیشگامی	استقلال طلبی	رویکرد تهاجمی	نوآوری	ترغیب ذهنی	انگیزش الهام بخش	ملاحظات فردی	نفوذ آرمانی
میانگین واریانس استخراج	۰.۷۹	۰.۸۵	۰.۸۳	۰.۸۱	۰.۷۱	۰.۶۶	۰.۶۵	۰.۶۲	۰.۶۴

مقدار ملاک برای سطح قبولی میانگین واریانس استخراج، ۰.۵ می‌باشد (هولاند^۲، ۱۹۹۹). همان‌گونه که از جدول بالا مشخص است، تمامی مقادیر میانگین واریانس استخراج مربوط به سازه‌ها از مقدار ۰.۵ بیشتر بوده و این مطلب موید این است که روایی همگرای پرسشنامه حاضر در حد قابل قبول است.

در قسمت روایی واگرا، میزان تفاوت بین شاخص‌های یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر در مدل مقایسه می‌شود. این کار از طریق مقایسه جذر میانگین واریانس استخراج هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها محاسبه می‌گردد. برای این کار یک ماتریس باید تشکیل داد که مقادیر قطر اصلی ماتریس جذر ضرایب میانگین واریانس استخراج هر سازه می‌باشد و مقادیر پایین و بالای قطر اصلی ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه‌های دیگر است. این ماتریس در جدول ۶ نشان داده شده است:

جدول ۶: ماتریس مقایسه جذر میانگین واریانس استخراج و ضرایب همبستگی سازه‌ها (روایی واگرا)

ابعاد متغیرها	نفوذ آرمانی	ترغیب ذهنی	انگیزش الهام بخش	ملاحظات فردی	نوآوری	ریسک پذیری	پیشگامی	استقلال طلبی	رویکرد تهاجمی
نفوذ آرمانی	۰.۸۳								

^۱ - AVE

^۲ - Hulland

ترغیب ذهنی	۰.۳۸	۰.۸۴						
انگیزش الهام بخش	۰.۳۱	۰.۳۶	۰.۸۰					
ملاحظات فردی	۰.۱۱	۰.۲۴	۰.۱۴	۰.۸۵				
نوآوری	۰.۲۲	۰.۲۹	۰.۳۴	۰.۵۱	۰.۸۴			
ریسک پذیری	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۲۱	۰.۲۸	۰.۳۹	۰.۹۰		
پیشگامی	۰.۱۲	۰.۱۴	۰.۳۰	۰.۳۴	۰.۱۲	۰.۱۸	۰.۹۳	
استقلال طلبی	۰.۱۰	۰.۱۸	۰.۲۳	۰.۲۱	۰.۳۰	۰.۱۹	۰.۲۱	۰.۹۱
رویکرد تهاجمی	۰.۲۰	۰.۲۰	۰.۱۱	۰.۱۲	۰.۳۱	۰.۱۴	۰.۲۱	۰.۱۲

همانگونه که از ماتریس بالا مشخص می‌باشد، جذر میانگین واریانس استخراج هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر شده است که این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی و اگرایی سازه‌ها می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی (مدلسازی معادلات ساختاری) و به کمک نرم‌افزارهای Spss-21، LISREL-v8.8 و Smart PLS-2 انجام پذیرفت. همانطور که گفته شد، رابطه علت و معلولی بین متغیرهای مطرح در پژوهش با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری^۱ تحلیل شده است. این روش بهترین ابزار برای تحلیل تحقیقاتی است که در آن‌ها متغیرهای آشکار دارای خطای اندازه‌گیری هستند و همچنین روابط بین متغیرها پیچیده است. با استفاده از این روش می‌توان از یکسو دقت شاخص‌ها و یا متغیرهای قابل مشاهده^۲ را اندازه گرفت و از سوی دیگر روابط علی بین متغیرهای نهفته^۳ و میزان واریانس تبیین شده را بررسی کرد (هیر^۴ و همکاران، ۲۰۱۰).

۴- یافته‌های پژوهش

در این بخش با استفاده از نرم‌افزار LISREL 8.8 تحلیل عاملی تأییدی^۵ برای سنجش مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش به کار گرفته شد. اگر شروط زیر برقرار باشد، مدل برازش مناسبی دارد: -سطح معناداری بدست آمده از آزمون کای دو (P-value) از ۰.۰۵ بیشتر شود. -نسبت کای دو به درجه آزادی از ۳ کمتر شود. -مقدار آماره ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب^۶ (RMSA) کمتر از ۰.۰۵ باشد. -مقدار شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص برازندگی تعدیل یافته (AGFI) و شاخص برازش غیرنرم (NNFI) بزرگتر از ۰.۹ باشند (جورسکاگ و سوربوم^۷، ۱۹۹۶). همانگونه که در شکل ۳ نمایان است مقدار P-value برابر ۰.۰۷۲، آماره RMSA برابر ۰.۰۲۸ و نسبت کای دو (۱۱۳.۵۵) به درجه آزادی (۵۱) نیز ۲.۲۳ می‌شود که از ۳ کمتر می‌باشد. همچنین نتایج خروجی دیگر لیزرل نشان داد که مقدار CFI برابر با ۰.۹۲۱، مقدار Z محاسبه شده از ۱.۹۶ بیشتر و مقدار GFI و AGFI برابر با ۰.۹۴۰ و ۰.۹۴۴ بدست آمده‌اند؛ بنابراین مدل‌های اندازه‌گیری مربوط به دو سازه اصلی تحقیق برازش قابل قبولی دارند.

^۱-Structural Equation Modeling (SEM).

^۲-Observed (Manifest) Variables.

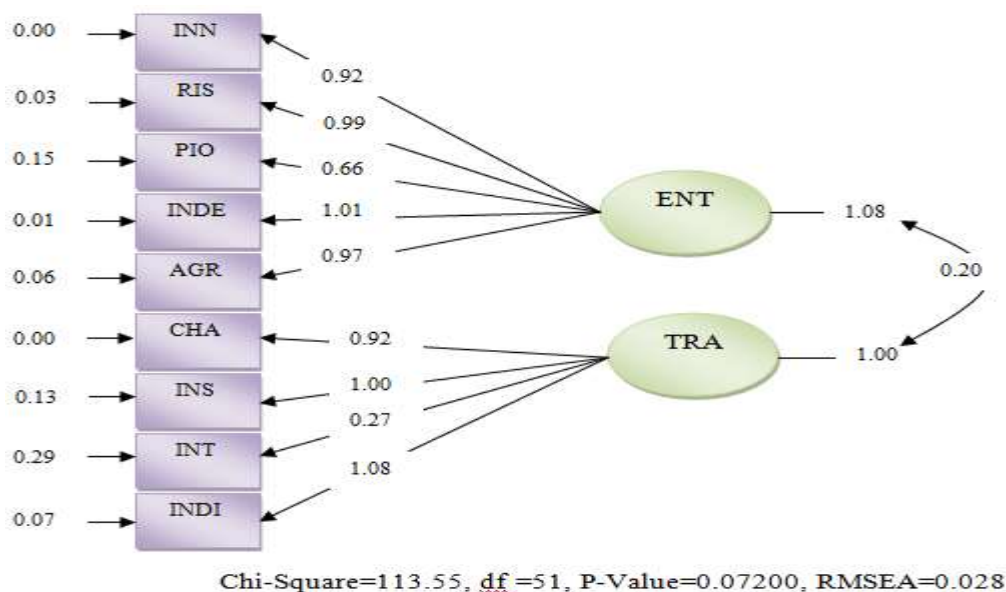
^۳-Latent Variables.

^۴- Hair

^۵-Confirmatory Factor Analysis.

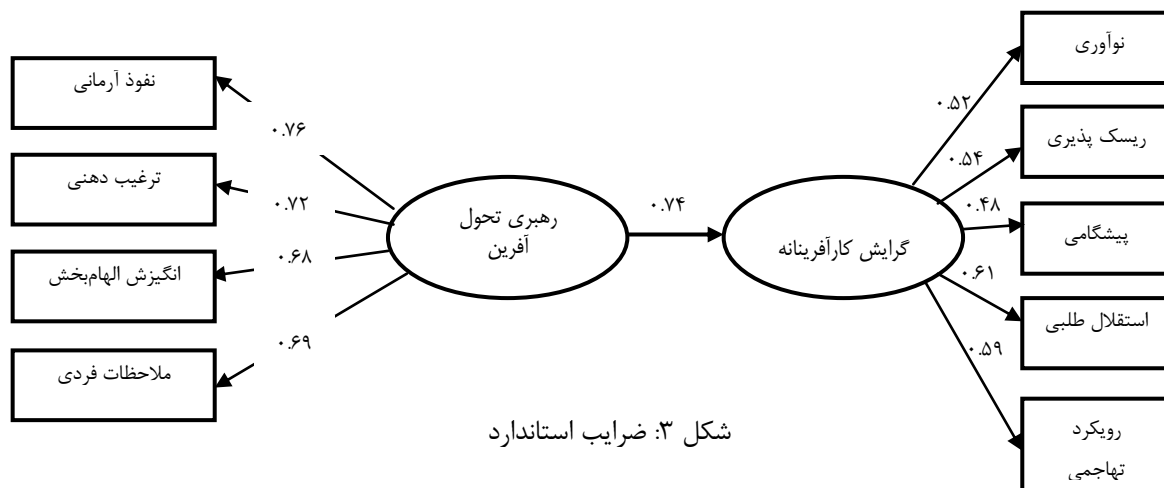
^۶-Root Mean Square Error of Approximation.

^۷- Joreskog & Sorbom

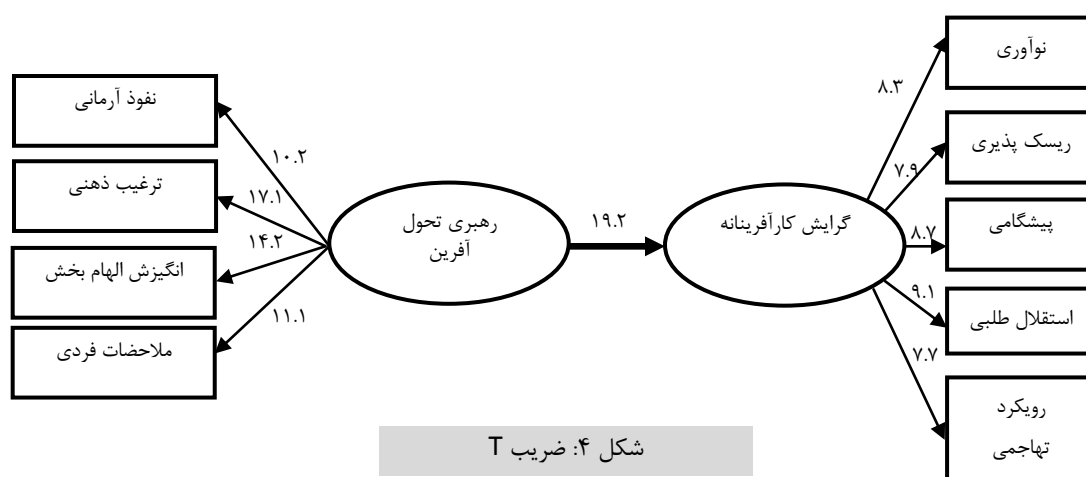


شکل ۲: تحلیل عاملی تأییدی توسط نرم افزار LISREL 8.8

رابطه علت و معلولی بین رهبری تحول آفرین و گرایش کارآفرینانه در قالب بخش مدل ساختاری و توسط نرم افزار Smart PLS 2 سنجیده شده است. همانطور که در شکل ۳ نمایان است، رابطه بین دو سازه اصلی پژوهش معنی دار و مستقیم است؛ بدین ترتیب رهبری تحول آفرین بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی داری دارد (فرضیه ۱) که طبق ضرایب استاندارد خروجی نرم افزار Smart PLS، ۷۴ درصد از تغییرات گرایش کارآفرینانه توسط رهبری تحول آفرین پیش بینی می شود. ضرایب علی مسیرهای بین دو سازه اصلی پژوهش نشان از تأثیر رهبری تحول آفرین و مولفه های آن بر گرایش کارآفرینانه دارد.



برای تأیید فرضیه های پژوهش از ضرایب معناداری t استفاده شد (شکل ۵). همانگونه که در شکل ۴ مشخص می باشد، ضرایب t بین دو سازه اصلی پژوهش همگی بالای ۱.۹۶ هستند که مبین پذیرش فرضیه های پژوهش است.



۵- بحث و نتیجه گیری

با اثبات فرضیات پژوهش این نتیجه حاصل گشت که رفتار رهبران تحول آفرین بر گرایشات کارآفرینانه افراد در سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد؛ بنابراین می توان نتیجه گیری کرد که اقدامات و فعالیت های رهبران تحول آفرین این امکان را به شرکت های بیمه می دهد تا کارشناسان به هنگام ارائه خدمات با ارباب رجوعان، بتوانند با استقلال و به دور از تنش های موجود، ارتباط برقرار کرده و اینگونه بتوانند عملکرد خود را افزایش دهند. هنگامی که اجزا رهبری تحول آفرین به عنوان مکمل سایر اقدامات رهبری به کار رود، می تواند به یک منبع مزیت رقابتی برای شرکت های بیمه تبدیل شود و استفاده از این مزیت رقابتی می تواند کمک قابل توجهی به رقابت استراتژیک و کسب بازده بالاتر در کوتاه مدت و بلندمدت برای شرکت های بیمه ای کند. در واقع بدون رهبری تحول آفرین اثربخش، احتمال اینکه شرکتهای بیمه بتوانند به هنگام مواجهه با چالش های محیطی به عملکرد برتر و حتی رضایت بخش دست یابند و افراد را به سمت فعالیت های کارآفرینانه در سازمان سوق دهند، کاهش خواهد یافت. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات (ایال و کارک، ۲۰۰۴؛ پولیتیس و هارکیولاکیس^۱، ۲۰۰۸؛ گوموسلوگلو و ایلسو، ۲۰۰۹؛ گوموسلوگلو و همکاران، ۲۰۱۲)، که بیان داشته اند رفتار رهبر تحول آفرین بر تمایلات و گرایشات کارآفرینانه ای افراد درون سازمان تاثیر دارد و سازمان ها جهت انطباق با دنیای متغیر و متحول امروزی برای نهادینه کردن جو خلاقیت و نوآوری و تمایلات افراد در جهت فعالیت های کارآفرینانه در سازمان، بایستی قادر باشند تا استراتژی هایی را جهت هدایت و کنترل این تغییرات به مدد رهبران تحول آفرین ایجاد نمایند، همسو می باشد.

از اینرو، رهبران تحول آفرین با درک و شناخت عمیق خویش، نگاه تغییر و تحول، ریسک پذیرانه، پیشگامانه و تهاجمی به بازار را با تکیه بر توانمندی های افراد در سازمان ها درونی می سازند و با ایجاد رابطه ای قوی با کارکنان، سعی می نماید تا آنان را با چشم اندازها و اهداف سازمان آشنا ساخته و با دادن استقلال به آن ها در انجام وظایف، به خوبی بتوانند فرصت ها و ایده های خلاقانه و کارآفرینانه در محیط را شناسایی کرده و در نهایت بتوانند از این فرصت های بدست آمده بهره برداری کرده و برای سازمان مزیتی را در برابر رقبا به وجود آورند که رقبا توان دسترسی به آن را نداشته باشند.

بنابراین، با توجه به اثبات فرضیات پژوهش، می توان اظهار داشت که سازمان های مورد مطالعه و سایر سازمان ها بایستی سبک رهبری تحول آفرین و ویژگی های آن را در مدیران و رهبران خود تقویت کنند و آن را به عنوان امری مهم در سرلوحه برنامه های خود قرار دهند چرا که رهبران تحول آفرین در سازمان بنیان تغییر و تحول هستند و باعث ایجاد خلاقیت و نوآوری و ایجاد رفتارهای کارآفرینانه در سازمان و طبعاً افزایش عملکرد سازمان می گردند؛ و در تحقیقات آتی نیز می توان پیشنهاد کرد که محققین بعدی با اخذ مجوز برای برگزاری دوره ها، برنامه ها و کارگاه های آموزشی رهبری تحول در شرکت های بیمه اقدام

¹ - Politis & Harkiolakis

نمایند تا اطلاعات مورد نیازشان را هنگام برگزاری کارگاه آموزشی جمع‌آوری کرده و دقت پژوهششان را فزونی بخشند. برگزاری این دوره‌ها، برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی رهبری تحول باید بینشی ژرف در مدیران و کارکنان شرکت‌های بیمه نسبت به ابعاد رهبری تحول ایجاد کرده به گونه‌ای که براساس نیازهای سازمان بوده و با گرایش به توسعه خلاقیت و نوآوری و همچنین توسعه رفتارهای کارآفرینانه در سازمان طراحی شود.

منابع

۱. انصاری، محمداسماعیل؛ تیموری، هادی (۱۳۸۶)، مدیر در نقش رهبر تحول‌گرا. ماهنامه تدبیر، سال هیجدهم، شماره ۱۸۹.
۲. بیگزاد، جعفر؛ حسین‌پور سنبلی، علیرضا، فلسفی، علی؛ نبی، سید نوح (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین هوش احساسی و رهبری تحول‌آفرین در مدیران شرکت‌های گاز استانی شرکت ملی گاز ایران. مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، ۴(۱۰): ۹۱-۱۱۸.
۳. علیمیری، مصطفی. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها. توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول، صص: ۱۶۹-۱۳۳.
۴. مبینی دهکردی، علی؛ رضازاده، آرش؛ دهقان نجم‌آبادی، عامر؛ دهقان نجم‌آبادی، منصور. (۱۳۹۱). تاثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه‌ی سازمان مطالعه موردی: شرکت خودروسازی زامیاد. توسعه کارآفرینی، ۴(۱۶): ۵۳-۶۹.
۵. مطلبی اصل، صمد. (۱۳۸۶). رهبری تحول‌آفرین در سازمان‌ها، یک مدل متأثر از محیط. ماهنامه تدبیر- ۱۸(۱۸۱): ۶۹.
۶. موغلی، علیرضا. (۱۳۸۲). طراحی الگوی رهبری تحول‌آفرین در سازمان‌های اداری ایران. دانش مدیریت، شماره ۴۲، صص: ۱۰۰-۷۲.
7. Acs, Z. J; Desai, S; Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, Vol. 31, pp: 219-234.
8. Al-Husseini, S. & Elbeltagi, I. (2016). Transformational leadership and innovation: a comparison study between Iraq's public and private higher education. *Studies in Higher Education*, 41(1), 159-181.
9. Amram, Y. (2005). Intelligence Beyond IQ: The contribution of emotional and spiritual intelligences to effective business leadership. Institute of Transpersonal Psychology.
10. Aragon, J. L; Garcia, V. J; Cordon, P. E. (2007). " Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: Lessons from Spain", *Industrial Marketing Management* Vol. 36, pp: 349 – 359.
11. Avolio B. J. Zhu, W. Koh, W. and Bhatia, P. (2004). Transformational leadership and organizational commitment: mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 25, pp: 951-968.
12. Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York, NY: Free Press.
13. Bass, B.M. & Avoloo, B.J. (2000). Potential Biases in leadership Measures: How Prototypis. Leniency and General Satisfaction Relate Rating and Rankings of Transformational and Transactional Leadership Construct Educational and Psychological Measurement, Vol 49(12), pp 112-132.
14. Block, J. H. Fisch, C. O. & Van Praag, M. (2017). The Schumpeterian entrepreneur: a review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 24(1), 61-95.

15. Boehnke, K; Bontis, N; Distefano, J.J & Distefano, A.C. (2003), "Transformational Leadership: an Examination of Cross-national Differences and Similarities", leadership and Organizational Development Journal, Vol. 24, pp: 5-15.
16. Bridges, W. & Bridges, S. (2017). *Managing transitions: Making the most of change*. Da Capo Press.
17. Covin, J. G. & Kuratko, D. F. (2008). "The concept of corporate entrepreneurship". In V. Narayanan & G. O'Connor (Eds.), *The Blackwell encyclopedia of technology and innovation management*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.
18. Dess, G.G and Lumpkin, G.T. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *The Academy of Management Executive* (1993-2005), Vol. 19, No. 1 (Feb. 2005), pp.147-156.
19. Duckett, H; Macfarlane, E. (2003), "Emotional intelligence and transformational leadership in retailing", *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 24, pp:309-317.
20. Eisenhardt, K. M; Furr, N. R; Bingham, C. B. (2010), "Microfoundations of Performance: Balancing Efficiency and Flexibility in Dynamic Environments", *Organization Science*, Vol. 21, No. 6, pp: 1263-1273.
21. Eyal, O; Kark, R. (2004), "How do Transformational Leaders Transform Organizations? A Study of the Relationship between Leadership and Entrepreneurship", *Leadership and Policy in Schools*, Vol. 3, No.3, pp: 211-235.
22. García-Morales V. J; Jimenez B, M. M; Gutierrez, G. L. (2012), "Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation", *Journal of Business Research*, Vol. 65, pp: 1040-1050.
23. García-Morales V. J; Jiménez, M. B; Gutiérrez -Gutiérrez, L. (2011). "Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation", *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2011.03.005.
24. Grossman, S. & Valiga, T. M. (2016). *The new leadership challenge: Creating the future of nursing*. FA Davis.
25. Gumusluoglu, L; Ilsev, A. (2009). "Transformational Leadership, Creativity, and Organizational Innovation", *Journal of Business Research*, Vol. 62, pp: 461-473.
26. Gumusluoglu, L; Karakitapoglu, A.Z; Hirst, G. (2012), "Transformational leadership and R&D workers' multiple commitments: Do justice and span of control matter", *Journal of Business Research*, doi:10.1016/j.jbusres.2012.02.039.
27. Hair J.F.Jr. Black W.C. Babin B.J. Anderson R. E. Tatham R.L.(2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)* New Jersey: Pearson Education.
28. Hornsby, J.S. Naffziger, D.W. Kuratko, D.F. & Montagno, R.V. (1993), "An interactive model of the corporate entrepreneurship process", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 17, No. 2.
29. Horwitz, I.B. Horwitz, S.K. Daram, P. Brandt, M. L. Brunicardi, F Ch. And Awad, S.S. (2008). "Transformational, transactional, and passive-avoidant leadership characteristics of a surgical resident cohort ; Analysis using the multifactor leadership questionnaire and implications for improving surgical education curriculums", *Journal of Surgical Research*, Vol.148, No.1, pp: 49-59.
30. Huang, K. P; Wang, K. Y. (2011). "The moderating effect of social capital and environmental dynamism on the link between entrepreneurial orientation and resource acquisition", *the journal of Quality & quantity*.
31. Hulland, J. (1999). 'Use of partial least squares (PLS) in strategic management

- research: A review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), Pp:195–204.
32. Joreskog, K. & Sorbom, D. (1996). *Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.
 33. Klemm, W. B. (2017). *Leadership and Creativity*. In *Leadership Today* (pp. 263-278). Springer International Publishing.
 34. Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling* (3th ed.). New York: Guilford Press.
 35. Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.
 36. Li, Y; Zhao, Y; Tan, J; Liu, Y. (2008). "Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation-Performance Linkage: Evidence from Chinese Small Firms", *J. Small Bus. Manage*, Vol. 46, No. 1, pp: 113-133.
 37. Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996), "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 1, pp: 135-72.
 38. Moriano, J. A; Molero, F. (2011). " The influence of transformational leadership and organizational identification on entrepreneurship", *Intentional entrepreneurship Management Journal*, DOI 10.1007/s11365-011-0196-x.
 39. Muenjohn, N. & Armstrong, A. (2015). Transformational leadership: The influence of culture on the leadership behaviours of expatriate managers. *international Journal of Business and information*, 2(2).
 40. Pearce II, J.A. Fritz, D.A. Davis, P.S. (2010). "Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory". *Entrepr. Theory Pract*, Vol. 34, No. 1, pp: 219–248.
 41. Politis, J. D; Harkiolakis, N. (2008), "The Relationship between Self-management Leadership; Transformational and Transactional Leadership and Entrepreneurial Orientation", in the proceedings of The 4th European Conference on Management, Leadership and Governance (ECMLG 2008), pp 157-166.
 42. Samila, S; Sorenson, O. (2011). " Venture capital, Entrepreneurship and Economic growth", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 93, No. 1, pp: 338–349.
 43. Skakon, J. Nielsen, K. Borg, V. & Guzman, J. (2010). "Are leaders' wellbeing, behaviors and style associated with the affective wellbeing of their employees? A systematic review of three decades of research", *Work & Stress*, Vol. 24, pp: 139-147.
 44. Wang H. Law K.S. Hackett R. Wang D. Chen Z.X. (2005). "Leader member exchange as a mediator of the relationship between transformational leadership and followers' performance and organizational citizenship behavior", *Academy of Management Journal*, Vol. 48, No. 3.
 45. Yammarino, F. J; Dionne, S. D; Chun J. U; ansereau, F. (2005), "Leadership and levels of analysis: A state-the-science review", *The leadership Quarterly*, Vol. 16, pp: 879-919.
 46. Zhou, J. (2015). *Creativity and Entrepreneurship*. *Wiley Encyclopedia of Management*.

The Impact of Transformational Leadership on Entrepreneurial Orientation in the Parsian Insurance Agencies of Tehran Province

Seyed Ahmad Hosseini Golafshani¹, Masoud Samadzadeh²

1. A faculty member, Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Iran
(Corresponding Author)

2. Ph.D candidate, Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran

Abstract

The aim of this study is to investigate the effect of transformational leadership on entrepreneurial orientation in the Parsian Insurance Agencies of Tehran province. This is an applied research in terms of the purpose and a descriptive-correlational research in terms the data collection method. The study population consists of 420 agencies, among which 201 agencies (agents) were selected as the sample size using Morgan table and the random cluster sampling method. The required data were collected using two standard questionnaires: Bass & Avolio's (2000) Leadership Style Questionnaire and Dess & Lumpkin's (2005) Entrepreneurial Orientation Questionnaire. The reliability of the questionnaires was assessed using Cronbach's alpha coefficient and composite reliability. Moreover, the validity of the questionnaires was assessed using content and construct validity with results indicating good validity and reliability of the measurement tools. The data were analyzed in two descriptive and inferential parts (Structural Equation Modeling) by help of SPSS-21, LISREL 8.8 and Smart PLS-2. The findings showed that there is a significant positive effect between transformational leadership and entrepreneurial orientation in the Parsian insurance agencies of Tehran Province.

Keywords: transformational leadership, entrepreneurial orientation, mental stimulation, inspirational motivation, individual considerations.
