

Identifying and Prioritizing the criteria for evaluating Entrepreneurial Opportunities in the Insurance Industry (Case Study: Parsian Insurance Company)

Seyedeh Marziaeh Rashidifard¹, Saeed Safari², Amin Habibi Raad³

Received: 09/21/2020 Accepted: 05/22/2020

Abstract

Objective: Achieving competitive advantage in insurance industry requires innovation and entrepreneurship. Opportunity identification is the essence and starting point of entrepreneurship. Opportunity evaluation is an essential element in the entrepreneurial process that facilitates the relationship between discovery and exploitation. The purpose of this study is to identify and prioritize the criteria for evaluating entrepreneurial opportunities in the insurance industry.

Methodology: This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of methodology. First, the criteria for evaluating the opportunity extracted from the research literature and were screened by experts using a researcher-made questionnaire and was analyzed by mean test via SPSS software. Then, the weight of the criteria was determined using the best-worst questionnaire via Lingo software. The first statistical population to identify and determine the criteria for evaluating entrepreneurial opportunities was 31 people from university professors and insurance industry experts. The second statistical population to determine the weight of the criteria set out in the previous step, was 8 managers of Parsian insurance company. The face and content validity of the questionnaires was assessed by university professors and industry experts. The reliability of the first questionnaire was confirmed with Cronbach's alpha of 0.841 and the second questionnaire with an incompatibility rate of 0.0274.

Findings: The most important criteria for evaluating entrepreneurial opportunities in the insurance industry are project resources, amount of resource investment, market needs, profit margin, level of competition, desirability and attractiveness of the opportunity, other potential opportunities and few barriers for entry.

Conclusion: Insurance companies can make the right decisions about how to take advantage of opportunities by emphasizing the criteria identified in this study, in order to gain a competitive advantage which leads to the growth and development of the country's economy.

Keywords: Insurance Industry, Entrepreneurial Opportunity, Opportunity Evaluation Criteria, Best Worst Method

JEL Classification: G22, L26, C81.

1. M.A in Entrepreneurship Management, Department of Industrial Management, Shahed University, Tehran, Iran. S.M.Rashidifard@Shahed.ac.ir.

2. Associate professor, Department of Industrial Management, Shahed University, Tehran, Iran. (**Corresponding Author**). Safari@Shahed.ac.ir

3. Assistant professor, Department of Industrial Management, Shahed University, Tehran, Iran. ahabibirad@yahoo.com

شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی

در صنعت بیمه (مطالعه موردی: بیمه پارسیان)

سیده مرضیه رشیدی‌فرد^۱، سعید صفری^۲، امین حبیبی‌راد^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۱

چکیده

هدف: دستیابی به مزیت رقابتی در صنعت بیمه مستلزم نوآوری و کارآفرینی است و شناسایی فرصت؛ جوهره و نقطه شروع کارآفرینی محسوب می‌شود که ارزیابی آن رابطه میان کشف فرصت و بهره‌برداری از آن را تسهیل می‌کند. بنابراین، تحقیق حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه انجام شده است.

روش‌شناسی: این پژوهش به روش توصیفی-پیمایشی انجام شده است. برای این منظور، ابتدا با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته و نظرسنجی از خبرگان، معیارهای ارزیابی فرصت مستخرج از پیشینه تحقیق غربالگری شد و با انجام آزمون میانگین و به‌وسیله نرم‌افزار SPSS تحلیل گردید. سپس، وزن معیارها با پرسشنامه بهترین-بدترین و نرم‌افزار LINGO تعیین شد. جامعه آماری اول شامل ۳۱ نفر از اساتید دانشگاه و خبرگان صنعت بیمه و جامعه آماری دوم شامل ۸ نفر از مدیران شرکت بیمه پارسیان بودند. روایی پرسشنامه‌ها نیز توسط اساتید دانشگاه و خبرگان صنعت مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه اول با آلفای کرونباخ ۰/۸۴۱ و پایایی پرسشنامه دوم با نرخ ناسازگاری ۰/۰۴۲۷ تأیید شد.

یافته‌ها: مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی در صنعت بیمه به ترتیب اهمیت شامل منابع پروژه، میزان سرمایه‌گذاری منابع، نیاز بازار، حاشیه سود، سطح رقابت، مطلوبیت و جذابیت فرصت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موانع کم برای ورود است. نتیجه‌گیری: شرکت‌های بیمه با تأکید بر معیارهای شناسایی شده، ضمن ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت، می‌توانند تصمیمات صحیحی درباره چگونگی بهره‌برداری از فرصت‌ها اتخاذ کنند تا با کسب مزیت رقابتی، سبب رشد و توسعه اقتصادی کشور شوند.

واژگان کلیدی: صنعت بیمه، فرصت‌های کارآفرینی، معیار ارزیابی فرصت، روش بهترین-بدترین.

طبقه‌بندی موضوعی: C81 ,L26 ,G22

s.m.rashidifard@shahed.ac.ir

۱. کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی سازمانی، دانشگاه شاهد، تهران.

۲. دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه شاهد، تهران، (نویسنده مسئول).

safari@shahed.ac.ir s.m.rashidifard@shahed.ac.ir

ahabibirad@yahoo.com

۳. استادیار گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی، دانشگاه شاهد، تهران.

مقدمه

درک و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش غیرقابل انکاری در رشد اقتصادی کشورها دارد. تاحدی که رشد سریع اقتصادهای آزاد را در درجه اول به وجود کارآفرینان نوآور در شرکت‌های با فناوری پیشرفته نسبت داده‌اند که بودجه‌های تحقیق و توسعه آنها مدام در حال افزایش است و محصولات و فرایندهای نوآورانه آنها به بازارهای وسیع‌تر صادر می‌شود (لینز و دکتر^۱، ۲۰۱۴). اما، جوهره کارآفرینی، درک و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید در عرصه کسب‌وکار است (مقیم^۲ و همکاران ۱۳۹۲ به نقل از شومپتر^۳، ۱۹۳۴). به عقیده آلوارز و بارنی^۳ (۲۰۱۰) نیز فرصت‌ها هنگامی وجود دارند که عدم تکامل در محصول یا عوامل بازار وجود داشته باشد (دیویدسون^۴، ۲۰۱۵). به اعتقاد شفرود و دتین^۵ (۲۰۰۱) ارزیابی فرصت یک عنصر اساسی در فرایند کارآفرینانه است که رابطه میان کشف و بهره‌برداری را تسهیل می‌کند (یداللهی فارسی و همکاران، ۱۳۹۰).

از سویی، صنعت بیمه یکی از ارکان مهم حیات اجتماعی و اقتصادی جوامع بشری و تضمین‌کننده چرخه اقتصادی کشورها است. زیرا، سبب سالم نگه داشتن چرخه حیات اقتصادی از راه حفظ سرمایه‌های مالی می‌شود. شواهد تجربی نیز نشان می‌دهد پیشرفت بیمه با توسعه اقتصادی در کشورها مقارن است و عدم اتکای به بیمه، اقتصاد را معرض تهدیدهای بی‌شمار قرار می‌دهد (کریمی، ۱۳۸۳). در ایران نیز ۳۲ شرکت بیمه‌ای شامل یک شرکت دولتی و ۳۱ شرکت غیردولتی فعالیت دارند و طبق گزارش پژوهشکده بیمه (۱۳۹۷) صنعت بیمه ایران در مرحله رشد اولیه قرار دارد و وضعیت آن با ظرفیت‌های موجود در اقتصاد تناسب ندارد. بنابراین، شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری صحیح و به‌موقع از فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه بسیار اهمیت و

1. Lins & Doktor
2. Schumpeter
3. Alvarez and Barney
4. Davidson
5. Shepherd & Detienne

ضرورت دارد. اما، جستجوی نگارندگان این تحقیق نشان داد شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در این صنعت تا حدی مغفول مانده و تحقیقات بسیار محدودی در این زمینه انجام شده است. از این رو، پژوهش حاضر برای اولین بار به این حوزه موضوعی ورود نموده تا پاسخگوی این پرسش باشد که «معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه کدامند؟». بدین منظور، پس از بیان مبانی نظری و مرور پیشینه پژوهش و استخراج معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی، با استفاده از نظرات خبرگان ابتدا به شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه اقدام شده و سپس اولویت و وزن معیارهای شناسایی شده در شرکت بیمه‌ای مورد مطالعه تعیین شده است.

در ادامه، ابتدا ادبیات پیشینه تحقیق مرور و مبانی نظری آن بیان شده است. سپس، مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه استخراج و با استفاده از آزمون‌های آماری پالایش و سپس به کمک روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه وزن‌دهی و اولویت‌بندی شده است. در نهایت، ضمن بررسی و تحلیل یافته‌های تحقیق و مقایسه نتایج حاصله با تحقیقات مرتبط، پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

۱. مروری بر پیشینه پژوهش

هی و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی مبتنی بر فرصت و کیفیت محیطی توسعه پایدار: دیدگاه منابع و نهادی» دیدگاه مبتنی بر منابع را با دیدگاه زمینه نهادی تلفیق و نتیجه گرفته‌اند کارآفرینی مبتنی بر فرصت با کیفیت محیطی توسعه پایدار رابطه مثبت دارد. به علاوه، عوامل تنظیمی، هنجاری و شناختی بر رابطه کارآفرینی مبتنی بر فرصت و کیفیت محیطی توسعه پایدار تأثیر تعدیلی مثبت دارد.

بینی^۲ (۲۰۱۹) چالش‌های پیش روی فرصت‌های کارآفرینانه غیررسمی جوانان دوره‌گرد (روزنامه‌فروش، کتاب‌فروش و میوه‌فروش) را شناسایی و استراتژی‌های مقابله با این

1. He et al
2. Biney

چالش‌ها را بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد جوانان برنامه‌هایی برای نوآوری و رشد کسب و کارها دارند. اما بالا بودن هزینه و وثیقه برای تأمین اعتبار یک مانع جدی در این راه محسوب می‌شود.

ارابیات و همکاران^۱ (۲۰۱۹) چگونگی تأثیر مؤلفه‌های نهادی بر کارآفرینی نوآورانه در کشورهای منتخب را بررسی کرده‌اند. یافته‌های آنها نشان داد مؤلفه‌های نهادی قانون‌گذاری و تسهیل‌گری بر فعالیت شرکت‌های نوآور تأثیر مثبت و معناداری دارد.

وود و ویلیامز^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی فرصت به عنوان تصمیم‌گیری مبتنی بر قانون» دریافتند جدید بودن فرصت، بهره‌وری منابع و بدترین سناریو بر ارزیابی کارآفرینان از فرصت‌ها اثر معناداری دارد و تفاوت‌های فردی تأثیر جذابیت فرصت را تقویت می‌کند. همچنین، بدترین سناریو تأثیر مثبت سایر معیارها (مانند جدید بودن و بهره‌وری منابع) بر ارزیابی فرصت را کاهش می‌دهد و دانش فناوری و بازار تأثیرات منفی بدترین سناریو را بیشتر می‌کنند.

توماسجان و همکاران^۳ (۲۰۱۳) با بررسی نقش میانجی فاصله زمانی در ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت بر اساس تئوری سطح همگرا دریافتند که هنگامی که مرحله بهره‌برداری از نظر زمانی دورتر است، اثرات مطلوبیت بر ارزیابی قوی‌تر است. اما هنگامی که مرحله بهره‌برداری از نظر زمانی نزدیکتر است، امکان‌پذیری در ارزیابی فرصت تأثیر قوی‌تر دارد.

از مطالعات داخلی مرتبط با موضوع نیز به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

حدادی و صفری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت خودرو مبتنی بر رادار نوآوری» ۱۹ معیار ارزیابی فرصت را شناسایی کردند که از میان آنها ۱۰ معیار تأیید شد. بر اساس یافته‌های این پژوهش مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت در صنعت خودرو «میزان اقبال بازار»، «اندازه بازار ناشی از اجرای فرصت»، «امکان بسته شدن پنجره فرصت» و «میزان به‌کارگیری

1. Arabiyat et al
2. Wood & Williams
3. Tumasjan et al

فناوری» بودند. همچنین چارچوبی مبتنی بر ۱۳ بعد رادار نوآوری و تحلیل کلان روندهای صنعت خودرو برای شناسایی فرصت‌ها طراحی شد و ۶۳ فرصت کارآفرینی شرکت ایران خودرو شناسایی گردید که از این میان ۱۸ فرصت نهایی شد. در نهایت نیز، فرصت‌های کارآفرینی شناسایی شده در شرکت ایران خودرو اولویت‌بندی شدند. اصغری و پیله وری (۱۳۹۶) عوامل تأثیرگذار بر مدیریت نوآوری در صنعت بیمه را بررسی و با تحلیل شبکه‌ای اولویت‌بندی کرده‌اند. بر این اساس، ۴۲ معیار مؤثر در ارزیابی مدیریت نوآوری در صنعت بیمه شناسایی شد و ۳۲ معیار با نظر خبرگان در ۵ قالب اصلی شامل عامل سازمان، عامل استراتژی، عامل فرایند، عامل سیستم و عامل فناوری پذیرفته و دسته‌بندی شدند. در نهایت کلیه ۳۲ معیار پذیرفته شده اولویت‌بندی و در طراحی مدل مورد استفاده قرار گرفتند.

یداللهی فارسی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی معیارهای مؤثر بر ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنایع غذایی ارگانیک» ۳۲ مؤلفه در ۶ مقوله بازار و صنعت، بازار و صنعت ارگانیک، ویژگی‌های کارآفرین، ویژگی‌های تیم کارآفرین، مالی و فنی به عنوان معیارها و زیرمعیارهای ارزیابی فرصت در صنایع غذایی ارگانیک شناسایی و وزن معیارها و زیرمعیارها را تعیین کرده‌اند. طبق یافته‌های این تحقیق، مهم‌ترین معیار در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی، قابلیت دستیابی به صنعت و بازار است و معیارهای صنعت و بازار ارگانیک، ویژگی‌های کارآفرین، ویژگی‌های تیم کارآفرین، مالی و فنی به ترتیب در درجه اهمیت بعدی قرار دارند.

محمدی مقانکی (۱۳۹۲) عوامل مؤثر بر فرایند شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در شرکت‌های بیمه الکترونیکی را بررسی کرده‌اند. بر این اساس، عوامل مؤثر به دو گروه درون سازمانی و محیطی تقسیم‌بندی و ۱۷ مؤلفه بر اساس مدل شناسایی فرصت ماریسون شناسایی شد. تحلیل داده‌ها نشان داد عوامل محیطی با ضریب ۶۱/۲۵ بیشتر از عوامل درون سازمانی بر فرایند شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بیمه‌های الکترونیکی اثرگذارند.

همان‌گونه که ملاحظه شد مرور سوابق تجربی تحقیق نشان می‌دهد برخی از پژوهش‌های انجام شده با دید کلی به شناسایی و ارزیابی فرصت کارآفرینی پرداخته‌اند. برخی به بررسی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در سایر صنایع غیر از صنعت بیمه پرداخته‌اند. در نهایت، برخی به‌طور محدود به شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه پرداخته‌اند. اما، در این پژوهش برای اولین بار معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی متناسب با صنعت بیمه با نظرسنجی از خبرگان استخراج، پالایش و اولویت‌بندی گردیده است.

۲. مبانی نظری

کارآفرینی از طریق ارائه ترکیبات جدید و بر هم زدن توازن اقتصاد و آنچه شومپتر آن را «تخریب خلاق» می‌نامد و همچنین به‌کارگیری دانش بالقوه برای رشد مداوم فناوریانه، تاکید بر نوآوری هدفمند و نظام‌مند و به‌کارگیری مهارت‌های ماشینی به رشد اقتصادی کمک می‌کند. کارآفرینی سازوکار مهمی برای توسعه اقتصادی و رونق تولید از طریق ایجاد اشتغال، نوآوری و اثرات رفاهی در جامعه است. نوآوری مبتنی بر کارآفرینی موتور اصلی تغییر در اقتصاد سرمایه‌داری است (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۲). موریس و همکاران^۱ (۱۹۹۴) کارآفرینی را فرایندی فعال می‌دانند که ورودی آن یک فرصت، یک یا چند فرد فعال، یک زمینه سازمانی، ریسک‌ها، نوآوری‌ها و منابع و خروجی آن یک شرکت یا سرمایه‌گذاری خطرپذیر، ارزش، محصولات یا فرایندهای جدید، سود یا منفعت شخصی و رشد است (لینز و دکتر، ۲۰۱۴). مفهوم فرصت کارآفرینانه توسط اقتصاددانان اتریشی به ویژه هایک^۲، کرزنر^۳ و شومپتر مطرح شد. فرایند کارآفرینانه شامل سه مرحله خلق یا کشف فرصت، ارزیابی فرصت و بهره‌برداری از فرصت است. در مطالعه دیگری، فرصت کارآفرینی به‌صورت مجموعه‌ای از ایده‌ها،

1. Morris et al
2. Hayek
3. Kirzner

عقاید و عملکردها تعریف شده که خلق کالاها و خدمات آینده را در غیاب بازار فعلی برای آنها ممکن می‌سازد (کارایانیس^۱، ۲۰۱۳). یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۹۲) معتقدند فرصت عبارتست از شناسی که نیاز، علاقه یا خواسته بازار را از طریق ترکیب خلاقانه منابع و ایجاد ارزش بالاتر تأمین می‌کند. پژوهشگران انواع فرصت‌ها را در قالب فرصت‌های اقتصادی شامل فرصت‌های فناورانه و بازار، فرصت‌های شناختی-فرهنگی شامل فرصت‌های تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و فرصت‌های اجتماعی-سیاسی شامل فرصت‌های حکمرانی و شبکه‌ای دسته‌بندی کرده‌اند (مقیم و همکاران، ۱۳۹۲). ارزیابی فرصت مرحله‌ای کلیدی است که ایده را از فرصت جدا می‌کند. هر ایده نمی‌تواند یک فرصت باشد. به‌ویژه در شرایط مخاطره‌ای، ارزیابی فرصت توسط کارآفرین تحت تأثیر درک وی از ریسک موجود و تمایل و گرایش او به پذیرش یا اجتناب از ریسک قرار دارد. ارزیابی فرصت بین کشف فرصت و بهره‌برداری یا عدم بهره‌برداری از آن ارتباط برقرار می‌کند و می‌تواند بخشی از فرایند کشف فرصت تلقی شود (یدالهی فارسی و همکاران، ۱۳۹۰). ارزیابی فرصت، فرایندی است که طی آن میزان پتانسیل فرصت جهت ایجاد مزیت رقابتی و سود کارآفرینانه برآورد می‌شود (یدالهی فارسی و همکاران، ۱۳۹۲). ارزیابی فرصت‌ها در صنعت بیمه که یکی از بخش‌های مهم اقتصادی و بزرگترین کسب‌وکار کلان داده جهان محسوب می‌شود مانند هر صنعت دیگر نیازمند شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت متناسب با این صنعت است (کریمی، ۱۳۸۳). مخصوصاً این‌که صنعت بیمه شدیداً به قوانین و مقررات وابسته است و ایجاد کسب‌وکار جدید در این صنعت نیازمند سرمایه بسیار زیادی است. همچنین، پیشرفت‌های فناوری و تمایل بیمه‌گران به ارتباط بیشتر با مشتریان به منظور جمع‌آوری اطلاعات و تجربه بهتر مشتری، سبب ایجاد تغییراتی در این صنعت شده است (اورلواز^۲، ۲۰۱۶). بنابراین، تحولات عصر جدید و بزرگی صنعت بیمه کشور، ضرورت و اهمیت شناسایی و ارزیابی فرصت‌های نوآورانه در این صنعت را دوچندان نموده

1. Carayannis
 2. Orlováčz

است. به‌همین منظور، این پژوهش با مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش، معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی را استخراج و سپس با نظرسنجی از خبرگان، معیارهای متناسب با صنعت بیمه را شناسایی کرده است. در گام بعد، میزان اهمیت و وزن معیارهای شناسایی شده با نظرسنجی از خبرگان تعیین شده که می‌تواند در تحقق نوآوری در صنعت بیمه نقش موثری ایفا کند و به ارائه خدمات بهتر به مشتریان و افزایش رقابت‌پذیری این صنعت منجر شود.

۳. روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. پژوهش دارای دو جامعه آماری است. جامعه اول شامل مدیران شرکت‌های بیمه با حداقل ۱۰ سال سابقه کار بیمه‌ای و مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا دکترا و اساتید دانشگاهی در زمینه کارآفرینی و نوآوری در شهر تهران تشکیل شده بود که با توجه به سوابق شغلی، مدرک تحصیلی و تمایل به همکاری تعداد ۳۱ نفر به صورت هدفمند به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جامعه آماری دوم شامل مدیران شرکت بیمه پارس‌بان (در شهر تهران) با حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت بیمه‌ای و دارای مدرک کارشناسی ارشد یا دکترا و متمایل به همکاری با این پژوهش به تعداد ۸ نفر بود که با توجه تعداد محدود آنها، نمونه‌گیری انجام نشد و از روش سرشماری استفاده گردید. پس از استخراج معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی از ادبیات تحقیق، با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته، معیارهای مناسب جهت ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه شناسایی و با روش میانگین و نرم افزار SPSS غربالگری شدند. سپس وزن معیارها با پرسشنامه روش بهترین بدترین^۱ (BWM) و نرم افزار لینگو^۲ تعیین شد. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرات خبرگان و اساتید دانشگاه تایید شد. مقدار آلفای کرونباخ برای پرسشنامه اول مقدار ۰/۸۴۱ و بالاتر از ۰/۷ بود که نشان دهنده پایایی قابل قبول آن

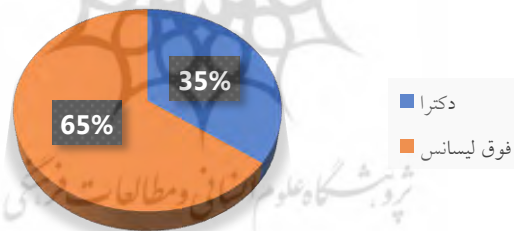
1. Best-Worst Method
2. LINGO

است. پایایی پرسشنامه دوم (پرسشنامه بهترین بدترین) با نرخ ناسازگاری کمتر از ۰/۱ تعیین شد. نرخ ناسازگاری این پرسشنامه ۰/۰۴۲۷ بود و بنابراین می‌توان گفت پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

۴. یافته‌ها

پس از مطالعه ادبیات موضوع، تعداد ۳۴ معیار ارزیابی فرصت استخراج و به‌وسیله یک پرسشنامه از ۳۱ نفر از خبرگان درباره آنها نظرسنجی گردید تا معیارهای مناسب ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه شناسایی و غربالگری شود. با توجه به اینکه تعداد نمونه بیشتر از ۳۰ بود، بر اساس قضیه حد مرکزی نمونه نرمال فرض شده و از آزمون میانگین برای پالایش معیارها استفاده شد. آمار توصیفی در نمودارهای ۱ تا ۳ نشان داده شده است.

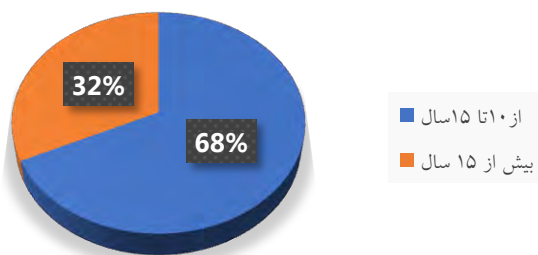
مدرک تحصیلی



نمودار ۱. فراوانی نسبی پاسخ‌دهندگان بر حسب مدرک تحصیلی

منبع: یافته‌های تحقیق

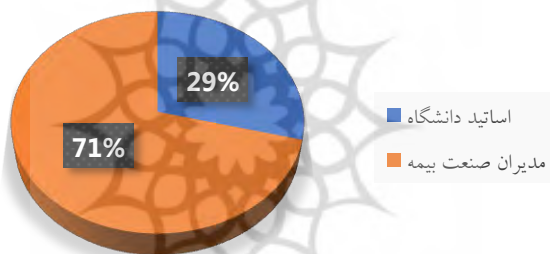
سابقه کار



نمودار ۲. فراوانی نسبی پاسخ‌دهندگان بر حسب سابقه کار

منبع: یافته‌های تحقیق

زمینه فعالیت



نمودار ۳. فراوانی نسبی پاسخ‌دهندگان بر حسب زمینه فعالیت

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، بر اساس نتایج آزمون میانگین، از نظر خبرگان ۸ معیار مطلوبیت و جذابیت فرصت، منابع پروژه، میزان سرمایه‌گذاری منابع، نیاز بازار، حاشیه سود، سطح رقابت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موانع کم برای ورود جهت ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه مناسب تشخیص داده شد.

جدول ۱. نتایج غربالگری معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی صنعت بیمه با استفاده از آزمون میانگین

معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی نوآورانه	میانگین	سطح معناداری	وضعیت نهایی	تعداد پاسخ‌ها
مطلوبیت و جذابیت برای مشتریان	۴/۱۹	۰/۰۰	عدم رد	۳۱
امکان پذیری	۲/۸۹	۰/۱۰۹	رد	۳۱
جدید و نوآورانه بودن	۳/۹۶	۰/۴۰۲	رد	۳۱
به موقع بودن (زمان‌بندی مناسب و تناسب با فناوری و بازار)	۲/۶۲	۰/۳۰۷	رد	۳۱
مزیت رقابتی ناشی از به کارگیری فرصت	۲/۸۲	۰/۴۰۰	رد	۳۱
ارزش مورد انتظار	۲/۱۶	۰/۰۶۱	رد	۳۱
امکان بسته شدن پنجره فرصت	۳/۲۸	۰/۰۷۵	رد	۳۱
پذیرفتن یا رد کردن فرصت	۲/۶۷	۱/۰۰۱	رد	۳۱
میزان ریسک و عدم اطمینان	۲/۵۹	۰/۰۹۳	رد	۳۱
احتمال به ثمر رسیدن سریع سرمایه‌گذاری	۲/۲۳	۱/۰۰۰	رد	۳۱
میزان سرمایه‌گذاری منابع	۴/۱۶	۰/۰۰۴	عدم رد	۳۱
میزان به کارگیری فناوری	۳/۷۸	۰/۰۵۹	رد	۳۱
نرخ بازده مورد انتظار	۲/۵۱	۰/۱۸۶	رد	۳۱
حاشیه سود	۴/۸۹	۰/۰۰۲	عدم رد	۳۱
دوره بازگشت سرمایه	۲/۵۶	۰/۳۷۴	رد	۳۱
نیاز بازار	۴/۱۳	۰/۰۰۰	عدم رد	۳۱
اندازه و پتانسیل بازار	۲/۷۹	۰/۲۱۵	رد	۳۱
دسترسی به بازار	۲/۶۷	۰/۰۸۴	رد	۳۱
میزان اقبال و پذیرش بازار	۲/۸۴	۰/۰۹۱	رد	۳۱
سطح رقابت	۴/۳۱	۰/۰۰۳	عدم رد	۳۱
احتمال رشد بالا در بازار هدف	۲/۶۳	۰/۴۱۹	رد	۳۱
بازار ناشی از اجرای فرصت	۱/۹۷	۰/۵۲۷	رد	۳۱
موانع کم برای ورود	۴/۳۷	۰/۰۰۴	عدم رد	۳۱
وجود فرصت‌های بالقوه دیگر	۴/۶۱	۰/۰۰۰	عدم رد	۳۱
وضعیت حق امتیاز	۲/۸۴	۰/۰۸۶	رد	۳۱
طرح کسب‌وکار دقیق	۲/۹۳	۰/۰۶۳	رد	۳۱
تیم مدیریتی	۲/۶۲	۰/۰۷۶	رد	۳۱
استراتژی مناسب	۳/۸۱	۰/۱۲۵	رد	۳۱
منابع انسانی (افراد/ تیم‌های کارآفرین)	۲/۷۸	۰/۳۷۸	رد	۳۱
معیارهای مالی و اقتصادی	۳/۱۹	۰/۰۶۳	رد	۳۱
معیارهای فنی	۲/۸۴	۰/۱۱۴	رد	۳۱
منابع دانشی، یادگیری و اطلاعات اضافی	۲/۵۶	۰/۲۹۲	رد	۳۱
منابع پروژه	۴/۶۷	۰/۰۰۱	عدم رد	۳۱
مسائل مربوط به بهره‌برداری	۲/۹۲	۰/۳۹۳	رد	۳۱

منبع: یافته‌های تحقیق

در مرحله بعد، وزن معیارها در شرکت بیمه پارسیان با روش بهترین بدترین تعیین شد. روش بهترین بدترین از تکنیک‌های جدید تصمیم‌گیری چند معیاره است که اولین بار توسط جعفر رضایی در سال ۲۰۱۵ ارائه شد. در این روش، بهترین و بدترین معیار توسط تصمیم‌گیرنده مشخص می‌شود و مقایسه زوجی بین هر یک از این دو معیار (بهترین و بدترین) و دیگر معیارها صورت می‌گیرد. سپس یک مسئله حداکثر حداقل برای مشخص کردن وزن معیارهای مختلف مدل‌سازی و حل می‌شود. همچنین فرمولی برای محاسبه نرخ ناسازگاری به منظور بررسی اعتبار مقایسات در نظر گرفته می‌شود (امینی، ۱۳۹۷). بدین ترتیب وزن معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه با روش بهترین بدترین به شرح جدول ۲ محاسبه گردید.

جدول ۲. وزن معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در شرکت بیمه پارسیان

نماد	معیار	وزن
C ₈	منابع پروژه	۰/۲۲۷۹
C ₂	میزان سرمایه‌گذاری منابع	۰/۲۲۶۱
C ₄	نیاز بازار	۰/۱۲۹۵
C ₃	حاشیه سود	۰/۱۰۹۷
C ₅	سطح رقابت	۰/۱۰۱۹
C ₁	مطلوبیت و جذابیت فرصت	۰/۰۸۸۴
C ₇	وجود فرصت‌های بالقوه دیگر	۰/۰۵۹۲
C ₆	موانع کم برای ورود	۰/۰۵۷۴
	نرخ ناسازگاری	۰/۰۴۲۷

منبع: یافته‌های تحقیق

طبق جدول ۲، معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در شرکت بیمه پارسیان به ترتیب وزن عبارتند از منابع پروژه، میزان سرمایه‌گذاری منابع، نیاز بازار، حاشیه سود، سطح رقابت، مطلوبیت و جذابیت فرصت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موانع کم برای ورود. بر اساس نتایج به دست آمده از نظر خبرگان شرکت بیمه

پارسیان معیارهای «منابع پروژه» و «میزان سرمایه‌گذاری منابع» با وزن ۰/۲۲۷۹ و ۰/۲۲۶۱ به ترتیب مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی شناخته شدند. با توجه به این که مجموع وزن معیارها برابر ۱ است و مجموع وزن این دو معیار بیش از ۰/۵ می‌باشد، اهمیت این دو معیار نسبت به سایر معیارها مشهود است. همچنین معیار «موانع کم برای ورود» با وزن ۰/۰۵۷۴ به عنوان کم اهمیت‌ترین معیار شناسایی شد.

۵. جمع‌بندی و پیشنهادها

در این پژوهش، مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه که قابلیت تعمیم به کل صنعت بیمه کشور را دارد با نظرسنجی از کارشناسان صنعت و دانشگاه شناسایی شد. اما وزن‌دهی به معیارهای ارزیابی فرصت با نظرسنجی از خبرگان شرکت بیمه پارسیان صورت گرفت و به کل صنعت قابل تعمیم نمی‌باشد. طبق یافته‌های پژوهش، از نظر خبرگان شرکت بیمه پارسیان، معیارهای «منابع پروژه» و «میزان سرمایه‌گذاری منابع» به ترتیب با وزن ۰/۲۲۷۹ و ۰/۲۲۶۱ دارای بالاترین اهمیت می‌باشند که نشان‌دهنده اهمیت بهره‌گیری از ظرفیت‌ها، دارایی‌ها و مالکیت‌ها و همچنین سرمایه‌های مالی از قبیل سرمایه مخاطره‌پذیر، وام یا دارایی خالص و سرمایه‌های غیرمالی از قبیل ظرفیت تولید، وقت و توانایی مورد نیاز اختصاص داده شده به تجاری‌سازی ایده‌ها در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه پیش روی شرکت‌های بیمه به ویژه شرکت بیمه پارسیان است. سه معیار نیاز بازار، حاشیه سود و سطح رقابت به ترتیب با وزن ۰/۱۲۹۵، ۰/۱۰۹۷ و ۰/۱۰۱۹ معیارهای سوم تا پنجم هستند و این نشان می‌دهد که میزان نیاز خریداران بالقوه و بالفعل یک کالا یا خدمت، مقدار سود ناشی از فرصت پس از کسر مالیات و میزان قابلیت‌ها و توانمندی‌های کسب‌وکار ناشی از اجرای فرصت، پس از منابع پروژه و میزان سرمایه‌گذاری منابع، سه معیار مهم در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه هستند. مطلوبیت و جذابیت فرصت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موانع کم برای ورود از نظر خبرگان معیارهای ششم تا هشتم هستند که نشان می‌دهد میزان تمایل مشتریان به خرید کالا یا خدمت،

وجود یا عدم وجود فرصت‌های جایگزین و وجود موانع برای ورود به بازار از قبیل قوانین دولتی، هزینه سرمایه‌گذاری، انحصار و ... معیارهای کم اهمیت‌تری در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در شرکت‌های بیمه هستند.

بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر شناسایی عامل مطلوبیت و جذابیت فرصت به‌عنوان ششمین معیار ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه با یافته توماسجان و همکاران (۲۰۱۳) مطابقت دارد. هرچند، از نظر سایر معیارهای ارزیابی فرصت متفاوت هستند. از نظر اهمیت معیار جذابیت فرصت و بهره‌وری منابع نیز یافته‌های پژوهش با نتایج مطالعه وود و ویلیامز (۲۰۱۴) همخوانی دارد. همچنین، یافته‌های پژوهش مبنی بر شناسایی منابع پروژه و میزان سرمایه‌گذاری منابع به‌عنوان مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه که می‌توانند موجب تسهیل‌گری بهره‌برداری از فرصت شوند با نتایج مطالعه ارباب‌ات و همکاران (۲۰۱۹) که نشان داد قانون‌گذاری و تسهیل‌گری مهم‌ترین مؤلفه‌های نهادی مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی نوآورانه هستند همراستا است. به‌علاوه، یافته‌های بینی (۲۰۱۹) را تأیید می‌کند که نشان داد جوانان برای نوآوری و رشد کسب‌وکارها برنامه‌هایی دارند که بالا بودن هزینه و وثیقه برای تأمین اعتبار مانع از اجرای آنها می‌شود. در نهایت، تأثیرات تعدیل‌کننده مثبت عوامل تنظیمی، هنجاری و شناختی بر رابطه میان کارآفرینی مبتنی بر فرصت و کیفیت محیطی توسعه یافته‌های پژوهش هی و همکاران (۲۰۲۰) که نشان دادند کارآفرینی مبتنی بر فرصت با کیفیت محیطی توسعه پایدار رابطه مثبت دارد در تطابق است.

بنابراین، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های بیمه -به‌ویژه شرکت بیمه پارسیان- از معیارهایی شناسایی شده برای ارزیابی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه استفاده کنند تا امکان بهره‌برداری صحیح و به‌موقع از آنها فراهم شود و ضمن کسب مزیت رقابتی و پیشگامی در بازار، زمینه رشد صنعت بیمه و شکوفایی اقتصاد ملی بیش از پیش مهیا شود. مخصوصاً، با توجه به این‌که «منابع پروژه» و «میزان سرمایه‌گذاری منابع» نسبت به سایر معیارها از اهمیت بالاتری در ارزیابی فرصت‌های

کارآفرینی در صنعت بیمه برخوردار بودند، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های بیمه فرصت‌ها را با توجه به ظرفیت‌ها، دارایی‌ها، مالکیت‌ها و همچنین سرمایه‌های مالی از قبیل سرمایه مخاطره پذیر، وام یا دارایی خالص و سرمایه‌های غیرمالی از قبیل ظرفیت تولید، وقت و توانایی مورد نیاز برای تجاری سازی ایده‌ها ارزیابی نمایند. مضافاً، مدیران شرکت‌های بیمه ضمن انجام مطالعات بازار و شناسایی مستمر میزان نیاز خریداران بالقوه و بالفعل خدمات بیمه‌ای و محاسبه مقدار سود ناشی از هر یک از فرصت‌های کارآفرینی، میزان قابلیت‌ها و توانمندی‌های کسب‌وکار ناشی از اجرای هر یک از فرصت‌های کارآفرینی، میزان تمایل مشتریان به خرید خدمات بیمه‌ای از طریق کانال‌های موجود، وجود یا عدم وجود فرصت‌های جایگزین و قوانین دولتی، هزینه سرمایه‌گذاری، انحصار و ... را در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی صنعت بیمه مدنظر قرار دهند.

در پایان، به تحقیقات آتی نیز پیشنهاد می‌شود با استفاده از معیارهای شناسایی شده در این پژوهش، تأثیر شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بر عملکرد و رشد شرکت‌های بیمه و صنعت بیمه و تأثیر آن در توسعه اقتصادی کشور را بررسی نمایند. همچنین، معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در سایر شرکت‌های بیمه را شناسایی کنند و با یافته‌های پژوهش حاضر مقایسه نمایند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی

ملاحظات اخلاقی

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده سازی این مقاله مشارکت کرده‌اند.

تعارض منافع

بنا به اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

تعهد کپی‌رایت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی‌رایت (CC) رعایت شده است.



منابع

اصغری، مریم و پیلهوری، نازنین. (۱۳۹۶). ارزیابی و تحلیل عوامل تأثیرگذار بر مدیریت نوآوری در صنعت بیمه و اولویت‌بندی آنها با تحلیل شبکه‌ای (تحقیق موردی: بیمه پارسیان). فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۵(۳۰): ۳۶-۲۵.

حدادی، مهدی و صفری، سعید. (۱۳۹۷). شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت خودرو مبتنی بر رادار نوآوری (مورد مطالعه شرکت ایران خودرو). پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، انجمن مدیریت ایران، ۲۶ و ۲۷ اردیبهشت ماه.

کریمی، آیت. (۱۳۸۳). کاربرد بیمه‌های بازرگانی در مدیریت. تهران: انتشارات جاودانه و جنگل، چاپ اول.

محمدی مقانکی، علیرضا. (۱۳۹۲). طراحی مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در شرکت‌های بیمه الکترونیکی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس.

مقیم، سیدمحمد، وکیلی، یوسف و اکبری، مرتضی. (۱۳۹۲). نظریه‌های کارآفرینی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.

یداللهی فارسی، جهانگیر، حسینی‌نیا، غلامحسین و اسداللهی شاد، مژده. (۱۳۹۳). بررسی معیارهای مؤثر بر ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنایع غذایی ارگانیک. کارآفرینی و کشاورزی، ۱۱(۱): ۲۴-۱۵.

یداللهی فارسی، جهانگیر، دقیقی اصلی، علیرضا و نظمی شرامین، ولی‌اله. (۱۳۹۲). طراحی الگوی ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در بیمه‌های عمر. پژوهشنامه بیمه، ۲۸(۴): ۲۰۰-۱۷۹.

یداللهی فارسی، جهانگیر، کلابی، امیرمحمد و مهربانی، رزا. (۱۳۹۰). فرصت‌ها و ایده‌های کارآفرینی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ دوم.

Arabiyat, T. S., Mdanat, M., Haffar, M., Ghoneim, A. & Arabiyat, O. (2019). The influence of institutional and conductive aspects on entrepreneurial innovation, Evidence from GEM data. *Journal of Enterprise Information Management* 32(3): 366-389.

- Biney, I. K. (2019). Unearthing entrepreneurial opportunities among youth vendors and hawkers: Challenges and strategies. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(2): 1-14.
- Carayannis, E. G. (2013). *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship*. Springer, New York.
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5): 674-695.
- He J., Nazari M., Zhang, Y. & Cai, N. (2020). Opportunity-based entrepreneurship and environmental quality of sustainable development: A resource and institutional perspective. *Journal of Cleaner Production*, 256, 120390. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120390>.
- Lins, F. A. & Doktor, R. H. (2014). A theory of entrepreneurial opportunity discovery, knowledge creation, and decision-making. *Research Journal of Business Management*, 3(1): 18-29.
- Wood, M. S. & Williams, D. W. (2014). Opportunity evaluation as rule-based decision making. *Journal of Management Studies*, 51(4): 573-602.



پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی