

Designing a model for the development of organizational entrepreneurship in Banks supporting cooperatives in Iraq

Basem Abdolhasan Jasem¹, Mohammad Javad Jamshidi^{2*},
Mahdi Hosseinpour³, Mohammad Rasoul Almasifard⁴

Abstract

Purpose: The main purpose of the current research was to design a model for the development of organizational entrepreneurship in banks supporting cooperative organizations in Iraq.

Method: In order to achieve the goal in the current research, a sequential exploratory mixed method was used, and the data were collected in two phases. In the qualitative phase, the required data were gathered through semi-structured interviews with 34 experts in the form of the Foundation's data approach. . In this section, in order to check the validity of the combination of the four-stage framework and the six key questions model, and the within-subject agreement method was used to check the reliability, and finally, the data was collected and using the systematic design of Strauss and Corbin, codes and components were used. The pattern of organizational entrepreneurship development in banks supporting cooperative organizations was obtained and compiled in the form of a conceptual data model of the foundation. With the participation of experts in the field of entrepreneurship and banking management of Razi University in Kermanshah in Iran and Al-Taqanieh Al-Wasati University in Baghdad, a questionnaire was designed and through random sampling with the participation of 103 people among experts and human resources of the Bank of Agriculture branches in Baghdad., the country of Iraq was distributed. In the quantitative phase of the research, by using the confirmatory factor analysis method and the use of factor loading criteria, Cronbach's alpha coefficient, composite reliability, average variance explained and the significance level of Bartlett's test, the validity of each of the components of the obtained model was examined in the qualitative part. found that the results indicated the validity of all components of the paradigm model.

Findings: The findings of the research indicate that the causal conditions include the components of developing entrepreneurial capabilities, developing innovative capabilities, developing strategic capabilities and customer dynamics, the central category includes (development of organizational entrepreneurship), strategies also have components of behavioral strategies and structural strategies. In the background conditions, the components of structural characteristics and systematic situation, in the intervening conditions, the components of environmental conditions and structural characteristics of the industry, and finally, in the consequences section, the components of providing new and technological services, increasing the level of profit. Productivity and performance, excellence of human resources, improvement of customer satisfaction level and improvement of competitive position have taken place.

Results: Based on the obtained results, the realization of the development of organizational entrepreneurship in banks that support cooperative organizations requires the synergy and cooperation of a series of key environmental actors and the adjustment or strengthening of some structural variables that the relevant authorities can take into consideration and adopt policies in order to improve the necessary conditions for the realization of entrepreneurship in banks supporting cooperative organizations in Iraq.

Keywords: Organizational entrepreneurship, development, banks supporting cooperative organizations, foundation data, factor analysis

1. PhD student of Entrepreneurship, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. Basemjasem@gmail.com.

2. Assistant Professor Management and Entrepreneurship Department, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. (Corresponding Author)mj.jamshidi@razi.ac.ir.

3. Assistant Professor Management and Entrepreneurship Department, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.m.hosseinpour@razi.ac.ir .

4. Assistant Professor Business Management Department, Faculty of Management and Accountnig, Razi University, Kermanshah, Iran. m.almasifard@razi.ac.ir.

طراحی الگویی برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بانکهای حامی تشکلهای تعاونی در کشور عراق

باسم عبدالحسن جاسم^۱، محمد جواد جمشیدی^{۲*}، مهدی حسین پور^۳، محمد رسول الماسی فرد^۴

چکیده:

هدف: هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی الگویی برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بانکهای حامی تشکلهای تعاونی در کشور عراق است.

روش: برای نیل به هدف در پژوهش حاضر، از روش ترکیبی متوالی اکتشافی استفاده شد که داده‌ها در دو مرحله جمع‌آوری شدند. در فاز کیفی، داده‌های موردنیاز از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۳۴ نفر از خبرگان در قالب رویکرد داده بنیاد جمع شدند. در این بخش به‌منظور بررسی روایی از ترکیب چارچوب چهار مرحله‌ای و مدل شش پرسش کلیدی و از روش توافق درون موضوعی برای بررسی پایایی استفاده شد که در نهایت داده‌ها جمع‌آوری و با استفاده از طرح نظام‌مند استراوس و کوربین کدها و مؤلفه‌های الگوی توسعه کارآفرینی سازمانی در بانکهای حامی تشکلهای تعاونی به دست آمد و در قالب مدل مفهومی داده بنیاد تدوین گردید. با مشارکت خبرگان حوزه کارآفرینی و مدیریت امور بانکی دانشگاه رازی شهر کرمانشاه در کشور ایران و دانشگاه التقنیه الوسطی در شهر بغداد، پرسشنامه طراحی و از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی با مشارکت ۱۰۳ نفر بین کارشناسان و نیروی انسانی شعب بانک کشاورزی در سطح شهر بغداد در کشور عراق توزیع شد. در فاز کمی پژوهش با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی و استفاده از معیارهای بار عاملی، ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، متوسط واریانس تبیین شده و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت، روایی هر یک از اجزای مدل به دست آمده در بخش کیفی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج حاکی از روایی تمامی اجزای مدل پارادایمی بوده است. یافته‌های پژوهش: یافته‌های پژوهش حاکی از این است که شرایط علی شامل مؤلفه‌های توسعه قابلیت‌های کارآفرینانه، توسعه قابلیت‌های نوآورانه، توسعه قابلیت‌های استراتژیک و پویایی مشتریان، مقوله محوری شامل (توسعه کارآفرینی سازمانی)، راهبردها نیز دارای مؤلفه‌های راهبردهای رفتاری و راهبردهای ساختاری، در بخش شرایط زمینه‌ای مؤلفه‌های ویژگی‌های ساختاری و وضعیت سیستماتیک، در قسمت شرایط مداخله‌گر نیز مؤلفه‌های شرایط محیطی و خصوصیات ساختاری صنعت و در نهایت در بخش پیامدها نیز مؤلفه‌های ارائه خدمات نوین و فناوری، افزایش سطح بهره‌وری و عملکرد، تعالی منابع انسانی، ارتقای سطح رضایت مشتریان و بهبود جایگاه رقابتی جای گرفته است.

نتیجه‌گیری: بر اساس نتایج به دست آمده تحقق توسعه کارآفرینی سازمانی در بانکهای حامی تشکلهای تعاونی نیازمند هم‌افزایی و همکاری یک سری از بازیگران کلیدی محیطی و تعدیل یا تقویت برخی از متغیرهای ساختاری است که مراجع ذی‌ربط می‌توانند با در نظر گرفتن این موارد و اتخاذ سیاست‌های مطلوب در راستای بهبود شرایط لازم برای تحقق کارآفرینی در بانکهای حامی تشکلهای تعاونی در عراق اقدام کنند. واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، توسعه، بانکهای حامی تشکلهای تعاونی، داده بنیاد، تحلیل عاملی.

۱. دانشجوی دکترای کارآفرینی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. Basemjasem@gmail.com.

۲. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. (نویسنده مسئول) mj.jamshidi@razi.ac.ir

۳. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. m.hosseinpour@razi.ac.ir

۴. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. m.almasifard@razi.ac.ir

در دهه‌های اخیر، رقابت شدید میان سازمان‌ها و تغییر در حوزه‌های صنعتی، استفاده پیوسته از نوآوری و کارآفرینی را به سازمان‌های مختلف تحمیل کرده تا بتوانند توان رقابتی خود را حفظ کنند. کارآفرینی با توجه به ماهیت خود نقش بسیار بسزایی در اقتصاد کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته دارد (دیوانتی و همکاران^۱، ۲۰۲۱). سازمان‌های کارآفرین با نگرش پویا و ریسک‌پذیر که اهمیت بالایی به موضوع نوآوری می‌دهند، می‌توانند محبوبیت بیشتری را به دست بیاورند (کانتور^۲، ۲۰۱۶). در اغلب موارد سازمان با توجه به دلایلی مبهم از کارآفرینی سازمانی حمایت نمی‌کنند، در همین راستا کارآفرینان از سازمان خارج شده و به کارآفرینی مستقل که یکی از انواع کارآفرینی است روی می‌آورند (کانینگهام و همکاران^۳، ۲۰۲۱؛ عبد و همکاران^۴، ۲۰۱۹). بنابراین به منظور جلوگیری از خروج افراد کارآفرین و کاهش سطح خلاقیت و نوآوری در سازمان، توجه به کارآفرینی سازمانی و فراهم آوردن تمامی بسترها و زیرساخت‌های لازم، یک امر حیاتی در سازمان تلقی می‌گردد. میزان دسترسی به خدمات مالی در عراق بسیار پایین است، زیرا تنها ۱۱ درصد از بزرگ‌سالان عراقی حساب بانکی دارند، و این امر حاکی از این است که میزان قابل توجهی تقاضای برآورده نشده برای خدمات مالی در عراق وجود دارد و در کنار آن نسبت وام‌های بدون بازگشت به کل وام‌های پرداختی هم در بانک‌های دولتی و هم در بانک‌های خصوصی بسیار بالاست و در پایان سال ۲۰۱۶ به ترتیب ۱۰ درصد و ۲۴ درصد بوده است، که این موضوع نشان دهنده این است که میزان اعتماد در فضای کسب‌وکار عراق بسیار پایین است و فعالیت بخش خصوصی نیز بسیار محدود است (حسن^۱، ۲۰۲۱). توجه بیش‌ازپیش این بانک‌ها به کارآفرینی سازمانی و توسعه آن می‌تواند منجر به افزایش سطح بهره‌وری این بانک‌ها، امکان ارائه محصولات و خدمات مالی متناسب با شرایط محیطی و نیاز کاربران و مشتریان، عملکرد بهتر و افزایش سطح نوآوری فعالیت‌های خود شود. با توجه به این مسائل، می‌توان بیان کرد که ارائه الگویی برای توسعه کارآفرینی سازمانی مسئله مهمی است که باید به آن پرداخته شود. این پژوهش نیز با بیان اهمیت رشد و توسعه کارآفرینی سازمانی، به دنبال این است تا الگوی توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکلهای تعاونی در عراق را ارائه دهد و نشان دهد این الگو به چه صورت است؟

1. Diwanti & et.al

2. Kantur

3. Cunningham & et.al

4. Abd & et.al

5.^۱. Hassan

ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

در حوزه ادبیات نظری مربوط به کارآفرینی سازمانی تعاریف بسیار متعددی از این مفهوم شرح داده شده است. کریر^۱ (۱۹۶۶)، کارآفرینی سازمانی را ایجاد کسب و کار جدید در یک سازمان موجود با هدف سودآوری و بهبود موقعیت رقابتی تعریف کرد. میلز و کوین^۲ (۱۹۹۹)، نوآوری با هدف مهندسی مجدد سازمان یا بازار با هدف ایجاد یا حفظ مزیت رقابتی را در تعریف کارآفرینی سازمانی بیان کردند. کوین و سلوین^۳ (۱۹۹۱)، نیز گسترش توانمندی‌های سازمان و فرصت‌ها از طریق ترکیب جدیدی از منابع داخلی تولید را در مورد تعریف کارآفرینی سازمانی شرح دادند. دس^۴ (۱۹۹۹) نیز این گونه کارآفرینی سازمانی را تعریف کردند: ایجاد کسب و کار جدید درون یک سازمان موجود از طریق نوآوری‌های داخلی با سرمایه‌گذاری مشترک یا همکاری یا تحول و نوسازی راهبردی سازمان به کمک ایجاد ثروت جدید که از ترکیب جدیدی از منابع دست آمده است (کانینگهام و همکاران، ۲۰۲۱). انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و آراستن سازمان به خصوصیات کارآفرینی یکی از مهم‌ترین راهکارها برای غلبه بر تغییرات و پویایی محیط است، می‌توان گفت تداوم بقا و حیات سازمان‌ها نیازمند روش‌ها و راه‌حل‌های نوینی است که کارآفرینی تا حد زیادی با توجه به ماهیت و فعالیت‌های مربوط به خود آن را شامل می‌شود (کانینگهام و همکاران، ۲۰۲۱؛ عبد و همکاران، ۲۰۱۹). سازمان‌های کارآفرین واحدهای عملکردی نسبتاً کوچک و پراکنده در سطح سازمان ایجاد می‌کنند و برای آن‌ها یک شاکله و چارچوب سازمانی اولیه به وجود می‌آورند و هدف از ایجاد این واحدها در واقع کسب سود برای سازمان اصلی است. عملکرد و میزان مطلوبیت نتایج واحدهای سازمانی مذکور از طریق یک نمونه کوچک بهبود و ارتقا می‌یابد نه از طریق دستگاه‌های تخصیص منابع کنترل و برنامه‌ریزی‌های سازماندهی یافته و در نهایت نقش پشتیبان به‌جای نقش کنترل ذهنیت‌گرایی تأکید اصلی در این واحدهای سازمانی است (کانینگهام و همکاران، ۲۰۲۱).

تأثیر حمایت مدیران ارشد بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی تعهد عاطفی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه تبریز طی پژوهشی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که روابط مستقیم بین متغیرها معنادار و نقش میانجی تعهد عاطفی در بین حمایت مدیران ارشد و کارآفرینی سازمانی نیز تأیید گردید (حیدری و همکاران، ۱۴۰۰). غیور باغبانی و همکاران (۱۳۹۹)، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در آموزش و پرورش خراسان رضوی را مورد بررسی قرار دادند. در پایان پژوهش، مدل توسعه کارآفرینی سازمانی، مبتنی

1. Kevir
2. Mills & Kevin
3. Kevin & Sloane
4. Des

بر نظر خبرگان، در قالب مدل سه‌شاخگی مشتمل بر سه بعد ساختار (ساختار کارآفرینانه، استراتژی سازمان، سیستم تحقیق و توسعه و سیستم ارزیابی عملکرد)، رفتار (مدیریت کارآفرینی یکپارچه و شرایط کارکنان) و زمینه (محیط کارآفرینانه و حمایت اسناد بالادستی) ارائه شد. طی پژوهشی دیگر مدل کارآفرینی سازمانی در صنایع نساجی ایران توسط شرافتی نژاد و همکاران (۱۳۹۹)، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج مطالعه نمایانگر نقش شگرف عوامل ساختاری و محیطی موجود در صنایع نساجی و نیز استراتژی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی بر صنایع نساجی بود. پیلوار و همکاران (۱۳۹۹)، پژوهشی تحت عنوان ارائه مدل توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش در دانشگاه علوم پزشکی قزوین انجام دادند. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان داد می‌توان با شناسایی عوامل مدیریت دانش و استفاده درست از آن موجب بهبود عملکرد سازمان و در نتیجه اجرا و توسعه کارآفرینی سازمانی شده و از این طریق موجب تأمین موفقیت و بقای سازمان شد. سوادی (۲۰۲۱)، تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی در گرایش کارآفرینانه در شرکت‌های کوچک و متوسط کشور عراق را مورد بررسی قرار داد. در پژوهش مذکور دو تعدیل‌کننده در راستای بررسی فرضیه اصلی پژوهش مورد بررسی قرار گرفت که این دو تعدیل‌کننده عبارت‌اند از: تحصیلات مدیرعامل و اندازه شرکت. یافته‌های پژوهش نشان داد که ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی بر گرایش کارآفرینانه این شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری را دارد. کانینگهام و همکاران (۲۰۲۱)، سازوکارهای تقویت و توسعه ظرفیت کارآفرینی سازمانی را مورد بررسی قرار دادند. بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد بین ظرفیت کارآفرینی سازمانی با چهار عامل پشتیبانی مدیریت، فرهنگ سازمانی، تعهد کارکنان، سیستم پاداش‌دهی و تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه کارکنان، رابطه مثبت و معنادار و با عامل محدودیت‌های سازمانی رابطه منفی و معنی‌داری وجود داشت. کاستانیو و همکاران^۱ (۲۰۱۵)، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در کشورهای اروپایی، کشورهای آمریکای لاتین و حوزه کارائیب شامل درک فرصت‌های کارآفرینی شامل متغیرهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دانسته‌اند. طراحی مدلی برای توسعه رفتارهای کارآفرینانه در سازمان توسط بلوسوا و همکاران^۲ (۲۰۱۰) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش بیانگر آن بود که بین کارآفرینی سازمانی با پشتیبانی مدیریت، آموزش کارکنان، فرهنگ سازمانی، عوامل ساختاری و عوامل محیطی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

تجمیع پیشینه‌های مذکور بیانگر تمرکز پژوهش‌ها بر محور بررسی همبستگی میان یک

1. Swadi

2. Cařtani & et.al

3. Belousova & et.al

سری از متغیرها بر کارآفرینی سازمانی و توسعه آن است و در کمتر پژوهشی، کارآفرینی سازمانی و ارائه مدلی سامانمند در راستای توسعه آن در کشور عراق برای بانکها بخصوص بانکهای حامی تشکلهای تعاونی مورد بررسی قرار گرفته است.

روش‌شناسی

با توجه به اینکه هدف اصلی پژوهش، طراحی الگویی برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بانکهای حامی تشکلهای تعاونی در عراق است، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش با توجه به سؤالات پژوهش، از نوع پژوهش آمیخته اکتشافی (کیفی و کمی) است. در فاز کیفی، جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان حوزه کارآفرینی و مدیریت امور بانکی دانشگاه رازی شهر کرمانشاه در کشور ایران و دانشگاه‌التقنیه الوسطی در شهر بغداد در کشور عراق بوده است که نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام می‌گیرد (نه احتمالی) و تمرکز بر تدوین نظریه است؛ بدین معنی که افرادی انتخاب شده‌اند که با بحث کارآفرینی سازمانی آشنایی داشته و با آن درگیر بوده‌اند. با انجام ۳۴ مصاحبه کدها به اشباع نظری رسیده و در واقع با تحقق این امر می‌توان اذعان داشت که فاز کیفی پژوهش به اتمام رسیده است.

در فاز کمی پژوهش نیز، جامعه آماری کارشناسان و نیروی انسانی شعب بانک کشاورزی $\frac{2M}{N1 + N2}$ در سطح شهر بغداد در کشور عراق بوده که طبق آمار رسمی در پایگاه اطلاعاتی بانک کشاورزی عراق تعداد کارشناسان و نیروی انسانی بانکهای کشاورزی در سطح شهر بغداد در کشور عراق ۱۴۰ نفر است که بر اساس فرمول کوکران ۱۰۳ نفر تعداد نمونه محاسبه شده است. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه ساختاریافته و در بخش کمی، پرسشنامه محقق ساخته بوده است. جهت کسب اعتماد و روایی فرآیند مصاحبه علاوه بر مرور مطالعات پیشین از ترکیب فرآیند پالایش پروتکل مصاحبه مونتویا، (۲۰۱۶) و مدل شش سوال اصلی (6WH) استفاده شد و با انجام پیش مصاحبه و دریافت نظرات خبرگان فرآیند مصاحبه طی چندین مرحله مورد بررسی مجدد قرار گرفت. تحلیل داده‌ها با استفاده از فرآیند کدگذاری سه مرحله‌ای استراوس و کوربین انجام پذیرفت (حسین پور و همکاران، ۱۴۰۰). این کار بدین صورت انجام گرفت که در مرحله کدگذاری باز، داده‌ها به کوچک‌ترین واحد خود تقسیم و مقوله‌ها و مشخصه‌های آن نمایان شد. روش حسابرسی فرآیند یکی از روش‌های بررسی پایایی در مطالعات کیفی است. نتایج یک پژوهش کیفی را زمانی می‌توان قابل حسابرسی معرفی کرد که پژوهشگر دیگری بتواند فرآیند سپری شده توسط پژوهشگر اصلی در طول مصاحبه را با شفافیت کامل دنبال کند (حسین پور و همکاران، ۱۴۰۰). بنابراین در پژوهش حاضر، فرآیند سپری شده

در پژوهش از قبیل تحلیل‌های صورت گرفته، کدها و مقوله‌ها، اهداف و سؤال‌ها در اختیار ۳ نفر از متخصصین قرار گرفت که پس از این کار با حسابرسی کامل توسط این افراد کلیه مراحل سپری شده مورد تأیید قرار گرفت. به منظور بررسی اطمینان از پایایی ابزار نیز، در کنار روش مذکور از روش توافق درون موضوعی استفاده گردید؛ بدین منظور ضمن ارائه آموزش‌های لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها از دو تن از صاحب‌نظران درخواست شد، به کدگذاری سه مصاحبه که به صورت تصادفی گزینش شده‌اند، اقدام نمایند (حسین پور و همکاران، ۱۴۰۰). درصد پایایی با استفاده از رابطه شماره یک محاسبه گردیده که نتایج آن در جدول شماره یک قابل مشاهده است.

رابطه یک: درصد پایایی

M: کدهای مشترک میان دو کدگذار

N1: کدهای شناسایی شده توسط کدگذار ۱

N2: کدهای شناسایی شده توسط کدگذار ۲

جدول شماره ۱. پایایی پژوهش با استفاده از روش توافق درون موضوعی

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کدهای کدگذار ۱	تعداد کدهای کدگذار ۲	تعداد کدهای مشترک	درصد پایایی
۱	۵	۱۷	۱۹	۱۶	۰/۸۸
۲	۹	۲۱	۱۸	۱۶	۰/۸۲
۳	۱۷	۲۳	۱۷	۱۶	۰/۸۰
	مجموع	۶۱	۵۴	۴۸	۰/۹۱

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که میزان توافق درونی بالای ۶۰ درصد بوده و مصاحبه‌های صورت پذیرفته پایایی قابل قبولی را داشته‌اند. در بخش کمی پژوهش به منظور روایی پرسشنامه از ضریب نسبی روایی محتوا از نوع CVR و ضریب نسبی روایی محتوا از نوع CVI استفاده شده است که در همین راستا برای محاسبه مقدار ضریب نسبی روایی محتوای آزمون مورد نظر استفاده و با شرح اهداف آزمون برای آن‌ها و بیان تعاریف عملیاتی لازم از آن‌ها خواسته شد تا هریک از سؤالات را بر اساس طیف سه‌بخشی لیکرت تحت عنوان ” ضروری است“، ” مفید است ولی ضرورتی ندارد“ و ” ضرورتی ندارد“ طبقه‌بندی نمایند. سپس بر اساس رابطه زیر مقدار ضریب نسبی روایی محتوا برای آن محاسبه می‌گردد (حسین پور و همکاران، ۱۴۰۰).

$$CVR = \frac{n_e - N}{N}$$

رابطه ۲:

در رابطه مذکور N تعداد کل خبرگان و n_e تعداد خبرگانی است که به گویه ضروری است، پاسخ داده‌اند. به منظور محاسبه CVI از خبرگان تقاضا شد میزان ارتباط هر گویه را با طیف چهاربخشی غیر مرتبط، نیاز به بازبینی اساسی، مرتبط اما نیاز به بازبینی و کاملاً مرتبط را مشخص نمایند. در نهایت تعداد خبرگانی که گزینه ۳،۴ را برگزیده‌اند را بر تعداد کل خبرگان تقسیم کرده، اگر مقدار حاصل از $0/70$ کمتر بود گویه پذیرفته نمی‌شود، اگر بین $0/70$ تا $0/79$ بود باید بازبینی انجام شود و اگر از $0/79$ بزرگ‌تر بود قابل قبول است. بر اساس این شاخص از مجموع ۳۱ سؤال، ۲ سؤال حذف و بقیه سؤالات تأیید شده‌اند. به منظور بررسی پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است که نتایج و تحلیل مربوط به آن در ادامه پژوهش شرح داده شده است.

یافته‌های پژوهش

فاز کیفی پژوهش

زمان ۴۵ تا ۷۵ دقیقه مدت زمانی بود که هر مصاحبه به طور متوسط به خود اختصاص داد. کدگذاری مصاحبه‌ها در سه مرحله انجام و در هر مرحله، پژوهشگر به‌طور پیوسته به متن مصاحبه‌های صورت گرفته، رجوع و بعضی از کدها را حذف و یا کدهای جدیدی را اضافه می‌کرد که این فرآیند تا زمان دستیابی به مرحله اشباع نظری ادامه پیدا کرد. طی سه مرحله کدگذاری، تعداد ۲۲۶ کد باز، ۲۹ کد محوری و ۶ کد انتخابی استخراج شد. در پایان برای بررسی قابلیت اعتبار مدل ارائه شده در پژوهش حاضر از دو شاخص تناسب و کاربردی بودن استفاده گردید که در بعد کاربردی بودن، یافته‌های پژوهش هم باید به دانش موجود در حوزه مطالعه بیفزاید و هم بتوان از آن به منظور درک و مدیریت عملی موقعیت‌های پیش رو در حوزه مربوطه استفاده کرد که کاربردی بودن نتایج نیز با استفاده از نظر سه نفر از مشارکت‌کنندگان تأیید شد.

کدگذاری باز

در این مرحله مقوله‌های فرعی مربوط به شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها مشخص می‌شود.

شرایط علی

بیانگر وضعیتی است که فلسفه و علل وجودی پدیده محوری مورد مطالعه باشد (حسین

پور و همکارن، ۱۴۰۰). در همین راستا مشارکت کنندگان، مهم‌ترین عوامل علی تأثیرگذار را توسعه قابلیت‌های کارآفرینانه، توسعه قابلیت‌های نوآورانه، توسعه قابلیت‌های استراتژیک و پویایی مشتریان می‌دانند.

جدول شماره ۲. کدهای شرایط علی

فراوانی کدهای استخراجی	کدهای باز	مقوله‌ها
۸	ایجاد ارزش مبتنی بر نوآوری و خلاقیت، افزایش سطح رقابت و رقابت‌پذیری، ورود به قسمت‌های جدید بازار، خلق بازاری جدید، واکنش به نیازهای جدید با محصولات جدید، ارزش‌آفرینی نوآورانه با خدمات نوین، تغییر در پیکربندی و سازمان‌دهی حوزه خدمات، ارائه خدمات و محصولات به شیوه‌های نوین	<u>توسعه قابلیت‌های نوآورانه</u>
۹	تشخیص و کشف فرصت‌های محیطی، خلاقیت در انجام فعالیت‌ها، ایجاد و بهبود کسب‌وکارها، ریسک‌پذیری، بهره‌برداری از فرصت‌ها، مهندسی مجدد و تجدید ساختار، نوآوری در سرمایه‌گذاری، رقابت با رقبای محیطی، لزوم ارائه محصولات و خدمات نوآورانه	<u>توسعه قابلیت‌های کارآفرینانه</u>
۶	تجدید استراتژی سازمان متناسب با شرایط محیطی، چابکی سازمان به عنوان یک ضرورت در عصر حاضر، شناسایی تهدیدهای محیطی به منظور عملکرد و واکنش مناسب، بازبینی و اصلاح مدل کسب‌وکار سازمان، متناسب‌سازی و تقویت عوامل داخلی سازمان، تحلیل مستمر از عوامل کلیدی محیطی، اصلاح ساختاری با توجه به تغییرات محیطی، شناسایی و تشخیص فرصت‌های قابل بهره‌برداری، بهره‌مندی از فرصت‌ها به منظور بقا در رقابت، کسب مزیت رقابتی به منظور پیشبرد اهداف رقابتی، ارائه محصولات و خدمات نوآورانه و جدید	<u>توسعه قابلیت‌های استراتژیک</u>
۸	تغییر مستمر در نیازهای مشتریان، بالا رفتن مداوم سطح انتظارات مشتریان، افزایش سطح هوش مشتریان در تمامی ابعاد، مقایسه خدمات ارائه‌شده از جانب مؤسسات از جانب مشتریان، حساسیت بالای مشتریان به کیفیت و کمیت خدمات ارائه‌شده، دسترسی مشتریان به خدمات فناوری مالی، اهمیت بالای ارائه اطلاعات به مشتریان، افزایش سطح دسترسی مشتریان به گزینه‌های مختلف	<u>پویایی مشتریان</u>

شرایط علی

مقوله محوری

مقوله محوری را می‌توان آن رویداد اصلی معرفی کرد که در طول فرآیند پژوهش تمامی مفاهیم و مقوله‌ها در یک کنش و کنش متقابل نسبت به آن صورت می‌پذیرد و تمامی مقوله‌های اصلی دیگر به آن مربوط می‌شوند (حسین پور و همکارن، ۱۴۰۰). بر این اساس مقوله محوری، «توسعه کارآفرینی سازمانی» انتخاب شد.

شرایط زمینه‌ای

نمایانگر یک سری از ویژگی‌ها و شرایط خاص است که به پدیده‌ای دلالت می‌کند؛ به عبارتی محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده‌ای در طول یک بعد است که درکنش متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده صورت می‌پذیرد. در بعد زمینه‌ای اکثر مشارکت‌کنندگان، به مسائل و مشکلات مربوط به فرهنگ، ساختار و استراتژی سازمانی اشاره کردند.

جدول شماره ۴. کدهای شرایط زمینه‌ای

مقوله‌ها	کدهای باز	فراوانی کدهای استخراجی
فرهنگ‌سازمانی	سطح حمایت از نوآوری در فرآیندهای سازمانی، خلاقیت به کار گرفته شده در پیشبرد اهداف سازمان، سطح انجام فرآیندهای سازمانی به صورت مشارکتی، کمیت و کیفیت ارتباطات سازمانی در میان کارکنان، سطح فرهنگ پذیرش ریسک از جانب مدیریت ارشد، دیدگاه مدیریت نسبت به کارآفرینی و خلاقیت	۶
استراتژی سازمانی	توجه به مشتری در استراتژی سازمان، سطح مشتری مداری در چشم‌انداز و مأموریت سازمان، در نظریه‌های معیارهای کارآفرینی در رویه‌ها و مقررات سازمان، توجه به کارآفرینی و خلاقیت در چشم‌انداز و مأموریت سازمان، معیار نوآوری در اهداف کلی سازمان، اقدامات کارآفرینانه در برنامه‌های عملیاتی	۶
ساختار سازمانی	سطح پویایی یا ایستایی ساختار، سطح رسمیت در ساختار سازمانی، سطح پیچیدگی سازمانی، کیفیت و کمیت سلسله‌مراتب سازمانی، سطح تمرکزگرایی و تمرکززدایی در سازمان، سطح تخصص‌گرایی در پست‌های سازمانی، شبکه ارتباطی سازمانی، انعطاف‌پذیری در قوانین، رویه‌ها و فرآیندهای سازمانی	۹
شرایط زمینه‌ای	میزان اثربخشی سیستم‌های مالی، تأمین منابع مالی به شکلی سریع و آسان، کارآمدی سیستم تخصیص منابع مالی، تنوع در ابزارهای تأمین مالی برای پروژه‌های کارآفرینانه، سیستم ارزیابی، کنترل و حسابداری مسائل مالی در سازمان، تخصیص منابع مالی کافی برای تحقیق و توسعه، کمیت و کیفیت منابع تخصیص‌یافته به فرآیند بازاریابی	۷
سیستم پاداش	میزان تناسب پرداختی سازمان با کار انجام شده توسط نیروی انسانی، سطح رضایت نیروی انسانی از کیفیت سیستم پاداش، کمیت و کیفیت پاداش‌های مادی و معنوی برای خلاقیت، انعطاف‌پذیری در رویه‌های مربوط به سیستم پاداش سازمان، میزان توانایی سازمان در بهبود و ارتقا سطح پاداش‌های اعطایی، نوع دید سازمان نسبت به پاداش‌های اعطایی از دیدگاه زمانی، در نظریه‌های معیارهای شفاف و مشخص برای پاداش‌های اعطایی از جانب سازمان، سطح تناسب پاداش‌ها و حقوق اعطایی با میزان تورم	۸
سیستم فناوری اطلاعات و ارتباطات	وضعیت سیستم‌های اطلاعاتی مستقر در مؤسسات و سازمان، سطح یکپارچگی سیستم‌های اطلاعاتی درون سازمان، وضعیت تعامل ارتباطی میان نیروی انسانی در سازمان، سطح فناوری‌های استفاده‌شده در درون سازمان و فرآیندهای مربوطه، سرعت انتقال اطلاعات و گردش آن در پست‌ها و واحدهای سازمانی، هزینه به‌روزرسانی زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، سطح اثربخشی فرآیندهای مربوط به مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان	۷

شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر به صورت کلان و وسیع هستند که بر وضعیت کمی و کیفی رابطه متقابل بین مقوله‌ها و پدیده محوری تأثیر خواهد گذاشت. مشارکت‌کنندگان در این رابطه به بستر سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، فناوری و ویژگی صنعت اشاره داشتند.

جدول شماره ۴. کدهای شرایط مداخله‌گر

مقوله‌ها	کدهای باز	فراوانی کدهای استخراجی
شرایط مداخله‌گر	کاهش اقتدار دولت مرکزی، تنش‌های سیاسی عراق با دولت‌های منطقه، ناامنی‌های سیاسی و امنیتی در منطقه بخصوص خطر داعش، میزان ابهام بالا در آینده پیش روی کشور، تعدد احزاب، ائتلاف‌ها و گروه‌های سیاسی فعال در کشور، سیاست خارجی پویا با توجه به بازیگران متعدد تأثیرگذار، فضای سیاسی پرتنش و مبهم	۷
	اصلاح و بازبینی مستمر قوانین حاکم بر صنعت بانکداری، پویایی حوزه حقوقی و قانونی مربوط به صنعت بانکداری، فرار دادن دستگاه‌های گواهی‌نامه‌ای برای بانک‌ها و مؤسسات، تدوین و تعیین استانداردهای گزارش دهی برای مؤسسات، وضع قوانین دولتی از جانب افراد غیرمتخصص و آشنا نسبت به مسائل مالی، وضع قوانین گاه‌ها دست و پاگیر و غیر تخصصی مربوط به مؤسسات مالی از جانب مراجع ذی‌ربط، سطح پایین انعطاف‌پذیری قوانین و وضع‌شده در مورد مؤسسات مالی، عدم بازخورد گیری از مؤسسات و بانک‌ها نسبت به کیفیت قوانین وضع‌شده از جانب مراجع قانون‌گذار، نبود قوانین شفاف در مورد مسائل مالی برای مؤسسات و بانک‌ها و عدم توجه مکفی نسبت به نوآوری‌های مالی در سیاست‌گذاری عمومی	۱۰
	بالا بودن نرخ بیکاری ملی، پایین بودن میزان رشد اقتصادی در کشور، وابستگی شاخص‌های اقتصادی به نفت، تکیه بیش‌ازپیش کشور به اقتصاد دولتی، تضعیف مستمر بخش خصوصی، اقتصاد تک‌محصولی در کشور، بدهی‌های بانک مرکزی به کشورهای منطقه، نبود زیرساخت‌های فناورانه اقتصاد در سطح کشور، ناکارآمدی دولت در اجرای سیستم مالیاتی، جغرافیای تجاری آسیب‌پذیر در کشور، فساد اقتصادی ساختاری و ریشه‌دار در ساختار اقتصادی	۱۱
	وجود گروه‌های قومی قبیله‌ای متعدد در سطح کشور، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی مردم، وضعیت جامعه از نظر شاخص‌های کارآفرینی، سیستم آموزش کارآفرینی، اقبال عمومی نسبت به محصولات و خدمات نوآورانه، وجود هویت‌های فرهنگی با تمایلات مختلف در سطح کشور	۶
	رشد فناوری‌های پیشرفته و مدرن در حوزه خدمات بانکی، تأثیر روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت بانکداری، سطح سازگاری فناوری‌های به‌روز با شرایط سازمانی، هزینه بالای ورود و به‌کارگیری فناوری‌های به‌روز دنیا، ظهور خدمات فناوری‌های مالی (فین تک)	۵
	نیروی انسانی متخصص در حوزه بانکداری و خدمات آن، بستر پویای فعالیت بانک‌ها با اقدامات رقبا، افزایش مستمر سطح هوش مشتریان در تمامی ابعاد، رشد مستمر در تنوع خدمات بانکی و تسهیلاتی، وجود مشتریانی با نیازها و انتظارات متنوع، اقدامات راهبردی مستمر از جانب رقبا در صنعت بانکداری، تمایل به همکاری میان رقبا در صنعت بانکداری	۷

راهبردها

راهبردها در رویکرد حاضر به ارائه راه‌حل‌هایی در راستای مواجهه با پدیده مورد مطالعه اشاره دارد که هدف آن مدیریت و اداره پدیده مورد مطالعه، واکنش نسبت به آن و اعمال حساسیت به آن است (حسینی‌پور و همکاران، ۱۴۰۰). در پژوهش حاضر مهم‌ترین راهبردهایی که مشارکت‌کنندگان به آن اشاره کردند عبارت است از: توسعه ساختار سازمانی کارآفرینانه،

بهبود عملکرد در حوزه تحقیق و توسعه، ایجاد شبکه ارتباطی مؤثر و ائتلاف، نظارت، ارزیابی و کنترل مؤثر، مدیریت مؤثر منابع انسانی، آموزش و مهارت بخشی نیروی انسانی، تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی، رهبری نوین و مدیریت کارآفرینی (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵. کدهای راهبردها

مقوله‌ها	کدهای باز	فراوانی
توسعه ساختار سازمانی کارآفرینانه	تقلیل سطوح و تأکید مربوط به سلسله‌مراتب سازمانی، پویاسازی ساختار سازمانی، در نظرگیری معیارهای کارآفرینانه در عملکرد سازمان، ترویج فرهنگ خلاقیت، نوآوری در سطح سازمان، تقویت گروه‌های غیررسمی و سازمان‌دهی آن‌ها، افزایش سطح ریسک‌پذیری در انجام فعالیت‌ها، تأکید بر انجام وظایف به‌جای رعایت قوانین و رویه‌ها، کاهش سطح دیوان‌سالاری حاکم بر سازمان، کاهش سطح رسمیت موجود در محیط سازمان، افزایش فعالیت‌های مربوط به تمرکززدایی در سازمان، انعطاف‌دهی به فرآیندها و قوانین سازمانی، تشویق انجام فرآیندها به‌صورت گروهی	۲۱
بهبود عملکرد در حوزه تحقیق و توسعه	بررسی و پایش فناوری‌های به‌روز، تحلیل و نظارت بر اقدامات رقیب، نیازسنجی مستمر از مشتریان بالقوه و بالفعل، گروه‌های کاری غیررسمی، شناسایی تغییرات در سلاقی و انتظارات مشتریان، بررسی مستمر تجربیات بین‌المللی در حوزه کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و توجه بیش‌ازپیش به فرآیند تحقیق و توسعه، استفاده از نیروی انسانی متخصص در حوزه تحقیق و توسعه	۸
ایجاد شبکه ارتباطی مؤثر و ائتلاف	توجه بیش‌ازپیش به ارتباط با گروه‌های غیررسمی و افراد کلیدی سازمان، ایجاد شبکه ارتباطی مناسب و کارآ با رقبای خود در صنعت بانکداری، ایجاد ارتباط اثربخش و استراتژیک با شرکا خود در زنجیره تأمین مشترک، استقرار بخشی خاص یا بستر ارتباطی به منظور ارتباط دائم با کاربران و مشتریان بالقوه، ایجاد یک بستر ارتباطی مؤثر و سازنده با نیروی انسانی خود، توجه به ارتباطات و همکاری با نهادهای دولتی در حوزه‌های حاکمیتی، مالی و سرمایه‌گذاری، ایجاد یک کانال ارتباطی مناسب برای حفظ ارتباط موسسه یا بانک با مشتریان و مردم	۷
نظارت، ارزیابی و کنترل مؤثر	استقرار سیستم ارزیابی عملکرد مناسب و اثربخش در سازمان، کنترل مؤثر و مستمر اقدامات و فعالیت‌های کلیدی سازمان در راستای پیشبرد اهداف کارآفرینانه، توجه به اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت در سازمان، استفاده از اهداف و معیارهای قابل‌اندازه‌گیری، واقع‌بینانه و ملموس، استفاده از گروه تخصصی و مجرب در حوزه سیستم ارزیابی و کنترل، ایجاد توازن در سطح کنترل به‌منظور جلوگیری از آثار استفاده بیش‌ازحد ابزار کنترل، بازخورد‌گیری از مشتریان به‌منظور انجام اقدامات اصلاحی در فرآیندهای سازمانی، کنترل آثار و نتایج اقدامات کلیدی سازمان	۸
مدیریت مؤثر منابع انسانی	افزایش سطح رضایتمندی نیروی انسانی از شرایط سازمانی، ارائه مشوق‌های مادی و معنوی به‌منظور همگام‌سازی رفتارهای منطبق با ارزش‌ها و اهداف سازمانی، افزایش سطح انگیزش کارکنان در جهت پیشبرد اهداف سازمانی، ایجاد زمینه‌های تعالی و رشد نیروی انسانی با ابزارهای در دسترس، پاداش متناسب و عادلانه و اعطای مشوق‌های مناسب به‌منظور تشویق روحیه ریسک‌پذیری و بروز خلاقیت، ارتباط مؤثر با نیروی انسانی به‌منظور درک نیازها و خواسته‌های آن‌ها، ایجاد اعتماد، دلگرمی و تعهد در میان اعضا نیروی انسانی	۷
آموزش و مهارت بخشی نیروی انسانی	آموزش نیروی انسانی برای انجام کار گروهی، آموزش کشف فرآیندهای نوین انجام کار، توانایی بررسی مسائل مالی و مدیریت آن، آشنایی با مسائل قانونی و حقوقی، تسلط کافی بر مسائل اقتصادی حاکم، آشنایی با مسائل مدیریتی در ابعاد مختلف، آشنایی به فناوری روز و روندهای مربوط به آن، داشتن توانایی در مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی، آشنایی با مدل‌های تجاری کاربردی	۹

۱۱	بهبود میزان مسئولیت‌پذیری در کارکنان، ایجاد تمایل به انجام فعالیت‌های نوآورانه، بهبود سطح رویاپردازی نیروی انسانی، تقویت روحیه چالش طلبی در میان کارکنان، ارتقا سطح اعتماد به نفس در میان کارکنان، افزایش سطح هوشیاری کارآفرینانه، افزایش سطح قدرت‌پذیری و تحمل ابهام	تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی
۷۱	ارائه مشوق‌های مادی و معنوی برای بروز خلاقیت، تفویض اختیار به نیروی انسانی برای بروز خلاقیت و نوآوری، انجام فرآیندهای مدیریتی نوین به‌منظور تقویت بستر نوآوری، داشتن دیدگاه سیستمی و استراتژیک، درک مطلوب از فضای رقابت و مزیت‌های رقابتی، درک واقعی از نقاط قوت و ضعف داخلی، برخورداری از تعهد سازمانی مناسب نسبت به سازمان و اهداف آن، توانایی ایجاد انگیزه و تعهد در نیروی انسانی، سطح مسئولیت‌پذیری بالا نسبت به مسائل سازمان، پیش‌قدم بودن مدیریت در مسائل اصلی سازمان، حمایت مدیریت از خلاقیت، نوآوری و پذیرش ریسک، توانایی در فرآیند گروه‌سازی و حمایت از گروه‌های سازمانی، توسعه مهارت‌های تیمی کاری غیررسمی، توانایی جلب مشارکت کارکنان در فرآیندهای اصلی سازمان، آینده‌نگری و دوراندیشی در مسائل سازمانی، در نظر گرفتن منافع همگان و هم‌راستازی مسیر تحقق منافع، اعطای آزادی عمل و فرصت آزمون و خطا به کارکنان	رهبری نوین
۵	درک واقعی از تهدیدها و فرصت‌های محیطی در محیط خارجی، تشخیص فرصت‌های قابل بهره‌برداری از سایر فرصت‌های نامطلوب، بهره‌مندی از سطح بالای هوشیاری کارآفرینانه، توسعه مستمر خدمات ارائه‌شده با تأکید و توجه به واحد تحقیق و توسعه، مدیریت ریسک و بازده در انجام فرآیندهای کارآفرینانه در سازمان	مدیریت کارآفرینی

مقوله‌های پیامدی

نتیجه و حاصل راهبردها در مقابله با پدیده را می‌توان مقوله‌های پیامدی در رویکرد حاضر معرفی کرد. مقوله‌های ارائه خدمات نوین و فناورانه، افزایش سطح بهره‌وری و عملکرد، تعالی منابع انسانی، ارتقا سطح رضایت مشتریان، بهبود جایگاه رقابتی در این پژوهش به‌عنوان مقولات پیامدی تشخیص داده شده است (جدول شماره ۶).

جدول شماره ۶. کدهای پیامدها

مقوله‌ها	کدهای باز	فراوانی
ارائه خدمات نوین و فناورانه	هم‌راستا سازی خدمات ارائه شده با فناوری‌های به‌روز، ارضا نیازهای مشتریان پیشگام و نوآور، ارائه محصولات و خدمات با به‌کارگیری نوآوری در راستای انتظارات مشتریان، اصلاح مستمر خدمات ارائه شده با به‌روزرسانی فناوری‌های روز	۴
افزایش سطح بهره‌وری و عملکرد	انجام فرآیندهای قبلی به شکلی سریع‌تر و کارآمدتر، بهره‌مندی از سود مالی بیشتر به دلیل کسب رضایت بیشتر مشتریان، ارتقا عملکرد بانک در تمامی معیارهای عملکردی، استفاده از خلاقیت و نبوغ کارکنان به‌منظور دستیابی به اهداف مالی در سازمان	۴
تعالی منابع انسانی	آموزش نیروی انسانی با فناوری‌های روز دنیا، افزایش سطح انگیزه شغلی، پویایی محیط کار نیروی انسانی، افزایش سطح مهارت و توانایی نیروی انسانی	۴
ارتقا سطح رضایت مشتریان	افزایش سطح رفاه مشتریان، افزایش سطح آگاهی مشتریان، بهره‌مندی مشتریان از خدمات نوین، بهره‌مندی مشتریان از خدمات مطابق با نیاز آن‌ها، برآورده شدن انتظارات مشتریان با نیازسنجی صورت گرفته	۵
بهبود جایگاه رقابتی	دستیابی به منبع مزیت رقابتی با توجه به ماهیت اهداف کارآفرینانه، ایجاد یک منبع مزیت رقابتی پایدار فناوری بودن، دسترسی به منبع مزیت رقابتی ناملموس شهرت و اعتبار، پیشگام بودن در عرصه ارائه محصولات و خدمات نوآورانه بانکی	۴

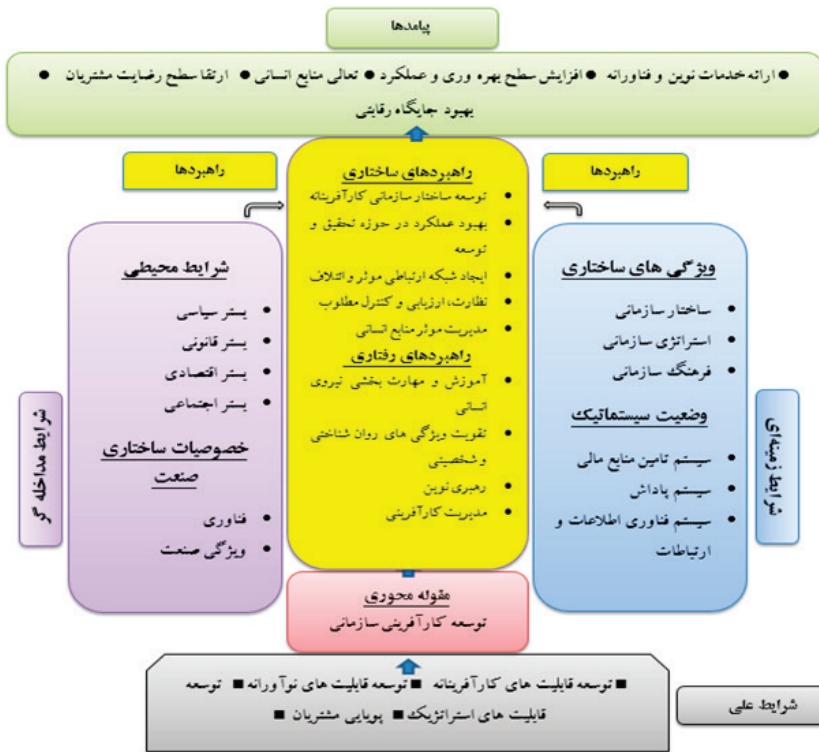
راهبردها

کدگذاری محوری

مدل مربوط به پرسش اول پژوهش به‌صورت کدگذاری محوری نتایج در شکل ۱ ارائه شده است.

کدگذاری انتخابی

همان‌طور که مشخص است توسعه کارآفرینی سازمانی به‌عنوان پدیده محوری در مدل اصلی شناخته شده و در کنار آن نیز شرایط زمینه‌ای، شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای مدل نیز با توجه به نتایج کدگذاری در سه مرحله مشخص گردیدند. بنابراین بر اساس نتایج جدول بالا و مشخص شدن هریک از مقوله‌های فرعی مربوط به مقوله‌های اصلی مدل پارادایمی، مدل اصلی پژوهش را می‌توان به‌صورت شکل زیر نشان داد.



شکل ۱. الگوی توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی شکل‌های تعاونی در کشور عراق

فاز کمی پژوهش

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی

پس از مشخص شدن مفاهیم و دسته‌بندی آنها در مقوله‌های اصلی و فرعی حاصل از کدگذاری محوری و انتخابی، در این بخش با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی، هریک از اجزا مدل پارادایم مورد بررسی قرار گرفته است تا از مناسب بودن هریک از مقوله‌های اصلی و کدگذاری‌های انجام شده در جامعه مورد مطالعه اطمینان حاصل شود. به عبارتی با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی پژوهشگر به دنبال بررسی روایی هریک از اجزا مدل است که برای بررسی از بارهای عاملی، مقدار آلفای کرونباخ، متوسط واریانس تبیین شده و سطح معنی‌داری آزمون بارلت استفاده شده است. بارهای عاملی بایستی بزرگ‌تر از ۰/۵، مقدار آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از ۰/۰۷، پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از ۰/۰۷، مقدار متوسط واریانس تبیین شده بزرگ‌تر از ۰/۰۵ و سطح معنی‌داری آزمون بارلت بایستی کوچک‌تر از ۰/۵۰ باشد (جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۸).

جدول شماره ۷. نتایج تحلیلی عاملی تأییدی برای مؤلفه‌های مدل پژوهش

مقوله فرعی	سوالات	بار عاملی	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	متوسط واریانس تیین شده	سطح معنی‌داری آزمون بارتلت
عوامل علی	۱	۰/۶۰۱	۰/۷۱۳	۰/۷۸۱	۰/۷۸۹	۰/۰۰
	۲	۰/۷۰۳				
	۳	۰/۶۸۹				
	۴	۰/۶۷۴				
عوامل زمینه‌ای	۵	۰/۶۳۰	۰/۸۰۲	۰/۸۱۳	۰/۸۰۹	۰/۰۰
	۶	۰/۵۴۴				
	۷	۰/۷۰۹				
	۸	۰/۶۵۷				
	۹	۰/۶۸۹				
	۱۰	۰/۷۰۳				
عوامل مداخله‌گر	۱۱	۰/۶۹۰	۰/۸۶۷	۰/۷۴۳	۰/۷۶۰	۰/۰۰
	۱۲	۰/۷۰۳				
	۱۳	۰/۶۸۱				
	۱۴	۰/۶۶۹				
	۱۵	۰/۷۵۰				
	۱۶	۰/۷۰۳				
راهبردها	۱۷	۰/۷۳۰	۰/۷۸۳	۰/۷۵۸	۰/۷۳۹	۰/۰۰
	۱۸	۰/۶۹۷				
	۱۹	۰/۵۱۳				
	۲۰	۰/۷۰۹				
	۲۱	۰/۸۳۴				
	۲۲	۰/۵۴۵				
	۲۳	۰/۵۲۳				
	۲۴	۰/۶۳۸				
	۲۵	۰/۷۱۳				
بینه‌ها	۲۶	۰/۸۳۶	۰/۸۱۲	۰/۸۵۹	۰/۷۴۶	۰/۰۰
	۲۷	۰/۵۲۹				
	۲۸	۰/۷۳۸				
	۲۹	۰/۸۵۲				
	۳۰	۰/۶۹۷				

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که مقدار بار عاملی برای هر یک از سنجه‌های پژوهش، مقداری بزرگ‌تر از ۰/۵۰ بوده است. بار عاملی نشان داده ارتباط بین سنجه‌ها با سازه‌ها است. آلفای کرونباخ نشان‌دهنده سازگاری سؤالات است که برای هر یک از اجزا مدل بزرگ‌تر از ۰/۷۰ محاسبه شده است. پایایی ترکیبی شاخصی جدیدتر در بررسی سازگاری است که مقدار مناسب برای این شاخص نیز بایستی حداقل ۰/۷۰ باشد که برای مدل‌های تأییدی پژوهش بزرگ‌تر از ۰/۷۰ محاسبه شده است. مقدار متوسط واریانس تبیین شده برای هر یک از مدل‌های تأییدی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ محاسبه گردیده است. در نهایت آزمون بار تلت برای شناسایی ساختار عاملی که بررسی می‌کند که آیا ماتریس عاملی یک ماتریس شناخته شده و یکه هست یا خیر. اگر مقدار سطح معنی‌داری بار تلت کمتر از ۰/۰۵ باشد، می‌توان ادعا نمود که ماتریس ساختار عاملی شناخته‌شده نبوده و می‌توان برای تحلیل عاملی از آن استفاده نمود.

نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، ارائه الگویی برای توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی در کشور عراق بود. در ایت پژوهش توسعه کارآفرینی سازمانی به‌عنوان مقوله محوری انتخاب شده و توسعه قابلیت‌های کارآفرینانه، توسعه قابلیت‌های نوآورانه، توسعه قابلیت‌های استراتژیک و پویایی مشتریان به عنوان عوامل علی نسبت به پدیده محوری پژوهش حاضر ایفای نقش می‌کنند که این موضوع با نتایج پژوهش (چپر دار و همکاران، ۱۴۰۰؛ پیران نژاد و همکاران، ۱۳۹۴) هم‌راستایی دارد. در پژوهش حاضر ۶ عامل در قالب دو بعد که شامل (بعد ویژگی‌های ساختاری: ساختار سازمانی؛ استراتژی سازمانی و فرهنگ سازمانی) و (بعد وضعیت سیستماتیک: سیستم تأمین منابع مالی؛ سیستم پاداش؛ سیستم فناوری اطلاعات و ارتباطات) به‌عنوان متغیرهای محیطی نقش ایفا میکنند که این موضوع را نیز می‌توان با نتایج پژوهش (چپر دار و همکاران، ۱۴۰۰؛ غیورباغبانی و همکاران، ۱۳۹۹؛ سوادی^۱، ۲۰۲۱؛ کانینگهام و همکاران^۲، ۲۰۲۱؛ کاستانیو و همکاران^۳، ۲۰۱۵؛ بلوسوا و همکاران^۴، ۲۰۱۰) هم‌راستا دانست. شرایط محیطی با دارا بودن ویژگی‌های مختلف از قبیل بستر سیاسی، قانونی، اقتصادی و اجتماعی خاص و در کنار آن کمیت و کیفیت

1. Swadi
2. Cunningham
3. Castano & et.al
4. Belousova & et.al

فناوری با وجود ویژگی‌های خاص یک صنعت در حوزه خصوصیات ساختاری صنعت به عنوان عوامل قرار گرفته در دسته عوامل مداخله‌گر نیز نشان می‌دهد که پژوهش حاضر با نتایج پژوهش (چپر دار و همکاران، ۱۴۰۰؛ شرافتی نژاد و همکاران، ۱۳۹۹؛ کاستانیو و همکاران، ۲۰۱۵) دارای مطابقت تجربی است. توسعه ساختار سازمانی کارآفرینانه، بهبود عملکرد در حوزه تحقیق و توسعه، ایجاد شبکه ارتباطی مؤثر و ایجاد ائتلاف، نظارت، ارزیابی و کنترل مطلوب، مدیریت مؤثر منابع انسانی، آموزش و مهارت بخشی نیروی انسانی، تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی، رهبری نوین و مدیریت کارآفرینی از راهکارهای مهم مشخص شده در قالب دو بعد راهبردهای ساختاری و رفتاری بودند که می‌توان بیان کرد با نتایج پژوهش (چپر دار و همکاران، ۱۴۰۰؛ غیور باغبانی و همکاران، ۱۳۹۹؛ سوادی، ۲۰۲۱؛ کانینگهام و همکاران، ۲۰۲۱؛ بلوسوا و همکاران، ۱۴۰۰) هم‌راستا است. در نهایت در پژوهش حاضر مشخص شد با تحقق توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی می‌توان شاهد بروز پیامدهایی از قبیل ارائه خدمات نوین فناورانه، افزایش سطح بهره‌وری و عملکرد، تعالی منابع انسانی، ارتقا سطح رضایت مشتریان و بهبود جایگاه رقابتی بود که با توجه به مشخص شدن این عوامل نیز به عنوان پیامدهای توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی می‌توان آن را با نتایج پژوهش (چپر دار و همکاران، ۱۴۰۰؛ پیلوار و همکاران، ۱۳۹۹) هم‌راستا دانست. ممکن است یک بانک تمامی شرایط ساختاری و سازمانی را به‌منظور توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک مهیا کند و به‌نوعی تمامی شرایط برای تحقق توسعه کارآفرینی سازمانی مهیا باشد. اما زمانی که تمامی نیروی انسانی بانک از نظر ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی برای توسعه کارآفرینی سازمانی آماده نباشد، نمی‌توان شاهد تحقق توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک بود. بنابراین یکی از راهکارهای کلیدی بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی به‌منظور توسعه کارآفرینی سازمانی، تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی نیروی انسانی است. این کار می‌تواند با شناخت سبک‌رفتاری نیروی انسانی و تعریف مشوق‌های مادی و معنوی متناسب برای هر یک از اعضا نیروی انسانی برای تحریک آن‌ها و ایجاد تمایل در آن‌ها برای انجام کارهای خلاقانه و نوآوری باشد. یکی دیگر از راهبردهای مهم به‌منظور تحقق کارآفرینی سازمانی و پیشبرد اهداف کارآفرینانه، مدیریت کارآفرینی است. تحقق کارآفرینی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی نیازمند یک فرآیند مدیریتی است که تمامی ابعاد و موارد مربوط به آن سازماندهی و مدیریت شود. کارآفرینی موفق فقط یک ایده بزرگ نیاز دارد. ایده بزرگ فقط

1. Swadi
2. Cunningham
3. Belousova & et.al

قسمتی از موفقیت در کارآفرینی است. رهبران نقش مهمی در افزایش مهارت تفکر خلاق و حل مسئله کارکنان با ارائه اطلاعات به آنان و تشویق آنان برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات ایفا می‌کنند. رهبران باید به منظور تسهیل خلاقیت، از کارکنان خود حمایت کنند، نه اینکه آنان را کنترل کنند. در همین راستا با توجه به نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر به منظور توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی پیشنهادهایی کاربردی ارائه می‌گردد که این پیشنهادها عبارت‌اند از: تدوین منشور کارآفرینی سازمانی توسط بانک مرکزی عراق به منظور توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی، استفاده از مطالعات تطبیقی و تجربیات موفق بانک‌های خارجی موفق در خصوص پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی و نوآوری راهبردی، استفاده از سازوکارهای غیررسمی در مدیریت امور بانکی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی، استفاده از نیروی انسانی متخصص و مجرب در حوزه توسعه ساختار سازمانی کارآفرینانه، برگزاری دوره‌های آموزشی و مهارت بخشی به منظور افزایش سطح دانش نظری نیروی انسانی، برگزاری نشست‌های مشترک میان مدیران بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی، اتحادیه‌های مربوطه و سایر بازیگران به منظور شناسایی فرصت‌ها و خلأهای موجود، تفویض اختیار به نیروی انسانی در راستای افزایش سطح آزادی عمل نیروی انسانی در انجام کارهای روتین بانک به منظور بروز خلاقیت و رفتار نوآورانه، توسعه و تقویت واحد تحقیق و توسعه و استفاده از نیروی انسانی متخصص به منظور ارتقا سطح عملکرد این واحد در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی، مهیاسازی زیرساختی به منظور دریافت بازخورد کاربران در مورد خدمات بانکی دریافتی از جانب بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی، برگزاری جلسات مستمر درون‌سازمانی به منظور بررسی و پایش اقدامات و پروژه‌های کارآفرینانه در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی، حذف موانع ارتباطی و تبادل اطلاعات به منظور گردش آزاد اطلاعات و دسترسی نیروی انسانی بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی به اطلاعات و داده‌های لازم و حمایت مدیریت عالی از فعالیت‌های کارآفرینانه و پیش‌قدم شدن خود در فعالیت‌های خلاقانه و نوآورانه در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی.

عموماً هر پژوهشی با محدودیت‌های خاصی همراه است؛ پژوهش حاضر نیز از این قاعده مستثنا نبوده و یکی از اصلی‌ترین آنها وجود مسائل و محدودیت‌های امنیتی در بعضی از نقاط کشور عراق بود که در بعضی از مواقع فرایند پیشبرد پژوهش و جمع‌آوری داده‌ها را با مشکل روبرو می‌ساخت.

در پژوهش حاضر هریک از عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر به‌عنوان عواملی تأثیرگذار در فرآیند توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی از جانب مشارکت‌کنندگان پژوهش شناخته شده‌اند، بر همین اساس پیشنهاد می‌گردد طی پژوهشی تأثیر هریک از

این عوامل بر توسعه کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار گیرد. ارتقا سطح رضایت مشتریان، افزایش سطح بهره‌وری و عملکرد و ... از جمله مواردی است که در پژوهش حاضر به‌عنوان پیامدهای منتج از توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌های حامی تشکل‌های تعاونی از جانب مشارکت‌کنندگان شناخته شده است؛ بنابراین می‌توان طی پژوهشی بررسی تأثیر توسعه کارآفرینی سازمانی بر هر یک از پیامدهای مدل پارادیمی پژوهش را مورد بررسی قرارداد.

منابع

پیرایش، رضا؛ امیری، وحید؛ جعفری، ملیحه و ایمانی برندق، محمد. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت‌های صنعتی استان زنجان. مدیریت بهره‌وری، ۲۳-۴۵.

پیلوار، نگار؛ بدیع زاده، علی؛ حسینی، رسول و زابلی، روح ا... (۱۴۰۰). ارائه مدل توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۴۰۰(۴۵)، ۱۰۳-۱۱۰.

حسین پور، مهدی؛ رضایی، بیژن؛ بخشم، میلاد و کریمی، حسین. (۱۴۰۰). طراحی الگوی ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در شهر کرمانشاه با رویکرد نظریه‌پردازی داده‌بنیاد. فصلنامه علمی کارافن.

حیدری، زهرا؛ رحیمی اقدم، صمد و حسینی، سید صمد. (۱۴۰۰). تأثیر حمایت مدیران ارشد بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی تعهد عاطفی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه تبریز. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۴(۱)، ۶۰-۴۱.

شرافتی نژاد، علی اکبر؛ سجادی، سیدمجتبی؛ قاسمی، حمیدرضا؛ شهیدی، شیدا؛ علیمیری، مصطفی و موسوی شوشتری، سیداحمد. (۱۳۹۹). طراحی مدل کارآفرینی سازمانی در صنایع نساجی ایران. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۵(۸)، ۹۳-۱۰۸.

غیور باغبانی، سید مرتضی و پورنگ، توسلی. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: آموزش و پرورش خراسان رضوی). فصلنامه علمی-پژوهشی تعلیم و تربیت، ۳۶(۳)، ۲۹-۵۲.

Abd, K. M. A., Abbas, S. A., & Khudair, A. H. (2019). Impact of strategic management practices on organizational entrepreneurship: Mediating effect of strategic intelligence. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(4), 1-8.

Belousova, O., Gailly, B. and Basso, O. (2010). A conceptual model of corporate entrepreneurial behavior (Interactive paper), *Journal of Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30 (17), pp. 1- 14.

Castaño, M. S, Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1496-1500.

- Cunningham, J. A., Lehmann, E. E., & Menter, M. (2021). The organizational architecture of entrepreneurial universities across the stages of entrepreneurship: a conceptual framework. *Small Business Economics*, 1-17.
- Diwanti, D. P., Suryanto, S., Iswati, S., Agustina, T. S., & Notobroto, H. B. (2021). The Effect of Organizational Culture and Readiness to Change on Organizational Entrepreneurship: The Role of Competence. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 248-265.
- Hasan, K. K. (2021). The relationship between intellectual capital and organizational trust and its impact on achieving the requirements of entrepreneurship strategy (The case of Korek Telecom Company, Iraq). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(2), 130-146.
- Hayter, C. S., Nelson, A. J., Zayed, S., & O'Connor, A. C. (2018). Conceptualizing academic entrepreneurship ecosystems: A review, analysis and extension of the literature. *The Journal of Technology Transfer*, 43(4), 1039-1082.
- Hübel, C. (2022). Entrepreneurship-driven organizational transformation for sustainability: A sensemaking lens. *Journal of Organizational Change Management*.
- Kanabi, T., & Tasie, G. O. (2020). Examining and evaluating Entrepreneurship Development and Business Climate in Northern Iraq. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 7(2), 194-201.
- Kantur, D. (2016). Strategic Entrepreneurship: Mediating the Entrepreneurial Orientation Performance Link. *Management Decision*, 54(1), 24-43.
- Khalid, N., Ahmed, U., Tundikbayeva, B., & Ahmed, M. (2019). Entrepreneurship and organizational performance: Empirical insight into the role of entrepreneurial training, culture and government funding across higher education institutions in Pakistan. *Management Science Letters*, 9(5), 755-770.
- Swadi, A. F. (2021). Impact of organizational entrepreneurship characteristics on entrepreneurial orientation: Moderating role of firm size and education. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 478.