

دراسات في العلوم الإنسانية

٢٧(١)، ١٤٤٢/١٣٩٩/٢٠٢٠، صص ٤٥-٦٥

ISSN: 2538-2160

<http://aijh.modares.ac.ir>

تقديم نموذج تعليمي لخلق رؤية إبداعية في توفير فرص العمل لدى موظفي قطاع المصارف

بريسا تركي^١، سيد رسول حسيني^{٢*}، علي بديع زاده^٣

١. طالبة دكتوراه في فرع ريادة الأعمال تخصص التعليم العالي، كلية الإدارة والمحاسبة، جامعة آزاد الإسلامية فرع قزوین

٢. أستاذ مساعد في جامعة فريهنغيان (المثقفين)

٣. أستاذ مساعد في جامعة آزاد الإسلامية فرع قزوین

تاريخ القبول: ١٤٤١/٠٥/٢٥

تاريخ الوصول: ١٤٤١/٠٤/٠٨

الملخص

أهداف البحث: يسعى البحث الراهن إلى تقديم نموذج تعليمي لخلق رؤية إبداعية في توفير فرص العمل لدى موظفي مصرف تجارت. ونظراً إلى أن تعليم ريادة الأعمال يؤدي إلى خلق نوع من الإدراك الإيجابي إزاء توفير فرص العمل نظير رؤية الأفراد وفهمهم لهذه القضية، فإن البحث في صدد تعزيز وخلق رؤية إبداعية عند موظفي المصارف من خلال تقديم هذا النموذج المقترح. **مناهج البحث:** اعتمد البحث الحالي على الاتجاه الكيفي من نوع النظرية المتجذرة عبر تقنية أخذ العينات الحادفة وجمع البيانات من ١٨ خبيراً من الخبراء الناشطين في مصارف تجارت، وكذلك خبراء مجال التعليم والموارد الإنسانية في البنوك. كما تم تحليل بيانات البحث بالاستفادة من أداة المقابلة في ثلاث مراحل عبر طريقة الكودات السائدة في اتجاه شتراوس وكورين. **نتائج البحث:** تمخض عن نتائج البحث نموذج يكشف إمكانية تطوير وتعزيز الرؤية الإبداعية في خلق فرص العمل لدى الموظفين، ويترتب عليه مزيد من الإبداع وإحداث تغييرات في الخدمات الحالية وتوفير المهارات الوظيفية والوصول إلى أسواق جديدة وكذلك استثمار الفرص الحالية لدى البنوك وذلك شريطة تنفيذ المعايير اللازمة في هذا المجال وتوظيف محتوى خاص وإجراء استراتيجيات التعليم بجانب الاستراتيجيات التنفيذية. إن المشاركة النظرية الرئيسية في هذا البحث هي عبارة عن معرفة الاستراتيجيات التعليمية – التنفيذية والتي تؤدي في قطاع البنوك إلى خلق وتعزيز الرؤية الإبداعية لدى الموظفين.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، تعليم ريادة الأعمال، رؤية ريادة الأعمال.

١- المقدمة

يعدّ الإبداع عاملاً رئيساً للتنمية الاقتصادية والتحول الاجتماعي. ولهذا السبب فإن الكثير من المجتمعات تؤكد على أهمية

رفع نسبة الوعي بدور الإبداع وخلق فرص للنشاطات الإبداعية. (Rauch & Hulsink, 2015; Stamboulis & Barlas, 2014)، إن تعليم الإبداع في المؤسسات المختلفة هي أحد هذه الجهود التي تبذل في هذا المجال. وهناك نوع من التركيز المتزايد لتعليم الإبداع وريادة الأعمال في الدراسات التي تجرى في هذا الصعيد. ويكشف الأدب النظري في هذا المجال مدى تأثير مثل هذه التعليم والتدريبات. إن تطوير تعليم الإبداع له أهمية كبيرة في كل اقتصاد لأن الحصول على طاقة بشرية مبدعة وخلاقة تمتلك المهارات اللازمة لتلبية حاجة الأسواق يمكن اعتبارها نتيجة لهذا التعليم. (April, 2015)

أظهرت العديد من الدراسات أن التعليم الإبداعي يؤدي إلى زيادة الإدراك الإيجابي للإبداع نظير الرؤى والنوايا (لبنان، رودرغز و رودا-كانتاج^١، ١٩٩٧م؛ كولوريد و موئن^٢، ١٩٩٩؛ تكاشيو و كولوريد^٣، ٢٠١١م)

إن الدراسات المتعلقة بتعليم ريادة الأعمال تتم في الغالب في إطار البحوث الجامعية. وبعد تطور مجال التعليم والتربية الإبداعية^٤ بدأ في ثمانينيات القرن الماضي على يد غيب^٥ وزملائه العمل في مركز الأعمال الصغيرة في جامعة دورام^٦. إضافة إلى ذلك فإن غيب (١٩٩٦م) ناقش اتجاهها واسعا إزاء تعليم ريادة الأعمال تحت عنوان "التعليم المؤسساتي"^٧. إن هذا الاتجاه يشبه الأسس التربوية التقدمية^٨ مثل التعليم القائم على الأعمال، والأعمال الذاتية والجماعية والتعليم التحريبي الاجتماعي. (كايرو^٩، ٢٠٠٥؛ لوبلر^{١٠}، ٢٠٠٦؛ بيين^{١١}، ٢٠١٢).

إن التعليم المؤسساتي كما يدعي غيب (٢٠٠٢م)، هو نوع من التعليم الذي تخلص من الأطر المقيدة للأعمال وهي مشكلة للكثير من التيارات الرئيسية في تعليم ريادة الأعمال. (Liguori, Corbin, Lackeus, & Solomon, 2019).

إن دراسات ونماذج قصد (بيرد^{١٢}، ١٩٨٨؛ بويد و وزيكيس^{١٣}، ١٩٩٤؛ شاييرو^{١٤}، ١٩٧٥؛ شاييرو و اسكل^{١٥}، ١٩٨٢) تركز على رؤية خاصة من أجل تبيين عملية خلق الإبداع بشكل أفضل. على سبيل المثال فإن ديويديسون^{١٦}

1. Liñ'an, Rodríguez-Cohard, & Rueda-Cantuche
2. Kolvereid & Moen
3. Tkachev & Kolvereid
4. entrepreneurial pedagogy
5. Gibb
6. Durham University's Small Business Centre
7. enterprise education
8. progressive (or constructivist) pedagogical principles
9. Kyrö
10. Löbler
11. Pepin
12. Bird
13. Boyd & Vozikis
14. Shapero
15. Shapero & Sokol
16. Davidsson

(١٩٩٥) يشير إلى متغيرات شخصية مثل السن والجنس والتعليم والتجارب بالوكالة والتجارب المتعلقة بالرؤى ونوايا زيادة الأعمال. وبالرغم من هذه الحقائق التي تؤكد أن التعاليم والتجارب الإبداعية السابقة تؤثر على الرؤى تجاه إحداث مشاريع الأعمال يتم إهمال تأثير زيادة الأعمال أو التعليم المؤسساتي بشكل متمايز عن التعاليم العامة التي تؤثر على الفهم والإدراك الإبداعي للأفراد في الأدبيات الموجودة (كروكر وبرايزل^٢، ١٩٩٤؛ دونكلس^٣، ١٩٩١).

وبات اليوم هناك نوع من التعليم المؤسساتي من أجل تشجيع السلوك الإبداعية. (دونكلس^٤، ١٩٩١؛ غيس^٥، ١٩٨٥). إن دراسة الأدب النظري المتعلق بتعليم زيادة الأعمال والتعليم المؤسساتي (داينو^٦، ١٩٨٦؛ غورمن^٧، ١٩٩٧). كما أن هناك برامج خاصة لدعم زيادة الأعمال تظهر أن هناك دورا بارزا مثل هذه البرامج في تشجيع رواد الأعمال (مك مولان وآخرون^٨، ٢٠٠٢م)، لتطوير أدوات عمل الإنتاج أو خلق مشاريع عمل جديدة .

إن برامج التعليم المؤسساتي والإبداعي باعتبارها أفضل اتجاه ذات خصائص متشابهة وإن قضايا مثل التعليم التعملي^٩، التعليم القائم على التجربة^{١٠}، نماذج الأدوار^{١١} وعلاقة الأعمال والمجتمع.

يرى تيمونز^{١٢} (١٩٩٤م) أن هناك ستة عوامل رئيسية للسلوك والرؤية الإبداعي التي يمكن الحصول عليها عبر البرامج التعليمية للإبداع وهي: النية والإرادة، القيادة، تحديد الفرص، المخاطرة، الخلاقية والإبداع، الدافعية من أجل التطور، ويركز أكرز^{١٣} (١٩٩٥م)، على المهارات للحصول على المشاغل، والإدارة المالية، التسويق وغيرها (Azizi & Mahmoudi, 2019).

وعلى الرغم من كثرة الدراسات في مجال العلاقة بين تعليم الإبداع والرؤية الإبداعية إلا أن الدراسات في هذا المجال تتركز على تعليم الإبداع في المدارس والسطوح العليا من التعليم (التعليم الجامعي). إن الشح الموجود لاسيما في مجال المؤسسات الخدمية مثل البنوك أمر واضح للعيان. ولهذا فإن التركيز على التعليم الإبداعي المقدم في مثل هذه المؤسسات بإمكانه أن يتحول إلى نموذج تعليمي من أجل خلق رؤية إبداعية لدى موظفي هذا القطاع. وانطلاقا من هذا، فإن البحث الراهن يحاول أن يقدم نمودجا قائما على التعليم من أجل تكوين وتعزيز الرؤية الإبداعية لدى موظفي المصارف وأن تكون فرصة لتقدم نمودج أمثل للتعليم المؤسساتي في إطار تعزيز الرؤية الإبداعية لدى موظفي المصارف إضافة إلى سد الخلل الموجود في المكتبة

17. vicarious experience

1. Krueger & Brazeal

2. Donckels

3. Donckels

4. Gasse

5. Dainow

6. Gorman

7. McMullan et al

8. interactive learning

9. experience-based learning

10. role models

11. Timmons

12. Eggers

الإيرانية حول هذه الدراسات والبحوث.

٢- الإطار النظري

٢-١- الرؤية الإبداعية في ريادة الأعمال

إن الرؤية الإبداعية في ريادة الأعمال هي اتجاه نحو ردة الفعل حيال الرغبة أو عدم الرغبة بالإبداع، وهذا الأمر يظهر الحرص أو عدم الحرص على النشاطات الإبداعية. (Kusmintarti, Asdani, & Riawajanti, 2017) حسب مقولة آجنز^١ (٢٠٠٢م)، فإن الرؤية في مجال ريادة الأعمال تعني أن الشخص يتصور السلوك الإبداعي مع التبعات المترتبة عليه بأنها سلوك ذات قيمة وريح ومنفعة (Ajzen, 2002) ويمكن تعريف الرؤية الإبداعية في مجال ريادة الأعمال وهي: بروز خصائص لدى الأفراد مثل الروح القيادية، تحقيق النجاح، الإقدام، السيطرة الذاتية، الخلاقية، المغامرة، الخلفية وسابقة العمل. ويظهر الأدب الموجود أن التعليم التنظيمي والمؤسسي بإمكانه التأثير على إدراك الأفراد تجاه الرؤى الإبداعية (كوراتكو^٢، ٢٠٠٥؛ كوب و بيتواي^٣، ٢٠٠٧). كما أن (اوكتيسيو^٤، ٢٠١٢)، يؤيد الدور الإيجابي للمؤسسات التعليمية إزاء تحسين أهداف ورؤى المعلمين. (Kaur & Sharma, 2019) إن الرؤى الإبداعية للأفراد هي جزء هام من الطاقة الإنسانية والتي تعد بمثابة مجال خاص لعمليات صناعة القرار وتتكون من خلال التوجهات الفردية تجاه الاستقلالية والمغامرة وتنفيذ الأفكار الجديدة بين المجالات الأخرى التي تؤدي إلى خلق السلوك الإبداعية. (Sánchez-Báez, Fernández, & Romero, 2018). إن هذا المفهوم هو تأطير شخصي تجاه النشاطات القيمة في المستقبل والمشغل الذاتية في الأعمال الصغيرة. في الواقع إن الرؤى الإبداعية تفحم الشخص في الأعمال الإبداعية وتفكك المبدعين من غير المبدعين في مجال ريادة الأعمال. (Shariff & Saud, 2009).

٢-٢- تعليم ريادة الأعمال والرؤى الإبداعية

يقدم شين (١٩٦٧م)، في مجال تحليل كيفية تأثير التعليم على الرؤى سؤالاً محدداً يقول فيه: «إذا كانت المدرسة تستطيع أن تؤثر على الرؤى والقيم فإنه من المحتمل أن مؤسسة ما على هذه الرؤى والقيم كذلك تؤثر». وكشف بتي^٥ (٢٠٠٦)، أن الرؤى التي تم خلقها في هذا الصدد قد تركت تأثيرات متزايدة من خلال التجربة المباشرة، وعلى هذا الأساس فإن الرؤى تتغير وفق هذه التجارب التعليمية. (Gough, 2019).

1. Ajzen
2. Kuratko
3. Pittaway & Cope
4. Octicio
5. Petty

إن السؤال الهام الذي يبرز في مجال الأدب النظري لريادة الأعمال هو هل يمكن تشجيع الإبداع في مجال ريادة الأعمال عبر التعليم؟ (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018). إن تعليم الإبداع يحتاج إلى رؤى وأساليب مختلفة باعتبارها أساليب تعليم مرسومة وقد قدمت هذه الرؤى على يد أشخاص أمثال غيب (١٩٩٦م) وفايل (٢٠٠٦م). من أجل خلق عملية تعليمية يجب في البداية خلق أهداف من أجل الوصول إلى هذه الأهداف والغايات. ويجب على الشخص من أجل تحقيق هذا الهدف أن يعرف الموقع الذي يتواجد فيه. وهذا الموقع إضافة إلى الموقع الشخصي للمتعلم يطلق كذلك على الثقافة التي يتواجد فيها ذلك الشخص. وبعد ذلك يجب تنظيم عملية التدريس التي تشمل البرامج والأساليب والنشاطات التعليمية والأدوات التعليمية. وهذه العملية التعليمية تتأثر بالعلم والمدرس. بعد عملية التدريس يجب تقييم الأهداف التي تم تحقيقها. (برغ وآخرون^١، ١٩٧٣م؛ غولدر، بيتز، اودكرك بول وسبغما^٢، ١٩٧٢م). إن تعليم الإبداع في مجال ريادة الأعمال يرتبط في معظم الحالات بالتربية والتعليم (تعليم وتربية الأطفال). بدأ مالكوم نولز^٣ (١٩٨٠)، فصلا حديثا في مجال البحوث التعليمية وتعليم الكبار بعد تقديمه رؤية جديدة تجاه التعليم وتعليم الكبار. وأظهر المنظرون المختلفون أن تعليم الكبار يحتاج إلى أدوات مختلفة وفلسفات تعليمية خاصة تختلف عن تعليم الأطفال. (برات^٤، ١٩٩٣؛ نولز^٥، ١٩٨٩، مريام^٦، ٢٠٠١، ١٩٩٣). في مجال تعليم الكبار ليس هناك نظرية خاصة. والكثير من النظريات والأطر الموجودة هي متأثرة بمفهوم تعليم وتربية الكبار لمالكو نولز (كيفية تعليم الكبار) (Neck & Corbett, 2018). ويعتقد الباحثون وأساتذة الإبداع أن الإبداع يجب أن يركز على تعليم وتربية الكبار بدل تعليم وتربية الأطفال. بشكل عام، فإن تعليم الصغار يحتاج إلى مدرسين من أجل تسهيل التعليم لكي يتم نقل المعرفة والاستفادة من التكنيكات التجريبية في بيئات الحياة الواقعية في ما يتعلق بالقضايا الواقعية وكذلك العلاقة بقضايا تعتبر حاجات وأهداف وتطلعات المتعلمين بالإضافة إلى دورات بعنوان تعليم التجارب.

وهناك بشكل عام نوعان من الاتجاهات الرئيسية تجاه تعليم الإبداع في ريادة الأعمال: تعليم الإبداع والتعليم المؤسساتي^٧. إن تعليم الإبداع يعرف في الغالب باعتباره تعليما يهدف لتنمية الجدارة اللازمة لتكوين وتأسيس أعمال معرضة للأخطار الجديدة (Lackéus, 2017). إن مثل هذا النوع من تعليم الإبداع ينسجم مع تعريف الإبداع باعتباره خلقا للطاقة الجديدة المستقلة أو الجماعية. والتعليم المؤسساتي في الغالب يعد تعليماً يسعى لتنمية الجدارة اللازمة من أجل إنتاج وتحقيق الرؤى والأفكار. إن هذا النوع من تعليم الإبداع يتماشى مع تعريف الإبداع في ما يتعلق بكشف واستثمار الفرص الجديدة

1. Berghe et al
2. Gelder, Peters, Oudkerk Pool, & Sixma
3. Malcolm Knowles
4. Pratt
5. Knowles
6. Merriam
7. enterprise education

(شين، ٢٠٠٣). في الواقع إن التعليم المؤسساتي يعتمد على تعريف شامل من الإبداع في ريادة الأعمال باعتباره شخصا خلافاً وصاحب إقدام يعتمد على نفسه ويستغل الفرص للوصول إلى أهدافه وغاياته التي رسمها لنفسه (Lackéus, 2017).

إن تعليم الإبداع كرسالة فعل على التحديات الاجتماعية المتعددة الجوانب مثل الحاجة إلى التنمية الاقتصادية، الحاجة إلى تنمية المؤهلات المفتاحية، الحاجة إلى زيادة عدد المشاركين في المؤسسة. على المستوى الفردي إن مثل هذا النوع من التعليم يؤدي إلى زيادة الثقة بالنفس لدى الأفراد وكذلك البحث عن الفرص من جانب الأفراد الذين لديهم رؤية إبداعية إزاء العمل والحياة. (Lackéus, 2017).

يعتقد فلورين وزملاؤه (٢٠٠٧م)، أن الرؤية قد تتغير وتتأثر عبر التعليم في البيئات التي تروج للإبداع. هذه الرؤية هي "قوانين تم تعلمها" وبهذه الصورة قد تصبح فائدة للعمل أو تتغير. (Florin, Karri, & Rossiter, 2007). بشكل مشابه فإن فآن وزملاؤه (٢٠٠٢م) يعتقدون أن المتعلمين الذين يتم تعريفهم في البداية بمفهوم الإبداع فإنهم قد تتكون لديهم نظرة إيجابية تجاه بدء العمل والإبداع. (Phan, Wong, & Wang, 2002). ويرى راينسون وزملاؤه (١٩٩١م) أن الرؤية أكثر دوماً من الخصائص الشخصية؛ فهي قد تتغير في الظروف والأزمات المختلفة (على سبيل المثال فإنها تتأثر بالبيئة). إن هذه النظرية تم تأييدها من جانب آجنز^٢ (١٩٩١م) ويصف الرؤية بأنها أكثر مرونة من الصفات والخصائص الشخصية. إن الرؤية في ما يتعلق بالسلوك هي متغير فردي شخصي ويتم خلالها تقييم السلوك من جانب الشخص نفسه (Krueger Jr, Reilly, & Carsrud, 2000). إن الرؤية تعدّ أفضل وسيلة للمبادرة والإقدام بالإبداع ويُعتقد في هذا المجال أن امتلاك رؤية خاصة تجاه النشاطات المتزايدة في مجال العمل تؤدي إلى الإبداع في ريادة الأعمال وبامتلاكها يتوقع ظهور إبداع من جانب الأفراد المبدعين. (سايمون ١٩٩٩م). إن تعليم الإبداع يسبب تغييراً في رؤية الأفراد وهذه بحد ذاتها نقطة يمكن من خلالها تعزيز الرؤية الإبداعية عبر التعليم ويقودها نحو السلوك الإبداعية. وهناك اعتقاد في هذا الصدد يرى أن الرؤية والمعتقدات التي يتم تعلمها حتى تلك التي تقوم على أساس التعليمات العائلية البيئية الاجتماعية يمكن إحداث تغيير فيها عبر التعليم والتعلم.

وباعتماد نظرية الرؤية ورأي راينسون وهافنر وهانت تجاه الرؤية الإبداعية، فإن الرؤية الإبداعية هي الرؤية التي تشمل أجزاء الدافع نحو التقدم، ومركز السيطرة الذاتية، والثقة بالنفس والخلاقية في تركيب من الأبعاد الثلاثة من الرؤية وهي: المعرفة، والإحساس والسلوك (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991).

وتوصل راينسون وآخرون وفق بحوثهم أن الرؤية هي أفضل المتوقعين للميول الإبداعية وهذه الرؤية وكما تكونت وفق التعاليم العائلية والبيئية الاجتماعية، فإنه من الممكن إحداث تغيير فيها عبر التعليم والتعلم. وعلى هذا الأساس ومن خلال

1. Shane
2. Ajzen

الدورات التدريبية في مجال الإبداع فإنه يمكن التأثير على رؤى الأفراد وخلق المقاصد السلوكية الخاصة من أجل الإبداع في مجال ريادة الأعمال. إن المتعلمين للتعليم الإبداعي وعبر تلقيهم للحقائق والمعرفة والمعلومات في مجال الإبداع وضرورته ودوره في رفع الغموض من المستقل الوظيفي فإنهم يحصلون على معتقدات في ما يتعلق بالإبداع وهذه المعتقدات مع التقييم المتضمن للسؤال الذي يقول: هل هذه الأساليب تلي الحاجات الوظيفية أم لا؟

وهناك الكثير من البحوث حول علاقة التعليم بالإبداع. وليس هناك أي إجماع أو توافق حول تعريف خاص حول هذا الموضوع لكن بعض التعاريف المقدمة في هذا الصدد مثل تعريف المؤتمر الأوروبي والأمم المتحدة يمكن اعتبارها ضمن التعاريف الجامعة لمفهوم الإبداع. ووفق تعريف المؤتمر الأوروبي فإن تعليم الإبداع هو نوع من التعليم الذي يلعب دوراً محورياً في تعزيز وتقوية الرؤية الإبداعية والسلوك والمهارات وكسب المعرفة اللازمة من أجل إنشاء عمل. إن الغاية من وراء مثل هذه الدورات التدريبية المبتكرة هو إعطاء القدرة للمتعلمين لدمج الرؤى المختلفة من أجل تنمية الاستراتيجية الإبداعية وبهذه الطريقة يستطيعون تطبيق معرفتهم النظرية في مجال العمليات الإجرائية وأن يحددوا الفرص التجارية القابلة للاستثمار. (Caggiano, Akanazu, Furfari, & Hageman, 2016).

وعلى هذا الأساس فإن تعليم الإبداع هو أداة لتطوير عملية الإبداع في مجال ريادة الأعمال وهي عملية مبتكرة ودائمة (Akanbi & Ofoegbu, 2011). وصنف بعض الباحثين مفهوم التعليم الإبداعي باعتباره أداة مبتكرة لتكوين إدراك وشعور لدى الشباب تجاه الإبداع في الأعمال الريادية.

وكما يقدم شيرد^١ (١٩٩٩م)، فإن الخصائص الشخصية للمبدعين هي أهم العوامل التي تحدد نجاحهم في الأعمال المشاغل وقد تكون في بعض الأحيان أهم من رؤى الأعمال نفسها. إن سبب أهمية الرؤى هو أنها قادرة على تكوين إدراك الأفراد تجاه العالم الخارجي مع إمكانية التأثير من السلوك تجاه المشاركة الإبداعية (Czuchry & Yasin, 2008). إن الرؤية تجاه المشاركة الإبداعية يمكن تنميتها عبر كسب المعتقدات الخاصة تجاه الإبداع وهذه المعرفة تستطيع تحديد كيفية التقييم الإبداعي في المستقبل. في ما يلي وكما هو واضح في الجدول رقم ١ تأتي بالبحوث التجريبية حول علاقة الرؤى الإبداعية والتعليم الإبداعي والذي قام بها عدد من الباحثين.

جدول رقم ١: البحوث حول علاقة التعليم الإبداعي في مجال ريادة الأعمال والرؤى الإبداعية

نتائج البحث	الباحث / السنة
تأييد الدور الإيجابي للمؤسسات التعليمية في تحسين أهداف ورؤى المتعلمين	كاو و شارما ^٢ ٢٠١٩

1. Shepherd
2. Kaur & Sharma

الباحث / السنة	نتائج البحث
غواف ^١ ٢٠١٩	إن الرؤية المكونة عبر التجربة المباشرة لها تأثير أكثر على السلوك. وعلى هذا الأساس فإن الرؤية قابلة للتغير وفق التحارب التعليمية التي كونت هذه الرؤية
كاكويانو، آكانازو، فورفاري و هاكمن ^٢ ٢٠١٦م	إن تعليم الإبداع هو نوع من التعليم الذي يلعب دوراً أساسياً في تعزيز وتطوير الرؤية الإبداعي والسلوك والقيم والمهارات لكسب المعرفة اللازم لخلق مشاغل من المستوى الابتدائي إلى المستوى العالي. إن الغاية من هذه الدورات هو التعليم المبتكر الذي يتيح للمتعلمين القدرة على دمج الرؤية المختلفة من أجل تنمية استراتيجيات الإبداع وعلى هذا الأساس فإنهم يطبقون معرفتهم النظرية ويحددوا الفرص التجارية القابلة للاستثمار.
آكانبي و أوفكبو ^٣ ٢٠١١م	إن التعليم الإبداعي هو أداة لتعزيز العملية الإبداعية وهو عملية مبتكرة ودائمة
ليان و آخرون ^٤ ٢٠٠٨م	يرون التعليم باعتباره أداة لتنمية السلوك الإبداعي وذلك بأساليب مختلفة. وحسب آرائهم فإن تعليم الإبداع في مجال زيادة الأعمال يشمل التنمية المعرفية وتنمية الإمكانات والرؤى.
فلورين و زملاؤه ^٥ ٢٠٠٧م	أن الرؤية قد تتغير وتتأثر عبر التعليم في البيئات التي تروج للإبداع. هذه الرؤية هي "قوانين تم تعلمها" وبهذه الصورة قد تصبح فاقدة للعمل أو تتغير
كروكر و آخرون ^٦ ٢٠٠٠م	إن الرؤية في ما يتعلق بالسلوك هي متغير فردي شخصي ويتم خلالها تقييم السلوك من جانب الشخص نفسه إن توظيف الرؤية في البحوث الإبداعية تتم بصورة تبدو لدى المبدع أن خلق وتكوين فرص عمل جديدة عملاً جازباً.

٣- المنهجية

إن البحث الراهن هو بحث مبدئي من حيث الهدف والغاية التي يسعى لتحقيقها. ومن حيث آلية جمع المعلومات يعد بحثاً ودراسة توصيفية لأن أياً من متغيرات البحث لا تخضع لتصرف الباحثين وتغييراتهم (سرمد، بازركان، & حجازي، ١٣٨٧م). وتم اختيار مجتمع البحث من الخبراء والمتخصصين ومدراء قطاع الطواقم البشرية في مصر تجارت وكذلك الموظفين باعتبارهم من يتلقون التعليم وذلك بهدف أخذ نموذج قصير واتجاه هادف.

وقد أجرى هذا البحث في إطار المنهج الكيفي كما أجريت مقابلات مع ١٨ متخصصاً وخبيراً في مجال تعليم الإبداع ومن بين موظفي البنوك بهدف جمع المعلومات اللازمة. كما خضع هؤلاء الخبراء الذين أجريت المقابلات معهم لتقييم وفق أصل كفاية البيانات. وقد وصلت كودات التي استخرجت من المقابلة السادسة عشر إلى حد الإشباع (Birks, Ysanne)

1. Gough
2. Caggiano, Akanazu, Furfari, & Hageman
3. Akanbi & Ofoegbu
4. Linan, Moriano and Zarnowska
5. Florin, Karri, & Rossiter
6. Krueger Jr et al

(Chapman, & FACMHN, 2014)، وإن إجراء مقابلات إضافية لا يؤدي إلى تشكيل كودات أكثر. ومع ذلك ومن أجل التأكيد والوصول إلى الإطمئنان واصلنا إجراء المقابلات حتى المقابلة الثامنة عشر. إن آليات جمع البيانات في هذه الدراسة هو البروتوكول الذي شكل وفق أدبيات البحث. وقد أيدت آراء سبعة خبراء جامعيين الصدق الصوري والمحتوائي لأدوات البحث. كما تم التأكد من صدق الاستمرارية لأدوات البحث عبر طريقة التوافق لكودين ١ وكانت نسبته معادلة لـ ٠.٨٦. وبعد جمع البيانات الكيفية وباستخدام طريقة الكودات المفتوحة والمحورية والانتخابية المستخلصة من طريقة اشتراوس وكوربين (1998)٢، وقد قمنا بتحليل البيانات المستخلصة من نتائج المقابلات. واستفدنا في هذا البحث من تقنية اطلس.تي.آي.٣، النسخة ٧.٥، للقيام بتحديد الكودات المذكورة.

كما تم عرض النماذج الأولية التي تم إحصاءها وفق نتائج البحث على عدد من أساتذة الجامعات والخبراء في مجال تعليم الإبداع وذلك لتقييم مصداقية النموذج وتحسينه المحتمل. وبعد إعادة النظر في النتائج الحاصلة تم رسم النموذج النهائي للبحث وأيد موافقته النسبية.

٤- النتائج

يظهر الجدول التالي خصائص المعرفة السكانية للمشاركين في هذه الدراسة

الجدول رقم ٢، خصائص المعرفة السكانية للمشاركين

الرقم	السن	الجنس	المرحلة الدراسية	سابقية العمل في المصروف (سنة)
١	٣٤	رجل	ماجستير	١٠
٢	٤١	رجل	دكتوراه	١٦
٣	٢٩	رجل	ماجستير	٦
٤	٣٤	رجل	ماجستير	٨
٥	٤٧	رجل	ماجستير	١٨
٦	٣٠	رجل	بكالوريوس	٨
٧	٥٤	رجل	دكتوراه	٢٩
٨	٤٧	رجل	دكتوراه	٢٢
٩	٣٧	امراة	ماجستير	١١

1. Inter-coder reliability
2. Strauss & Corbin
3. Atlas.ti V6

الرقم	السن	الجنس	المرحلة الدراسية	سابقة العمل في المصرف (سنة)
١٠	٣٩	رجل	بكالوريوس	١٢
١١	٤٢	رجل	ماجستير	١٦
١٢	٥٥	رجل	دكتوراه	٣٢
١٣	٣٦	امرأة	ماجستير	١٢
١٤	٣٨	رجل	بكالوريوس	١٥
١٥	٤٣	امرأة	ماجستير	١٧
١٦	٤٤	رجل	ماجستير	١٨
١٧	٣٦	رجل	ماجستير	١٤
١٨	٣٢	رجل	ماجستير	١٠

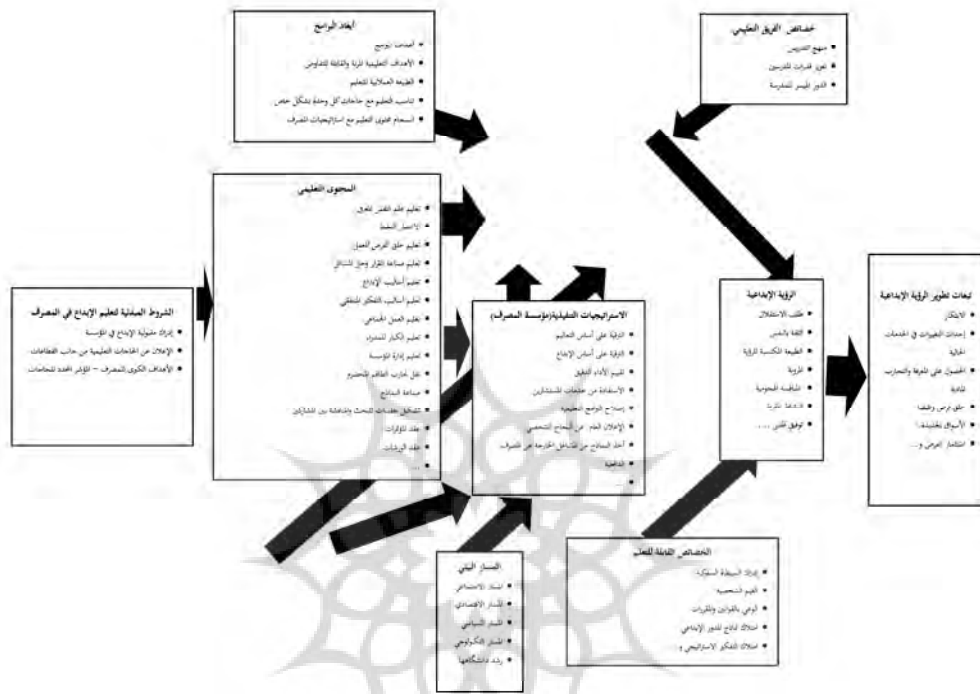
لقد تم جمع بيانات البحث بعد دراسة الجانب النظري في مجال تعليم الإبداع وإجراء مقابلات متعددة من المتخصصين والخبراء والنشطاء في مجال تعليم الإبداع والموارد الإنسانية في مصرف التجارة وكذلك خبراء الجامعات. ثم بدأنا مرحلة التقييم ووضع الكودات للمفاهيم والنتائج الحاصلة في ثلاث مراحل شملت مرحلة الكودات المفتوحة والكودات المحورية والكودات الانتخائية وتم تحديد أبعادها ومكونات النموذج التعليمي من أجل خلق رؤية إبداعية في مجال ريادة الأعمال بين موظفي قطاع المصارف. يظهر الجدول التالي المراحل الثلاثية لطريقة الكودات:

جدول رقم ٣: ملخص المراحل الثلاثية لطريقة الكودات

الكود المحوري	الكود المفتوح الكبير
الاستراتيجيات التعليمية (الظاهرة المحورية)	عرض تجريبي لبرامج تلفزيوني، تقديم تعاليم خاصة للطواقم المؤهلة، الاستفادة من التقنيات الإعلامية (سي - دي و ...)، بدء التعليم في مستويات الإدارة، توعية المشاركين بالحاجة التعليمي، تشكيل تقويم تعليمي، تحديث المحتوى التعليمي، تحديث التقويم التعليمي، توطين البرنامج الدراسي، استقطاب أساتذة مبتكرين، التعليم عبر طريقة الخطأ والمحاولة، التعليم بواسطة المدراء، تحديد المؤشرات العينية لنجاح التعليم، التركيز على عملية العرض، المشاركة الفاعلة للمتعلمين، تعديل وترميم البرامج، القيادة الذاتية للمشاركين، تحديد الأفراد المؤهلين، اعتبار الحوافز والدوافع الذاتية للأفراد، الدعائية التنافسية
الاستراتيجيات التنفيذية (مؤسسة المصرف) (الظاهرة المحورية)	الترقية على أساس التعليمات، الترقية على أساس الابتكار، تقييم الأداء الدقيق، الاستفادة من البرامج التعليمية، إصلاح البرامج التعليمية، إعلان عام للنجاح الشخصي، الاقتداء بالمشاغل خارج المصرف، الدافعية، ترتيب أولويات الحاجات التعليمية، تحديث السلامة الروحية والجسمية للموظفين، متابعة نتائج التعليم، التأكيد على

الكود المحوري	الكود المفتوح الكبير
	التمارين العملية، التشجيع والتزقية بعد القيام بالنشاطات الإبداعية، المصادقة على البرامج التعليمية على مستوى أمانات الدوائر، إدارة المعرفة، تعيين ممثل تعليمي في الوحدات البنكية، اجتماعات مع مدراء القطاعات والدوائر، رصد النشاطات الإبداعية، إشراك الأفراد في نتائج التنمية، مشاركة المدراء في كتابة البرامج، تحديد الحاجات التعليمية من الأعلى
المجال المؤسساتي (المصرف)	حرية عمل الموظفين، معايير العمل، أهمية الإبداع في المؤسسة، تنمية المؤسسة، طبيعة ماهية العمل الساحنة، الأعراف للمؤسسات الداعمة، دعم الإدارة من البرامج، تبعات الإبداع للأفراد، رؤية الإدارة إلى الإبداع،
الخصائص القابلة للتعليم	إدراك السيطرة السلوكية، القيم الشخصية، الإطلاع على القوانين والمقررات، امتلاك نموذج للدور الإبداعي، امتلاك رؤية استراتيجية، طريقة تعلم الأفراد، مهارة معرفة الواقع الموجود للأفراد، الرؤية الوظيفية للأفراد، القابلية المعرفية، النية الإبداعية في مجال زيادة الأعمال، إمكانية إدخال أفراد إلى الشبكات، إمكانية التفاوض، المعرفة الإبداعية،
الشروط المبدئية	وجود إدراك من المقبولية في الإبداع في المؤسسة، الإعلان عن الحاجة التعليمية من قبل القطاعات، الأهداف الكبرى للمصرف – مؤشر تحديد الحاجة، طلب التعاليم المؤسساتية على مستوى المجتمع، دخول الرؤية الإبداعية في مجال الإدارة
المحتوى التعليمي	تعاليم علم النفس المعرفي، الاختبار النشط، تعليم خلق الفرص والوظائف، تعليم صناعة القرار وحل المسائل، تعليم أساليب الإبداع، تعليم أساليب التفكير المنطقي، تعليم العمل الجماعي، تعليم كيفية تعليم الكبار للمدراء، تعليم الإدارة المؤسساتية، نقل تجارب الطاقم المخضرم، خلق النماذج، تشكيل جلسات للبحث والمناقشة بين المشاركين، عقد المؤتمرات، عقد الورشات، عقد المحاضرات والصفوف، تشكيل صفوف في العالم الافتراضي، امتلاك اتجاه في حل المسائل، امتلاك رؤية خارجية تجاه المصرف، تشكيل مسابقات بين البنوك، تشكيل اجتماعات مستمرة، التأكيد على الجانب الكيفي بدل الجانب الماهوي للمفاهيم، إنتاج المعرفة من جانب المشاركين، تعيين الأفق الوظيفية للأفراد، مهارات الحصول على المعلومات من المصادر المتعددة، المهارات البحثية وتحديد الفرص، المشاهدة التأملية، صناعة المفاهيم الذهنية، التنظيم الذهني، الدعم الأولي لبدء النشاط الإبداعي
الرؤية الإبداعية في مجال ريادة الأعمال	طلب الاستقلال، الثقة بالنفس، الطبعية المكتسبة للرؤية، المرونة، المنافسة الهجومية، النشاط المفرط، البحث عن النجاح، تحمل المسؤولية الشخصية، عزلة النفس، السطورة الشخصية، مركز السطورة الذاتية، المشاغل الذاتية، المخاطرة المعتدلة، الاستعداد الذهني، الخلفية السلوكية، الرؤية الإيجابية
أبعاد البرامج	أهداف البرامج، الأهداف التعليمية المرنة والقابلة للتفاوض، عملائية التعليم، تناسب التعليم مع حاجات كل وحدة بشكل خاص، انسجام محتوى التعليم مع استراتيجيات المصرف
تبعات تطوير الرؤية الإبداعية	الابتكار، إحداث التغييرات في الخدمات الحالية، كسب المعرفة والتجارب المادية، خلق المهارات الوظيفية، الأسواق الجديدة، استثمار الفرص، الخدمات الجديدة، خلق القيمة المضافة، تحديد الفرص، التنمية الفردية، أهداف للتعليم
المسار البيئي	المسار الاجتماعي، المسار الاقتصادي، المسار السياسي، المسار التكنولوجي، تنمية الجامعات
تركيب وخصائص شبه التعليمية	منهج التدريس، تعزيز قدرات المدرسين، الدور الميسر للمدرس

يبين الرسم البياني التالي ملخصا للنموذج المعرف:



٥- مناقشة النتائج

إن البحث الراهن حاول أن يقدم نموذجاً قائماً على التعليم من أجل خلق وتعزيز رؤية إبداعية لدى موظفي مصرف تجارت. إن نتائج البحث أظهرت أن بعض العوامل تعد عوامل مبدئية وضرورية لتقدم مثل هذه التعليم والتدريبات. وهذه العوامل كانت مثل: إدراك المقبولية في الإبداع في المؤسسة، الإعلان عن الحاجة التعليمية من جانب القطاعات، الأهداف الكبرى للمصرف (باعتباره مؤشراً لتحديد الحاجات، طلب التعليم المؤسساتي على مستوى المجتمع وكذلك دخول الرؤية الإبداعية في مجال الإدارة. الحاجة إلى التعليم، والمقبولية التي يتم من خلالها فهم مثل هذه التعليمات يمكن الحصول عليها ضمن الإطار السلوكي المزمع لأجزن. حسب رأي آجزن (٢٠٠٢م) فإن الرؤية في مجال الإبداع تعني أن يتصور الشخص سلوكاً إبداعياً مع التبعات ذات القيمة والمصلحة. بعبارة أخرى فإن إضافة على صيرورة السلوك فإن المقبولية في رفع الحاجات أو الأهداف المحددة يتم معرفتها (Ajzen, 2002).

وفي ما يلي سنأتي بنماذج مما جاء في المقابلات مرفقة بالكودات التي استخرجت من هذه المقابلات

الجدول رقم ٤ : نماذج حوارية ومفاهيم مرقمة

العناوين	النماذج الحوارية	المفاهيم المستخرجة
الاستراتيجيات التعليمية (الظاهرة المحورية)	«أعتقد أن أهم قضية في ما يتعلق بكيفية تعلم الزملاء للتعاليم اللازمة هي أن نظهر نوعاً من الشعور بالرغبة في النجاح والتنافس بينهم». المقالة رقم ٤ «...في هذا الصدد يجب الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي بأفضل طريقة ممكنة. كما يجب تحديد الأطراف المؤهلة وأن يتلقوا التعاليم والتدريبات اللازمة من أجل تطوير الروح الإبداعية لديهم». المقالة رقم ٨ «نحن في المصرف نسعى في أن نبدأ تعليم الموظفين من المستويات العالية. في الواقع أن وجود اتجاه تعليمي من الأعلى إلى الأسفل في التعليم يؤدي إلى أن نربي مدراء عاليين بقدرات عالية ونتيجة لذلك نجد المشاركون الآخرون قدرات أفضل في البرامج وذلك يرجع كون المدراء لهم قدرات في هذه البرامج». المقالة رقم ١٢	تقدم تعاليم خاصة إلى الأفراد المؤهلين والاستفادة من التقنيات الإعلامية (سي دي و...)، بدء التعليم من المستويات العليا توعية المشاركين بالحاجات التعليمية، تعلم الكبار عبر المدراء، القيادة الذاتية للمشاركين
الاستراتيجيات التنفيذية (الظاهرة المحورية)	«نسعى عبر التعليمات التي نعرضها على الموظفين أن نعتمد تماماً على نتائج التعليم لنرى هل أدت العمليات التعليمية في المصرف إلى خلق روح الإبداع في العملية الوظيفية أو إنتاج الموظف أو المدير. وسنعطي الامتيازات للموظفين على أساس هذه النتائج بالتحديد». المقالة رقم ٦ «إن المصرف وعبر تطبيق أنظمة الإدارة المعرفية يسعى إلى الحصول على غاية الاستفادة وتوظيف معرفة الموظفين في البنوك» المقالة رقم ٨ «عندما كنا نطبق منهج إدارة المعرفة لإشراك معرفة الموظفين لم يحدث بعد ذلك العملية التكرارية في المؤسسة. وتسجل الأخطاء والدروس المعلمة في المؤسسة وهذا من شأنه أن يمنع تكرار الأخطاء». المقالة رقم ١٣	الترقية على أساس التعاليم التي أعطيت، الترقية على أساس الإبداع الآثار المترتبة على الإبداع، ردود أفعال الموظفين، توثيق الإجراءات الإبداعية، توثيق التجارب الشخصية، توثيق الأخطاء
التمهيد المؤسساتي (المصرف)	«القضية المهمة هنا تتمثل في النسبة من الحرية التي يعطيها المصرف للموظفين من أجل الحركة والسير إلى الأمام» المقالة رقم ١٤ «إن مصرفنا هو مصرف تكون كلمة المبدعين هي الكلمة العليا فيه. إن نسبة التأثير التي يستطيع الموظف أن يتركها في العملية الوظيفية وتقدم الخدمات إلى الزبائن أمر بالغ الأهمية. قد يحدث أن يراجع المشتري إلى أحد الموظفين وبسبب طريقة تعامل الموظف معه ومع قضيته يصبح هذا الشخص زبوناً مستمراً ويستفيد من خدمات المصرف في المرات القادمة أيضاً. وهذا يدل على أهمية اغتنام الفرص من جانب الموظفين. وأعتقد أن مهمة الموارد الإنسانية هي أن يعلموا الموظفين التعاليم والتدريبات التي تساعد على تعزيز وتقوية التوجهات	حرية عمل الموظفين، معايير العمل، أهمية الإبداع في المؤسسة، التنمية المؤسساتية، الطبيعة المتشابهة لماهية العمل، الأعراف المؤسساتية الحامية، حماية المدراء العاملين للبرامج

العناوين	النماذج الحوارية	المفاهيم المستخرجة
الخصائص القابلة للتعلم	الإبداعية لديهم» المقابلة رقم ١٥ «يجب أن يكون الموظفون قادرين على بناء العلاقات مع الموظفين الآخرين ومع الزبائن». المقابلة رقم ١٥ «يبدو أنه كلما كان الموظفون قادرين على بناء العلاقات مع الزبائن وكانت لديهم روح تفاوضية إبداعية كلما كانت هناك فرص إبداعية لدى المصرف وفي النهاية تكتسب ثقة المشتري...» المقابلة رقم ١٢ و ١٤	إمكانية دمج الفرد في الشبكة، إمكانية التفاوض، المعرفة الإبداعية
الشروط المسبقة	«يجب أن تتعرف المصارف عبر برامج استطلاعية على الحاجات على أهمية التعليم». المقابلة رقم ٧ «إن أحد أهم التحولات في المجال الإنساني للمصرف هي أن المدراء باتوا أكثر إدراكا لأهمية الرؤية والتفكير الإبداعي، وهذا ساق إلى نوع من الأسلوب الذي يحث الموظفين على روح وسلوك إبداعية». المقابلة رقم ٦ «في الغالب تعلن المصارف عن حاجاتها التعليمية إلى المراكز...». المقابلة رقم ٩	الإعلان عن الحاجات التعليمية من جانب القطاعات الأهداف الكبرى للمصرف - مؤشر تحديد الحاجات، طلبات التعليمات المؤسساتية على مستوى المجتمع، دخول الرؤية الإبداعية إلى قطاع الإدارة
المحتوى التعليمي	«من ضمن أهداف التعليم الذي يقدم للموظفين هو تنمية القدرات الإبداعية لديهم وتعريفهم بطريقة حل المسائل والسير نحو الإبداع» المقابلة رقم ١٠ «نحن نحاول أن نجعل الأشخاص المختارين كمنادج في هذه البرامج التعليمية...». المقابلة رقم ١٣ «في كل يوم لدينا جلسات للمناقشة ونبحث القضايا مع بعضنا البعض». المقابلة رقم ٧	تعليم أساليب التفكير المنطقي تعليم العمل الجماعي، صناعة النماذج، تشكيل جلسات للبحث والمناقشة بين المشاركين
الرؤية الإبداعية	«أنا أدير كافة القضايا المتعلقة بعملية حول محورية أفكاره وهذا أدى إلى أن تتكون لدي ثقة عالية بالنفس في القضايا المستجدة» المقابلة رقم ٦ «أحاول أن أظهر إدارة أفضل من جانبي في الأوقات المتأزمة في المصرف...» المقابلة رقم ٩ «أحاول أن أبدع قدر الإمكان في عملي إلى حد لا تكون له تبعات سلبية تجاه المشتري» المقابلة رقم ١١	البحث عن النجاح في تحمل المسؤولية الشخصية عزة النفس السيطرة الشخصية مركز السيطرة الذاتية التعلم الذاتي المخاطرة المعتدلة
أبعاد البرامج	«يسعى مصرف تجارت أن يقدم التعليمات والتدريبات بشكل عملي يؤدي إلى نتائج إيجابية للمصرف» المقابلة رقم ٢ «إن الشيء الهام هنا هو أن نغير العناوين الرئيسية للتدريبات بشكل متناسب مع أهداف وغايات المصرف» المقابلة رقم ١٣	مرحلة التعليم ملاءمة التعليم مع حاجات كل وحدة على نحو خاص تناسق محتوى التعميم مع استراتيجيات

العناوين	النماذج الحوارية	المفاهيم المستخرجة
	«... في تقدم التعاليم والتعاريف للعناوين الرئيسية يتم الاهتمام بمجالات الموظفين في المصرف» المقابلة رقم ١٥	البنك
تبعات تطوير الرؤية الإبداعية	«يقدم الموظفون على النشاطات الإبداعية ... المقابلة رقم ٥ «... تساعدنا التدريبات كثيرا أن نتخذ القرارات الصحيحة في الأوقات المتأزمة وهذا يساعدنا على حل المسائل، وقد جرت شخصا عدة حالات استطعت أن أحل المسائل بسبب التدريبات التي قدمها المدير والمصرف» المقابلة رقم ٨	كسب المعرفة والتجارب المادية، خلق المهارات الوظيفية، التنمية الفردية، تحديد الأهداف التعليمية
المسار البيئي	«إن امتلاك المصارف لشبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت يساعد كثيرا العملية التعليمية» المقابلة رقم ١٢ « إن السياسات المصرفية تحدد ماهية التدريبات والأهداف التي يجب أن تقدم» المقابلة رقم ٦	المسار السياسي، المسار التكنولوجي
تركيب وخصائص الفريق التعليمي	«نُحْتار المدرسين بدقة متناهية، منذ ركزت سياسات الموارد الإنسانية في المصرف على التدريبات الإبداعية وعقد الورشات المنمية للأفكار اخترنا فريقا متخصصا ... وكانت النتائج ملحوظة بشكل كبير» المقابلة رقم ٩ «عندما شاركت في عدد من الدورات التدريبية للمصرف والتي كانت تختلف قليلا عن التدريبات السابقة تعرفت على المفاهيم المنمية للأفكار والرؤى وهذا أثر كثيرا على فكري. وإذا أردت أن أذكر مثلا واضحا في هذا الصدد هو أن مدرسي أحد الدورات قال لنا إنكم لستم موظفي المصرف داخل المصرف فقط حتى في النادي الرياضي أنتم تمثلون المصرف! وهذه العقلية استطعت حتى الآن جذب العديد من الزبائن للمصرف وذلك في أماكن مثل الملعب والمسبح لأنني توصلت إلى هذه القناعة والتي تقول لي إنني قادر على التغيير في المصرف» المقابلة رقم ١١	منهج التدريس، تعزيز قدرات المدرسين، الدور الميسر للمدرس

إن التعاليم المذكور تستطيع أن تشمل نطاقا واسعا من المحتوى. في محتوى هذه التدريبات نجد مفاهيم مختلفة مثل تعليم علم النفس المعرفي، الاختبار النشط، تعليم خلق فرض عمل، تعليم صناعة القرار وحل المسائل، تعليم الأساليب والمناهج الإبداعية، تعليم أساليب التفكير المنطقي، تعليم العمل الجماعي، تعليم كيفية تعليم الكبار للمدراء، تعليم إدارة المؤسسة، نقل تجارب الطواقم المخضرمة، صناعة النماذج، تشكيل جلسات للبحث والمناقشة بين المشاركين، عقد المؤتمرات وكذلك عقد الورشات. وبعض هذه المفاهيم مثل مفهوم صناعة القرارات له خلفية في البحوث السابق ذكرها (Sánchez-Báez et al., 2018) لكن باقي المفاهيم هي من النتائج التي تحصلت في هذه الدراسة.

في هذه الدراسة كذلك تم تحديد أبعاد البرامج التعليمي مثل: أهداف البرامج، وأهداف التعليم المرن والقابل للتفاوض، والطبيعة العمالية للتعليم، تناسب التعليم لحاجات كل وحدة بشكل خاص، وانسجام محتوى التعليم مع أهداف واستراتيجيات المصرف. إن أهداف البرامج تمت الإشارة إليها في الأدب النظري للبحث (برغ وآخرون¹، ١٩٧٣؛ غولدر، بيتز، وودكر ك پول و سيكما²، ١٩٧٢) وتم تفسير الحاجة في الإطار الذي قدمه ولكن مع ذلك فإن الأبعاد الأخرى للبرامج لاسيما الطبيعة العمالية لمثل هذه التدريبات هي من نتائج هذه الدراسة.

في هذه الدراسة كذلك تم تحديد الاستراتيجيات التعليمية مثل: تقديم عرض تجريبي للبرامج التعليمية، تقديم التعليم والتدريبات الخاصة للأفراد المؤهلين، الاستفادة من التقنيات الإعلامية (سي - دي و...)، بدء التعليم من المستويات العالية والمديرية وتوعية المشاركين بالحاجات التعليمية. وكانت هذه الاستراتيجيات التعليمية مع الاستراتيجيات الإجرائية (المصرف) مشتملة على: الترقية على أساس التعليم والدورات التي تتخذ، الترقية على أساس الإبداع، تقييم الأداء الدقيق، الاستفادة من خدمات الاستشاريين، إصلاح البرامج التعليمية، الإعلان العام عن النجاحات الشخصية، أخذ النماذج من المشاغل الخارجة عن المصرف، الدافعية، وهذه كلها متأثرة بالبيئات الرئيسية (المسار الاجتماعي، والمسار السياسي، والمسار التكنولوجي، والمسار الاقتصادي، وتنمية الجامعات والمجالات المؤسساتية (المصرف) مثل: حرية عمل الموظفين، معايير العمل، أهمية الإبداع في المؤسسة، تنمية المؤسسة، الطبيعة المتشابهة للعمل، الأعراف المؤسساتية الداعمة، حماية المدراء العامين وهي أمور تؤدي إلى تطوير الرؤية الإبداعية. إن تطوير الرؤية الإبداعية أيضا ويتأثر من خصائص المتعلمين (نظير: وجود درك للسيطرة التكنولوجية، القيم الشخصية، الوعي بالقوانين والمقررات، امتلاك نموذج للدور الإبداعي وامتلاك التفكير الاستراتيجي) يؤدي إلى نتائج مثل: الإبداع، إحداث تغيير في الخدمات الحالية، كسب المعرفة والتجارب المادية، خلق المهارات الوظيفية، والأسواق الجديدة واستثمار الفرص.

٦- المقترحات

٦-١- مقترحات البحث

سنشير في ما يلي إلى بعض المقترحات التي نقدمها بعد الانتهاء من ذكر نتائج البحث:

- تقترح الدراسة أن تتم دراسة الالتزامات الإجرائية للبرامج التعليمي في المستويات العمالية ومستويات الإدارة.
- تقترح الدراسة أن يتم استخراج المؤشرات المفتاحية التي تم تحديدها في النموذج وذلك بالرؤية الكمية لكي يتيسر استخدام الاستراتيجيات التنفيذية والتعليم من أجل تطوير الرؤية الإبداعية للموظفين في قطاع المصارف.

1. Berghe et al

2. Gelder, Peters, Oudkerk Pool, & Sixma

٦-٢- المقترحات الوظيفية

- يتم التأكيد على أهمية النشاطات الإبداعية في مؤسسة المصارف من جانب النظام الإداري.
- أن يتم مطابقة أهداف البرامج التعليمية للأهداف الكبرى للمصرف.
- أن يتم تنظيم المحتوى التعليمي وبتفكيك كل وحدة تخصصية على أساس الحاجات الخاصة لكل وحدة.
- أن يفوض الموظفون معايير القيام بالأعمال في مؤسسة المصرف وان يعطى الموظفون نوعاً من الحرية في النشاطات الإبداعية.
- الآثار المترتبة على إجراء الدورات التدريبية من أجل إصلاحها

المصادر و المراجع

١. سرمد، ز.، بازركان، ع. & حجازي، ا. (١٣٨٧ش). روش های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر آگاه

References:

Persian

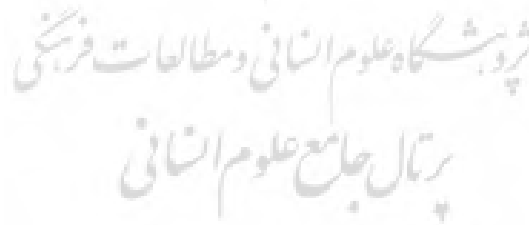
- [1] Sarmad, Z., Bazargan, A., Hejazi, A., (2008). *Research Methods in Behavioral Science*. Tehran: Agahe.

English

- [1] Ajzen, I., (2002). Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), Pp. 665-683.
- [2] Akanbi, P. A., & Ofoegbu, O. E., (2011). An Examination of the Influence of Some Selected Situational Factors on Entrepreneurial Intentions in Nigeria. *International Business and Management*, 3(1), Pp. 189-196.
- [3] April, W. I., (2015). The Spirit of Entrepreneurial Education in Namibia—An Exploratory Study. In *Entrepreneurship Education and Training*: IntechOpen.
- [4] Azizi, M., & Mahmoudi, R., (2019). Learning Outcomes of Entrepreneurship Education: Entrepreneurship Education for Knowing, Doing, Being, and Living Together. *Journal of Education for Business*, 94(3), Pp. 148-156.
- [5] Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C., (2018). Entrepreneurial Intention among Engineering Students: The Role of Entrepreneurship Education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), Pp. 53-61.
- [6] Birks, M., Ysanne Chapman, R., & Facmhn, B., (2014). Doing Grounded Theory: Experiences from a Study on Designing Undergraduate Nursing

- Curricula in Australia. In: Emerson, Tod S., (ed.) *New Developments in Nursing Education Research: Nursing Issues, Problems and Challenges*. New York: Nova, Pp. 41-59.
- [7] Caggiano, V., Akanazu, H., Furfari, A., & Hageman, A., (2016). Entrepreneurship Education: A Global Evaluation of Entrepreneurial Attitudes and Values (a Transcultural Study). *Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies (ECPS Journal)*, 1(14), Pp. 57-81.
- [8] Czuchry, A. J., & Yasin, M. M., (2008). International Entrepreneurship: the Influence of Culture on Teaching and Learning Styles. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 1.
- [9] Florin, J., Karri, R., & Rossiter, N., (2007). Fostering Entrepreneurial Drive in Business Education: An Attitudinal Approach. *Journal of Management Education*, 31(1), Pp. 17-42.
- [10] Gough, V., (2019). Relationships Between Entrepreneurial Attitudes and Intentions in an Experiential Education. *The Journal of Business Inquiry*, 18(2), Pp. 100-119.
- [11] Kaur, K., & Sharma, L., (2019). Construction and Validation of Entrepreneurship Attitude Orientation Scale (EAOS). *Research Journal of Social Sciences*, 11(7).
- [12] Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L., (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), Pp. 411-432.
- [13] Kusmintarti, A., Asdani, A., & Riwijanti, N. I., (2017). The Relationship between Creativity, Entrepreneurial Attitude and Entrepreneurial Intention (Case Study on the Students of State Polytechnic Malang). *International Journal of Trade and Global Markets*, 10(1), Pp. 28-36.
- [14] Lackéus, M., (2017). Does Entrepreneurial Education Trigger More or Less Neoliberalism in Education? *Education+ Training*, 59(6).
- [15] Liguori, E., Corbin, R., Lackeus, M., & Solomon, S. J. (2019). Under-researched Domains in Entrepreneurship and Enterprise Education: Primary School, Community Colleges and Vocational Education and Training Programs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(2), Pp. 182-189.
- [16] Neck, H. M., & Corbett, A. C., (2018). The Scholarship of Teaching and Learning Entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), Pp. 8-41.
- [17] Phan, P. H., Wong, P. K., & Wang, C. K., (2002). Antecedents to Entrepreneurship among University Students in Singapore: Beliefs, Attitudes and Background. *Journal of Enterprising Culture*, 10(02), Pp. 151-174.

- [18] Rauch, A., & Hulsink, W., (2015). Putting Entrepreneurship Education where the Intention to Act Lies: An Investigation into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), Pp. 187-204.
- [19] Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K., (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), Pp. 13-32.
- [20] Sánchez-Báez, E. A., Fernández-Serrano, J., & Romero, I., (2018). Personal Values and Entrepreneurial Attitude as Intellectual Capital: Impact on Innovation in Small Enterprises. *The Amfiteatru Economic Journal*, 20(49), Pp. 771-771.
- [21] Shariff, M. N. M., & Saud, M. B., (2009). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management* (٤)٤ Pp. ١٢٩-135.
- [22] Stamboulis, Y., & Barlas, A., (2014). Entrepreneurship Education Impact on Student Attitudes. *The International Journal of Management Education*, 12(3), Pp. 365-373.



ارائه مدل آموزشی جهت ایجاد نگرش کارآفرینانه در بین کارکنان صنعت بانکداری

پریسا ترکی^۱، سید رسول حسینی^{۲*}، بدیع زاده^۳

۱. دانش‌آموخته دکتری تخصصی کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، گروه کارآفرینی، قزوین، ایران

۲. استادیار دانشگاه فرهنگیان، مدیریت آموزشی، تهران، ایران

۳. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه مدیریت صنعتی، قزوین، ایران

چکیده

پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدلی آموزشی جهت ایجاد نگرش کارآفرینانه در بین کارکنان بانک تجارت بوده است. از آنجائی که آموزش کارآفرینی منجر به افزایش درک مثبت از کارآفرینی از قبیل نگرش‌های افراد می‌شود، مطالعه حاضر به دنبال تقویت نگرش‌های کارآفرینانه در بین کارکنان بانک از طریق ارائه آموزش می‌باشد. مطالعه حاضر با اتخاذ رویکرد کیفی از نوع نظریه داده بنیاد، از طریق نمونه‌گیری هدفمند و گردآوری داده‌ها از بین ۱۸ نفر از خبرگان فعال در بانک تجارت و همچنین خبرگان حوزه آموزش و منابع انسانی بانک صورت گرفته است. همچنین، داده‌ها با استفاده از ابزار مصاحبه طی سه مرحله کدگذاری رایج در رویکرد اشتروس و کوربین مورد تحلیل قرار گرفته است. یافته‌های این مطالعه منتج به مدلی گردیده است که نشان می‌دهد در صورت تحقق پیش شرط‌های آموزش کارآفرینی در بانک و به کارگیری محتوایی مشخص، همچنین اجرای راهبردهای آموزشی در کنار راهبردهای اجرایی، که تحت تاثیر بستر محیطی و زمینه سازمانی بانک قرار دارند، نگرش کارآفرینانه ارتقاء یافته و از آن طریق پیامدهایی مانند نوآوری، ایجاد تغییرات در خدمات فعلی، ایجاد مهارت‌های شغلی، دستیابی به بازارهای جدید و همین‌طور بهره‌برداری موفقیت آمیز از فرصت‌های پیش‌رو برای بانک فراهم می‌آید. مشارکت نظری عمده این پژوهش عبارت است از شناسایی راهبردهای آموزشی - اجرایی که در صنعت بانکداری منجر به ایجاد و تقویت نگرش‌های کارآفرینانه در بین کارکنان می‌گردد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه

* Corresponding Author's E-mail: hosseinirasul@cfu.ac.ir

An Educational Model for Creating Entrepreneurial Attitudes among Employees of the Banking Industry

Parisa Torki¹, Seyd Rasul Hoseini^{2*}, Ali Badihe Zade³

1. Graduate Doctor of Entrepreneurship, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Qazvin, Iran
2. Assistant Professor, Department of Educational Management, Farhangian University, Tehran, Iran
3. Assistant Professor of Islamic Azad University, Qazvin Branch, Industrial Management Group, Qazvin, Iran

Abstract

This study is aimed at developing a training model to foster entrepreneurial attitudes among bank employees. Since entrepreneurship education leads to a positive perception of entrepreneurship such as the attitudes of individuals, the present study seeks to enhance entrepreneurial attitudes among bank employees by providing training. This study, by using a qualitative approach based on Grounded theory, was conducted through theoretical sampling and data gathering from among 18 experts in Iranian Bank-e-Tejarat as well as experts in Banking Education and Human Resources. Also, the data were analyzed using interview tools during three common coding steps in the Strauss and Corbin approach. The resulted model proposes, provided that preconditions of entrepreneurship education are at hand, and using a specific educational content, and applying both educational and executive strategies identified in this study that are affected by the executive and macro-level environment, the level of entrepreneurial attitudes in organization improves. This improvement leads to innovations, change in existing services, gaining job skills by employees, new market entries and successful exploitation of opportunities appear for the bank. The major theoretical contribution of this study is to identify training-executive strategies that lead to the creation and strengthening of entrepreneurial attitudes among employees in the banking industry.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial Education; Entrepreneurial Attitude

* Corresponding Author's E-mail: hosseinirasul@cfu.ac.ir