

Identifying the Components of Organizational Entrepreneurship Affecting the Modern Banking System

Zahra Haghroosta

Ayatollah Momayez *

Jalal Haghghat Monfared

PhD student of Entrepreneurship Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Assistant Professor of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.

Assistant Professor of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

The implementation of the organizational entrepreneurship process in the banking system creates added value for customers and creates innovative services. This study identifies dimensions and factors affecting the organizational entrepreneurship in the modern banking system. The research is applied in terms of purpose and descriptive in terms of method. Data is obtained from two methods of document study and Delphi technique. First, 30 experts in the field of study were identified based on their field and degree, and finally 23 were selected using sampling method. With using Delphi method in four stages, their views were extracted and refined. Based on the output of the analysis, the effective components on organizational entrepreneurship in the country's banking system include 4 dimensions of entrepreneurship, modern banking, organizational entrepreneurship and values, and 13 components. The findings show that the highest level of experts' agreement is in the dimension of entrepreneurship: creation, implementation and exploitation of ideas, in the dimension of organizational entrepreneurship: people, innovation, goals and the environment, in the dimension of modern banking: information technology, skills of human resources, diversity of services and in the dimension of Values: the values that govern society and the organization. The identified components are able to provide the field of entrepreneurship in the modern banking system and improve their performance, and enables banks to evaluate their position in the organizational entrepreneurship process.


Key Words: Banking, Organizational Entrepreneurship, Innovation, Delphi-Fuzzy Technique.

* Corresponding Author: amomayez@ut.ac.ir

How to Cite: Haghroosta, Z; Momayez, A; Haghghat Monfared, J. (2022). Identify the Organizational Entrepreneurship Components Influencing on the New Banking System, *Journal of Social Development and Welfare Planning*, 14 (51), 77-103.

شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بر نظام بانکداری نوین


دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی واحد تهران مرکزی، دانشگاه
آزاد اسلامی، تهران، ایران.

زهرا حق روستا 

استادیار کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

آیت اله ممیز* 

استادیار مدیریت واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

جلال حقیقت منفرد 

چکیده

پایه‌سازی فرآیند کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری سبب ایجاد ارزش افزوده برای مشتریان و خلق خدمات نوآورانه می‌شود. پژوهش حاضر باهدف اجرای فرآیند کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری، به شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری نوین می‌پردازد. پژوهش برحسب هدف، کاربردی و از نظر نوع روش پژوهش، توصیفی است. اطلاعات از دو روش مطالعه اسنادی و تکنیک دلفی به‌دست آمده است. ابتدا ۳۰ نفر از خبرگان حوزه مورد مطالعه بر اساس رشته و مدرک تحصیلی شناسایی شدند که در نهایت ۲۳ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی انتخاب و با استفاده از روش دلفی فازی در چهار مرحله دیدگاه‌های آن‌ها استخراج و مورد پالایش قرار گرفت. بر اساس خروجی تحلیل، مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری کشور، شامل ۴ بعد کارآفرینی، بانکداری نوین، کارآفرینی سازمانی و ارزش‌ها و ارزش‌ها و ۱۳ مؤلفه است. یافته‌ها نشان می‌دهد بیشترین میزان موافقت خبرگان در بعد کارآفرینی: خلق، اجرا و بهره‌برداری از ایده، در بعد کارآفرینی سازمانی: افراد، نوآوری، اهداف، ساختار و محیط، در بعد بانکداری نوین: فناوری اطلاعات، مهارت نیروی انسانی، تنوع خدمات و در بعد ارزش‌ها: ارزش‌های حاکم بر جامعه و سازمان می‌باشند. مؤلفه‌های شناسایی شده قادر است زمینه کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری نوین را فراهم نموده، عملکرد آن‌ها را بهبود ببخشد؛ و بانک‌ها را قادر سازد تا موقعیت خود را در فرآیند کارآفرینی سازمانی مورد ارزیابی قرار دهند.

واژه‌های کلیدی: بانکداری، کارآفرینی سازمانی، نوآوری، تکنیک دلفی-فازی.

مقدمه

با افزایش سریع تحولات جهانی و گذر از جامعه سنتی به جامعه اطلاعاتی، توجه به راهبردهای جدید به منظور استفاده بهینه از فرصت‌ها و ارزش‌های جدید، نظام بانکی را بیش‌ازپیش ملزم به تحول نموده است. امروزه گرایش به کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهبردهای جدید در سازمان‌ها محسوب می‌شود. در این راستا، شناخت وضعیت گرایش به کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن از اهمیت بالایی برخوردار است تا با تقویت نوآور بودن، ابتکار عمل و ریسک‌پذیری شرایط ورود مؤثر به فرایند کارآفرینی توسط بانک‌ها فراهم شود.

وجود مشکلات و معضلات متعدد نظام بانکداری نظیر ناتوانی در جلب رضایت مشتریان، ناکارآمدی در اجرای سیاست‌های رونق اقتصادی، افزایش مطالبات معوق، پایین بودن سطح بهره‌وری، نداشتن مزیت رقابتی و مشابه بودن خدمات و تأثیر مستقیم و غیرمستقیم این ناکارآمدی بر ابعاد مختلف زندگی مردم از یک‌سو و ظهور مؤسسات غیر پولی ارائه‌دهنده خدمات بانکی و انتشار سریع پول‌های دیجیتالی بدون پشتوانه نظیر بیت کوین، اتریوم، ریپل و... از سوی دیگر ضرورت حرکت نظام بانکی به سمت تغییر و تحول بنیادی را فراهم نموده است.

به نظر می‌رسد پیاده‌سازی فرآیند کارآفرینی سازمانی در نظام بانکی راه‌حلی است که بانک‌ها را قادر می‌سازد با تبدیل خدمات نوآورانه خود به کسب‌وکارهای جدید، بدون توجه به محدودیت‌های زمانی و مکانی، برای مشتریان ارزش‌افزوده ایجاد نموده و از این طریق به اهداف سازمانی خود نائل شوند. برای انجام این مهم، طراحی الگوی بومی کارآفرینی سازمانی در نظام بانکی کشور ضروری به نظر می‌آید. بر اساس این الگو، کارکنان خلاق و نوآور شبکه بانکی شناسایی و ترغیب می‌شوند تا در چارچوب بانکداری بدون ربا خدمات جدیدی را طراحی نموده و به طیف گسترده‌ای از مشتریان بالقوه و بالفعل خود ارائه نمایند. گستره و سهولت این نوع کسب‌وکار موجب جلب و افزایش رضایت مشتری و ترغیب آن‌ها به خرید مجدد و در نتیجه باعث سودآوری بانک‌ها می‌شود

که در نهایت رشد و توسعه اقتصادی کشور را به همراه خواهد داشت. گام اول در طراحی الگوی بومی، شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری کشور است.

نهادهای مالی و بانک‌ها در ایران نمی‌توانند از این واقعیت غافل باشند که در یک بازار رقابتی جهانی منابع مالی به راحتی قابل دسترسی نیست. بنابراین نهادهای مالی و بانک‌ها برای انجام عملیات بانکی بر طبق استانداردهای جهانی نیاز به ایجاد اصلاحات اساسی در ساختار خود دارند و این امر مستلزم ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در سازمان است.

با توجه به فقدان پژوهشی جامع در زمینه پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری کشور، اهمیت اصلی این پژوهش در گسترش ادبیات و توسعه دانش و نیز شناسایی و بومی کردن متغیرهای مؤثر بر این حوزه است. این امر، مدیران ارشد را به فراهم نمودن زیرساخت‌ها و الزامات استقرار کارآفرینی سازمانی در نظام بانکی جلب نموده و موجبات تحول و ارتقای نظام بانکداری کشور را فراهم می‌آورد. از این رو، این مقاله قصد دارد عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را شناسایی کند و به دنبال پاسخ این پرسش است که ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری کدام‌اند؟

برای پاسخ به پرسش یادشده، ابتدا به مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته می‌شود؛ سپس روش پژوهش که مبتنی بر تکنیک دلفی-فازی است ارائه می‌گردد. پس از شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری بر اساس گام‌های تکنیک دلفی-فازی، جمع‌بندی و نتیجه‌گیری مطرح می‌شود.

پیشینه پژوهش

درباره ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی نظیر نوآوری، ابتکار عمل و مخاطره‌پذیری پژوهش‌های متعددی انجام شده است اما عوامل کارآفرینی در سازمان‌ها به‌ویژه شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد آن در بخش دولتی و به‌ویژه بانک‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در ادامه به تعدادی از این مطالعات اشاره می‌شود.

سیدی و نکوئی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی کارآفرینی سازمانی کارکنان (مطالعه موردی: شعب بانک ملی شهر کرمان)» به بررسی کارآفرینی سازمانی در میان کارکنان شعب بانک ملی شهر کرمان پرداختند. تحلیل استنباطی داده‌ها نشان داد که از بین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی حمایت مدیر از کارکنان و در دسترس بودن زمان کارکنان بیشترین امتیاز را در بین دیگر مؤلفه‌ها به دست آورده‌اند (سیدی و نکوئی، ۱۳۹۳: ۱۷۶).

درویش و همکاران (۱۳۹۰) عوامل مؤثر بر گرایش به کارآفرینی در بانک‌های خصوصی ایران را مورد پژوهش قرار داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که حمایت مدیریت عالی و نظام پاداش کارآمد بیشترین نقش را در توسعه گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور داشته و عواملی نظیر برقراری روابط سازنده بین سازمانی، عدم تمرکز و رسمیت در مرحله بعدی می‌تواند گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور را تقویت نماید (درویش و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۹).

هاردواج^۱ و مالهترا^۲ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «استراتژی‌های بانکداری سبز: توسعه پایدار کارآفرینی سازمانی» بانکداری سبز را معرفی نمودند. بانکداری سبز نه تنها به سبز کردن صنایع کمک می‌کند، بلکه بهبود کیفیت دارایی را نیز تسهیل می‌کند. هدف از این مقاله مطالعه الگوهای مختلف فعالیت‌های بانکداری سبز می‌باشد که هند اتخاذ نموده است. در این پژوهش مؤلفه‌های کارآفرینی ایده پردازی، ریسک‌پذیری، فرصت‌طلبی و پیشگامی معرفی شدند همچنین عوامل فرهنگ سازمانی، حمایت مدیران اهداف و استراتژی‌های سازمان و اندازه سازمان به‌عنوان عوامل مهم در ایجاد کارآفرینی سازمانی بیان شده‌اند (Bhardwaj & Malhotra, 2013: 180).

توماس و همکاران^۳ (۲۰۱۳) الگوی فرهنگ سازمانی در نظام بانکداری را مورد بررسی قرار داده‌اند. آن‌ها معتقدند با وجود رقابت شدید بین بانک‌ها در صنعت، لازم است که

1. Bhardwaj
2. Malhotra
3. Thomas & et al

آن‌ها عملکرد بالاتری داشته باشند. بانک‌ها تلاش کرده‌اند تا از ابتکاراتی مانند کنترل کیفیت جامع، شش سیگما و کارت امتیازی متوازن استفاده کنند. باین حال، بانک‌ها ستون فقرات هر اقتصادی هستند و رابطه قوی بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد بانکی وجود دارد؛ بنابراین، کارآفرینی سازمانی با محصولات ابتکاری، نوسازی استراتژیک، خدمات باکیفیت و تنوع خدمات بانک‌ها را با مزایای رقابتی در سازمان تأمین خواهد کرد و آن‌ها را در چالش‌های کسب‌وکار خود و بقا در بازار با عملکرد بیشتر حفظ خواهد کرد (Thomas & et al, 2013: 6).

اختیاری و کسائی (۱۳۹۴) در پژوهشی به شناسایی و اولویت‌بندی ریسک‌های کارآفرینی در نظام بانکداری پرداختند. نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش بیانگر آن است که ناکارآمدی مدیران و کارکنان به‌عنوان مهم‌ترین ریسک کارآفرینی در صندوق‌های قرض‌الحسنه به‌شمار می‌آید (اختیاری و کسائی، ۲۷: ۱۳۹۴).

عمرانی و همکاران^۱ (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «کارآفرینی شرکتی و عملکرد کسب‌وکار: نقش تعدیل‌کننده فرهنگ سازمانی در بانک‌های منتخب در پاکستان» انجام دادند. هدف این پژوهش بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و فرهنگ در سازمان بود که از روش معادلات ساختاری انجام پذیرفت و نتایج آن وجود رابطه مثبت بین این دو متغیر را تأیید نمود. نتایج این پژوهش که دارای اهمیت عملی بالقوه برای مدیران بانک می‌باشد، نشان داد اگر همه کارکنان فرهنگ را به اشتراک بگذارند همکاری و یکپارچگی، توسعه قابلیت و کار گروهی در بانک‌ها افزایش یافته و این امر منجر به ایجاد مزیت رقابتی و عملکرد بهتر سازمان می‌گردد (Umrani & et al, 2018: 59).

مامابلو و راوجی^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی تأثیر کارآفرینی سازمانی بر نوآوری خدمات در مؤسسات بانکی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد نوآوری، پاداش، رسمیت، حمایت مدیران و محیط و ساختار سازمان از مهم‌ترین ابعاد کارآفرینی سازمانی

1. Umrani & et al
2. Mamabolo & Ravjee

در بانک‌ها می‌باشد. همچنین قوانین و مقررات را به‌عنوان عامل بازدارنده که منجر به دلسردی و عدم توجه کارکنان به خلاقیت می‌باشد معرفی نمودند (Mamabolo & Ravjee, 2019: 15).

خلاصه یافته‌های پژوهشگران در حوزه توسعه کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری نوین در جدول ۱ خلاصه شده است.

جدول ۱- خلاصه دیدگاه‌های پژوهشگران در زمینه توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌ها

محقق	سال	یافته‌ها
درویش و همکاران	۱۳۹۰	حمایت مدیریت عالی و نظام پاداش کارآمد، بیشترین نقش را در توسعه گرایش به کارآفرینی دارد.
سیدی و نکویی	۱۳۹۳	حمایت مدیر از کارکنان و در دسترس بودن زمان کارکنان از مهم‌ترین عوامل توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک‌ها می‌باشد.
اختیاری و کسایی	۱۳۹۴	ناکارآمدی مدیران و کارکنان مهم‌ترین ریسک کارآفرینی در صندوق‌های قرض‌الحسنه می‌باشد.
هاردواج و مالهترا	۲۰۱۳	مؤلفه‌های کارآفرینی ایده پردازی، ریسک‌پذیری، فرصت‌طلبی و پیشگامی معرفی شدند همچنین عوامل فرهنگ‌سازمانی، حمایت مدیران اهداف و استراتژی‌های سازمان و اندازه سازمان به‌عنوان عوامل مهم در ایجاد کارآفرینی سازمانی بیان شدند.
توماس و همکاران	۲۰۱۳	کارآفرینی سازمانی با محصولات ابتکاری، نوسازی استراتژیک، خدمات باکیفیت و تنوع خدمات بانک‌ها را با مزایای رقابتی در سازمان تأمین خواهد کرد.
عمرانی و همکاران	۲۰۱۸	همکاری و یکپارچگی، توسعه قابلیت و کار گروهی در بانک‌ها منجر به ایجاد مزیت رقابتی و عملکرد بهتر سازمان می‌گردد.
مامابلو و راوجی	۲۰۱۹	نوآوری، پاداش، رسمیت، حمایت مدیران و محیط و ساختار سازمان از مهم‌ترین ابعاد کارآفرینی سازمانی در بانک‌ها می‌باشد.

بر اساس مطالعات پیشین ملاحظه می‌گردد که نقش مدیریت و حمایت آنان از کارکنان از مهم‌ترین عوامل در توسعه کارآفرینی سازمانی به شمار می‌رود. همچنین نوآوری و محیط کاری نیز موجب ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در سازمان می‌گردد.

چارچوب نظری

به‌منظور درک موضوع پژوهش، به تعاریف و نظریه‌های حوزه کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی و بانکداری نوین پرداخته می‌شود.

کارآفرینی

تاکنون تعریف واحدی که موردپذیرش غالب اندیشمندان حوزه کارآفرینی باشد ارائه نشده است. اولین تعریف کارآفرینی را شومپتر^۱ در سال ۱۹۴۷ مطرح کرد. به اعتقاد او کارآفرینی «تخریب خلاق» است و شامل انجام کارهای جدید با روش‌های جدید برای کارهایی که قبلاً به شیوه‌ای جدید انجام شده است، در نظر گرفته می‌شود. ترکیبات جدید شامل (۱) معرفی کالای جدید، (۲) روش جدید تولید، (۳) افتتاح یک بازار جدید، (۴) منبع جدید عرضه و (۵) سازمان‌های جدید هستند (Schumpeter, 1947: 149).

جورسکی و کوهلی^۲ (۱۹۹۳) ریسک‌پذیری و نوآوری را از مهم‌ترین ویژگی کارآفرینان می‌دانند (Jaworski & Kohli, 1993: 53). ویکلند و شفرد^۳ (۲۰۰۵) کارآفرینان را افراد فرصت‌طلبی می‌دانند که نسبت به محیط هوشیارند و توانایی کشف فرصت‌ها را دارا هستند (Wiklund & Shepherd, 2005: 71). کری‌یر^۴ (۲۰۰۵) کارآفرینان را افرادی می‌دانند که علاوه بر شناسایی فرصت‌ها ایده‌های جدید و خلاقانه برای انجام امور ارائه می‌دهند (Carrier, 2005: 136). تیمونز^۵ و اسپینلی^۶ (۲۰۰۶) پا را

-
1. Schumpeter
 2. Jaworski & Kohli
 3. Wiklund & Shepherd
 4. Carrier
 5. Timmons
 6. Spinelli

فراتر گذاشته و کارآفرینی را یک شیوه تفکر، استدلال و عمل می‌داند (Timmons & Spinelli, 2006: 230).

به‌طور کلی تعاریف کارآفرینی را می‌توان سه گروه طبقه‌بندی نمود: تعاریفی که بر خصوصیات و یا ویژگی‌های شخصیتی تأکید می‌کند که ظاهراً «کارآفرینان» دارند؛ تعاریفی که بر فرآیند کارآفرینی و نتایج آن تأکید می‌کنند و تعاریفی که متمرکز بر فعالیت‌هایی هستند که کارآفرینان انجام می‌دهند (Kaufman & Dant, 1999: 36). با مطالعه پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، می‌توان مفاهیمی را یافت که در اکثر این تعاریف مشترک هستند. این مفاهیم عبارت‌اند از: نوآوری، ارزش‌آفرینی، فرصت‌طلبی، راه‌اندازی کسب‌وکار، خلاقیت، اشتغال‌زایی، استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی و نیاز به موفقیت.

کارآفرینی سازمانی

تا اوایل دهه ۱۹۷۰ پژوهش‌ها در زمینه کارآفرینی بر اقدامات یا ویژگی‌های افراد متمرکز بود؛ اما کمی بعدتر، محققان تشخیص دادند که خود سازمان‌ها نیز اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌کنند. این امر باعث شکل‌گیری ایده کارآفرینی سازمانی شد. کارآفرینی سازمانی مفهومی است که بر سازمان و فرایندهای سازمانی متمرکز است (Elbaz et al, 2000: 142). کارآفرینی عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های امروزی بوده و سازمان‌ها در اکثر کشورهای توسعه‌یافته، در حال انتقال از حالت بوروکراتیک به وضعیت کارآفرینی سازمانی هستند (Spender, 2008: 48).

در ابتدا کالینز و مور^۱ (۱۹۷۰) از واژه کارآفرینی اداری^۲ استفاده کردند. سپس محققان، واژگانی چون کارآفرینی درون شرکتی^۳، کارآفرینی داخلی^۴، کارآفرینی جمعی^۱

-
1. Collins & Moore
 2. Administrative entrepreneurship
 3. Intra-corporate entrepreneurship
 4. Internal Entrepreneurship

و کارآفرینی سازمانی^۲ را مطرح کردند (Collins & Moore, 1970: 198). کارآفرینی سازمانی فعالیتی است ضروری که به منظور بقای طولانی مدت سازمان و توسط سازمان به صورت فرایندی مستمر انجام می‌شود (Wood et al, 2008: 7).

کارآفرینی سازمانی شامل بازسازی پروژه‌های کسب و کار مشخصی است که نیاز به شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌های پیشرو دارد. فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی به عنوان یک کاتالیزور در غنی‌سازی و افزایش منافع سازمانی از مزیت‌های رقابتی است (Adebiyi et al, 2018: 5). به طور خلاصه، کارآفرین سازمانی فعال‌کننده یک واحد اقتصادی (غیراقتصادی) و کسب و کار به منظور دستیابی به سود و دستاوردهای شخصی یا اجتماعی است (احمد پور داریانی، ۱۳۹۱: ۸۶).

در رابطه با مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی نظریه‌های مختلفی ارائه شده است. اغلب نظریه پردازان ساختار سازمانی را از جمله عوامل مهم برای ایجاد سازمان کارآفرین به شمار آورده‌اند. کوراتکو و هاجتس^۳ (۲۰۰۱) به مؤلفه حمایت مدیران و اندازه سازمان اشاره کرده‌اند (Kuratko & Hodgetts, 2001: 195). کووین و اسلوین^۴ (۱۹۹۱) فرهنگ حاکم بر سازمان، اهداف و استراتژی‌های تعریف شده و شرایط محیطی را از جمله عواملی می‌دانند که با میزان اشتیاق برای ایجاد کارآفرینی سازمانی ارتباط مستقیم دارد (Covin & Slevin, 1991: 7). دس و لامپکین^۵ (۲۰۰۵) نیز معتقدند برای ایجاد کارآفرینی سازمانی همه عوامل مطرح شده باید همسو و هم‌راستا با یکدیگر مورد بررسی قرار گیرند؛ به عنوان مثال ایجاد فرهنگ و ساختار کارآفرینانه در سازمان بدون حمایت مدیران امکان پذیر نیست (Dess & Lumpkin, 2005: 147).

-
1. Internal Entrepreneurship
 2. Organizational Entrepreneurship
 3. Kuratko and Hodgetts
 4. Covin and Slevin
 5. Dess and Lumpkin

بر این اساس می توان ویژگی های سازمان های سنتی و کارآفرین را با یکدیگر مورد مقایسه قرار داد. همان طور که در جدول ۲ نشان داده شده است سازمان های کارآفرین به دنبال سرمایه گذاری های جدید اقتصادی و حفظ موقعیت از طریق سازگاری با محیط هستند. در این سازمان ها ساختارهای غیررسمی و ارتباطات افقی بر فعالیت های سازمانی و اقتصادی چیره هستند. همچنین خلاقیت به عنوان یک عنصر مهم مورد توجه قرار می گیرد و برای تقویت آن تلاش می شود.

جدول ۲- مقایسه ویژگی های سازمانی سنتی و کارآفرین

ویژگی های سازمانی	سازمان های سنتی	سازمان های کارآفرین
استراتژی	دفاعی: حفظ شرایط موجود اولین موضوع مورد نگرانی است. تنوع از طریق اکتساب یا ادغام	فعالانه به دنبال سرمایه گذاری های جدید اقتصادی، حفظ موقعیت از طریق سازگاری با محیط است
کارایی و کنترل	ارزیابی تغییرات به عنوان تهدید، ارزیابی محیط بیرونی برای شناخت خطرات	ارزیابی تغییرات به عنوان فرصت. ارزیابی محیط داخلی و محیطی برای یافتن فرصت های جدید اقتصادی
ارزیابی عملکرد	تمرکز کوتاه مدت (معیارهای عملکرد سه ماهه و سالانه)	تمرکز بلندمدت (انطباق و بقا)
ریسک	چیزی که باید به حداقل برسد	اگر با اطلاعات درست پردازش شود، کلید رشد، انطباق و بقا خواهد بود
فرهنگ سازمانی	شرایط عینی، تحلیل و فرهنگی موجود را حفظ می کند	عناصر کارآمد نیز مهم هستند. فرهنگ، انطباق و نوآوری را تقویت می کند
ساختار و ارتباطات	مراجع و کانال های رسمی ارتباطات مهم هستند	ساختارهای غیررسمی و ارتباطات افقی بر فعالیت های سازمانی و اقتصادی چیرگی دارند
تصمیم گیری	مدیریت ارشد یا پارامترهای سازمان را تعیین می کند. ممکن است امکان ارائه اطلاعات از زیردستان را فراهم کند و ممکن است آن را فراهم نکند	مدیریت ارشد هدف را تعیین می کند. استفاده از اطلاعات زیردستان ترغیب و تشویق می شود.
کارکنان	به عنوان منبعی فنی که به راحتی جایگزین می شود.	یک منبع کلیدی که باید حفظ شده و با کامل ترین شکل ممکن از آن استفاده شود
خلاقیت	چیزی که باید آن را تحمل کرد	چیزی که باید آن را تقویت و ترغیب کرد و آن را توسعه داد

بانکداری نوین

در اقتصاد جهانی، اهمیت فزاینده نوآوری‌هایی نظیر استفاده گسترده از فناوری‌ها، گستره کسب‌وکار بانکی را تغییر داده؛ به طوری که دورنمای کسب‌وکار در بانکداری به صورت چشمگیری دچار تحول شده است. نوآوری‌ها و توسعه اطلاعاتی و فناوری‌های مالی ضرورت تلاش برای جستجوی راه‌حل‌های نوآورانه‌تر در بانکداری را افزایش داده است. امروزه بانک‌ها در مواجهه با رقابت فزاینده از سوی مؤسسات غیرمالی، رقابتی فراتر از خدماتی مالی را شروع کرده‌اند (Alt & Puschmann, 2012: 27). از نظر متخصصان حوزه بانکداری توجه به زیرساخت‌ها، استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات، توجه به رضایتمندی مشتری و استفاده مؤثر از مهارت‌های نیروی انسانی عواملی می‌باشند که برای بانک‌ها مزیت رقابتی ایجاد کرده و بانکداری نوین را جایگزین روش‌های بانکداری سنتی می‌نماید.

آنان معتقدند بانک‌های مدرن از فهم بهتری نسبت به مفاهیم کاربردی، دسترسی بیشتر به سرمایه و وسعت مشتری موردنیاز برای رسیدن به موفقیت برخوردارند (Gai et al, 2018: 61)؛ بنابراین، ظهور فناوری‌های جدید و بکارگیری خدمات نوین قابل‌ارائه به مشتریان، فعالیت بانک‌ها را روزبه‌روز متنوع‌تر و دسترسی به آن را آسان‌تر نموده است. از این رو است که برای حفظ کسب‌وکار در دنیای رقابتی جایگزین نمودن صنعت بانکداری نوین بجای روش‌های سنتی امری اجتناب‌ناپذیر است.

بر مبنای مفاهیم ارائه‌شده و با توجه به تغییرات اقتصاد جهانی و اهمیت نظام بانکداری نوین، به نظر می‌رسد که باید مفاهیم کارآفرینی و به‌طور ویژه کارآفرینی سازمانی از جمله خلاقیت، نوآوری، ارزش‌آفرینی، فرهنگ سازمانی و ... را وارد نظام بانکداری نمود و از طریق راه‌حل‌های نوآورانه موجبات تحول در بانکداری را ایجاد نمود. نظریه‌پردازان، تعاریف گوناگون و مؤلفه‌های مختلفی را برای گذار از بانکداری سنتی به نوین ارائه نموده‌اند که به تعدادی از آن‌ها در جدول ۳ اشاره شده است.

جدول ۳- تعاریف بانکداری نوین از دیدگاه نظریه پردازان مختلف

تعریف	نویسنده
توسعه صنعت بانکداری مدرن نیازمند به کارگیری نیروی انسانی بامهارت بوده و کیفیت خدمات را افزایش می دهد.	حسینی و همکاران (۱۳۸۷: ۳۶)
به کارگیری فناوری اطلاعات برای ایجاد بانکداری نوین از آنجا اهمیت دارد که باعث ارائه خدمات متنوع شده و در نتیجه رضایتمندی مشتری را به همراه دارد.	مورالیدهاران ^۱ (۲۰۰۹: ۱۷۴)
برای ایجاد صنعت بانکداری نوین به کارگیری مؤثر و درست از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی بسیار حائز اهمیت است و برای اجرای درست آن باید ابتدا زیرساخت های آی تی (پهنای باند، شبکه های ماهواره ای و ...) فراهم گردد.	لی و شین یونگ ^۲ (۲۰۱۸: ۳۵)
برای ایجاد صنعت بانکداری مدرن ابتدا باید زیرساخت های لازم فراهم گردد سپس با به کارگیری نیروی انسانی ماهر تنوع و کیفیت خدمات افزایش میابد که در مجموع این عوامل رضایتمندی مشتری را به همراه دارد.	بوچاک ^۳ و همکاران (۲۰۱۸: ۴۵۳)
نوآوری، پاداش، رسمیت، حمایت مدیران و محیط و ساختار سازمان از مهم ترین ابعاد کارآفرینی سازمانی در بانک ها می باشد.	مامابلو و راوچی (۲۰۱۹: ۱۵)

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، زیرساخت های فناوری اطلاعات، ارائه خدمات متنوع به مشتریان و نیروی انسانی ماهر از مهم ترین عوامل توسعه بانکداری نوین هستند.

روش پژوهش

از آنجایی که پژوهش حاضر به شناسایی ابعاد و مؤلفه های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری مدرن می پردازد و به دنبال کاربست کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری

-
1. Muraleedharan
 2. Lee & Shin Yong
 3. Buchak

است؛ بر اساس هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد و از روش پژوهش کیفی و تکنیک دلفی استفاده می‌کند. به این ترتیب که در مرحله اول با استفاده از داده‌ها و اطلاعات کتابخانه‌ای و از واکاوی مجلات تخصصی لاتین و پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی و خارجی که به بخشی از آن‌ها در بخش مبانی نظری و پیشینه پژوهش اشاره شد، به گردآوری ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر ایجاد یک سازمان کارآفرین پرداخته می‌شود. سپس بر اساس یافته‌های مرحله اول و با استفاده از تکنیک دلفی، ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری تبیین می‌شوند.

با توجه به محدودیت تعداد متخصصان حوزه کارآفرینی و بانکداری، جامعه آماری پژوهش که شامل ۲۳ نفر از خبرگان این حوزه است بر اساس نمونه‌گیری غیر احتمالی برگزیده شده‌اند. یادآوری می‌شود که در اولین قدم تعداد ۳۰ نفر از صاحب‌نظران و متخصصان رشته‌های مدیریت، کارآفرینی و علوم بانکی از دانشگاه‌های مختلف و بانک‌های دولتی شناسایی شدند و پس از ارائه توضیحات درباره موضوع ۲۵ نفر بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده و اعلام آمادگی نمودند که از مجموع پاسخ‌های دریافت شده ۲۳ پرسشنامه قابل استناد بود که مورد تحلیل قرار گرفت.

تکنیک دلفی فازی

تکنیک دلفی فازی در دهه ۱۹۸۰ میلادی توسط کافمن و گوپتا^۱ (۱۹۹۱) ابداع شد. کاربرد این روش به منظور تصمیم‌گیری و اجماع بر مسائلی که اهداف و پارامترها به صراحت مشخص نیستند، منجر به نتایج بسیار ارزنده می‌شود. ویژگی مهم این روش، ارائه چارچوبی انعطاف‌پذیر است که بسیاری از موانع مربوط به عدم دقت و صراحت را تحت پوشش قرار می‌دهد (Kaufman & Gupta, 1991: 209). بسیاری از مشکلات در تصمیم‌گیری‌ها مربوط به اطلاعات ناقص و نادقیق است. همچنین

1. Kaufman & Gupta

تصمیم‌های اتخاذ شده خبرگان بر اساس صلاحیت فردی آنان و به شدت ذهنی است. بنابراین بهتر است داده‌ها به جای اعداد قطعی با اعداد فازی نمایش داده شوند. مراحل اجرایی روش دلفی فازی در واقع ترکیبی از اجرای روش دلفی و انجام تحلیل‌ها بر روی اطلاعات با استفاده از تعاریف نظریه مجموعه‌ای فازی است.

مهم‌ترین تفاوت‌های روش دلفی فازی با روش دلفی در این است که در تکنیک دلفی فازی معمولاً خبرگان نظریات خود را در قالب متغیرهای کلامی ارائه می‌دهند، سپس میانگین نظر خبرگان (اعداد ارائه شده) و میزان اختلاف نظر هر فرد خبره از میانگین محاسبه و آنگاه این اطلاعات برای اخذ نظریات جدید به خبرگان ارسال می‌شود. در مرحله بعد هر فرد خبره بر اساس اطلاعات حاصل از مرحله قبل، نظر جدیدی را ارائه می‌دهد یا نظر قبلی خود را اصلاح می‌کند. این فرایند تا زمانی ادامه می‌یابد که میانگین اعداد فازی به اندازه کافی باثبات شود (آذر و فرجی، ۱۱۲: ۱۳۸۷). اساس و پایه روش یا تکنیک دلفی بر این است که نظر متخصصان هر قلمرو علمی در مورد پیش‌بینی آینده صائب‌ترین نظر است، بنابراین برخلاف روش‌های پژوهش پیمایشی، اعتبار روش دلفی نه به شمار شرکت‌کنندگان در پژوهش که به اعتبار علمی متخصصان شرکت‌کننده بستگی دارد (Gene & George, 2012: 148).

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان

در راستای انتخاب نمونه برای استفاده از روش دلفی، از خبرگان حوزه کارآفرینی، مدیریت (به‌ویژه در حوزه مدیریت بانکی) و حسابداری درخواست شد تا در تحقیق مشارکت داشته باشند. با توجه به محدودیت تعداد متخصصان حوزه کارآفرینی و بانکداری در اولین قدم تعداد ۳۰ نفر از صاحب‌نظران و متخصصان رشته‌های مدیریت، کارآفرینی و حسابداری شناسایی شدند؛ از این تعداد ۲۵ نفر اعلام آمادگی نمودند و

در نهایت ۲۳ خبره به پرسشنامه‌های ارسالی، پاسخ قابل استناد دادند. جدول ۴، مشخصات پاسخ‌دهندگان را به تفکیک سن، جنس، مدرک و رشته تحصیلی ارائه کرده است.

جدول ۴- اطلاعات جمعیت شناختی افراد مشارکت‌کننده در پژوهش

جنسیت	مرد	زن
	۱۵ (۶۵/۲ درصد)	۸ (۳۴/۸ درصد)
میزان سن	۳۵ تا ۴۵ سال	۴۶ تا ۵۶ سال
	۱۲ (۵۲/۲ درصد)	۴ (۱۷/۴ درصد)
مدرک تحصیلی	کارشناسی	کارشناسی ارشد
	۲ (۸/۷ درصد)	۱۳ (۵۶/۵ درصد)
رشته تحصیلی	کارآفرینی	مدیریت (بانکی و ...)
	۱۱ (۴۷/۸ درصد)	۵ (۲۱/۷ درصد)

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، ۶۵٪ از مشارکت‌کنندگان را مردان تشکیل داده‌اند؛ بیش از ۵۰ درصد افراد، در بازه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال قرار داشته‌اند و ۵۶٫۵٪ از مدرک تحصیلی دکتری برخوردار بوده‌اند و در رشته‌های کارآفرینی، مدیریت امور بانکی و حسابداری تحصیل کرده‌اند.

مراحل و نتایج تکنیک دلفی فازی

گام اول: شناسایی شاخص‌های پژوهش بر اساس مبانی نظری

بر اساس مطالعات مبانی نظری و پیشینه پژوهش، مؤلفه‌های کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی و بانکداری نوین استخراج شده و در جدول ۵ نشان داده شده است. مهم‌ترین مؤلفه‌های کارآفرینی، ایده‌آفرینی یا خلق ایده، ریسک‌پذیری، پیشگامی، نوآوری، فرصت‌طلبی و رقابت‌پذیری است. اصلی‌ترین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی، فرهنگ سازمانی، حمایت مدیران، اهداف و استراتژی‌های سازمان، اندازه سازمان، محیط و

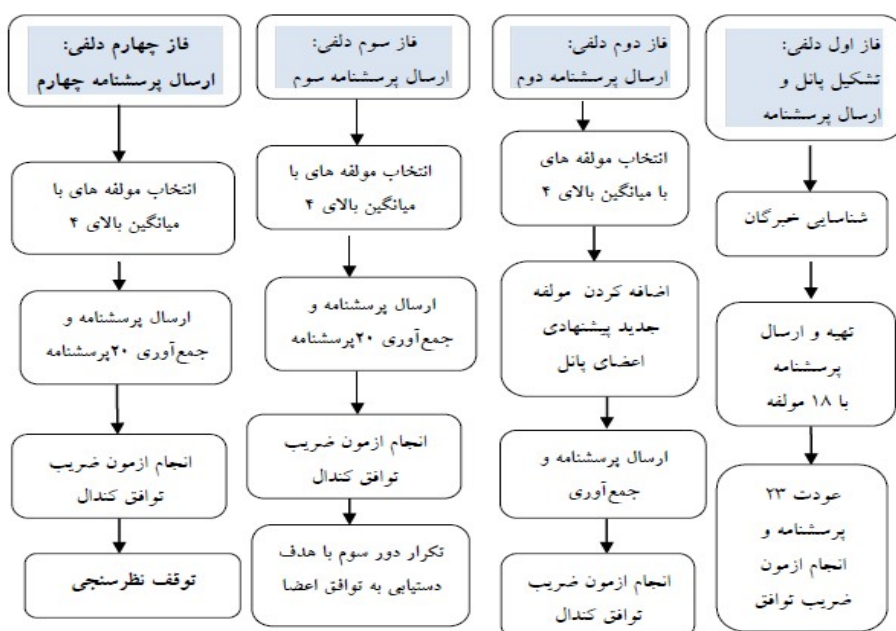
ساختار و عوامل هستند و مؤلفه های بانکداری نوین نیز عبارت است از فناوری اطلاعات، مهارت نیروی انسانی، تنوع خدمات، کیفیت خدمات، رضایت مشتری و زیرساخت.

جدول ۵- مؤلفه های کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی و بانکداری نوین

منابع	مؤلفه	
(Dellaberaka, 2002: 252); (Carrier, 2005: 136)	ایده کارآفرینی	کارآفرینی
(Dellaberaka, 2002: 252); (Antionic & Hisrich, 2003: 7); (Dess & Lumpkin, 2005: 147); (Jaworski and Kohli, 1993: 53)	ریسک پذیری	
(Antionic & Hisrich, 2003: 7); (Dess & Lumpkin, 2005: 147)	پیشگامی	
(Antionic & Hisrich, 2003: 7); (Dess & Lumpkin, 2005: 147); (Jaworski and Kohli, 1993: 53)	نوآوری	
(Dellaberaka, 2002: 252); (Carrier, 2005: 136); (Wiklund and Shepherd, 2005: 71)	فرصت طلبی	
(Dess & Lumpkin, 2005: 147)	رقابت پذیری تهاجمی	
(Covin & Slevin, 1991: 7); (Zahra, 1996: 53); (Dess & Lumpkin, 2005: 147)	فرهنگ سازمانی	کارآفرینی سازمانی
(Dess & Lumpkin, 2005: 147); (Kuratko & Hodgetts, 2001: 195); (Zahra, 1996: 53); (Holt, 2007: 7)	حمایت مدیریت	
(Covin & Slevin, 1991: 7); (Dess & Lumpkin, 2005: 147)	اهداف و استراتژی ها	
(Dess & Lumpkin, 2005: 147); (Kuratko & Hodgetts, 2001: 195)	اندازه سازمان	
(Covin & Slevin, 1991: 7); (Dess & Lumpkin, 2005: 147)	محیط	
(Kuratko & Hodgetts, 2001: 195); (Covin & Slevin, 1991: 7); (Zahra, 1996: 53); (Dess & Lumpkin, 2005: 147); (Holt, 2007: 7)	ساختار	
(Muraleedharan, 2009: 174); (Vijayara Gavan, 2014: 125); (Machiraju, 2008: 68)	فناوری اطلاعات	بانکداری نوین
(Buckak et al. 2018: 453); (حسینی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۶)	مهارت نیروی انسانی	
(Muraleedharan, 2009: 174); (Vijayara Gavan, 2014: 125); (Machiraju, 2008: 68); (Buckak et al. 2018: 453)	تنوع خدمات	
(Buckak et al. 2018: 453); (حسینی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۶)	کیفیت خدمات	
(Buckak et al. 2018: 453); (Muraleedharan, 2009: 174)	رضایت مشتری	
(Buckak et al. 2018: 453); (حسینی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۶)	زیرساخت	

گام دوم: جمع‌آوری نظر خبرگان و متخصصان

این گام از تکنیک دلفی که مهم‌ترین بخش محسوب می‌شود، در ۴ فاز انجام گرفته و در شکل ۱ نشان داده شده است. در ادامه، مراحل مختلف تکنیک دلفی تشریح می‌شود.



شکل ۱- مراحل مختلف پنل دلفی در پژوهش

فاز اول دلفی: تشکیل پنل و ارسال پرسشنامه

با توجه به ماهیت موضوع، ابعاد و مؤلفه‌های استخراج‌شده در جدول ۵ به همراه نامه‌ای که در آن ضمن ارائه توضیحات مختصری درباره روش دلفی و کارآفرینی سازمانی معرفی شده بود؛ از طریق آدرس پست الکترونیکی در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت. در بخش اول پرسشنامه فهرستی از مهم‌ترین عناصر و مؤلفه‌های استخراج‌شده از پژوهش‌های قبلی ارائه شد و از پاسخگو درخواست شد نظر خود را درباره میزان تأثیر هر

یک از این مؤلفه‌های ذکر شده بر کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی و نیز بانکداری نوین مرتبط با موضوع در قالب طیف لیکرت شامل (تأثیر بسیار زیاد: ۵- تأثیر زیاد: ۴- تأثیر متوسط: ۳- تأثیر کم: ۲- تأثیر بسیار کم: ۱) اعلام نماید. در بخش دوم پرسشنامه از خبرگان درخواست شد نسبت به اضافه نمودن عوامل و مؤلفه‌هایی که در پرسشنامه مطرح نشده اما از نظر پاسخ‌دهندگان مهم و کلیدی محسوب می‌شوند اقدام نمایند. پس از چند مرتبه پیگیری ۲۳ نفر نسبت به تکمیل پرسشنامه اقدام نمودند.

نتایج یافته‌های دور اول پنل دلفی نشان داد که در بعد کارآفرینی به ترتیب میزان اهمیت، مؤلفه‌های خلق ایده، نوآوری، ریسک‌پذیری، فرصت‌طلبی، رقابت‌پذیری تهاجمی و پیشگامی، در بعد کارآفرینی سازمانی به ترتیب اهمیت، ساختار، اهداف و استراتژی‌ها، محیط، فرهنگ سازمانی، حمایت مدیران و اندازه سازمان و در نهایت در بعد بانکداری نوین به ترتیب، فناوری اطلاعات، زیرساخت، مهارت نیروی انسانی، رضایت مشتری، تنوع خدمات و کیفیت خدمات بیشترین میزان موافقت را کسب نمودند؛ همچنین مؤلفه‌هایی مانند پاسخگو بودن، رعایت انصاف و عدالت، اطمینان و امانت‌داری، تعامل و رفتار صمیمانه، پرهیز از کاغذبازی، مشتری‌مداری و حفظ کرامت انسانی، داشتن دقت، سرعت، سهولت و کیفیت در ارائه خدمات و ... به‌عنوان ارزش مطرح گردیدند که در دو گروه ارزش‌های حاکم بر جامعه و ارزش‌های حاکم بر سازمان (بانک) دسته‌بندی شده و در گام دوم به پرسشنامه اضافه شدند.

فاز دوم دلفی: ارسال پرسشنامه دوم

در این فاز پرسشنامه‌ای حاوی دو عامل و ۱۸ مؤلفه جدید که خبرگان در دور اول به لیست اضافه کرده بودند، به پست الکترونیکی اعضای پنل ارسال گردید. در دور دوم پنل دلفی از میان تمام مؤلفه‌های استخراج شده در بعد کارآفرینی اجرای ایده، در بعد کارآفرینی سازمانی افراد، در بعد بانکداری نوین تراکنش‌ها و در بعد ارزش‌ها، ارزش‌های

حاکم بر جامعه بیشترین میزان موافقت را کسب نمودند. ضریب هماهنگی کندال در این دور برای مؤلفه‌های کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، بانکداری نوین و ارزش‌ها به ترتیب ۰/۶۴۳، ۰/۶۱۶، ۰/۵۴۹ و ۰/۷۸۴ به دست آمد؛ بنابراین نظرسنجی در دور سوم نیز ادامه پیدا کرد.

فاز سوم دلفی: ارسال پرسشنامه سوم

مؤلفه‌هایی که با اجماع خبرگان به‌عنوان عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری در گام‌های اول و دوم مشخص شده بود (گویه‌های وزن چهار به بالا) در قالب پرسشنامه دور سوم دلفی ارائه شد و از اعضاء پنل درخواست شد نظر خود را درباره میزان تأثیر هر یک از عوامل در قالب طیف لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) مشخص نمایند. در بخش دوم پرسشنامه ترتیب اهمیت هریک از عوامل و مؤلفه‌ها از اعضا اعلام شد. در این مرحله، ضریب هماهنگی کندال برای مؤلفه‌های کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، بانکداری نوین و ارزش‌ها به ترتیب ۰/۹۱۵، ۰/۸۴۶، ۰/۷۲۱ و ۰/۸۳۷ به دست آمد؛ بنابراین نظرسنجی در دور چهارم نیز ادامه پیدا کرد.

فاز چهارم دلفی: ارسال پرسشنامه چهارم

این گام تکرار دور سوم بود که باهدف دستیابی به‌اتفاق نظر اعضا پنل درباره میزان اهمیت عوامل و مؤلفه‌های انتخاب‌شده و نیز ترتیب اهمیت آن‌ها انجام شد. ضریب هماهنگی کندال در این دور برای مؤلفه‌های کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، بانکداری نوین و ارزش‌ها به ترتیب ۰/۹۴۹، ۰/۹۱۴، ۰/۷۶۱ و ۰/۸۹۲ بوده است.

گام سوم: تحلیل یافته‌ها

نگاهی اجمالی به نتایج حاصل‌شده در چهار دوره اجرای پنل دلفی حاکی از این است که میانگین انحراف معیار پاسخ اعضاء درباره میزان اهمیت عوامل مؤثر بر کارآفرینی

سازمانی در نظام بانکداری نوین از گام دوم به چهارم روند کاهشی داشته و در عوض ضریب هماهنگی کندال درباره ترتیب عوامل کلیدی در دوره های سوم و چهارم رو به افزایش است. در نتیجه با توجه به تعداد اعضاء پنل (بیش از ۱۰ نفر) و معنادار بودن ضرایب کندال (بالتر از ۰/۷) می توان نتیجه گرفت که اتفاق نظر قوی میان خبرگان حاصل شده است. از طرف دیگر میزان افزایش ضریب کندال گام چهارم نسبت به گام سوم رشد چندانی را نشان نمی دهد و در نتیجه می توان فرایند نظرخواهی را متوقف نمود. مقایسه میزان تأثیر عوامل کلیدی و مؤثر بر کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، نظام بانکداری نوین و ارزش ها در چهار دور پنل دلفی در جدول ۶ خلاصه شده است.

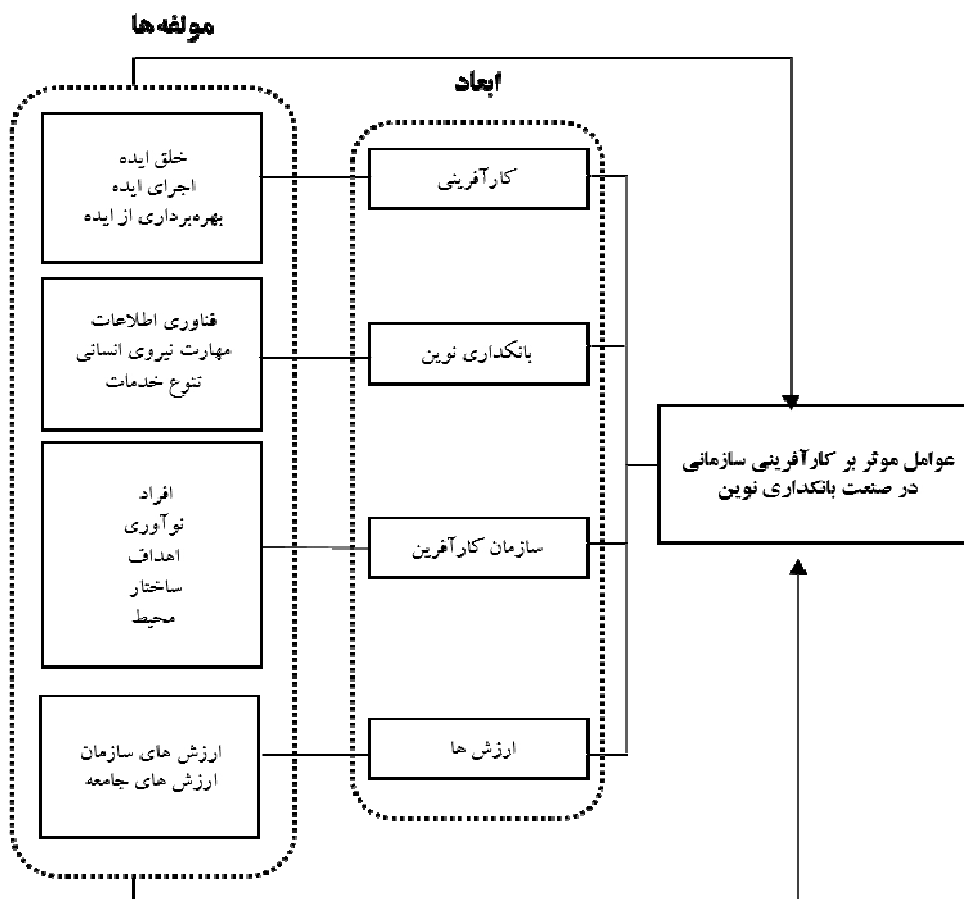
جدول ۶- مقایسه میزان تأثیر عوامل کلیدی و مؤثر بر کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، نظام بانکداری نوین و ارزش ها در چهار دور پنل دلفی

ردیف	مؤلفه	پنل اول		پنل دوم		پنل سوم		پنل چهارم	
		میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
		$K_1 = 21$		$K_2 = 21$		$K_3 = 20$		$K_4 = 20$	
۱	خلق ایده	۴/۸۲	۰/۳۷۹	-	-	۴/۹۰	۰/۲۹۳	۴/۹۵	۰/۲۱۳
۲	اجرای ایده	-	-	۴/۸۵	۰/۳۴۹	۴/۸۵	۰/۳۴۹	۴/۹۱	۰/۲۹۴
۳	بهره برداری از ایده	-	-	۴/۸۰	۰/۳۹۲	۴/۸۰	۰/۳۹۲	۴/۸۶	۰/۳۵۰
۴	فناوری اطلاعات	۴/۸۲	۳/۷۹	-	-	۴/۷۱	۰/۴۵۱	۴/۷۶	۰/۴۲۹
۵	مهارت نیروی انسانی	-	-	۰/۵۰۰	۰	۴/۸۰	۰/۳۹۲	۴/۸۶	۰/۳۵۳
۶	تنوع خدمات	-	-	۴/۸۵	۰/۳۴۹	۴/۸۵	۰/۳۴۹	۴/۹۱	۰/۲۹۴
۷	افراد	-	-	۴/۸۵	۰/۳۴۹	۴/۸۵	۰/۳۴۹	۴/۹۱	۰/۲۹۴
۸	نوآوری	-	-	۴/۸۰	۰/۳۹۲	۴/۹۵	۰/۲۱۳	۴/۹۵	۰/۲۱۳
۹	اهداف	۴/۷۸	۰/۴۱۲	-	-	۴/۸۰	۰/۴۹۹	۴/۸۱	۰/۴۹۹

۰/۴۹۰	۴/۶۰	۰/۵۰۰	۴/۵۰	-	-	۰/۳۳۶	۴/۸۶	ساختار	۱۰
۰/۵۸۷	۴/۵۲	۰/۵۸۳	۴/۴۲	-	-	۰/۴۶۰	۴/۶۹	محیط	۱۱
۰/۵۷۵	۴/۶۲	۰/۵۸۳	۴/۵۷	۰/۶۴۲	۴/۶۶	-	-	ارزش‌های حاکم بر سازمان	۱۲
۰/۳۹۳	۴/۸۱	۰/۴۵۲	۴/۷۱	۰/۵۴۷	۴/۷۱	-	-	ارزش‌های حاکم بر جامعه	۱۳
۰/۳۸۲	-	۰/۴۱۵	-	۰/۴۳۱	-	۰/۳۹۳	-	میانگین انحراف معیار	

منبع: محاسبات نگارندگان بر اساس نتایج پرسشنامه‌ها

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل نظرات بیشترین میزان موافقت و رتبه‌بندی خبرگان در چهارمین نظرسنجی در بعد کارآفرینی به ترتیب مربوط به خلق، اجرا و بهره‌برداری از ایده، در بعد کارآفرینی سازمانی نوآوری، افراد، اهداف، ساختار و محیط در بعد بانکداری نوین تنوع خدمات، مهارت نیروی انسانی و فناوری اطلاعات و در بعد ارزش‌ها ارزش‌های حاکم بر سازمان و ارزش‌های حاکم بر جامعه بوده است. پاسخگو بودن، رعایت انصاف و عدالت، اطمینان و امانت‌داری، تعامل و رفتار صمیمانه و پرهیز از کاغذبازی را می‌توان از ارزش‌های حاکم بر جامعه و مشتری‌مداری و حفظ کرامت انسانی، داشتن دقت، سرعت، سهولت و کیفیت در ارائه خدمات را از جمله ارزش‌های حاکم بر نظام بانکداری به شمار آورد که برای داشتن یک نظام بانکداری کارآفرین ضروری هستند. مؤلفه‌های شناسایی‌شده به همراه ابعاد کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری، در شکل ۲ نشان داده شده‌اند.



شکل ۲- ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در صنعت بانکداری نوین

بحث و نتیجه‌گیری

وجود مشکلات و معضلات متعدد نظام بانکداری در کشور ضرورت تغییر و تحول بنیادی در این صنعت را فراهم نموده است. به نظر می‌رسد پیاده‌سازی فرآیند کارآفرینی سازمانی راه‌حلی است که بانک‌ها را قادر می‌سازد بر مشکلات خود غلبه کنند و به اهداف سازمانی خود نائل شوند. گام اول برای دستیابی به این هدف، شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری کشور است.

در این تحقیق با استفاده از مطالعه مبانی نظری و اجرای تکنیک دلفی-فازی، ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در نظام بانکی شامل ۴ بعد و ۱۳ مؤلفه شناسایی شدند. بعد کارآفرینی شامل خلق، اجرا و بهره‌برداری از ایده، بعد کارآفرینی سازمانی شامل افراد، نوآوری، اهداف، ساختار و محیط سازمان، بعد بانکداری نوین شامل فناوری اطلاعات، مهارت نیروی انسانی و تنوع خدمات و بعد ارزش‌ها شامل دو مؤلفه ارزش‌های حاکم بر جامعه و ارزش‌های حاکم بر سازمان (بانک) شناسایی شدند.

لازم به ذکر است که بعد ارزش‌ها از نظر خبرگان بر ایجاد کارآفرینی سازمانی در نظام بانکداری نوین مؤثر تشخیص داده شد و به ابعاد موضوع اضافه گردید. پاسخ‌گو بودن، رعایت انصاف و عدالت، اطمینان و امانت‌داری، تعامل و رفتار صمیمانه و پرهیز از کاغذبازی را می‌توان از ارزش‌های حاکم بر جامعه کشورمان دانست. مشتری‌مداری و حفظ کرامت انسانی، داشتن دقت، سرعت، سهولت و کیفیت در ارائه خدمات، برقراری رابطه برد-برد در تعاملات و بهبود مستمر فرآیندها از جمله ارزش‌های حاکم بر صنعت بانکداری کشور ما محسوب می‌شود.

همچنین بر اساس تکنیک دلفی میزان اهمیت هر مؤلفه نیز استخراج گردید. در بعد کارآفرینی خلق ایده، در بعد کارآفرینی سازمانی نوآوری، در بعد بانکداری نوین تنوع خدمات و در بعد ارزش‌ها ارزش‌های حاکم بر سازمان از درجه اهمیت بالاتری برخوردار بوده است. پس نظام بانکداری کشور، برای حرکت به سمت یک سازمان کارآفرین باید اهداف خود را بر اساس مؤلفه‌های دارای اولویت بالاتر تنظیم نماید.

همچنین به محققان موضوعات ذیل جهت انجام مطالعات تکمیلی پیشنهاد می‌گردد:

طراحی ساختار سازمانی مناسب جهت ایجاد کارآفرینی سازمانی در بانک‌ها.

بررسی نقش فرهنگ سازمانی و تأثیر آن در کارآفرینی سازمان‌های دولتی

آسیب‌شناسی عدم تمایل مدیران ارشد سازمان‌ها به ایجاد تحول و نوآوری در

سازمان‌ها

منابع

- آذر، عادل و فرجی، حجت. (۱۳۸۷)، علم مدیریت فازی، تهران: موسسه کتاب مهربان نشر، ۱۱۲-۱۳۵.
- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۹۱)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: نشر جاجرمی، ۸۶-۱۲۶.
- اختیاری، مصطفی و کسای، مسعود. (۱۳۹۴)، «شناسایی و اولویت بندی ریسک های کارآفرینی در نظام بانکداری»، مطالعات مدیریت صنعتی، سال سوم، شماره ۳۶: ۲۷-۶۰.
- الوانی، سید مهدی؛ محمدی الیاسی، قنبر؛ خنیفر، حسین؛ جندقی، غلامرضا و وکیلی، یوسف. (۱۳۹۰)، «کارآفرینی در بخش عمومی: رویکرد هم افزایی»، پژوهش های مدیریت عمومی، سال چهارم، شماره ۱۲: ۵-۲۸.
- حسنی، فرهاد؛ سلطانی، سهیلا و ضرابیه، فرشته. (۱۳۸۷)، مدیریت بانکداری الکترونیکی، تهران: نشر سبزان، ۳۶-۴۹.
- درویش، حسن؛ الوانی، سید مهدی؛ صالحی صدقیانی، جمشید و عباس زاده، حسن. (۱۳۹۰)، «عوامل مؤثر بر گرایش به کارآفرینی در بانک های خصوصی ایران»، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال پنجم، شماره ۱۶: ۷۹-۹۹.
- سیدی، مریم و نکویی، محمدحسین. (۱۳۹۳)، «بررسی کارآفرینی سازمانی کارکنان (مطالعه موردی: شعب بانک ملی شهر کرمان)»، کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت، تهران. مجموعه مقالات، ۱۷۶-۲۰۳.

- Adebisi, Abosede; Fayose, Joseph and Eze, Benneth (2018). "Corporate Entrepreneurship and International Performance of Nigerian Banks." *Journal of Economics and Management*, 32, 5-17.
- Alt, Rainer and Puschmann, Thomas. (2012). "The rise of customer-oriented banking - Electronic markets are paving the way for change in the financial industry." *Electronic Markets*, 12, 27-35.
- Antoncic, Bostjan and Hisrich, Robert D. (2003). "Clarifying the intrapreneurship concept." *Journal of small business and enterprise development*, 10 (1), 7-24.

- Bhardwaj, Broto Rauth and Malhotra, Aarushi. (2013). "Green Banking Strategies: Sustainability through Corporate Entrepreneurship." *Greener Journal of Business and Management Studies*, 34, 180–193.
- Buchak, Greg; Matvos, Gregor; Piskorski, Tomasz and Seru Amit. (2018). "Fintech, Regulatory Arbitrage, and the Rise of Shadow Banks." *Journal of Financial Economics*, 130 (3), 453-483.
- Carrier, C. (2005). "Pedagogical challenges in entrepreneurship education." *The dynamics of learning entrepreneurship in a cross-cultural university context*, 192(45), 136-158.
- Collins, Orvis and Moore, David G. (1970). "The Organization makers: a behavioral study of independent entrepreneurs." *Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall*, 198-231.
- Covin, Jeffrey G and Slevin, Dennis P. (1991). "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1): 7–24.
- Dellabarca, R. (2002). *Understanding the Opportunity recognition Process in Entrepreneurship*. (MBA dissertation), University of Cambridge, England, 252-276.
- Dess, Gregory G and Lumpkin, G. Tom. (2005). "The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship." *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147-156.
- Elbaz, Jamal; Binkour, Mohammed and Majdouline, Ilias. (2000). "Innovation and entrepreneurship: An empirical study of Moroccan firms." *International Conferences on Economics and Management of Networks*, 81, 142–169.
- Gai, Keke; Qiu, Meikang and Sun, Xiaotong. (2018). "A survey on FinTech." *Journal of Network and Computer Applications*, 26, 61–76.
- Gene Rowe and George Wright. (2012). "The Delphi technique as a forecasting tool: issues and analysis." *International Journal of Forecasting*, 96, 148-167.
- Jaworski, Bernard J and Kohli, Ajay K. (1993). "Market Orientation: Antecedents and Consequences." *Journal of Marketing*, 57, 53–70.
- Kaufman, Arnold and Gupta, Madan M. (1991). *Introduction to Fuzzy Arithmetic Paperback*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 209-226.
- Kaufman, Patrick J and Dant, Rajiv P. (1999). "Franchising and the domain of entrepreneurship research." *Journal of Business Venturing*, 27, 36–52.
- Kuratko, Donald F and Hodgetts, Richard M. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. California: Harcourt College Publishers, 195-212.
- LEE, In and SHIN, Yong Jae. (2018). "Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges." *Business Horizons*, 61, 35-46.

- Machiraju, H.R. (2008). *Modern Commercial Banking*. New Delhi: New Age International, 68-91.
- Mamabolo, M. Anastacia and Ravjee, Bhavesh. (2019). "The impact of corporate entrepreneurship on service innovation: A case of a South African banking institution." *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 17, 15–23.
- Muraleedharan, D. (2009). *Modern Banking: Theory and Practice*. Delhi: Prentice-Hall of India, 174-189.
- Schumpeter, J. (1947), "The creative Response in Economic History". *Journal of Economic History*, 22, 149-159.
- Spender, J. C. (2008). "Organizational learning and knowledge management: Whence and whither?" *Management Learning*, 10, 48–62.
- Thomas, Lisa C; Painbeni, Sandra and Barton, Harry. (2013). "Entrepreneurial marketing within the French wine industry." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19, 6–23.
- Timmons, Jeffrey A; Spinelli, Stephen and Tan, Yinglan. (2006). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. (7th Ed.) Boston: McGraw-Hill, 230-256.
- Umrani, Waheed Ali; Kura, Kabiru Maitama and Ahmed, Umair. (2018). "Corporate entrepreneurship and business performance." *PSU Research Review*, 21, 59–80.
- Vijayara Gavan, T. (2014). "Modern Banking Services - A key Tool for Banking Sector, IRACST International." *Journal of Commerce, Business and Management*, 3, 125–219.
- Wiklund, Johan and Shepherd, Dean. (2005). "Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: a Configurational Approach." *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91.
- Wood, C. C. Holt, D. T. Reed, T. S. & Hudgens, B. J. (2008). " Perceptions of corporate entrepreneurship in air force organizations: antecedents and outcomes." *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(1), 117-131.
- Zahra, Shaker A. (1996). "Contextualizing theory building in entrepreneurship research." *Journal of Business Venturing*, 34, 53-79