

بررسی عوامل محیطی تأثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور (نمونه پژوهی بانک‌های خصوصی)

دکتر حسن عباسزاده^۱
کارشناس بانکی و مدرس دانشگاه

چکیده:

امروزه شناخت وضعیت گرایش به کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن از اهمیتی بسیار برخوردار است تا با تقویت نوآر بودن، ابتکار عمل و ریسک‌پذیری شرایط ورود مؤثر به فرایند کارآفرینی توسط بانک‌ها فراهم شود. بنابراین هدف از این مقاله بررسی عوامل محیطی تأثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور است. سیاست‌گذاران و مدیران بانکی باید تدابیر لازم را برای بستر سازی مناسب محیطی اتخاذ نمایند تا بسترهای لازم به منظور توسعه گرایش به کارآفرینی در بانک‌ها فراهم شود. جامعه آماری این پژوهش ۱۲۰۰ نفر از کارکنان بانک‌های پارسیان، سامان، پاسارگاد، اقتصاد نوین و سرمایه مربوط به دوره زمانی سال ۱۳۹۱ در تهران بوده است. به منظور گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه پژوهش به ۳۵۰ نفر از کارکنان به صورت تصادفی داده شد که از این تعداد ۲۸۴ پرسش‌نامه برگشت داده شد و این تعداد در تجزیه و تحلیل آماری (که از طریق *SPSS* و *LISREL* صورت گرفت) استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که گرایش به کارآفرینی از وضعیت نسبتاً مناسب برخوردار بوده و عوامل محیطی نقشی مهم در بهبود نوآر بودن، ابتکار عمل و ریسک‌پذیری نظام بانکی داشته است. در این میان متغیرهای فرهنگی از وضعیت مناسب برخوردار است؛ اما وجود شرایط نامناسب اقتصادی، سیاسی و ارزش‌های حاکم بر جامعه بر گرایش به کارآفرینی تأثیر منفی بر جای گذاشته است. پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و مدیران عالی نظام بانکی کشور تدابیر لازم را برای بهبود شرایط مذکور در نظر بگیرند.

کلیدواژه‌ها:

گرایش به کارآفرینی، عوامل محیطی، نظام بانکی کشور.

مقدمه

امروزه ضرورت گرایش به کارآفرینی از سه نیاز اساسی یعنی افزایش رقبای جدید، ایجاد حس بی‌اعتمادی به شیوه‌های مدیریت سنتی، خروج بهترین نیروهای کار و اقدام آن‌ها به کارآفرینی مستقل نشئت گرفته است (Kuratko, 2007). به طور ویژه گسترش فناوری‌های پیشرفته اطلاعاتی و ارتباطی افزایشی چشمگیر یافته است (Kuratko & Hodgetts, 2006). با وجود این، خدماتی که نظام بانکی کشور عرضه کرده است از تنوع، کیفیت و سرعت^۱ لازم برخوردار نیست و در فرایند تجهیز منابع و تخصیص آن و نیز خدمات‌رسانی به مشتریان با ناکارآمدی مواجه است و اثربخش نیست (Lumpkin & Dess, 2006). به منظور برطرف کردن مسائل و چالش‌های نظام بانکی، ایجاد بسترها و زمینه‌های مناسب برای افزایش گرایش به کارآفرینی^۲ می‌تواند الگویی اثربخش به منظور دستیابی به اهداف نوآوری، ابتکار عمل و عرضه محصولات و فرایندهای کاری جدید و سرانجام بهبود کیفیت خدمات‌رسانی محسوب شود (Milles & Covin, 2002). در این میان، بررسی‌ها نشان می‌دهد که عوامل محیطی (اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ارزش‌های حاکم بر جامعه) نقشی مهم در افزایش گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشورها ایفا می‌کند و بسترسازی مناسب اقتصادی، فرهنگی و سیاسی به منظور بهبود شرایط کارآفرینی در بانک‌ها ضروری است (Hodgetts, 2006). به عبارت دیگر، عوامل محیطی می‌تواند میزان توسعه گرایش به کارآفرینی در سازمان‌ها را تعدیل کند (Hitt et al., 2007). مسئله اصلی این تحقیق بررسی وضعیت عوامل محیطی تأثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور است. بنابراین اهداف این تحقیق شناسایی و توصیف مؤلفه‌ها و شاخص‌های عوامل محیطی مؤثر بر گرایش به کارآفرینی و تبیین روابط حاکم بر آن‌هاست. نتیجه تحقیق به مدیران نظام بانکی کمک خواهد کرد که شرایط محیطی مناسب را به منظور بهبود وضعیت گرایش به کارآفرینی فراهم کنند.

1. Diversity, quality and speed

2. Entrepreneurial orientation

پیشینه تحقیق

دانیل تی هالت^۱ و همکارانش در تحقیقی تحت عنوان شرایط محیطی در نیروی هوایی آمریکا در سال ۲۰۰۸ به بررسی عوامل محیطی مؤثر بر گرایش به کارآفرینی و نتایج حاصل از آن پرداخته‌اند. محققان، با توجه به تحقیقاتی که صاحب‌نظران کارآفرینی سازمانی از جمله کورانتکو و همکارانش طی سال‌های اخیر در زمینه این رشته انجام داده‌اند، عوامل محیطی مؤثر بر گرایش به کارآفرینی را شامل چهار عامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، قانونی دانسته‌اند و به بررسی تأثیر این عوامل بر گرایش به کارآفرینی پرداخته‌اند (Holt, 2007). همچنین هورنزی و همکارانش^۲ در تحقیقی تحت عنوان «اعمال کارآفرینانه مدیران سازمان» به بررسی نقش مدیران سطوح مختلف سازمان در اجرای راهبرد کارآفرینی سازمانی پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق حاکی از آن بود که مدیران در سطوح مختلف در ایجاد محیطی که بتوان در آن ایده‌های کارآفرینانه را اجرا کرد نقش‌هایی متفاوت دارند. همچنین مشخص شد که ارتباطی معنادار بین شرایط محیطی و گرایش به کارآفرینی وجود داشته است. بر اساس یافته‌های این تحقیق، ثبات سیاسی و قوانین و مقررات و نیز شرایط اقتصادی مناسب موجب افزایش اجرای ایده‌های کارآفرینانه می‌شود (Hornsby et al., 2009).

مروری بر چارچوب نظری و الگوی مفهومی

یکی از دیدگاه‌های مهم که فرایند کارآفرینی را به راهبردهای سازمان پیوند می‌دهد گرایش به کارآفرینی است (Covin & Slevin, 1991). بر اساس این دیدگاه، هر سازمانی می‌تواند در طیفی از منفعل یا محافظه‌کار^۳ تا فعال و مؤثر یا کارآفرین^۴ قرار گیرد (Lumpkin & Dess, 2001). زمانی که سازمان فعال است در راهبردهای سازمانی‌اش نوآوری، ابتکار عمل، پیشتازی و نیز ریسک‌پذیری را در نظر می‌گیرد و در مقایسه با سازمان‌های منفعل بر شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تأکید بیشتری می‌کند

1. Daniel T. Holt

2. Horonsby

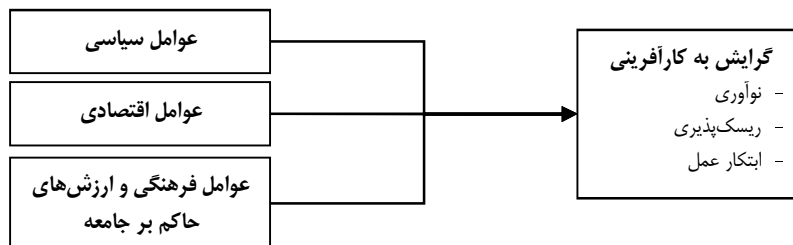
3. Passive or conservative

4. Aggressive or entrepreneurial

(Knight, 2000). میلر (۱۹۸۳) معتقد است سازمان‌هایی که از شرایط محیطی مناسب برخوردارند با تقویت گرایش به کارآفرینی در آنها نوآوری در بازار و محصول، ریسک‌پذیری و ابتکار عمل را گسترش می‌دهند، که این امر نقش اصلی را در کسب جایگاه راهبردی سازمان در محیط رقابتی ایفا می‌کند (Miller & Friesen, 1982). وان دی‌ون^۱ (۱۹۹۳) معتقد است عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی زیرساخت‌های خارجی برای توسعه و تقویت کارآفرینی محسوب می‌شود و شرایط محیط خارجی عاملی مهم است که می‌توان از آن برای تشریح فرایند کارآفرینی استفاده کرد (Lee & Peterson, 2000). به نظر شین^۲ (۲۰۰۳) محیط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و فرهنگی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی تأثیرگذار است (Morris, 1998). چهار جنبه محیط اقتصادی شامل بهداشت^۳، ثبات اقتصادی^۴، قابلیت دسترسی به سرمایه^۵ و میزان مالیات^۶ است. سه جنبه محیط سیاسی شامل آزادی سیاسی^۷، نظام حق مالکیت^۸ و تمرکز قدرت^۹ است. سه جنبه محیط اجتماعی و فرهنگی نیز عبارت است از میزانی که کارآفرینی در جامعه عاملی مطلوب در نظر گرفته می‌شود، شمار الگوهای کارآفرین معرفی شده در هر گروه اجتماعی و نیز باورها و هنجارهای مشخصی که به کارآفرینی تشویق یا ترغیب می‌کند. کیسون^{۱۰} (۱۹۹۰) ادعا می‌کند که جامعه با سطحی بالا از تعهد اخلاقی^{۱۱} شمار کارآفرینان را در آن کشور افزایش می‌دهد (Lee & Peterson, 2000). بنابراین یکی از عوامل اصلی تأثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی سازمانی عوامل محیطی است. در این تحقیق، پس از بررسی پژوهش‌های اولیه و اکتشافی، بررسی ادبیات و منابع علمی و بررسی الگوهای موجود در گرایش به کارآفرینی سازمانی، اقدامات زیر صورت گرفت:

1. Van de ven
2. Shane
3. Wealth
4. Economic stability
5. Capital availability
6. Taxation
7. Political freedom
8. System of property right
9. Centralisation of power
10. Kassin
11. High level of moral commitment

- الگوهای معتبر موجود مرتبط با موضوع تحقیق از منابع خارجی استخراج شد و ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن بررسی شد.
- پیش‌زمینه‌ها و عوامل محیطی به مثابه متغیرهای مستقل تأثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی و نیز ابعاد گرایش به کارآفرینی کوین و اسلوین (نوآور، ریسک‌پذیر و فعال بودن) به مثابه متغیر وابسته در الگوی مفهومی تحقیق انتخاب شد.
- از الگوهای دیگری نظیر الگوی عوامل تأثیرگذار بر راهبرد کارآفرینی موریس و لوپس، الگوی سیاست‌های کلان و خرد گرایش به کارآفرینی که OECD عرضه کرده است، الگوی عوامل محیطی تأثیرگذار بر کارآفرینی داگلاس لوبر، الگوی یکپارچه راهبرد کارآفرینی کوین و کوراتکو و... برای طراحی الگوی مفهومی تحقیق استفاده شده است. با توجه به این امور الگوی مفهومی تحقیق به شرح شکل شماره (۱) عرضه شده است.



شکل شماره (۱): الگوی مفهومی تحقیق

فرضیه‌ها

فرضیه‌ها بر اساس الگوی مفهومی تحقیق برگرفته از منابع علمی و شرایط حاکم بر جامعه شکل می‌گیرد که به شرح زیر عرضه می‌شود:

فرضیه اصلی:

عوامل محیطی بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی تأثیرگذار است.

فرضیات فرعی:

- عوامل فرهنگی به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی

- کشور تأثیر گذار است.
- عوامل اقتصادی به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تأثیر گذار است.
- عوامل سیاسی به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تأثیر گذار است.
- ارزش‌های حاکم بر جامعه به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تأثیر گذار است.

روش‌شناسی تحقیق

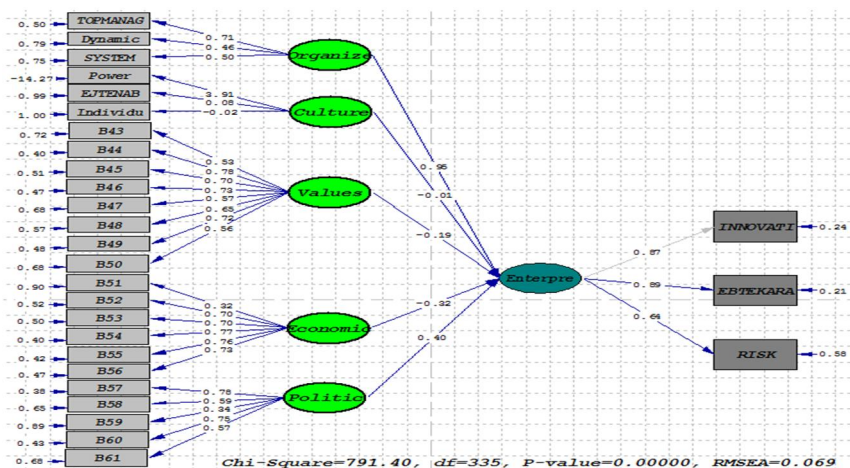
این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی و، به لحاظ شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی تحلیلی و از نوع همبستگی است. مبانی نظری و پیشینه تحقیق با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و مراجعه به متخصصان و خبرگان تدوین شده است. بر این اساس، عوامل محیطی تأثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی انتخاب شد. جامعه آماری این پژوهش ۱۲۰۰ نفر از کارکنان بانک‌های خصوصی (پارسیان، سامان، پاسارگاد، اقتصاد نوین و سرمایه) مربوط به سال ۱۳۹۱ در شهر تهران بوده است. به منظور گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه پژوهش (ابزار گردآوری داده‌ها) به ۳۵۰ نفر از کارکنان به صورت تصادفی داده شد. از این تعداد ۲۸۴ پرسش‌نامه برگشت داده شد و از آن در تجزیه و تحلیل آماری استفاده شد. سؤالات تخصصی درباره ابعاد گرایش به کارآفرینی و عوامل محیطی تأثیرگذار بر آن بوده است که به طور متوسط برای هر بُعد سه سؤال طراحی شد. بدین منظور از نمونه‌ای اولیه شامل سی پرسش‌نامه به مثابه پیش‌آزمون استفاده شد. سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسش‌نامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ ۸۷/۶ درصد شد. این عدد نشان می‌دهد که پرسش‌نامه استفاده‌شده از شایستگی اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها به طور عمده از روش‌های توصیفی و تحلیل آماری، به‌ویژه روش تحلیل همبستگی، استفاده شد. با توجه به اینکه آزمون فرضیه‌ها عمدتاً مستلزم تحلیل

همبستگی است و متغیرهای بررسی شده کیفی است، برای آزمون فرضیه‌ها از روش ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. همچنین، به منظور تحلیل ساختار درونی پرسش‌نامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر سازه یا متغیر مکنون، از ابزار تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. در این بخش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی معادلات اندازه‌گیری شده مربوط به هر سازه (متغیر مکنون) استخراج و تفسیر شد.

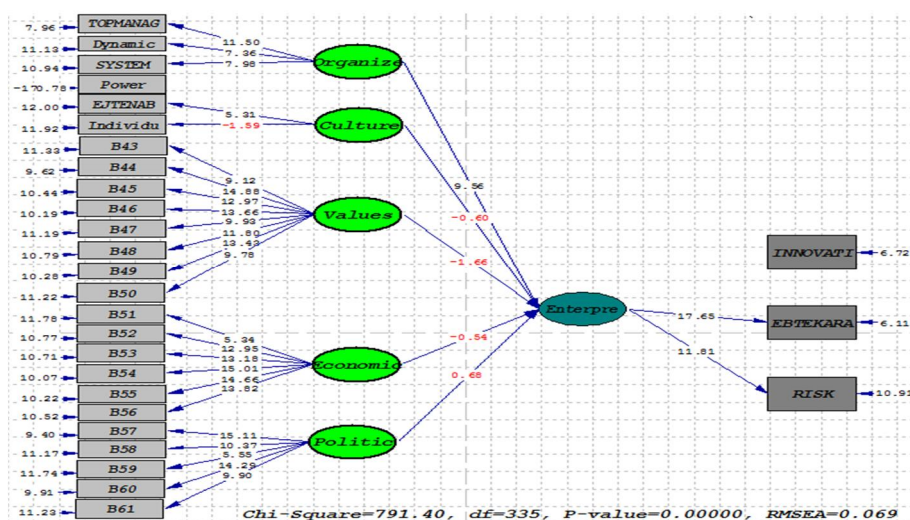
بررسی و تجزیه و تحلیل الگوی پیشنهادی

چنان که قبل از این اشاره شد، با توجه به مبانی نظری پژوهش، الگوی مفهومی برای عوامل محیطی و گرایش به کارآفرینی در نظر گرفته شد. به منظور دستیابی به الگوی بهتر برای نظام بانکی کشور از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. در طی آن، متغیرهایی در هم ادغام شد و سرانجام الگوی مفهومی به دست آمد. به منظور تأیید آن با استفاده از نرم‌افزار لیزرل از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در این بخش، برای محاسبه و سنجش برازش الگوی متغیر مستقل (عوامل محیطی) و متغیر وابسته (گرایش به کارآفرینی) حضور دارند که در ادامه به آن‌ها اشاره شده است.

برازش الگوی مفهومی تحقیق



نمودار شماره (۱): برازش بخش ساختاری الگوی مفهومی (استاندارد)



نمودار شماره (۲): برازش بخش ساختاری الگوی مفهومی (معناداری)

از آنجا که شاخص‌های برازش به دست آمده بیشتر از حد مجاز است، الگوی مفهومی از برازشی مطلوب برخوردار است؛ یعنی داده‌های جمع‌آوری شده به خوبی روابط بین الگوی مفهومی را تبیین می‌کند و نشان می‌دهد. در این الگو همه بارهای عاملی به دست آمده معنادار نیست. بارهای عاملی که در نمایه شماره (۱) با رنگ قرمز مشخص شده است (فردگرایی، ارزش‌های حاکم بر جامعه، عوامل اقتصادی و سیاسی) معنادار نیست. به عبارت دیگر، اثری مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی ندارند. سایر بارهای عاملی که با رنگ سیاه مشخص شده است در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. در بین متغیرهای مستقل فقط متغیر عوامل فرهنگی (بار عاملی ۰/۹۵) اثری مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی دارد. در کل متغیرهای مستقل ۸۴ درصد ($R^2 = 0.84$) از تغییرات متغیر مستقل گرایش به کارآفرینی را تبیین می‌کند و شانزده درصد باقیمانده مربوط به عواملی است که در گرایش به کارآفرینی تأثیرگذار است؛ ولی آن‌ها را در این الگو لحاظ نکرده‌ایم. در الگوی

مفهومی عوامل محیطی اثری مثبت و معنادار (بار عاملی ۰/۹۵) بر گرایش به کارآفرینی دارد. در نتیجه، متغیرهای محیطی اثری مثبت بر گرایش به کارآفرینی داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق، از تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم، آزمون همبستگی پیرسون، تحلیل مسیر و آزمون میانگین جامعه آماری برای تحلیل داده‌های پرسش‌نامه استفاده شده است. فرایندی که محقق درباره آزمون داده‌های تحقیق، به صورت کمی و کیفی، طی نموده است در ادامه تشریح می‌شود.

داده‌های حاصل از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

بررسی اطلاعات مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد که بیش از پنجاه درصد از پاسخ‌دهندگان سابقه بیشتر از بیست سال دارند؛ این امر نشان‌دهنده تجربه کاری زیاد کارکنان شاغل در بانک‌هاست. همچنین ۸۶ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و چهارده درصد زن بودند. این نتایج نشان‌دهنده سیطره مردان در پست‌های مدیریتی در بانک‌هاست. همچنین داده‌های توصیفی نشان می‌دهد که ۷۶ درصد از پاسخ‌دهندگان تحصیلات دانشگاهی دارند. بنابراین پاسخ‌دهندگان از مهارت لازم برخوردارند و آموزش‌هایی را در زمینه کاری‌شان در مراکز دانشگاهی دیده‌اند. همچنین بیش از ۴۶ درصد فاصله سنی بیشتر از ۵۱ سال دارند و هشت درصد مربوط به فاصله سنی کمتر از سی سال است.

تحلیل نتایج حاصل از بررسی الگو و آزمون فرضیه‌ها

بررسی نتایج حاصل از آزمون برازش الگوی مفهومی نشان می‌دهد که الگوی پژوهش برای تبیین و برازش از وضعیتی مناسب برخوردار است. همچنین نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی معادلات اندازه‌گیری شده مربوط به سازه‌های تحقیق و شاخص‌های به دست آمده ($P\text{-value} = 1.0000$; $RMSEA = 0.000$) نشان‌دهنده برازش مطلوب الگوی اندازه‌گیری است. یعنی همه ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی که برای سازه عوامل محیطی و نیز گرایش به

کارآفرینی تعریف کرده‌ایم مناسب است و به لحاظ تجربی می‌تواند متغیرهای مذکور را تبیین و اندازه‌گیری کند. در نتیجه، همه بارهای عاملی مرتبط با سازه عوامل محیطی و نیز گرایش به کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. به طوری که عامل فرهنگی و ارزش‌های حاکم بر جامعه بیشترین نقش را در توسعه گرایش به کارآفرینی در بانک‌ها دارد و بیشترین بار عاملی (۰/۸۸) را نیز به خود اختصاص داده است. پس از آن عامل اقتصادی (۰/۸۶) و سیاسی (۰/۷۵) قرار دارد.

با کسب اطلاعات حاصل از داده‌های پرسش‌نامه، برای تحلیل آزمون آن‌ها، در حوزه‌های مرتبط با فرضیات تحقیق نتایج به دست آمده عبارت است از:

فرضیه اصلی: «عوامل محیطی بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی تأثیرگذار است». همان گونه که بیان شد، محیط خارجی به مثابه عوامل فیزیکی و اجتماعی که مستقیماً بر تصمیم‌گیری افراد در سازمان تأثیر می‌گذارد تعریف شده است. در این تحقیق عوامل فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ارزش‌های حاکم بر جامعه عوامل محیطی در نظر گرفته شده است، که می‌تواند میزان تأثیر عوامل سازمانی بر گرایش به کارآفرینی را تعدیل نماید. به منظور بررسی وضعیت این عوامل، موضوع در چهار فرضیه فرعی به شرح زیر توضیح داده می‌شود:

- **فرضیه فرعی اول:** «عوامل فرهنگی به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تأثیرگذار است». بر اساس یافته‌های هافستد (۱۹۹۷)، اشتیاق به تحمل ریسک‌ها مرتبط با جوامع با ویژگی اجتناب از عدم اطمینان کم، فاصله قدرت کم و روحیه فردگرایی است. در این پژوهش، ابعاد فرهنگ ملی هافستد (فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان، فردگرایی) متغیرهای فرهنگی تعدیل‌گر گرایش به کارآفرینی در نظر گرفته شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری ۰/۰۰۰ (کمتر از ۰/۰۵) است، فرض صفر (H_0) رد می‌شود. در نتیجه، تفاوتی معنادار بین میانگین مقادیر متغیر عوامل فرهنگی و مقدار مورد آزمون (۳) وجود دارد. از آنجا که حد بالا و پایین مقادیر مثبت است، میانگین مقادیر متغیر عوامل فرهنگی از میانه مقادیر بیشتر است و عوامل فرهنگی، به مثابه متغیر تعدیل‌گر از نوع مثبت، اثر عوامل سازمانی بر متغیر گرایش به کارآفرینی را تقویت می‌کند. بنابراین در بانک‌ها فردگرایی زیاد، اجتناب از عدم اطمینان کم و فاصله قدرت کم است؛ این امر می‌تواند

اجرای گرایش به کارآفرینی اثربخش در بانک‌های کشور را توسعه دهد و تقویت نماید.

- **فرضیه فرعی دوم:** «عوامل اقتصادی به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تأثیرگذار است». بررسی‌ها نشان می‌دهد که شرایط اقتصادی مناسب شرط لازم برای ظهور فرهنگ گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شود. در این تحقیق به دنبال بررسی این موضوع بودیم که آیا شرایط اقتصادی، به مثابه عاملی پیش‌برنده، تأثیر عوامل سازمانی بر گرایش به کارآفرینی را تقویت می‌کند یا عاملی بازدارنده تلقی می‌شود و اثر تضعیف‌کننده دارد. نتایج حاکی از آن بود که سطح معناداری $0/000$ (کمتر از $0/05$) است؛ بنابراین فرض صفر (H_0) رد می‌شود. در نتیجه تفاوتی معنادار بین میانگین مقادیر متغیر عوامل اقتصادی و مقدار مورد آزمون (۳) وجود دارد. از آنجا که حد بالا و پایین مقادیر منفی است، میانگین مقادیر متغیر عوامل اقتصادی از میانه مقادیر کمتر است و شرایط مناسب اقتصادی بر نظام بانکی کشور حاکم نیست. به این معنی که در سیاست‌های پولی و مدیریت کلان نظام بانکی ثبات لازم وجود ندارد و بانک‌ها از استقلال لازم برخوردار نیستند. همچنین می‌توان گفت که فضای آزاد و مناسب کسب‌وکار در کشور نامناسب است.
- **فرضیه فرعی سوم:** «عوامل سیاسی به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تأثیرگذار است». لازر و هاردین (۱۹۹۴) استدلال می‌کنند که دخالت دولت در امور سازمان‌ها منجر به کاهش گرایش به کارآفرینی می‌شود. در چنین شرایطی مدیران، به دلیل اجرای سیاست‌های دولت، مؤلفه‌های گرایش به کارآفرینی نظیر نوآور بودن، ریسک‌پذیری و ابتکار عمل را نادیده می‌گیرند. همین‌طور مشارکت، کار گروهی و فعالیت‌های منسجم دیگر به سوی سازگاری و ثبات و نه کارآفرینی هدایت می‌شود. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سطح معناداری $0/000$ (کمتر از $0/05$) است. بنابراین فرض صفر (H_0) رد می‌شود. در نتیجه تفاوتی معنادار بین میانگین مقادیر متغیر عوامل سیاسی و مقدار مورد آزمون (۳) وجود دارد. از آنجا که حد بالا و پایین مقادیر منفی است، میانگین مقادیر متغیر

عوامل سیاسی از میانه مقادیر کمتر است. از این رو شرایط سیاسی مساعدی بر فضای نظام بانکی کشور حاکم نیست. به این معنی که قوانین و مقررات از ثبات لازم برخوردار نیست و مقررات زیاد و دست‌وپاگیر برای فعالیت‌های اقتصادی وجود دارد. همچنین سیاست‌های دولت در امور بانک‌ها غیر دستوری و بازارگرا نیست و شرایط رقابتی کمتر وجود دارد.

• **فرضیه فرعی چهارم:** «ارزش‌های حاکم بر جامعه به گونه‌ای مثبت و معنادار بر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تأثیرگذار است». فرهنگ و باورها و ارزش‌های جامعه به مثابه بستر نوآوری و توسعه کارآفرینی ایفای نقش می‌کند. با توجه به اینکه سطح معناداری $0/020$ (کمتر از $0/05$) است، فرض صفر (H_0) رد می‌شود. در نتیجه تفاوتی معنادار بین میانگین مقادیر متغیر ارزش‌های حاکم بر جامعه و مقدار مورد آزمون (۳) وجود دارد. از آنجا که حد بالا و پایین مقادیر منفی است، میانگین مقادیر متغیر ارزش‌های حاکم بر جامعه از میانه مقادیر کمتر است. از این رو ارزش‌های مساعد حاکم بر جامعه برای توسعه گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور وجود ندارد. به این معنی که فضای جامعه برای خلق و اجرای ایده‌های جدید مناسب نیست و سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید کمتر ارزش تلقی می‌شود؛ همچنین ارزش‌های حاکم بر جامعه، که بر گرفته از قرآن کریم، احادیث پیامبر اکرم (ص) و سخنان حضرت علی (ع) است و مشوق خلاقیت، نوآوری، کار و کارآفرینی است، کمتر در جامعه به کار گرفته شده است.

فرضیه اصلی دوم: «گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور از وضعیتی مناسب برخوردار است». بررسی‌ها نشان می‌دهد که گرایش به کارآفرینی نقشی مهم در افزایش اثربخشی سازمان‌ها در محیط رقابتی ایفا می‌کند. یکی از اهداف این پژوهش بررسی وضعیت گرایش به کارآفرینی در بانک‌ها بود، تا مشخص شود که بانک‌ها چقدر به نوآوری، ابتکار عمل و ریسک‌پذیری تمایل دارند. با توجه به اینکه سطح معناداری $0/000$ (کمتر از $0/05$) است، فرض صفر (H_0) رد می‌شود. در نتیجه تفاوتی معنادار بین میانگین مقادیر متغیر گرایش به کارآفرینی و مقدار مورد آزمون (۳) وجود دارد. از آنجا که حد بالا و پایین مقادیر

مثبت است، میانگین مقادیر متغیر گرایش به کارآفرینی از میانه مقادیر بیشتر است و بانک‌ها از وضع مناسب ریسک‌پذیری، نوآور بودن و ابتکار عمل برخوردارند.

نتایج حاصل از الگوی ارائه شده

تجزیه و تحلیل‌های آماری درباره ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی تحقیق نشان می‌دهد که فرضیه‌های اصلی و فرعی پژوهش، با استفاده از آزمون‌های آماری، تأیید شد. به طوری که بین متغیرهای مستقل تحقیق (عوامل محیطی) و متغیر وابسته (گرایش به کارآفرینی) ارتباطی معنادار وجود دارد. از آنجا که شاخص‌های برازش به دست آمده بیشتر از حد مجاز است، الگوی مفهومی از برازشی مطلوب برخوردار است؛ یعنی داده‌های جمع‌آوری شده به خوبی روابط بین الگوی مفهومی را تبیین می‌کند و نشان می‌دهد. همه بارهای عاملی به دست آمده در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. با تأیید الگوی مفهومی، آن می‌تواند به مثابه الگوی بومی گرایش به کارآفرینی می‌تواند مورد استفاده سیاست‌گذاران و مدیران عالی نظام بانکی کشور قرار گیرد و چارچوبی برای تقویت نوآور بودن، ابتکار عمل داشتن و ریسک‌پذیری در بانک‌ها مد نظر قرار گیرد، تا بتوان شرایط مؤثر و اثربخش ورود به فرایند کارآفرینی را در نظام بانکی کشور فراهم نمود.

پیشنهادها

- با توجه به اینکه، بر اساس نتایج تحقیق، شرایط اقتصادی مناسب کمتر بر نظام بانکی حاکم است، پیشنهاد می‌شود که به منظور توسعه کارآفرینی در بانک‌ها باید اولاً ثبات لازم در سیاست‌های اقتصادی و پولی و نیز مدیریت کلان نظام بانکی کشور برقرار شود؛ ثانیاً فضای آزاد و رقابتی به منظور فعالیت و عملکرد خلاقانه و نوآورانه در بین بانک‌ها ایجاد شود و نیز فضای کسب‌وکار در کشور بهبود یابد و همچنین از سیاست‌های تکلیفی و دستوری دولت و سایر مراجع درباره بانک جلوگیری شود.
- با توجه به اینکه بر اساس نتایج تحقیق شرایط قانونی و سیاسی از وضعیتی مناسب برخوردار نیست، اقداماتی نظیر ثبات قوانین و مقررات، حذف مقررات زیاد و

- دست‌وپایگیر، سیاست‌های غیر دستوری و مبتنی بر شرایط اقتصادی کشور و عرصه رقابتی باید در محیط پیرامونی نظام بانکی کشور صورت گیرد.
- از آنجا که ارزش‌های حاکم بر جامعه نقشی اساسی در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کند، اتخاذ تدابیر لازم برای اشاعه ارزش‌های اسلامی که بر کار و کارآفرینی تأکید می‌کند ضروری است؛ تا با رفع موانع پیش روی توسعه گرایش به کارآفرینی نظیر روزمرگی، مطلق‌نگری، پیش‌داوری، قانون‌گریزی و رابطه‌مداری، محافظه‌کاری و مصلحت‌اندیشی، مشارکت‌گریزی، ناآگاهی، فقر و ناامنی، انتقادناپذیری، تقلید کورکورانه و تشویق نکردن روحیه خلاقیت و نوآوری تمهیدات لازم برای رشد و شکوفایی بانک‌ها و نظام بانکی کشور در عرصه کارآفرینی فراهم شود.
 - نتایج این تحقیق نشان داد که بانک مرکزی، به مثابه متولی سیاست‌گذاری و نظارت بر نظام بانکی کشور، باید تدابیر لازم را برای حرکت بانک‌ها به سوی کارآفرینی اتخاذ نماید. بدین منظور لازم است شرایطی فراهم شود که بانک‌ها در محیط رقابتی و پویا به فعالیت بپردازند. در صورت تحقق این امر گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور تقویت خواهد شد.
 - پیشنهاد می‌شود، به منظور توسعه کارآفرینی و گرایش به آن، بانک مرکزی منشور کارآفرینی را تدوین کند و به بانک‌ها برای اجرا ابلاغ شود. بانک مرکزی بسترها و زیرساخت‌های لازم را برای اجرای آن فراهم کند و نظارت لازم را به عمل آورد. به منظور اجرایی نمودن منشور، باید در مرحله اول ضرورت پذیرش مفهوم گرایش به کارآفرینی و به‌کارگیری آن در محیط بانک‌ها تبیین شود. در گام دوم، ارزش‌های اسلامی مرتبط با کارآفرینی تبیین شود و بر به‌کارگیری آن در بانک‌ها تأکید شود. سوم اینکه منشور دارای ابعاد فردی، گروهی، سازمانی، اجتماعی و جهانی باشد. چهارم، سازوکارهای اجرایی برای عملی شدن مفاد منشور در نظر گرفته شود؛ در این باره اقدامات لازم به عمل آید و مسئولیت مدیران و کارکنان بانک در سطوح مختلف مشخص شود، تا مفاد منشور اجرایی و عملیاتی شود. پنجم هم اینکه ضمانت‌های اجرایی نظیر اقدامات تشویقی و تنبیهی در نظر گرفته و اجرا شود.
 - با توجه به الگوی عرضه‌شده و معادلات ساختاری بین متغیرها و رابطه علی مشخص شده

بین آنها می‌توان گفت، از آنجا که عوامل محیطی بر گرایش به کارآفرینی تأثیرگذار بوده است، به منظور افزایش سطح گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی کشور باید شرایطی مناسب از عوامل فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ارزش‌های حاکم بر جامعه فراهم نمود.

● به منظور توسعه موضوع تحقیق موارد زیر برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود:

- ➔ بررسی موانع و مشکلات کارآفرینی و گرایش به آن در نظام بانکی کشور
- ➔ طراحی نظام مدیریت منابع انسانی متناسب با کارآفرینی در بانک‌ها
- ➔ طراحی ساختار سازمانی متناسب با کارآفرینی در بانک‌ها
- ➔ پژوهش‌های تطبیقی برای بهره‌گیری از تجربیات موفق بانک‌های خارجی در توسعه گرایش به کارآفرینی

همچنین تحقیق با محدودیت‌هایی مواجه بود که عبارت است از:

- همکاری مؤثر نکردن افراد پژوهش‌شده در تکمیل به‌موقع پرسش‌نامه به دلیل به کار نیامدن نتیجه تحقیقات بر شرایط کاری آنان
- نداشتن بودجه کافی برای پوشش هزینه‌های تحقیق
- فقدان پژوهش جامع مرتبط با موضوع تحقیق

منابع

الف- منابع فارسی

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ چهارم، تهران: پردیس.
- سرمد، زهره؛ عباس بازرگان و الهه حجازی (۱۳۸۳). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. چاپ هشتم، تهران: آگاه.
- کوراتکو، داند اف. و هاجتس ریچارد (۱۳۸۳). نگرشی معاصر بر کارآفرینی، ترجمه ابراهیم محرابی، جلد اول، مشهد: مؤسسه انتشارات دانشگاه فردوسی.
- هیسریچ، رابرت و مایکل پیترز (۱۳۸۳). کارآفرینی، ترجمه سیدعلیرضا فیض‌بخش و حمیدرضا تقی یاری، چاپ اول، تهران: دانشگاه شریف.

ب- منابع لاتین

- Covin, J. & Miles, p. (1999). Corporate Entrepreneurship and Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23.
- Covin, J. & Slevin, D. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16.
- Covin, J. G. (1991). Entrepreneurial Versus Conservative Firm. *Journal of Management Studies*, 28, 39-51.
- Covin, J. G., Green, K. M. & Slevin, D. P. (2006). Strategic Process Effects on the Entrepreneurship on the Entrepreneurial Orientation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1), 57-81.
- Dess, G. & Lumpkin, G. T. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Simulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19, 14-25.
- Dess, G. D. (1999). Linking Corporate Entrepreneurship to Strategy. *Structure & Process, Entrepreneurship: Theory & Practice*, 23(3), 85-96
- Hill (2003). Entrepreneurship within the Corporate Setting. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 21(1).
- Hill, M. Elizabeth (2003). The Development of an Instrument to Measure Intrapreneurship: entrepreneurship within the corporate setting. *Journal of Marketing*, 57, 44-56.

- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (2005). Establishing a New Business Venture Unit With in a Firm. *Journal of Business Venturing*, 1, 307-322
- Hitt, M., Ireland, R. & Sexton, D. (2001). Strategic Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 22, 479-491.
- Holt, T. (2007). Corporate Entrepreneurship. *Journal of Organization Change Management*, 21, 14-31.
- Hornsby, J. Donald., Kuratko F., Shepherd Dean A. (2009). Managers Corporate Entrepreneurship Actions. *Journal of Business Venturing*, 24, 236-247.
- Knight, G. (2000). Entrepreneurship and Marketing Strategy. *Journal of International Marketing*, 8, 12-32.
- Knight, G. (2009). Entrepreneurship and Strategy in the International SME. *Journal of International Management*, 31, 24-41.
- Kuratko D. F. & Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Harcourt, Inc.
- Kuratko, F. Donald (2007). The Entrepreneurial Intensity of Corporate Entrepreneurship. *Journal of Leadership*. 35, 40-56.
- Kuratko, F., Donald, Richard & Hodgetts, M. (2006). *Entrepreneurship*. Thomson Corporation.
- Lee, Miller & Hancock (2000). *A Habitat for Innovation and Entrepreneurship*. Stanford University Press.
- Lee, S. & Peterson, J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation and Global Competitiveness. *Journal of World Business*, 35, 40-66.
- Lober, Donal & Hodgetts, Richard (2001). *Entrepreneurship a Contemporary Approach*, Harcourt College Publisher.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. (1996). Enriching the Entrepreneurial Orientation Construct. *The Academy of Management Review*, 21, 605-606.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. (2001). Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-431.
- Lumpkin, G. T. Dess, G. (2006). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1).
- Miles, M. P. & Covin, J. (2002). Exploring the Practice of Corporate Venturing.

Entrepreneurship Theory and Practice, 26, 21-40.

Miller, D. & Friesen, P. (1982). Innovation and Conservative and Entrepreneurial Firm. *Strategic Management Journal*, 3, 1-25.

Morris and Kuratko (2002). *Corporate Entrepreneurship*. Thompson. South – Western.

Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial Intensity*, Westport, CT: Quorum Books.

Patrick, M. & Davis, J. (2010). Entrepreneurship Orientation and Firm Performance. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 23(1), 39-51.

Zahra, S. & Dess G. (2001). Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 26, 8-20.