

# Presenting the Model of Factors Influencing the Recognition of Entrepreneurial Opportunities in the Islamic Banking Industry

## ARTICLE INFO

### Article Type

Research Article

### Authors

Heydarali Akhondy<sup>1</sup>

Ebrahim Abbasi<sup>2\*</sup>

Parviz Saeedi<sup>3</sup>

Roohalla Samiee<sup>4</sup>

### How to cite this article

Heydarali Akhondy, Ebrahim Abbasi, Parviz Saeedi, Roohalla Samiee, Presenting the Model of Factors Influencing the Recognition of Entrepreneurial Opportunities in the Islamic Banking Industry, *Journal of Islamic Life Style Centered on Health*, 2022:5(4): 670-679.

1. PhD student, Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.

2. Professor, Department of Management, Al-Zahra University (S), Tehran, Iran.

3. Professor, Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.

4. Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.

### \* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: [abbasiebrahim2000@yahoo.com](mailto:abbasiebrahim2000@yahoo.com)

### Article History

Received: 2021/11/26

Accepted: 2022/02/21

## ABSTRACT

**Purpose:** The purpose of this research is to investigate the impact of identifying entrepreneurial opportunities in the banking industry in Sepeh Bank. The statistical population of the research included 120 Sepeh Bank branch managers.

**Materials and methods:** In this research, 92 people were selected as a sample using stratified random sampling and based on Cochran's formula. The data collection tool was a questionnaire whose validity was confirmed by faculty members and its reliability was confirmed by combined reliability method and Cronbach's alpha. Based on this, after reviewing the research literature and the statistics of the opinions of experts in the field of identifying entrepreneurial opportunities, effective factors were identified. Data analysis was done by structural equation modeling with partial least squares method and Smart PLS software.

**Findings:** The results of the research indicate a positive and significant impact of identifying entrepreneurial opportunities in the banking industry with a coefficient of 0.59.

**Conclusion:** Therefore, the results of this research contribute to the knowledge and awareness of managers and researchers of the banking industry in the field of concepts and categories that influence the recognition of entrepreneurial opportunities in this industry.

**Keywords:** Islamic Banking, Identification of Entrepreneurial Opportunities, Sepeh Bank

## ارائه الگوی عوامل تاثیر گذار تشخیص فرصت های

## کارآفرینی بر صنعت بانکداری اسلامی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

\* نویسنده مسئول: abbasibrahim2000@yahoo.com

## مقدمه

دلیل اهمیت کارآفرینی در مطالعات اخیر، نقش آن در توسعه اقتصادی (۱) و همچنین رشد اجتماعی کشورهاست. طبق تعریف هنسن<sup>۱</sup> و همکاران (۲) می توان به کارآفرینی به عنوان کشف و استفاده از فرصت ها، برای تولید کالاها و خدمات قابل ارائه در آینده نگریست. تشخیص فرصت، درک امکان راه اندازی کسب و کاری جدید یا به طور مشخص بهبود وضعیت موجود یک کسب و کار فعال است به نحوی که در نهایت، منجر به ظرفیتی مناسب برای سودآوری شود (۳). بسیاری از محققان معتقدند که شناخت فرصت اولین مرحله فرآیند کارآفرینی است (۴) و همگام با افزایش اهمیت مسأله کارآفرینی، ضرورت شناخت فرصت ها نیز بیشتر شود. بانک ها علاوه بر جمع آوری سپرده های کوچک و بزرگ مردم، با سرمایه گذاری و اعطای وام های خرد و کلان در رفع نیازهای شخصی و مشکلات صنایع و شرکت های کوچک و بزرگ نقش ایفا می کنند. اعطای وام، یکی از مهم ترین وظایف و در عین حال مهم ترین منبع درآمدی بانک ها از طریق دریافت بهره می باشد. برای اینکه یک کارآفرین بتواند فرصتی را دنبال و از آن بهره برداری و کسب و کاری را ایجاد نماید، ابتدا باید آن فرصت را درک و شناسائی نماید. در واقع شناسائی فرصت از مهمترین عواملی است که در فعالیت های کارآفرینانه وجود دارد (۵). موسسات بسیاری در یافتن رویکرد موفق برای انواع مختلف پروژه های پژوهش و توسعه با مشکل مواجهند، به خصوص آنهایی که نیازمند سطوح بالایی از نوآوری هستند. کارآفرینی در طول سال های گذشته به یک رفتار مطلوب تبدیل شده، به گونه ای که امروزه هدف بسیاری از کشورها برنامه ریزی برای توسعه آن به عنوان یک تغییر اجتماعی است (۶). مورنو معتقد است شناسایی و بهره برداری از فرصت های موجود در فضای کسب و کار حتی انجام فعالیت های روزمره مهمترین قابلیت یک کارآفرین موفق است. در کارآفرینی تشخیص فرصت های کارآفرینانه، نه تنها نیازمند وجود یک دانش پایه است، بلکه توانایی تشخیص برای ارزیابی و بهره برداری از آن نیز حائز اهمیت است. فرصت، متشکل از تکه هایی از دانش است که تنها هنگامی که با منابع مورد نیاز مالی، فیزیکی و انسانی همراه باشد، قابل بهره برداری است. گرچه منابع دیگری نیز در موفقیت نهایی به کارگیری آن موثرند. نظام بانکی همانند هر نهاد دیگری برای اینکه در مسیر از پیش تعیین شده و مشخص خود حرکت نماید، نیازمند نظارت و کنترل مستمر است. در نظام بانکداری اسلامی از آن جهت که از عقود مختلفی در تجهیز و تخصیص منابع و ارائه خدمات بانکی استفاده می شود، از گستردگی بیشتری برخوردار است و از همین جهت نیز نظارت بر همه فرایندها برای اطمینان از شرعی بودن امور و صحت آن اهمیت ویژه ای دارد. ثمره نظارت شرعی و اقتصادی، اطمینان بیشتر متشرعان به منطبق بودن عملیات با قوانین موجود در

حیدرعلی آخوندی<sup>۱</sup>

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران .

ابراهیم عباسی<sup>۲\*</sup>

استاد، گروه مدیریت، دانشگاه الزهرا (س)، تهران ، ایران

پرویز سعیدی<sup>۳</sup>

استاد، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران .

روح الله سمیعی<sup>۴</sup>

استادیار، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

## چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر تشخیص فرصت های کارآفرینی در صنعت بانکداری در بانک سپه است. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۲۰ مدیر شعبات بانک سپه بود.

**مواد و روش ها:** این پژوهش با روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی و بر اساس فرمول کوکران، ۹۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه بود که روایی آن توسط اعضای هیئت علمی و پایایی آن با روش پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ تایید شد. بر این اساس پس از بررسی ادبیات پژوهش و احصای نظرات خبرگان حوزه تشخیص فرصت های کارآفرینی ، عوامل مؤثر شناسایی شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات با روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS انجام گرفت.

**یافته ها:** نتایج پژوهش حاکی از تاثیر مثبت و معنادار تشخیص فرصت های کارآفرینی در صنعت بانکداری با ضریب ۰/۵۹ است. **نتیجه گیری:** بنابراین نتایج، این تحقیق به شناخت و آگاهی مدیران و محققان صنعت بانکداری، در زمینه مفاهیم و مقوله های تاثیرگذار بر تشخیص فرصت های کارآفرینی در این صنعت کمک می کند.

**واژگان کلیدی:** بانکداری اسلامی، تشخیص فرصت های کارآفرینی، بانک سپه

<sup>1</sup> . Hansen

بازار و یا منابع استفاده نشده؛ تشخیص یا کشف «تناسب» بین نیاز بازار برای یک کالای خاص و منابع ویژه؛ ایجاد و خلق «تناسب» جدیدی بین نیازها و منابعی که تاکنون در شکل دادن مفهوم یک کسب و کار، از هم جدا بوده‌اند (۳). کوربت<sup>۱</sup> تشخیص فرصت را به عنوان توانایی شناخت یک ایده خوب و انتقال آن به کسب و کار به گونه‌ای که موجب ارزش افزوده و تولید درآمد شود، تعریف نموده است. در واقع در فرآیند تشخیص فرصت، افراد به این نتیجه می‌رسند که از توان بالقوه‌ای برای خلق چیزهای جدیدی برخوردارند که ظرفیت تولید ارزش اقتصادی را نیز دارد. تشخیص فرصت همچنین به فرآیند درک امکان‌پذیری یک کسب و کار جدید سودآور یا یک محصول یا خدمت جدید اشاره دارد. یک فرصت تا تشخیص داده نشود، نمی‌تواند مورد بهره‌برداری قرار گیرد (۱۱). پوهاکا<sup>۲</sup> (۱۳) تشخیص فرصت را متشکل از ابعادی مانند پوشش رقابتی (جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات)، جست‌وجوی پیشگام فرصت از ارزش‌های آینده (تصویری خلاصه از آینده) و هم‌چنین ایجاد راهکار نوآورانه خلق فرصت می‌داند که در ارتباط با فعالیت‌های مختلف اقتصادی است. بنابراین می‌توان گفت، تشخیص فرصت‌های کارآفرینی به شرایطی اشاره دارد که در طی آن افراد به این باور می‌رسند که قادرند از ساختارهای جدیدی در کسب و کارهای خود استفاده کنند تا به واسطه آن منابع را به شیوه نوینی برای کسب سود به کار گیرند. همچنین گرگوری<sup>۳</sup> و همکاران تشخیص فرصت‌های کارآفرینی را مشتمل بر مجموعه‌ای از اقدامات می‌دانند که یا منجر به معرفی روش، کالا و یا خدمتی جدید می‌شود و یا اینکه بهبود روش، کالا و خدمات موجود را به دنبال خواهد داشت. آنان بر این باورند که اقدامات مذکور بایستی مبتنی بر نواقص موجود در بازار و یا مشاهده شکست سایرین باشد. اما نکته مهم آنکه فرصت بایستی از سودآوری بالقوه‌ای برخوردار باشد. برای این منظور، محققان مذکور اذعان می‌نمایند که تنها زمانی می‌توان گفت کارآفرین فرصتی واقعی را در بازار شناسایی نموده که مطلوبیت، امکان‌پذیری و تناسب بین عرضه و بازار هدف را بررسی نموده باشد. به نظر می‌رسد که تعریف مذکور ضمن برخورداری از جامعیت، کیفیت فرصت‌های شناسایی شده را نیز در نظر گرفته است. چه بسا فرصت‌های کارآفرینانه‌ای که شناسایی آنها از سودآوری بالایی برخوردار باشد، اما از تطابق با نیازهای مشتریان و یا قوانین و مقررات کشوری برخوردار نباشد. این در حالی است که محققان مذکور در بررسی امکان‌پذیری علاوه بر کاربردی و اجرایی بودن فرصت شناسایی شده، سازگار بودن آن با قوانین و مقررات را نیز لحاظ نموده‌اند. از سوی دیگر، در این تعریف مرز تشخیص فرصت و بهره‌برداری از فرصت به خوبی از یکدیگر مشخص شده است. افزون بر آنچه گفته شد، در دیدگاه مذکور ابعاد معرفی شده برای تشخیص فرصت کاملاً عملیاتی بوده و از قابلیت سنجش برخوردارند. حال آنکه بسیاری از تعاریف ارائه شده کاملاً ذهنی و نظری بوده و سنجش آنها در دنیای واقعی امکان‌پذیر نمی‌باشد.

3. Gregoire

بانکداری اسلامی و کاهش ریسک شریعت است که این خود سبب جذب سرمایه‌های بیشتر مردم خصوصاً متشرعان در نظام بانکی است و سرانجام به شکوفایی و پیشرفت اقتصادی کشور منجر خواهد شد. بررسی تشخیص فرصت کارآفرینی در بخش‌های مختلف اقتصادی، دارای اهمیتی ویژه است و محدودیت تحقیق در زمینه تشخیص فرصت کارآفرینی، شکافی بزرگ در مطالعات کارآفرینی در بخش بانکداری اسلامی محسوب می‌شود. به طور کلی از بررسی منابع مختلف و همچنین نتایج مطالعات تجربی که اشاره شد، می‌توان به این نتیجه دست یافت که هیچ چهارچوب پذیرفته‌شده‌ای در میان محققان در زمینه تشخیص فرصت‌های کارآفرینی وجود ندارد و هر محقق به گمان خود، به بررسی تأثیر چند عامل محدود در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی اقدام کرده است. بنابراین موضوع پژوهش حاضر از نظر توجه به ذهنیت عامل، پژوهش نسبتاً جدیدی محسوب می‌شود بر این اساس، در بخش نخست به بررسی مفاهیم و ابعاد هر یک از متغیرها پرداخته و پس از مروری بر تحقیقات انجام شده در این خصوص، مدل مفهومی تحقیق ارائه خواهد شد. در بخش بعد به معرفی روش شناسی تحقیق و تحلیل داده‌ها پرداخته و در نهایت یافته‌های حاصل به همراه پیشنهادات مدیریتی بیان خواهد شد.

#### ادبیات پژوهش مبانی نظری

اگرچه مطالعات متعددی در داخل و خارج از کشور درباره عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی انجام شده است، اما بیشتر این مطالعات تنها چند عامل محدود را بررسی کرده‌اند. از این رو ادبیات موجود در این زمینه بسیار پراکنده است. در ادامه به برخی از این مطالعات می‌پردازیم. سرمایه انسانی یکی از عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت است (۷) که شامل دانش کارآفرینانه‌ای است که از طریق آموزش، تجربه یا هر دو به دست می‌آید (۸). مطالعات تجربی نشان می‌دهد توانایی تشخیص فرصت با برخی از متغیرهای سرمایه انسانی نظیر تحصیلات، تجربه کارآفرینی (۹) و دانش قبلی (۷) ارتباط دارد. عوامل محیطی از دیگر مواردی است که بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. برخی از عوامل محیطی که در سطح کلان می‌توانند بر فرایند شناسایی فرصت تأثیر بگذارند عبارت‌اند از: رشد اقتصادی جامعه، زمینه سیاسی و اجتماعی، موقعیت جغرافیایی و ارزش‌های فرهنگی. اقتصاددانان معتقدند که هرگونه تغییری در فناوری، آداب و رسوم اجتماعی، فضای سیاسی و شرایط جمعیت‌شناختی منجر به خلق مجموعه جدیدی از اطلاعات می‌شود که به فرایند شناسایی، کشف یا خلق فرصت کمک می‌کند (۱۰). تانگ معتقد است که محیط کارآفرینی متغیری میانجی است که تأثیر ویژگی‌های فردی را بر شناسایی فرصت تعدیل می‌کند.

آن چه در ادبیات کارآفرینی، تشخیص فرصت نامیده می‌شود، شامل سه مرحله متفاوت است که عبارت است از: احساس یا درک نیاز

1. Corbett

2. Puhakka

همواره در جامعه عده ای کارآفرین وجود دارند که برای عملیاتی کردن ایده های کارآفرینانه خود نیازمند تأمین مالی هستند و متقابلاً بانک ها (یا پس انداز کنندگانی) وجود دارند که مایلند با هدف کسب سود، سرمایه مالی مورد نیاز کارآفرینان را تأمین نمایند. بدین ترتیب، بازار تأمین مالی متشکل است از گروهی عرضه کننده (تأمین مالی کنندگان) و گروهی تقاضای (تأمین مالی شوندگان). هریک از عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان، بسته به تلقی و چشم اندازی که از وضعیت و شرایط محیط سرمایه گذاری دارند، ممکن است به یکی از دو شیوه «تأمین مالی با بازدهی ثابت و از پیش تعیین شده» یا «تأمین مالی به شیوه PLS» تمایل بیشتری نشان دهند. اگر از دید کارآفرین به قضیه نگاه کنیم، در شرایط اطمینان و یا در پروژه هایی که چشم انداز سودآوری آنها بالاست، استفاده از شیوه تأمین مالی با بازدهی ثابت و از پیش تعیین شده، بر شیوه دیگر ترجیح دارد. علت این است که شیوه (PLS مشارکت)، از نقطه نظر کارآفرین، به دلیل نقشی که در تسهیم زیان احتمالی پروژه و جلوگیری از ورشکستگی کامل او دارد، قابل توجه است و در سناریوی مورد بحث (شرایط اطمینان)، که ریسک اجرای پروژه اندک است، این ویژگی PLS برای او چندان قابل توجه و جذاب نیست. از سوی دیگر، بالا بودن چشم انداز سود (سود انتظاری بالا)، انگیزه دیگری است که کارآفرین، از شریک کردن دیگری (مثلاً بانک) در سود پروژه خود، امتناع کند. دقیقاً به همین دلیل است که در شرایط اطمینان، متقاضیان تمایل بیشتری به شیوه تأمین مالی با نرخ بهره ثابت و تمایل کمتری به شیوه تأمین مالی PLS از خود نشان می دهند. همچنین کارآفرینانی که پروژه مورد نظرشان از ضریب ریسک بالاتری برخوردار است و احتمال عدم موفقیت آنها جدی است، خواهان جلب مشارکت بانک هستند؛ برعکس، کارآفرینانی که پروژه های مورد نظرشان نسبتاً مطمئن و دارای چشم انداز سود بالاست، رغبتی به شیوه تأمین مالی مشارکتی و سهم کردن بانک در سود احتمالی پروژه نشان نمی دهند و بیشتر خواهان دریافت وام و پرداخت بهره ثابت و از پیش تعیین شده هستند. در واقع، این مشکلی است که بانک ها قبل از عقد قرارداد و در مرحله انتخاب پروژه با آن مواجه هستند.

#### پیشینه پژوهش

لانگ و دانگ<sup>۱</sup> در تحقیقی «اثر تجربه و نوآوری فرصت های کارآفرینی بر ظهور سرمایه گذاری جدید در چین» نتایج نشان داد کسانی که تجربه کارآفرینی موفق دارند، می توانند سریعتر فعالیت های جدیدی را ایجاد کنند، در حالی که تجربه صنعت و نوآوری فرصت های کارآفرینانه تاثیر منفی بر ظهور سرمایه گذاری جدید دارد. نیک رفتار و حسینی در تحقیقی با عنوان «عوامل موثر بر شناخت فرصت های کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط گردشگری» نتایج نشان داد هوشیاری کارآفرینانه به طور معناداری به تشخیص فرصت های کارآفرینانه کمک کرده است. همچنین هوشیاری کارآفرینی به طور قابل توجهی به شناسایی

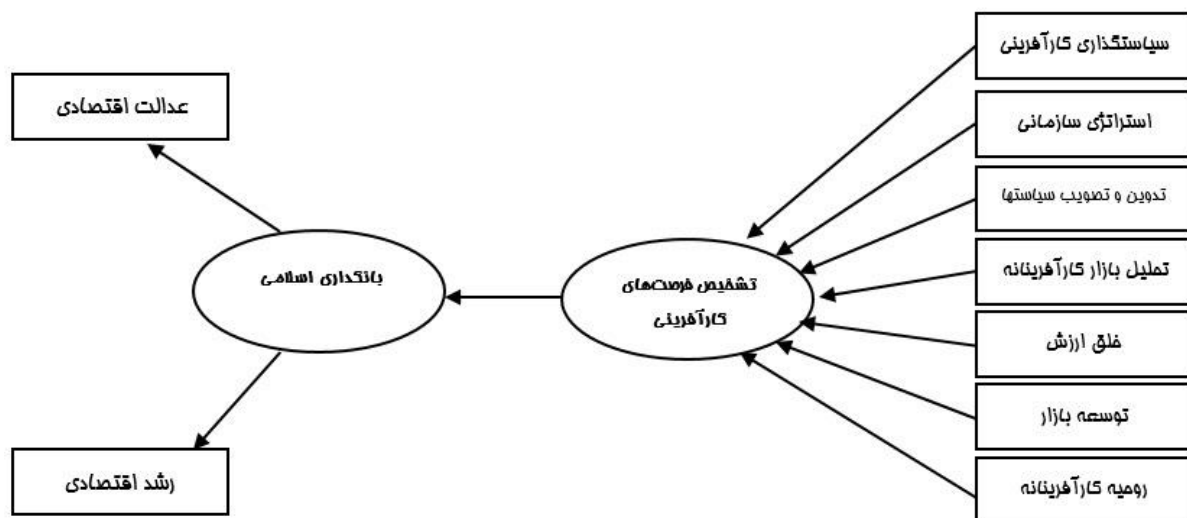
3. Li

4. Lim & Xavier

1. Long and Dong

2. Campos

متون عوامل و شاخص‌هایی که در مسیر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی باید به آن توجه شود، بررسی شدند. در مرحله بعد با مراجعه به خبرگان حوزه کارآفرینی ضمن بررسی مضامین احصا شده، نظرات آنان دریافت گردید تا بر اساس آن معیارها و شاخص‌های مناسب جهت شاخص‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی طراحی شود. در این پژوهش جهت ساماندهی و نحیوه چیدمان و استقرار مفاهیم از نظرات خبرگان استفاده شده است. جامعه خبرگان در این پژوهش عبارت از صاحب‌نظران حوزه بانکداری و کارآفرینی است که دارای سطح تحصیلات دکتری یا دانشجوی دکتری و تجربه کاری مرتبط بوده‌اند. نمونه‌گیری به صورت نظری انجام شد. راهنمای نمونه‌گیری نظری، پرسش‌ها و مقایسه‌هایی هستند که در خلال تجزیه و تحلیل محتوای متون و اسناد و مصاحبه‌ها بروز می‌یابند و موجب کشف مقوله‌های مناسب، خصوصیات و ابعاد آنها می‌شوند. نمونه‌گیری نظری تارسیدن مقوله‌ها به اشباع نظری ادامه یافت. اشباع نظری مرحله‌ای است که در آن داده‌های جدیدی در ارتباط با مقوله پدید نمی‌آیند، مقوله گستره مناسبی می‌یابد و روابط بین مقوله‌ها برقرار و تأیید می‌شوند. شکل ۱ چارچوب مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش

لیکرت استفاده شد. جهت تنظیم پرسشنامه از مبانی نظری کمک گرفته شده است. همچنین سنجش روایی پرسشنامه از طریق روایی صوری و روایی سازه ای و پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شد. روایی صوری پرسشنامه توسط اساتید محترم، نخبگان و متخصصان مورد بازنگری و تأیید قرار گرفت و برای تعیین قابلیت اعتماد پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که میزان آن برای بخش‌های مختلف پرسشنامه در جدول (۱) آمده است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی به کار گرفته شده است. برای سنجش روایی و پایایی

#### مواد و روش‌ها

این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری در این مرحله مدیران شعب بانک سپه می‌باشد. نمونه‌گیری در این بخش دو مرحله‌ای می‌باشد. در مرحله اول، نمونه‌گیری خوشه‌ای است که مدیران شعبات بزرگ انتخاب (۷۰ درصد) و نبود برخی شعب بزرگ در سایر شهرها انتخاب گردید (قضاوتی). مرحله دوم نمونه‌گیری تصادفی ساده است. حجم جامعه آماری ۱۲۰ مدیر شعبات بانک سپه می‌باشد. لذا حجم کلی نمونه براساس فرمول جامعه محدود تعداد ۹۲ مورد می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در قالب طیف ۵ گانه

مقادیر ضرایب همبستگی بین آن متغیر با سایر متغیرها انجام می گیرد که برای این کار، ماتریسی تشکیل می شود که مقادیر قطر اصلی ماتریس جذر میانگین استخراج شده هر متغیر و مقادیر پایین و بالای این قطر، ضرایب همبستگی بین متغیرها است.

مدل اندازه گیری تحقیق، شاخص های میانگین واریانس استخراج شده (AVE<sup>1</sup>)، پایایی ترکیبی (CR<sup>2</sup>) و ضریب تعیین (R<sup>2</sup>) بررسی شد. در روایی واگرا، میزان تفاوت بین شاخص های یک متغیر با شاخص های متغیرهای دیگر در مدل مقایسه می شود. این کار از طریق مقایسه جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر با

جدول ۱. ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لاکر

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱. سیاستگذاری کارآفرینی	۰/۸۷							
۲. استراتژی سازمانی	۰/۷۹	۰/۸۸						
۳. تدوین و تصویب سیاست های کارآفرینی	۰/۷۱	۰/۶۷	۰/۷۶					
۴. تحلیل بازار کارآفرینانه	۰/۷۳	۰/۵۷	۰/۸۲	۰/۸۴				
۵. خلق ارزش	۰/۷۳	۰/۶۹	۰/۶۷	۰/۷۶	۰/۸۹			
۶. تحلیل بازار	۰/۷۷	۰/۵۹	۰/۶۹	۰/۸۷	۰/۷۹	۰/۹۳		
۷. روحیه کارآفرینانه	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۶۳	۰/۶۷	۰/۷۶	۰/۷۷	۰/۸۵	
۸. توسعه بازار	۰/۷۸	۰/۸۱	۰/۸۳	۰/۶۹	۰/۷۳	۰/۸۳	۰/۸۹	۰/۹۱

شاخص میانگین واریانس استخراج شده، مقادیر بالاتر از ۰/۵ نشان از روایی مناسب سازه های مورد بررسی دارد. برای تعیین پایایی سازه ها در این تحقیق از روش پایایی مرکب (CR) استفاده شد که ضرایب آن برای سازه هایی که مقدار CR آنها بالاتر از مقدار ۰/۷ باشند، پایایی قابل قبولی را نشان می دهد و هر چه این مقدار به ۱ نزدیک تر باشد، پایایی آن بیشتر است. لذا شاخص های فوق به همراه بررسی معنی داری بارهای عاملی جهت تأیید مناسبیت نشانگرهای سازه ها مورد استفاده قرار گرفتند.

بنابراین با توجه به ماتریس بالا مقدار جذر متوسط واریانس به اشتراک گذاشته تمامی متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آنها بیشتر است که حاکی از قابل قبول بودن روایی و واگرایی متغیرها و برازش خوب مدل های اندازه گیری است.

روایی همگرا نشان دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر متغیر پنهان با پرسش های مربوط به خود است. به بیان ساده تر، این معیار میزان همبستگی یک بُعد با پرسش های خود را نشان می دهد که هر چه این همبستگی بیشتر باشد، برازش مدل اندازه گیری مربوطه نیز بیشتر است.

شاخص AVE نشان می دهد که چه درصدی از واریانس سازه مورد مطالعه تحت تاثیر نشانگرهای آن سازه بوده است با توجه به

جدول ۲. نتایج میانگین واریانس استخراج شده و پایایی ترکیبی متغیرهای تحقیق

متغیرهای پنهان	ابعاد متغیرها	AVE	CR
تشخیص فرصت های کارآفرینی	سیاستگذاری کارآفرینی	۰,۴۷۳	۰,۸۷۴
	استراتژی سازمانی	۰,۳۷۷	۰,۸۶۷
	تدوین و تصویب سیاست های کارآفرینی	۰,۴۷۹	۰,۸۷۸
	تحلیل بازار کارآفرینانه	۰,۴۲۷	۰,۸۶۸
	خلق ارزش	۰,۴۶۱	۰,۸۷۹
	توسعه بازار	۰,۵۱۹	۰,۸۹۳
بانکداری اسلامی	روحیه کارآفرینانه	۰,۷۶۴	۰,۸۷۱
	عدالت اقتصادی	۰,۷۱۷	۰,۸۸۱
	رشد اقتصادی	۰,۷۵۱	۰,۸۶۹

<sup>2</sup>. Composite Reliability

<sup>1</sup>. Average Variance extracted

یافته ها

ویژگی های جمعیت شناختی نمونه پژوهش در این بخش نشان داد که، از نظر وضعیت تاهل ۷۳/۴ درصد از آنها متاهل و ۲۶/۶ درصد نیز مجرد بودند. از نظر سابقه کار نیز فقط ۱/۴ درصد افراد مورد مطالعه دارای سابقه کار بیش از ۲۰ سال بودند. همچنین ۸/۲ درصد نمونه آماری دارای مدرک تحصیلی در مقطع لیسانس، ۸۶/۵ درصد نمونه آماری دارای مدرک تحصیلی در مقطع فوق لیسانس، ۵/۳ درصد نمونه آماری در مقطع دکترا می باشند.

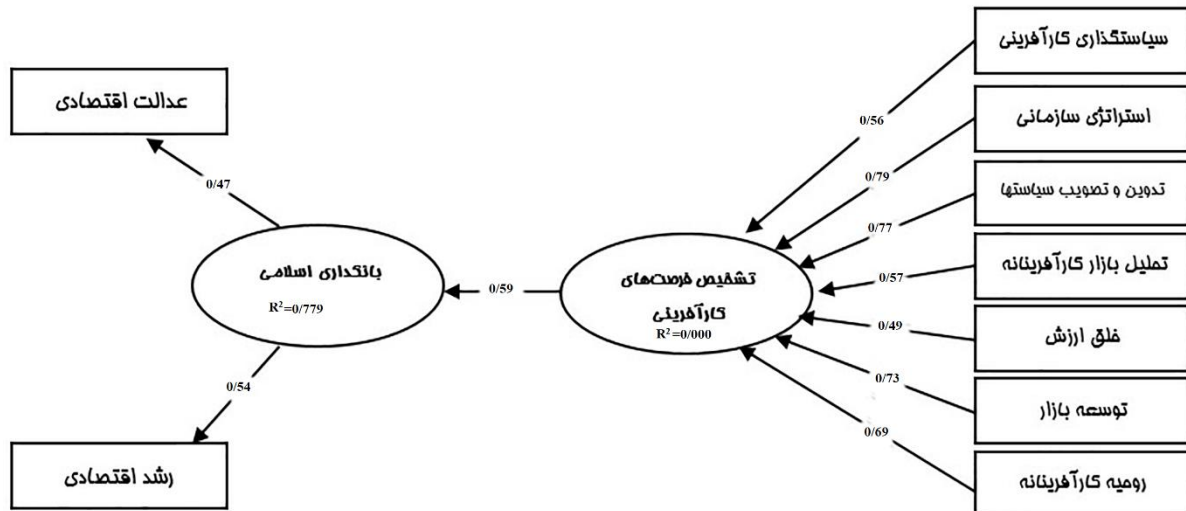
مدل ساختاری کلی

مدل ساختاری در واقع مدل کلی تحقیق است و روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق را نشان می دهد. بر این اساس، در تحقیق حاضر مدل ساختاری بیانگر رابطه مستقیم متغیر مستقل تشخیص فرصت های کارآفرینی با متغیر وابسته بانکداری اسلامی است (شکل شماره ۲). یافته های تحقیق در خصوص برازش نیکویی مدل نشان داد که هر چند مدل برآورد شده براساس شاخص کای اسکویر از برازش نیکویی مناسبی برخوردار نیست، بر اساس سایر شاخص ها، برازش نیکویی قابل قبولی داشت (جدول ۳).

مقادیر  $R^2$  نیز نشان می دهد سازه های درونزا در مدل تحقیق به چه میزان قدرت پیش بینی کنندگی را دارند. با توجه به اینکه همه مقادیر ضریب تعیین از ۰/۶۷ بیشتر است، می توان نتیجه گرفت معیار یاد شده برازش مدل را به خوبی تایید می کند.

شکل ۴-۵، مدل اندازه گیری را در حالت تخمین استاندارد نشان می دهد. بارهای عاملی و ضرایب مسیر در شکل نشان داده است. شاخصی که بیشترین بار عاملی را داشته باشد، در اندازه گیری متغیر مربوطه سهم بیشتری دارد و شاخصی که ضرایب کوچک تری داشته باشد، سهم کمتری را در اندازه گیری متغیر مربوطه ایفا می کند.

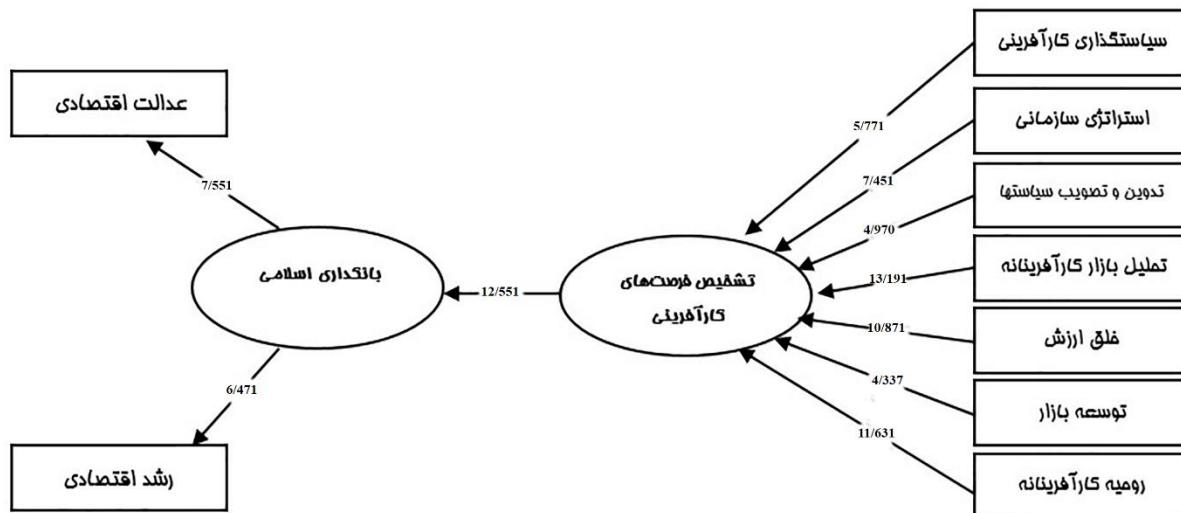
اعداد داخل دایره شاخص ضریب تعیین ( $R^2$ ) می باشند. ضریب تعیین بررسی می کند چند درصد از واریانس یک متغیر وابسته توسط متغیر مستقل تبیین و پوشش داده می شود؛ بنابراین طبیعی است که این مقدار برای متغیر مستقل مقداری برابر صفر می باشد و برای متغیر وابسته مقداری بیش از صفر باشد. هر چه این مقدار بیشتر باشد به معنای این است که تأثیر ضریب متغیر مستقل بر وابسته بیشتر است. همان طور که از شکل پیداست، متغیر تشخیص فرصت های کارآفرینی و سه مولفه آن حدود ۶۷ درصد از واریانس متغیر وابسته بانکداری اسلامی را تبیین کرده اند.



شکل ۲. مدل پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

گیری(بارهای عاملی) و ضرایب مسیر را با استفاده از آماره تی آزمون می کند.

شکل (۳) نیز مدل پژوهش را درحالت معناداری ضرایب(-t value) نشان می دهد. این مدل در واقع، معادلات اندازه



شکل ۳. مدل پژوهش در حالت معناداری ضرایب مسیر

اگر مقدار آماره تی خارج از بازه  $-1/96$  تا  $+1/96$  قرار گیرد، بار عاملی یا ضرایب مسیر در سطح اطمینان  $0/95$  معنادار می باشد و اگر مقدار آماره تی درون این بازه قرار گیرد، بار عاملی یا ضریب مسیر معنادار نیست. اگر مقدار آماره تی خارج از بازه  $-2/58$  تا  $+2/58$  قرار گیرد، بار عاملی یا ضریب در سطح اطمینان  $0/99$  معنادار است.

$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2}$$

$$\bar{R}^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n R_i^2$$

$$\bar{R}^2 = \frac{0.891 + 0.000}{2} = 0.445$$

$$GOF = \sqrt{0.5 * 0.445} = 0.471$$

ارزیابی نیکویی برازش مدل

مدل PLS برخلاف مدل های مبتنی بر کوواریانس فاقد شاخص های متعدد برازش است؛ اما به اعتقاد آماتو و همکاران (۲۰۰۴)، شاخص  $GOF^1$  در PLS می تواند همانند شاخص های برازش کلی مدل عمل کند و از آن برای بررسی اعتبار یا کیفیت مدل PLS به طور کلی استفاده کرد. معیار  $GOF$  توسط تنهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید.

در تحقیق حاضر شاخص افزونگی معادل  $(0/5)$  و متوسط ضرایب تعیین معادل  $(0,445)$  است. مقدار  $GOF$  طبق فرمول زیر محاسبه گردید و برابر با  $(0,471)$  است که نشان دهنده برازش قوی مدل می باشد.

اعتبارسنجی مدل ساختاری

پس از اعتبارسنجی مدل های اندازه گیری نوبت به بررسی ساختاری تحقیق می رسد. در این قسمت و در جدول معیارهای اعتبار سنجی مدل ساختاری عنوان شده است.

جدول ۳. معیارهای اعتبارسنجی مدل ساختاری

شاخص	تفسیر شاخص
ضریب تعیین ( $R^2$ )	واریانس توضیحی یک متغیر درونزا را نسبت به واریانس کل آن توسط متغیرهای برونزا اندازه گیری می کنند برای این شاخص مقادیر بزرگتر از $0,67$ ، قوی، بزرگتر از $0,33$ متوسط و کمتر از $0,19$ ، ضعیف تلقی می شوند.
$\beta$ ضرایب مسیر	ضرایب مسیر بین متغیرهای پنهان بر اساس علامات جبری، مقدار و معناداری، نوع رابطه بین دو متغیر را نشان می دهد. منفی بودن ضریب، رابطه عکس و مثبت بودن ضریب رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می دهد.

<sup>1</sup> . Goodness of Fit

شکل‌گیری آنها بر اساس منشاء آنها متفاوت است و الزامات خاص خود را خواهد داشت؛ اما ارئه یک فرایند پایه در سطح انتزاعی بالاتر، که نشان‌دهنده الگوی مشترکی در شکل‌گیری انواع فرصت‌ها باشد، می‌تواند زمینه مناسبی برای توسعه نظریه در حوزه فرصت‌ها باشد. در مطالعات انجام‌شده در زمینه تشخیص فرصت کارآفرینانه، برخی از جنبه‌ها نادیده گرفته شده است. اکثر تحقیقات به صورت مکرر به اهمیت تشخیص فرصت تاکید کرده‌اند اما تعداد کمی از آنها به شناسایی عوامل موثر بر تشخیص فرصت به عنوان اولین گام فرآیند کارآفرینی پرداخته‌اند. در واقع مساله شناخت فرصت در بحث کارآفرینی به شدت مورد غفلت واقع شده است. تاکنون تمرکز تحقیقات در این زمینه روی ارزیابی فرصت‌ها بوده است به این معنی که تاکید تحقیقات بیشتر روی نتیجه انتخاب فرصت‌ها بوده است تا چگونگی تشخیص و شناخت فرصت‌های کارآفرینانه. در تحقیقات انجام شده، چند متغیر که توان بالقوه تاثیرگذاری بر تشخیص فرصت کارآفرینانه را دارند در نظر گرفته نشده است، مثلاً بررسی برخی از ویژگی‌های شخصیتی مثل رقابت‌پذیری افراد بسیار سودمند به نظر می‌رسد. بنابراین فرصت را می‌توان نوعی مزیت رقابتی دانست. بنابراین نتایج این تحقیق به شناخت و آگاهی مدیران و محققان صنعت بانکداری، در زمینه مفاهیم و مقوله‌های تاثیرگذار بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در این صنعت کمک می‌کند.

## References

1. Karimzadeh, H., Nikjoo, M, R., Sadrmoosavi, M., and Koohestani, H. 2014. Identify the factors in creating entrepreneurial opportunities in the tourism sector in rural areas using structural equation model (SME). *Geography and Environmental Planning Journal*, 54 (2): 59-62. (In Persian)
2. Hansen, D.J., Lumpkin, G.T., and Hills, G.E. 2011. A multidimensional examination of a creativity-based opportunity recognition model. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(5):515-533.
3. Ardichvili, A., Cardozo, R., and Ray, S. 2003. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(3): 105-103.
4. Fatima, S., Iqbal, S., Rehman, F.U., and Ali, M. 2011. A study of factors affecting opportunity recognition Process-Case Study of Pakistan an opportunity

آزمون مدل ساختاری با استفاده از بررسی ضریب مسیر ( $\beta$ ) یعنی اعداد روی مسیر، معنی‌داری ضرایب مسیر و مقادیر  $R^2$  یا واریانس تبیین شده فرضیه‌های پژوهش را می‌آزماید.

ضریب مسیر (ضریب بتا)

این ضریب نشان‌دهنده شدت و نوع رابطه بین دو متغیر پنهان است؛ و عددی بین -۱ و +۱ می‌باشد. در صورتی که این عدد برابر با صفر شود نشان می‌دهد که هیچ رابطه خطی بین دو متغیر وجود ندارد، اگر مقدار آن بزرگتر از ۰/۶ باشد بیانگر رابطه قوی و اگر بین ۰/۶ و ۰/۳ باشد، رابطه متوسط و چنانچه کوچکتر از ۰/۳ باشد، رابطه ضعیف است.

ضریب تعیین در مدل ساختاری پژوهش

جدول ۴. ضریب تعیین متغیرهای درونزای تحقیق

متغیر وابسته	ضریب تعیین $R^2$
بانکداری اسلامی	۰,۷۷۹

با توجه به نتایج تحلیل مسیر، ضریب معناداری بانکداری اسلامی برابر با ۱۲/۵۵۱ و بزرگتر از ۱/۹۶ و ضریب مسیر آن ۰/۷۷۱ است که تأثیر معنادار را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده از آزمون مدل کلی پژوهش حکایت از برازش بالای مدل پژوهش دارد. بدین ترتیب فرضیه مطرح شده پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرند.

## نتیجه گیری

در فرایند خلق اگرچه منشاء فرصت، ذهن انسان است، اما ذهن نمی‌تواند بدون داشتن اطلاعات مرتبط با محیط و بازار، عمل کرده و فرصتی را خلق کند. اگرچه قبل از خلق فرصت، ارتباط آن فرصت با صنعت، بازار و تحولات بازار قابل تشخیص نیست، بعد از بهره‌برداری فرصت، می‌توان نشان داد که منشاء شکل‌گیری فرصت شناسایی شده، بازار یا صنعت بوده است. در اصل نمی‌توان گفت که شناسایی فرصت‌ها صرفاً شامل فرایند خلق است و این فرصت‌ها تنها ماهیت ذهنی دارند و هیچ ارتباطی با هشیاری فرد نسبت به محیط ندارند. بنابراین منشاء فرصت است که تعیین می‌کند شناسایی فرصت، مربوط به فرایند خلق یا کشف است. هنگامی که منشاء فرصت، محیط است، وظیفه کارآفرین دریافت اطلاعات از محیط و تفسیر آن اطلاعات بوده و میزان نوآوری کم است. در این حالت شناسایی فرصت، به فرایند کشف گرایش دارد و کمتر فرایند خلق را شامل می‌شود. مطالعات گذشته (۱۶، ۱۷، ۱۸) نیز بر اهمیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تاکید دارند. تاکنون تمرکز تحقیقات در این زمینه روی ارزیابی فرصت‌ها بوده است به این معنی که تاکید تحقیقات بیشتر روی نتیجه انتخاب فرصت‌ها بوده است تا چگونگی تشخیص و شناخت فرصت‌های کارآفرینانه. در تحقیقات انجام شده، چند متغیر که توان بالقوه تاثیرگذاری بر تشخیص فرصت کارآفرینانه را دارند در نظر گرفته نشده است، مثلاً بررسی برخی از ویژگی‌های شخصیتی مثل رقابت‌پذیری افراد بسیار سودمند به نظر می‌رسد (۱۹). بنابراین فرصت را می‌توان نوعی مزیت رقابتی دانست (۲۰). اگرچه فرصت‌ها انواع مختلفی دارند و فرایند

- entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Management Research*, 2(1): 1-26.
13. Campos, H.M., Rubio, A.M., Atondo, G.H., and Chorres, Y.M.P. 2015. Relationship between Creativity, Personality and Entrepreneurship: An Exploratory Study. *International Business Research*, 8(8): 59-71.
  14. Li, Y.U., Wang, P., and Liang, Y (2015). Influence of Entrepreneurial Experience, Alertness, and Prior Knowledge on Opportunity Recognition. *Social Behavior and Personality*, 43(9): 1575-1583.
  15. Mirzadeh, Murad (2012). Investigating the role of social capital in identifying and exploiting entrepreneurial opportunities in the banking industry of Zahedan city, M.Sc. Thesis, Sistan and Baluchestan University - Faculty of Economics.
  16. Maykut, P. & Morehouse, R. (1994), *Beginning qualitative research interviewing*, New York, McGraw-Hill.
  17. Akhtar-Danesh, N., Baumann, A. & Cordingley, L. (2008). Q Methodology in Nursing Research. *Western journal of nursing research*, 30 (6), 759- 773.
  18. Danaei Fard, Hassan; Hosseini, Yaqub; Sheikha, Roozbeh (2013). Q methodology: Theoretical foundations and research framework, Tehran, Saffar Publications. . (In Persian).
  19. Khoshgovian Fard, Alireza. (2007) Q methodology, Tehran, Publications of the Research Center of the Radio and Television Organization. (In Persian).
  20. Steelman, T. A. & Maguire, L. A. (1999). Understanding participant perspectives: Qmethodology in national forest management. *Journal of policy analysis and management*, 18(3), 361-388.
  - recognition process Framework. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(8): 1106-1124.
  5. Eskandari, Shiva (2015). Identify entrepreneurial opportunities in credit processes in the field of electronic banking; Case study: Parsian Bank, Master Thesis, Kharazmi University, Faculty of Management. (In Persian).
  6. Kordnaeij, A., Zali, M., Bahamin, M. (2013). Structural Solutions of Entrepreneurship Development in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(2), 95-114. . (In Persian)
  7. Shepherd, D. A., & DeTienne, D. R. (2005). Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), 91–112. doi: 10.1111/j.1540-6520.2005.00071.x
  8. Tihula, S., & Huovinen, J. (2009). Incidence of teams in the firms owned by serial, portfolio and first-time entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 249–260. doi: 10.1007/s11365-008-0101-4
  9. Dimov, D. P., & Shepherd, D. A. (2005). Human capital theory and venture capital firms: exploring “home runs” and “strike outs.” *Journal of Business Venturing*, 20(1), 1–21.
  10. Webb, J. W., Ireland, R. D., Hitt, M. A., Kistruck, G. M., & Tihanyi, L. (2010). Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(4), 537–554. doi: 10.1007/s11747-010-0237-y
  11. Barringer, B.R., and Ireland, R.D. (2006). *Entrepreneurship: Successfully launching new Ventures*. Pearson Prentice Hall.
  12. Puhakka, V. (2010) Versatile and flexible use of intellectual capital in