

The Model of E-Banking Entrepreneurship Ecosystem based on the Development of E-Business Styles

ARTICLE INFO

Article Type
Analytical Review

Authors

Shiva Jafari ¹,
Ali Badizadeh ^{2*},
Kambiz Heidarzadeh ³,
Mohsen Khoon Siavash ⁴

How to cite this article

Shiva Jafari, Ali Badizadeh, Kambiz Heidarzadeh, Mohsen Khoon Siavash, The Model of E-Banking Entrepreneurship Ecosystem based on the Development of E-Business Styles, *Journal of Islamic Life Style Centered on Health*. 2017;2(1):99-115.

1. PhD Student, Department of Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Industrial Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran (Corresponding Author).

3. Associate Professor, Department of Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

4. Assistant Professor, Department of Mathematics and Statistics, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: abadizadeh@gmail.com

Article History

Received: 2017/11/11

Accepted: 2018/01/30

ePublished: 2018/02/19

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this study was to design a model of e-banking entrepreneurship ecosystem based on the development of e-businesses.

Materials and Methods: The present study was conducted to provide an entrepreneurial e-banking ecosystem model that is integrated in terms of research approach and is inductive in its direction. In order to present the model in the qualitative part of the research, the content analysis method with semi-structured interview tools has been used. Examples of the qualitative part are experts and activists in the field of electronic banking who are proficient in the concept of entrepreneurial ecosystem. In this section, after reaching theoretical saturation with 15 interviews and by examining and classifying the descriptive codes obtained from the interview texts, 33 basic concepts were identified and according to their semantic similarity and closeness, they were classified into 8 concepts. In the next step to identify the relationships between the elements of the model obtained from the qualitative part, the fuzzy dimethyl technique is used, which is a quantitative technique to identify relationships. Also, structural equation modeling technique was used to validate the research model.

Findings: Based on the designed initial model, it is clear that strategic banking management has an effect on banking policy and electronic management of human resources. These two categories also provide the necessary platform for creating ideas in the bank. This makes it possible to institutionalize an innovative culture that improves e-banking marketing itself and the quality of banking services.

Conclusion: The results showed that all 9 hypotheses of the study have been confirmed.

Keywords: Entrepreneurship Ecosystem, Knowledge-Based Economics, Electronic Banking, Electronic Businesses, Mixed Research

الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مبتنی بر توسعه سبکهای کسب و کارهای الکترونیکی

شیوا جعفری^۱

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
علی بدیع زاده^{۲*}
استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول).

کامبیز حیدرزاده^۳

دانشیار، گروه مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
محسن خون سیاوش^۴
استادیار، گروه ریاضی و آمار، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مبتنی بر توسعه کسب و کارهای الکترونیکی بود.

مواد و روش ها: تحقیق حاضر در راستای ارائه مدل اکوسیستم کارآفرینانه بانکداری الکترونیکی انجام گردیده است که از منظر رویکرد تحقیقی آمیخته و جهت حرکت آن استقرایی می باشد. جهت ارائه مدل در بخش کیفی پژوهش از روش تحلیل محتوا با ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته بهره گرفته شده است. نمونه‌ی بخش کیفی خبرگان و فعالان حوزه‌ی بانکداری الکترونیکی و مسلط به مفهوم اکوسیستم کارآفرینانه می باشند. در این بخش پس از رسیدن به اشباع نظری با ۱۵ مصاحبه و با بررسی و دسته بندی گدهای توصیفی حاصل از متون مصاحبه، ۳۳ مفهوم اولیه شناسایی و با توجه به شباهت و قرابت معنایی آنها، در ۸ مفهوم دسته بندی شد. در گام بعدی جهت شناسایی روابط بین عناصر مدل حاصل از بخش کیفی از تکنیک دیمتل فازی که نوعی تکنیک کمی جهت شناسایی روابط می باشد بهره گرفته شده است. هم چنین جهت اعتبار سنجی مدل پژوهش از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. **یافته ها:** براساس الگوی اولیه طراحی شده مشخص است مدیریت استراتژیک بانکی بر سیاست گذاری بانکی و مدیریت الکترونیک منابع انسانی اثر دارد. این دو مقوله نیز بستر لازم جهت خلق ایده در بانک را فراهم می آورند. به این ترتیب امکان نهادینه سازی فرهنگ نوآورانه میسر می شود که خود بازاریابی الکترونیک بانکی و کیفیت ارائه و توسعه خدمات بانکی را بهبود می بخشد. **نتیجه گیری:** نتایج نشان داد که تمام فرضیات ۹ گانه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: اکوسیستم کارآفرینی، اقتصاد دانش بنیان، بانکداری الکترونیک، کسب و کارهای الکترونیک، تحقیق آمیخته

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۰

*نویسنده مسئول: abadizadeh@gmail.com

مقدمه

موفقیت در صنعت بانکداری به ویژه حوزه بانکداری الکترونیک نیازمند توجه به کارآفرینی است. برای این منظور باید برنامه ریزی بلندمدت و فراگیر از طریق سیاست های اجرایی کوتاه مدت و تخصیص بودجه مناسب صورت گیرد (۱). کارآفرینی در این حوزه اثرات قابل توجهی بر عملکرد مالی و غیرمالی دارد. همچنین اثربخشی، کارایی، بهره وری و توسعه کارکنان را به همراه دارد (۲). از سوی دیگر باید در نظر داشت که کارآفرینی در صنعت بانکداری با ریسک های متعددی نیز مواجه است. بنابراین مقوله کارآفرینی بانکی نیازمند توجه بیشتری است و باید سازوکارهای معینی برای مواجهه با ریسک های احتمالی در نظر گرفته شود (۳). کارآفرینی در صنعت بانکداری در خلاء صورت نمی گیرد و بانک ها باید با عنایت به سیستمی از بازیگران و عناصر مختلف به مساله توسعه کارآفرینی بپردازند. این سیستم درهم تنیده و متعامل از بازیگران همان اکوسیستم کارآفرینی در نظام بانکداری است (۴). توسعه کارآفرینی نیازمند شبکه ای از عناصر مختلف است که

با توجه به جایگاه حیاتی نظام بانکی در توسعه اقتصادی کشور و فضای رقابتی حاکم بر صنعت بانکداری، طراحی و تبیین مدل بومی اجرای کارآفرینی الکترونیکی در بانک‌ها احساس می‌شود (۱۵). این در حالی است که خلاء تحقیقاتی در کشور زیاد است و اغلب تحقیقات انجام شده در زمینه بانکداری الکترونیکی صرفاً بیان و تشریح موانع و مشکلات بوده است (۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹). از منظر عملی نیز الزامی است به نوآوری و کارآفرینی در عرصه بانکداری الکترونیکی به عنوان زنجیره‌ای درهم‌تنیده از روابط میان بازیگران مختلف نگریسته شود. برای آنکه اکوسیستم کارآفرینی شکل گیرد باید مقوله‌های مختلفی شناسایی و الگوی روابط علی میان آن مقوله‌ها شناسایی شود. در مطالعه حاضر کوشش شده است تا به جنبه‌های سیاست‌گذاری کارآفرینی از منظر توسعه کسب‌وکار الکترونیک با رویکرد ابزارهای تسهیل‌گر بانکی پرداخته شود. سؤال اصلی پژوهش حاضر آن است که مدل اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مبتنی بر توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک چگونه است؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مفهوم اکوسیستم کارآفرینی از سال ۲۰۰۰ به عنوان چارچوبی برای مطالعه عرضه و تقاضا در صنایع نوپا مطرح گردید. این مفهوم خود ریشه در مفهوم اکوسیستم کسب‌وکار (۲۰) و سیستم نوآوری (۲۱) دارد. بر اساس دیدگاه اکوسیستم کسب‌وکار نباید به سازمان‌ها به عنوان یک واحد مستقل که در صنعتی خاص فعالیت می‌کنند نگریسته شود بلکه آن‌ها بخشی از اکوسیستمی بزرگ‌تر هستند که به طور همزمان با هم رقابت و همکاری می‌کنند. موفقیت سازمان تنها به توانمندی درونی آن سازمان بستگی ندارد بلکه به روابط آن با سایر سازمان‌های آن شبکه بزرگتر نیز وابسته است (۲۲). پس از آنکه مور مفهوم اکوسیستم کسب‌وکار را معرفی نمود خیلی زود این بحث مورد توجه جوامع دانشگاهی و فعالان صنعت قرار گرفت. در دیدگاهی گسترده‌تر عرصه فعالیت سازمانی شامل بازیگرانی است که در گذر زمان با تولید و تسهیم دانش قواعد بازی در دنیای تجارت را تعیین می‌نمایند. این مفهوم در نهایت زیربنای شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی را فراهم آورد (۲۳). همچنین سیستم نوآوری که توسط لاندوال مطرح شد نیز در شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی تأثیرگذار بوده است. برخی معتقدند این دو مفهوم تفاوت چندانی باهم ندارند. با این وجود با توجه به اینکه اکوسیستم در سطح عملیاتی و راهبردی به کار گرفته می‌شود و همچنین به موضوع خلق ارزش به صورت مشترک توسط بازرگان توجه می‌کند بنابراین نسبت به سیستم نوآوری توجه بیشتری به تعاملات اجتماعی بین بازرگان دارد. اکوسیستم در مقایسه با سیستم نوآوری توجه و تمرکز بیشتری بر تعاملات اجتماعی بین بازرگان و تأثیر آن بر تکامل یکدیگر می‌نماید (۱۹).

نوآوری را می‌توان اجرای هر ایده‌ای که برای سازمان اجراکننده آن جدید باشد تعریف کرد. اما زمانی که این نوآوری ناشی از هم‌افزایی بین طیف متنوعی از کوشش‌های همکارانه بین بازرگان مختلف از

آیزنبرگ از این شبکه به عنوان اکوسیستم کارآفرینی نام برده است. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسساتی اشاره دارد که می‌توانند همچون محرک یا مانعی در جهت کارآفرین شدن افراد عمل کنند. چنین اکوسیستمی دربرگیرنده صدها عنصر است که می‌تواند در قلمروهای مختلفی از قبیل بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها و سرمایه انسانی گروه‌بندی شوند (۵). در واقع برای درک بهتر کارآفرینی در دنیای دیجیتال می‌توان از مفهوم اکوسیستم استفاده کرد. مفهوم اکوسیستم را شبکه‌ای همکاری هدفمندی از سیستم‌های پویا می‌دانند که مجموعه‌ای از وابستگی‌های در حال تغییر را در بستری خاص به دنبال دارد (۶).

اقتصاد دانش‌بنیان امروز شاهد گذار از اکوسیستم کسب‌وکار به سمت اکوسیستم کارآفرینی است. کلید درک تمایز این دو پارادایم بحث ارزش می‌باشد. اکوسیستم کسب و کار بر اهمیت کسب ارزش تأکید دارد و در مقابل خلق ارزش عنصر محوری در اکوسیستم کارآفرینی است (۷، ۸). پایداری سازمان‌ها در گرو استفاده مناسب از دانش است. در واقع دستیابی به دانش و فهم عمیق، موفقیت سازمانی را در تمامی سطوح فراهم می‌آورد. باید اذعان داشت این افزایش دانش سازمانی است که اسباب تحول و نوآوری را فراهم می‌آورد و این موضوع نیازمند مدیریت منطقی و مناسب است تا بدین وسیله سازمان قادر باشد بازدهی عملکردی تحول و نوآوری خویش را روز به روز ارتقا بخشد (۹). با توجه به اینکه کسب‌وکارهای الکترونیک نقشی محوری در عملکرد نوآورانه دارند، بنابراین مدیریت در این سازمان‌ها باید بر اساس ساختارهای نوآورانه ترسیم گردد. به همین دلیل چالش اصلی موضوع در این است که آیا ساختارهای نوآورانی که از دانش سازمانی این سازمان‌ها بر می‌خیزد همواره پایبند بر الگوهای خاصی است یا باید ابعاد و مؤلفه‌های این الگوها در هر مقطع زمانی مورد بررسی قرار گیرند (۱۰).

اکوسیستم کارآفرینی بیان می‌دارد که نوآوری از طریق شبکه‌های تعاملی در سطوح مختلف اتفاق می‌افتد. این شبکه یک طیف گسترده از ذینفعان را داراست که به عنوان بخشی از اکوسیستم کارآفرینی، در فرآیند نوآوری با یکدیگر در ارتباطاند (۱۱). خوشه و شبکه ارزش دو مفهوم کلیدی جهت درک اکوسیستم کارآفرینی است. خوشه‌ها، به عنوان یک چارچوب مفهومی، امکان مطالعه رقابت و عملکرد اقتصادی منطقه‌ای را فراهم می‌کنند. در خوشه‌ها، در یک منطقه بودن کسب و کارها، موجب افزایش بهره‌وری، تحریک نوآوری و تشکیل کسب و کارهای جدید می‌شود (۱۲). شبکه ارزش، یک شبکه متصل به یکدیگر و پیچیده از ارتباطات مستقیم و غیر مستقیم بین گروهی از بازیگران را به تصویر می‌کشد، که برای مشتریان از طریق محصولات و خدماتی که تولید می‌کنند، ایجاد ارزش می‌کنند (۱۳). شبکه ارزش را می‌توان به عنوان یک سیستم تو در تو و سلسله مراتبی از تولیدکنندگان و بازار دانست. در مقابل اکوسیستم‌های نوآوری، با تمرکز بر فرایندهای همکاری و تکاملی که در سازمان‌های مختلف رخ می‌دهد، با شبکه‌های ارزش متفاوت هستند (۱۴).

^۱ Isenberg, D.

مبانی اقتصاد دانش‌بنیان هدف‌گذاری شده باشد. در کارآفرینی الکترونیکی بانکی، اهداف استراتژیک، بلندمدت و چشم‌اندازهای بانکی بر اساس اصول کارآفرینی طراحی شده است و با اهداف کوتاه مدت، روندها، رویه‌ها و خط‌مشی‌های مشخص پشتیبانی می‌شود (۳۲).

در همه صنایع حرکتی عمومی از تولید محصول و ارائه خدمات جداگانه به سمت شبکه‌ای پیچیده از خلق ارزش توسط بازیگران مختلف مشاهده می‌شود. این شبکه از ایجاد، نشر و حفظ ارزش از طریق نوآوری دلالت دارد و با مفهوم اکوسیستم کارآفرینی شناخته می‌شود. محققان مختلف در مطالعات خود به صورت صریح بر اهمیت استراتژیک اکوسیستم کارآفرینی تأکید کرده‌اند (۲۵، ۳۳). اهمیت این موضوع از جنبه‌های متعددی قابل تشریح است. نوآوری سازمان می‌تواند از هر نوعی بوده و در هر یک از زیر فرایندها شروع شود و یا توسط هر کدام از بازیگران مختلف هدایت شود. به عنوان مثال از یک سو ممکن است بسیاری از کالاهای جدید توسط کارآفرینان و یا افراد معمولی ظهور پیدا کنند و یا برخی از نوآوری‌ها توسط شرکت‌های بزرگ هدایت شوند یا حتی این نوآوری‌ها از مطالعات آکادمیک حاصل گردد. امروزه اکوسیستم‌های نوآوری به عنوان نوع بسیار برجسته محیطی در نظر گرفته می‌شوند که با ایجاد یا پرورش آن‌ها می‌توان دید وسیع‌تری پیدا کرد. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر -افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات- خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه است.

این اکوسیستم محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند. بنابراین از منظر تئوریک از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است (۲۷).

پژوهش‌های موجود که الگوهای کسب‌وکار را به نوآوری باز پیوند می‌دهد، استراتژی‌های کسب‌وکار مختلف را یکسان می‌پندارد و بنابراین مشخص نمی‌کند که کدام الگو کسب‌وکار برای کدام استراتژی نوآوری باز مناسب می‌باشد. به این معناست که در حال حاضر احتمالاً چارچوب مشخصی وجود ندارد که بتوان بر طبق آن الگوهای کسب‌وکار را در راستای استراتژی‌های نوآوری باز قرار داد. از آنجا که اکثر بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی بزرگ، متوسط و کوچک فاقد واحدهای پژوهش و توسعه کاربردی برای دستیابی به فناوری‌های نوآوری محور هستند، طرح ملی نوآوری باز با ایجاد تعاملی پویا و باز در کشور قادر خواهد بود با ایجاد تعاملی پویا و دوسویه بین صاحبان نوآوری و کارفرمایان تولیدی، تمامی ظرفیت‌های نهفته کشور را در خدمت حل مشکلات صنعت و تولید قرار دهد و اتصال مثلث بانک، صنعت و دولت را به ارتباط تبدیل نماید.

مواد و روش‌ها

نوع شناسی پژوهش

مطالعه حاضر یک مطالعه بنیادی است که با هدف ارائه الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مبتنی بر توسعه

جمله شرکت‌های کوچک و بزرگ، مراکز تحقیقاتی، بانک‌ها و مؤسسات سرمایه‌گذاری باشد، می‌توان گفت این نوآوری در بستری تحت عنوان اکوسیستم کارآفرینی رخ داده است (۲۴). اکوسیستم را می‌توان چنین تعریف کرد: هم‌افزایی پیچیده بین طیف متنوعی از تلاش‌های همکارانه شرکت‌های کوچک و بزرگ، بانک‌ها، مؤسسات و آزمایشگاه‌های پژوهشاتی و شرکت‌های سرمایه‌گذار جسورانه است که نوآوری را به بازار می‌رساند (۲۵). اکوسیستم کارآفرینی شامل شبکه‌ای از بازیگران با وابستگی متقابل که منابع یا قابلیت‌های تخصصی اما مکمل را با یکدیگر ترکیب نموده‌اند تا به خلق مشترک و ارائه ارزش پیشنهادی جامع به مشتریان نهایی و کسب درآمد از ارزش خلق شده، دست یابند (۲۶). اکوسیستم کارآفرینی به عناصر شامل افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که پیشران یا مانع تصمیم فرد برای حرکت به سوی کارآفرینی یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه است. اکوسیستم کارآفرینی محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق می‌کند (۲۷).

بانک‌ها از طریق حمایت از کسب‌وکارهای الکترونیکی می‌توانند به اهداف اکوسیستم کارآفرینی دست پیدا نمایند. کارآفرینی کسب‌وکارهای الکترونیکی از اهمیت بسیار بالایی برای کشورها و صنایع برخوردار است زیرا منجر به پیشرفت فناوریانه و پیشرفت در زیرساخت‌های مختلف می‌شود. همچنین می‌تواند فرصت‌های بیشتری را برای کارآفرینان در عرصه‌های مختلف ایجاد کند (۲۸). از سوی دیگر کسب‌وکارهای فناوریانه به عنوان مسیری مهم در جهت تجاری‌سازی و اشاعه فناوری‌ها می‌توانند اثر مستقیمی بر توسعه پایدار و سطح رفاه کشورها داشته باشند (۲۹). بانکداری الکترونیکی یکی از ابزارهای رشد اقتصادی است که به منظور حمایت از کارآفرینان تحصیل‌کرده تأسیس می‌شود و با ارائه امکانات و تسهیلات عمومی، زمینه‌ها را گرفتن شرکت‌های جدید را فراهم می‌کند. استفاده از بانکداری الکترونیکی، امروزه به عنوان یکی از ابزارهای پذیرفته شده برای تبدیل خلاقیت‌ها و دستاوردهای علمی و تحقیقاتی به محصولات قابل ارائه به بازار و توسعه کارآفرینی محسوب می‌شود (۱۵).

اکوسیستم کارآفرینی هسته اصلی یک اقتصاد دانش‌بنیان را تشکیل می‌دهد. در اقتصاد دانش‌بنیان باید زمینه‌های ایجاد خلاقیت و تبدیل آن به نوآوری فراهم آید و در سایه فضای رقابتی دانش‌محور، پویایی اقتصادی تأمین شود. از منظر رقابت دانشی است که شرکت‌های نوآور موجبات توسعه پایدار اقتصادی را فراهم می‌آورند (۳۰). اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی است که در آن نوآوری عامل اصلی ایجاد ارزش افزوده اقتصادی و دستیابی به رقابت‌پذیری فارغ از سطح فناوری فعالیت‌هاست، چنانکه نوآوری‌های غیرفناورانه که موجب ارزش افزوده اقتصادی و رقابت‌پذیری شوند نیز از مصادیق اقتصاد دانش‌بنیان محسوب می‌شوند. اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی است که کاربرد دانش و اطلاعات در آن اهمیت بالایی داشته و تولید و توزیع، مبتنی بر آن شکل گرفته و سرمایه‌گذاری در صنایع با محوریت دانش مورد توجه خاصی قرار گرفته است (۳۱). مراد از اکوسیستم کارآفرینی در بانکداری الکترونیکی، سیستم بانکی است که بر اساس

در فرمول فوق M تعداد موارد کدگذاری مشترک بین دو کدگذار می‌باشد. $N1$ و $N2$ به ترتیب تعداد کلیه موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم است. میزان همستگی دیدگاه خبرگان با محاسبه ضریب هولستی (PAO) یا «درصد توافق مشاهده شده»^۲ ۰/۷۱ بدست آمده است که مقدار قابل توجهی است.

روش‌های تحلیل داده‌ها

روش‌های تحلیل داده‌ها به دو دسته کیفی و کمی تقسیم می‌شود. در این مطالعه، در بخش کیفی با استفاده روش تحلیل کیفی محتوا به شناسایی مقوله‌های اصلی و فرعی الگوی اکوسیستم کارآفرینی پرداخته شده است. سپس با استفاده از دیمتل فازی، الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی ارائه شده است. برای انجام تحلیل کیفی محتوا از نرم‌افزار MaxQDA استفاده شده است و محاسبات دیمتل فازی با کدنویسی در محیط MatLab انجام گرفته است.

یافته‌ها

بخش کیفی این مطالعه بر اساس دیدگاه ۱۵ نفر از خبرگان حوزه مورد مطالعه انجام شده است. از نظر جنسیت ۹ نفر مرد و ۶ نفر زن می‌باشند. از نظر سنی ۲ نفر کمتر از ۳۵ سال سن دارند، ۵ نفر بین ۳۵ تا ۴۵ سال سن دارند و ۸ نفر نیز بالای ۴۵ سال هستند. از نظر تحصیلات ۴ نفر از خبرگان تحصیلات کارشناسی ارشد داشته و ۱۱ نفر دکتری دارند. در نهایت ۶ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه کاری داشته و ۹ نفر نیز بالای ۲۰ سال تجربه کاری دارند.

در بخش کیفی و برای شناسایی مقوله‌های زیربنایی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی از روش تحلیل کیفی محتوا استفاده شده است. تحلیل کیفی محتوا یکی از روش‌های پرکاربرد در پژوهش‌های کیفی است. تحلیل کیفی محتوا روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای موجود درون داده‌ها است. هدف در تحلیل محتوایی، توضیح صریح و شناسایی پدیده‌ها است آنگونه که در موقعیتی خاص توسط افراد ادراک می‌شوند (۴۲).

در این مطالعه نیز مقوله اصلی مورد مطالعه اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی است. برای این منظور ابتدا با مصاحبه‌های تخصصی نیمه‌ساختاریافته با خبرگان امر انجام شده است. پس از دستیابی به اشباع نظری، دیدگاه خبرگان در قالب مقوله‌های اصلی و فرعی دسته‌بندی شده و مدل اولیه پژوهش ارائه گردیده است.

در این مرحله پیش از شروع مصاحبه هفت سؤال باز در نظر گرفته شده است و در طول فرایند مصاحبه این پیش‌بینی در نظر گرفته شده است که سؤالات جدیدی نیز مطرح شود. برای اینکه پژوهشگر با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود اقدام به بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن داده‌ها به صورت فعال (جستجوی معانی و الگوها) گردیده است. سؤالات اساسی مصاحبه‌های طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی در جدول ارائه شده است.

کسب و کارهای الکترونیک انجام شده است. این مطالعه از منظر فلسفی در دسته پژوهش‌های تجربه‌گرایانه قرار می‌گیرد و با رویکردی قیاسی-استقرایی انجام شده است. از منظر نوع داده‌ها، پژوهش حاضر با رویکرد آمیخته (کمی-کیفی) انجام شده است و از منظر بازه زمانی و روش گردآوری داده‌ها یک پژوهش پیمایشی-مقطعی است. ابزار اصلی گردآوری داده‌های پژوهش، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه می‌باشد. قلمرو مکانی این مطالعه صنعت بانکداری می‌باشد.

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

حجم نمونه در مطالعاتی که با روش کیفی و مصاحبه انجام می‌شوند معمولاً بین ۵ تا ۲۵ نفر توصیه شده است. به طور کلی فرایند مصاحبه در تحلیل کیفی تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا می‌کند (۲۴ و ۳۵). همچنین برای نمونه‌گیری خبرگان از روش‌های غیراحتمالی و هدفمند توصیه شده است (۳۶). در این پژوهش، فرایند نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان نظری (اساتید دانشگاه) و خبرگان تجربی (مدیران صنعت بانکداری) هستند. ملاک انتخاب خبرگان تجربی حداقل پانزده سال مدیریت در صنعت بانکداری بوده است. خبرگان تجربی نیز از میان اساتید دانشگاهی که دارای تألیف علمی در قالب کتاب و مطالعه بوده‌اند، انتخاب شده‌اند. در بخش کیفی این مطالعه به صورت هدفمند و غیراحتمالی به انتخاب نمونه پرداخته شد. بر این اساس ۱۵ نفر از افراد واجد شرایط در این مطالعه شرکت کرده‌اند.

روش و ابزار گردآوری داده‌ها

برای گردآوری داده‌های پژوهش از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و ابزار پرسشنامه استفاده گردیده است. از آنجا که برای مطالعات کیفی که با هدف اکتشافی و طراحی الگو انجام می‌شوند مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته مناسب‌تر هستند (۳۷). در این پژوهش نیز در بخش نخست از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان استفاده شده است. در بخش کمی پژوهش نیز از پرسشنامه دیمتل فازی برای شناسایی روابط علی میان مقوله‌ها استفاده شده است.

روایی و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

از چهار معیار کمی برای بررسی قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و اطمینان‌پذیری استفاده شده است. همچنین پایایی مصاحبه‌های انجام شده با استفاده از ضریب هولستی محاسبه شده است. هولستی فرمولی را برای تعیین پایایی داده‌های اسمی بر حسب «درصد توافق مشاهده شده»^۳ یا ارائه کرده است (۳۹). مقدار PAO بین صفر (عدم توافق) و یک (توافق کامل) است و اگر از ۰/۷ بزرگتر باشد مطلوب می‌باشد. (۳۹، ۴۰ و ۴۱).

$$PAO = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2 * 236}{298 + 365} = 0.71$$

^۲ Percentage of Agreement Observation, PAO

^۳ Percentage of Agreement Observation

جدول ۱. سؤالات مصاحبه طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

ردیف	سؤالات مصاحبه
۱	از نظر شما، مقوله‌های اصلی تأثیرگذار در اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی کشور کدامند؟
۲	از نظر شما، مقوله‌های فرعی تأثیرگذار در اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی کشور کدامند؟
۳	در خصوص ارتباط میان مقوله‌های اصلی و فرعی تأثیرگذار در اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی کشور توضیح دهید.
۴	پیاپی‌سازی مدل اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی را چگونه ارزیابی می‌نمایید؟
۵	الگوی روابط و تأثیرگذاری و عوامل اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی چگونه است؟

نتایج مصاحبه‌ها با روش تحلیل محتوایی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای این منظور متن مصاحبه‌ها چندین بار مطالعه و مرور شد. سپس داده‌ها به واحدهای معنایی در قالب جملات و پاراگراف‌های مرتبط با معنای اصلی شکسته شد. واحدهای معنایی نیز چندین بار مرور و سپس کدهای مناسب هر واحد معنایی نوشته و کدها بر اساس تشابه معنایی طبقه‌بندی شد. جزئیات تجزیه و تحلیل با اضافه شدن هر مصاحبه به همین ترتیب تکرار شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. ملاک دستیابی به اشباع نظری رسیدن به تکرار در کدهای استخراجی بوده است. در مرحله کدگذاری باز ۲۳۶ کد شناسایی گردید. به منظور حفظ اطلاعات مشارکت‌کنندگان در امر مصاحبه پژوهش حاضر، هر یک از مصاحبه‌شوندگان 'با کد MIX نمایش داده شده است. حرف M برای نشان دادن مصاحبه و حرف I برای نشان دادن شماره مصاحبه و حرف X برای نشان دادن شماره کد اولیه‌ای است که از متن مصاحبه استخراج شده است.^۱

جدول ۱. کدگذاری باز تحلیل محتوایی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

مفاهیم اولیه	کدهای توصیفی	مراجع
تأمین منابع و راه کارهای متعدد تأمین مالی	نیاز به منابع مالی متعدد جذب سرمایه‌گذار کارآفرین	$\{M_{5,1}\}; \{M_{4,1}\}; M_{12,2}; \{M_{3,4}\}; \{M_{4,16}\}; M_{7,22}; \{M_{2,5}\}; \{M_{9,11}\}$
کسب مزیت رقابتی	توانایی رقابت در بازارهای متلاطم امروزی	$\{M_{3,18}\}; M_{13,12}; \{M_{4,14}\}; \{M_{6,22}\}$
پرورش روحیه و انگیزه کارآفرینی	افزایش توانایی رقابتی بانکی تشویق کارکنان به کارآفرینی ایجاد انگیزه در کارکنان	$\{M_{11,10}\}; \{M_{9,34}\}; \{M_{5,32}\}; \{M_{15,41}\}; \{M_{4,13}\}; \{M_{8,26}\}; \{M_{4,16}\}; \{M_{1,20}\}$
تعاملات و ارتباطات با سرمایه‌گذاران	افزایش روحیه کارآفرینانه کارکنان افزایش تعاملات با سرمایه‌گذاران	$\{M_{7,14}\}; \{M_{4,36}\}; \{M_{1,4}\}; \{M_{6,12}\}; \{M_{9,29}\}; \{M_{3,41}\}; \{M_{11,19}\}$
تکامل هوشمندانه بانکداری الکترونیکی	هوشمند سازی سیستم‌های بانکی تکامل بانکداری الکترونیکی فناورانه	$\{M_{1,35}\}; \{M_{4,44}\}; \{M_{2,30}\}; \{M_{14,23}\}; \{M_{8,34}\}; \{M_{1,12}\}; \{M_{5,45}\}$
جذب مشتریان با ارائه خدمات جدید	ارائه خدمات نوین به مشتریان ارائه خدمات متمایز به مشتریان ارائه خدمات بر اساس نیازهای مشتریان	$\{M_{2,13}\}; \{M_{6,21}\}; \{M_{1,36}\}; \{M_{5,17}\}; \{M_{4,15}\}; \{M_{10,11}\}; \{M_{8,20}\}$
افزایش تعداد مشتریان فعال با ارائه تبلیغات مناسب	ارائه تبلیغات مناسب بانکداری الکترونیکی افزایش تعداد کاربران بانکی افزایش آگاهی افراد نسبت به بانکداری الکترونیکی	$\{M_{4,9}\}; \{M_{2,10}\}; \{M_{1,1}\}; \{M_{2,4}\}; \{M_{9,15}\}; \{M_{4,36}\}; \{M_{4,2}\}$
کشف و درک نیازهای بازار و مشتریان	نیازسنجی از مشتریان درک نیازهای موجود و رفع آن	$\{M_{4,18}\}; \{M_{4,24}\}; \{M_{3,16}\}; \{M_{2,11}\}; \{M_{4,17}\}; \{M_{11,21}\}$
	ارائه خدمات بر اساس درخواست مشتریان	$\{M_{10,17}\}; \{M_{11,10}\}; \{M_{9,5}\}$

^۱ interviewee

^۲ برای مثال M_{3,4} نشان‌دهنده مصاحبه شونده شماره ۳ و شماره کد ۴ از این مصاحبه می‌باشد.

{M _{5,38} }; {M _{4,6} }; M _{1,27}	شناسایی نیازهای مشتریان و رفع آن‌ها	ارائه خدمات مبتنی بر خواسته مشتریان
;{M _{15,24} }; {M _{3,43} }	کاهش مقاومت در برابر تغییرات	به حداقل رساندن مقاومت جهت به کارگیری طرح‌ها و تغییرات نوآورانه
{M _{6,11} }; {M _{8,15} }; {M _{2,10} }	افزایش آگاهی جهت به کارگیری طرح‌ها و تغییرات نوآورانه	شکل‌گیری فرهنگ نوآوری در ذهن مدیریت بانک
{M _{7,24} }; {M _{9,29} }; {M _{3,4} }	ایجاد فرهنگ ذهنی در افراد	تحمل ریسک و شکست
{M _{7,27} }; {M _{11,18} }; {M _{10,22} }	تبدیل تفکر فرهنگ نوآورانه به استقرار آن	
{M _{7,36} }; {M _{5,34} }; {M _{4,21} }	همسویی ذهن مدیریت با فرهنگ بانکداری الکترونیکی	استقرار فرهنگ نوآورانه در بانکها
{M _{10,31} }; {M _{8,20} }; {M _{7,14} }	افزایش تحمل در قبال شکست‌های احتمالی بانکداری الکترونیکی	
{M _{4,17} }; {M _{5,18} }; M _{1,26}	پذیرش ریسک‌های موجود در بانکداری الکترونیکی	تخصیص منابع برای جذب ایده‌های نو از سطوح مختلف جامعه
{M _{5,18} }; M _{9,27} ; {M _{3,15} }	رفع چالش‌ها و موانع با اتخاذ تدابیر مناسب	
{M _{11,17} }; {M _{9,15} }	به کارگیری فرهنگ نوآورانه در بانکداری الکترونیکی	تعریف خدمات جدید و جذب و اعمال نوآوری‌ها در آن
{M _{11,13} }; {M _{15,22} }; M _{10,17} {M _{8,11} }	نهادینه‌سازی فرهنگ نوآورانه در بانک‌ها	
;{M _{13,19} }; M _{6,30} ; {M _{2,14} }; {M _{9,35} }	جذب ایده‌های نوین از افراد مختلف	اهمیت شناسایی، خلق ایده و نوآوری برای بانک
{M _{1,26} }; {M _{2,41} }	فراخوانی افراد متفاوت با ایده‌های نو	
{M _{9,38} }; {M _{11,23} }	حمایت سطوح مختلف جامعه جهت ارائه ایده‌های جدید	شناسایی و ارتقاء استعداد‌های افراد
{M _{12,25} }; {M _{3,31} }	تعریف و ارائه خدمات جدید بانکی	
{M _{9,21} }; {M _{11,26} }; {M _{1,10} }	اعمال نوآوری در ارائه خدمات بانکی	افزایش کیفیت خدمات بانکی
;{M _{8,15} }; M _{10,18} ; {M _{1,4} }; {M _{9,21} }	شناسایی ایده‌های مختلف و حمایت از آنها	
{M _{9,36} }; {M _{11,28} }; {M _{2,24} }	خلق ایده و ایجاد نوآوری برای بانکداری الکترونیکی	ارزیابی عملکرد نوآورانه بانکی
{M _{4,27} }; {M _{1,24} }; {M _{15,31} }	شناسایی استعداد‌های افراد	
{M _{10,25} }; {M _{8,22} }; {M _{11,32} }	تقویت استعداد‌های افراد در بانکداری الکترونیکی	بهبود کیفیت مستمر در ارائه خدمات
{M _{5,17} }; {M _{4,27} }; {M _{14,20} }	حمایت از افراد با استعداد در زمینه بانکداری الکترونیکی	
{M _{12,10} }; {M _{7,21} }; {M _{6,16} }	بهبود خدمات ارائه شده توسط بانک	توسعه خدمات نوین بانکی
{M _{1,14} }; {M _{3,44} }	رفع کاستی‌ها و نواقص موجود در خدمات بانکی	
{M _{8,16} }; {M _{9,17} }; M _{10,32}	نظر سنجی از مشتریان در خصوص رفع مشکلات خدماتی	بهبود کیفیت عملکرد نوآورانه بانکی
{M _{4,26} }; M _{6,2} ; {M _{13,21} }	استقرار مدیریت عملکرد بانکداری الکترونیکی	
{M _{9,19} }; {M _{4,11} }; M _{5,20}	ارزیابی از عملکرد نوین بانکی	بهبود کیفیت مستمر در ارائه خدمات
{M _{15,17} }; {M _{6,25} }; {M _{5,33} }	تقویت کیفیت خدمات ارائه شده	
{M _{11,31} }; {M _{9,27} }; M _{1,39}	بهبود وضعیت خدمات بانکداری الکترونیکی	توسعه خدمات نوین بانکی
{M _{11,23} }; {M _{2,41} }	گسترش خدمات بانکی در زمینه‌های گوناگون	
{M _{6,18} }; {M _{7,33} }; {M _{1,28} }	ارائه خدمات براساس بانکداری الکترونیکی	افزایش تخصص کارکنان
{M _{4,8} }; {M _{5,9} }; {M _{14,6} }	افزایش تخصص کارکنان	

{M _{1,34} }; {M _{8,11} }; M _{11,29}	رفع نیازهای مادی و معنوی کارکنان	توانمندسازی کارکنان بانکی
{M _{2,24} }; {M _{4,7} }; {M _{12,10} }	بهبود مهارت‌های کارکنان	افزایش دانش و مهارت‌های کارکنان
{M _{4,27} }; {M _{2,17} }; M _{15,22}	افزایش دانش تخصصی کارکنان	
{M _{9,30} }; {M _{6,33} }; M _{2,40}	برگزاری سمینارهای آموزشی در خصوص کارآفرینی	
{M _{9,14} }; {M _{10,11} }; M _{1,23}	آشنا نمودن کارکنان با مفاهیم کارآفرینی	ارائه آموزش‌های کارآفرینانه
{M _{3,15} }; {M _{12,34} }; {M _{8,28} }	افزایش آگاهی و دانش کارکنان در خصوص مزایای کارآفرینی	
{M _{10,12} }; {M _{2,43} }; M _{6,23}	ارزشیابی عملکرد کارکنان کارآفرین	ارزیابی عملکرد کارآفرینانه
{M _{10,25} }; {M _{7,17} }; M _{8,19}	سنجش صحیح عملکرد کارکنان	
{M _{10,18} }; {M _{11,11} }; {M _{13,14} }	بهبود زیرساخت‌های نرم افزاری بانک	توانمندسازی الکترونیکی شدن بانک
{M _{8,36} }; {M _{9,25} }; {M _{11,16} }	بهبود زیرساخت‌های سخت افزاری بانک	
{M _{2,11} }; {M _{1,8} }; {M _{9,5} }	تدوین برنامه‌های استراتژیک بانکی	حرکت از برنامه ریزی استراتژیک به سوی هوشمندسازی آن
{M _{4,23} }; {M _{10,11} }; {M _{14,1} }	هوشمندسازی و اجرای برنامه‌های استراتژیک بانکی	
{M _{7,23} }; {M _{9,34} }; {M _{5,14} }	اهمیت بالای حفظ اطلاعات کاربران	رعایت مسائل و الزامات اطلاعاتی و امنیتی
{M _{3,35} }; {M _{9,10} }; M _{1,21}	افزایش امنیت سایبری مشتریان	
{M _{4,27} }; {M _{15,18} }; M _{8,15}	اتخاذ استراتژی متناسب با نوآوری	تدوین استراتژی مرتبط با همه اجزاء نوآوری
{M _{14,43} }; {M _{2,38} }	در نظر گرفتن همه اجزاء نوآوری	
{M _{9,12} }; {M _{6,35} }; M _{11,26}	اهمیت رویه به کار گرفته شده توسط رهبر	شیوه‌های رهبری مستحکم
{M _{4,11} }; {M _{7,17} }; M _{1,28}	هدایت صحیح کارکنان توسط رهبر	
{M _{5,17} }; {M _{12,22} }; {M _{3,16} }	نیاز بانکداری الکترونیکی به پشتیبانی دولت	پشتیبانی از ساختارهای دولت در چارچوب نهادها
{M _{4,14} }; M _{11,8} ; {M _{6,12} }	حمایت بانکداری الکترونیکی در چارچوب نهادها	
{M _{11,9} }; {M _{3,6} }	ایجاد چارچوب مقرراتی جهت تشویق افراد	چارچوب مقرراتی مشوق ها
{M _{4,4} }	اعطای پاداش به عنوان مشوق ایجاد بانکداری الکترونیکی	
{M _{4,3} }; {M _{8,5} }; {M _{12,4} }		
{M _{6,2} }; {M _{11,6} }; {M _{14,4} }	تدوین قانون مختص بانکداری الکترونیکی	قانون گذاری سرمایه پسند
{M _{15,10} }; {M _{10,16} }; {M _{7,1} }	بازبینی قانون براساس سرمایه	

جدول ۲. مقوله‌های اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی	کدهای شناسایی شده مورد بازبینی قرار گرفت و با حذف کدهای تکراری و ادغام مضامین مشابه به دسته‌بندی و شناسایی مقوله‌های اصلی و فرعی موثر اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی پرداخته شد. در این مرحله نامگذاری مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش شکل گرفته و برای هر دسته از کدهای استخراج شده از متون مصاحبه، مقوله‌ای مشخص در نظر گرفته می‌شود. مقوله‌های اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مستخرج از مصاحبه‌ها به روش تحلیل کیفی محتوا در
مقوله اصلی	کدهای شناسایی شده مورد بازبینی قرار گرفت و با حذف کدهای تکراری و ادغام مضامین مشابه به دسته‌بندی و شناسایی مقوله‌های اصلی و فرعی موثر اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی پرداخته شد. در این مرحله نامگذاری مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش شکل گرفته و برای هر دسته از کدهای استخراج شده از متون مصاحبه، مقوله‌ای مشخص در نظر گرفته می‌شود. مقوله‌های اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مستخرج از مصاحبه‌ها به روش تحلیل کیفی محتوا در
مقوله فرعی	کدهای شناسایی شده مورد بازبینی قرار گرفت و با حذف کدهای تکراری و ادغام مضامین مشابه به دسته‌بندی و شناسایی مقوله‌های اصلی و فرعی موثر اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی پرداخته شد. در این مرحله نامگذاری مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش شکل گرفته و برای هر دسته از کدهای استخراج شده از متون مصاحبه، مقوله‌ای مشخص در نظر گرفته می‌شود. مقوله‌های اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مستخرج از مصاحبه‌ها به روش تحلیل کیفی محتوا در
تامین منابع و راه‌کارهای متعدد تامین مالی، کسب مزیت رقابتی، پرورش روحیه و انگیزه کارآفرینی، تعاملات و ارتباطات با سرمایه‌گذاران، تکامل هوشمندانه بانکداری الکترونیکی	
جذب مشتریان با ارائه خدمات جدید، افزایش تعداد مشتریان فعال با ارائه تبلیغات مناسب، کشف و درک نیازهای بازار و مشتریان، ارائه خدمات مبتنی بر خواسته مشتریان	
بازاریابی الکترونیک بانکی	
نهادینه‌سازی فرهنگ نوآورانه	
به حداقل رساندن مقاومت جهت به کارگیری طرح‌ها و تغییرات نوآورانه،	

جدول ۲ ارائه شده است.

بانکی، مدیریت منابع انسانی الکترونیکی، مدیریت استراتژیک بانکی و سیاست‌گذاری بانکی می‌باشند. اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی نیز شامل تامین منابع و راه‌کارهای متعدد تامین مالی، کسب مزیت رقابتی، پرورش روحیه و انگیزه کارآفرینی، تعاملات و ارتباطات با سرمایه‌گذاران، تکامل هوشمندانه بانکداری الکترونیکی می‌باشد.

براساس الگوی تحقیق گام بعدی شناسایی روابط درونی شاخص‌های شناسایی و ارائه الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی می‌باشد. جهت طراحی الگوی نهایی از روش دیمتل فازی استفاده

شده است. الگوی روابط بین مقوله‌های اصلی با استفاده از عبارات کلامی مندرج در

جدول ۳ تعیین شده است.

جدول ۳. طیف فازی مورد استفاده جهت تکنیک دیمتل (وانگ، ۲۰۱۱)

عبارات کلامی	معادل قطعی	معادل فازی
بدون تاثیر	۰	(0.0, 0.1, 0.3)
تاثیر کم	۱	(0.1, 0.3, 0.5)
تاثیر متوسط	۲	(0.3, 0.5, 0.7)
تاثیر زیاد	۳	(0.5, 0.7, 0.9)
تاثیر خیلی زیاد	۴	(0.7, 0.9, 1.0)

با شناسایی روابط شاخص‌ها، ماتریس ارتباط مستقیم سازه‌های اکوسیستم کارآفرینی تشکیل می‌شود.

جدول ۴. ماتریس ارتباط مستقیم اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

	X	EEEB	EBM	IIC	ICEB	BSQ	EHRM	SBM	BP
EE		(0, 0.1,	(0.13,	(0.11,	(0.1,	(0.08,	(0.09,	(0.11,	(0.04,
EB		0.3)	0.26,	0.24,	0.22,	0.2, 0.4)	0.22,	0.24,	0.16,
			0.45)	0.44)	0.41)		0.42)	0.44)	0.36)
EB		(0.52,	(0, 0.1,	(0.05,	(0.38,	(0.01,	(0.07,	(0.1,	(0.05,
M		0.7,	0.3)	0.16,	0.54,	0.12,	0.18,	0.22,	0.16,
		0.84)		0.36)	0.69)	0.32)	0.37)	0.41)	0.36)
IIC		(0.52,	(0.55,	(0, 0.1,	(0.08,	(0.64,	(0.18,	(0.22,	(0.18,
		0.7,	0.74,	0.3)	0.22,	0.84,	0.32,	0.36,	0.32,
		0.83)	0.87)		0.42)	0.96)	0.5)	0.55)	0.51)
IC		(0.52,	(0.54,	(0.51,	(0, 0.1,	(0.56,	(0.19,	(0.14,	(0.17,
EB		0.7,	0.72,	0.7,	0.3)	0.76,	0.34,	0.28,	0.3,
		0.83)	0.85)	0.84)		0.9)	0.53)	0.47)	0.48)

شکل‌گیری فرهنگ نوآوری در ذهن مدیریت بانک، تحمل ریسک و شکست، استقرار فرهنگ نوآورانه در بانکها

تخصیص منابع برای جذب ایده‌های نواز سطوح مختلف جامعه، تعریف خدمات جدید و جذب و اعمال نوآوری‌ها در آن، اهمیت شناسایی، خلق ایده و نوآوری برای بانک، شناسایی و ارتقاء استعدادهای افراد

افزایش کیفیت خدمات بانکی، ارزیابی عملکرد نوآورانه بانکی، بهبود کیفیت مستمر در ارائه خدمات، توسعه خدمات نوین بانکی

توانمندسازی کارکنان بانکی، افزایش دانش و مهارت‌های کارکنان، ارائه آموزش‌های کارآفرینانه، ارزیابی عملکرد کارآفرینانه

توانمندسازی الکترونیکی شدن بانک، حرکت از برنامه ریزی استراتژیک به سوی هوشمندسازی آن، رعایت مسائل و الزامات اطلاعاتی و امنیتی، تدوین استراتژی مرتبط با همه اجزاء نوآوری

شیوه‌های رهبری مستحکم، پشتیبانی از ساختارهای دولت در چارچوب نهادها، چارچوب مقرراتی مشوق‌ها، قانون گذاری سرمایه پسند

مقوله‌های اصلی شامل اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی، بازاریابی الکترونیکی بانکی، نهادینه‌سازی فرهنگ نوآورانه، بسترسازی جهت خلق ایده در بانک، کیفیت ارائه و توسعه خدمات

BS	(0.64,	(0.64,	(0.09,	(0.13,	(0, 0.1,	(0.1,	(0.15,	(0.17,
Q	0.84,	0.84,	0.22,	0.26,	0.3)	0.24,	0.28,	0.3,
	0.95)	0.97)	0.42)	0.45)		0.44)	0.46)	0.49)
EH	(0.36,	(0.56,	(0.62,	(0.44,	(0.56,	(0, 0.1,	(0.21,	(0.49,
R	0.52,	0.76,	0.82,	0.62,	0.76,	0.3)	0.36,	0.68,
M	0.67)	0.9)	0.95)	0.77)	0.89)		0.54)	0.82)
SB	(0.64,	(0.56,	(0.51,	(0.56,	(0.57,	(0.6,	(0, 0.1,	(0.5,
M	0.84,	0.76,	0.7,	0.76,	0.76,	0.8,	0.3)	0.7,
	0.97)	0.89)	0.84)	0.89)	0.88)	0.93)		0.85)
BP	(0.59,	(0.57,	(0.57,	(0.53,	(0.46,	(0.51,	(0.26,	(0, 0.1,
	0.78,	0.76,	0.76,	0.72,	0.64,	0.7,	0.4,	0.3)
	0.9)	0.89)	0.89)	0.85)	0.78)	0.83)	0.57)	

$$\tilde{b}^{(k)} = \max \left(\sum_{j=1}^n u_{ij}^{(k)} \right); 1 \leq i \leq n$$

با استفاده از رابطه ۳، ماتریس ارتباط مستقیم نرمال شده است:
رابطه ۱: نرمال سازی ماتریس ارتباط مستقیم

$$\begin{aligned} \tilde{a}_i^{(k)} &= \sum \tilde{X}_{ij}^{(k)} \\ &= \left(\sum_{j=1}^n \tilde{l}_{ij}^{(k)}, \sum_{j=1}^n \tilde{m}_{ij}^{(k)}, \sum_{j=1}^n \tilde{u}_{ij}^{(k)} \right) \end{aligned}$$

جدول ۵. ماتریس ارتباط مستقیم نرمال شده اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

N	EEEB	EBM	IIC	ICEB	BSQ	EHRM	SBM	BP
EE	(0, 0.02,	(0.02,	(0.02,	(0.02,	(0.01,	(0.01,	(0.02,	(0.01,
EB	0.05)	0.04,	0.04,	0.03,	0.03,	0.03,	0.04,	0.02,
		0.07)	0.07)	0.06)	0.06)	0.06)	0.07)	0.05)
EB	(0.08,	(0, 0.02,	(0.01,	(0.06,	(0, 0.02,	(0.01,	(0.02,	(0.01,
M	0.11,	0.05)	0.02,	0.08,	0.05)	0.03,	0.03,	0.02,
	0.13)		0.05)	0.11)		0.06)	0.06)	0.05)
IIC	(0.08,	(0.08,	(0, 0.02,	(0.01,	(0.1,	(0.03,	(0.03,	(0.03,
	0.11,	0.11,	0.05)	0.03,	0.13,	0.05,	0.05,	0.05,
	0.13)	0.13)		0.06)	0.15)	0.08)	0.08)	0.08)
IC	(0.08,	(0.08,	(0.08,	(0, 0.02,	(0.09,	(0.03,	(0.02,	(0.03,
EB	0.11,	0.11,	0.11,	0.05)	0.12,	0.05,	0.04,	0.05,
	0.13)	0.13)	0.13)		0.14)	0.08)	0.07)	0.07)
BS	(0.1,	(0.1,	(0.01,	(0.02,	(0, 0.02,	(0.02,	(0.02,	(0.03,
Q	0.13,	0.13,	0.03,	0.04,	0.05)	0.04,	0.04,	0.05,
	0.15)	0.15)	0.06)	0.07)		0.07)	0.07)	0.07)
EH	(0.05,	(0.09,	(0.09,	(0.07,	(0.09,	(0, 0.02,	(0.03,	(0.07,
R	0.08,	0.12,	0.13,	0.09,	0.12,	0.05)	0.05,	0.1,
M	0.1)	0.14)	0.15)	0.12)	0.14)		0.08)	0.13)
SB	(0.1,	(0.09,	(0.08,	(0.09,	(0.09,	(0.09,	(0, 0.02,	(0.08,
M	0.13,	0.12,	0.11,	0.12,	0.12,	0.12,	0.05)	0.11,
	0.15)	0.14)	0.13)	0.14)	0.13)	0.14)		0.13)

BP	(0.09, 0.12, 0.14)	(0.09, 0.12, 0.14)	(0.09, 0.12, 0.14)	(0.08, 0.11, 0.13)	(0.07, 0.1, 0.12)	(0.08, 0.11, 0.13)	(0.04, 0.06, 0.09)	(0, 0.02, 0.05)
-----------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	-------------------	--------------------	--------------------	-----------------

رابطه ۲: محاسبه ماتریس ارتباط کامل

$$T_I = N_I \times (I - N_I)^{-1}$$

برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل از (رابطه ۲) استفاده می‌شود. در روش دیمتل فازی، ماتریس نرمال فازی به سه ماتریس قطعی زیر افزاز می‌شود. ماتریس ارتباط کامل در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. ماتریس ارتباط کامل سازه‌های اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

T	EEEB	EBM	IIC	ICEB	BSQ	EHRM	SBM	BP
EE	(0.01, 0.07, 0.14)	(0.03, 0.09, 0.18)	(0.02, 0.07, 0.16)	(0.02, 0.07, 0.15)	(0.02, 0.07, 0.15)	(0.02, 0.06, 0.14)	(0.02, 0.06, 0.14)	(0.01, 0.05, 0.12)
EB	(0.09, 0.17, 0.32)	(0.01, 0.07, 0.15)	(0.02, 0.07, 0.15)	(0.06, 0.12, 0.25)	(0.01, 0.07, 0.14)	(0.02, 0.06, 0.14)	(0.02, 0.06, 0.14)	(0.01, 0.06, 0.13)
IIC	(0.11, 0.21, 0.38)	(0.11, 0.21, 0.38)	(0.02, 0.08, 0.16)	(0.03, 0.1, 0.19)	(0.11, 0.2, 0.37)	(0.04, 0.1, 0.2)	(0.04, 0.1, 0.2)	(0.04, 0.1, 0.2)
IC	(0.12, 0.22, 0.4)	(0.11, 0.21, 0.39)	(0.09, 0.17, 0.33)	(0.02, 0.09, 0.17)	(0.11, 0.2, 0.36)	(0.04, 0.11, 0.21)	(0.03, 0.09, 0.19)	(0.04, 0.1, 0.2)
BS	(0.12, 0.21, 0.39)	(0.11, 0.2, 0.37)	(0.03, 0.09, 0.18)	(0.04, 0.1, 0.19)	(0.01, 0.08, 0.15)	(0.03, 0.08, 0.17)	(0.03, 0.08, 0.17)	(0.03, 0.09, 0.18)
EH	(0.11, 0.22, 0.39)	(0.13, 0.24, 0.44)	(0.12, 0.21, 0.39)	(0.09, 0.18, 0.33)	(0.12, 0.22, 0.4)	(0.02, 0.09, 0.17)	(0.05, 0.12, 0.23)	(0.09, 0.17, 0.32)
SB	(0.16, 0.29, 0.5)	(0.14, 0.27, 0.47)	(0.11, 0.22, 0.39)	(0.12, 0.22, 0.4)	(0.13, 0.24, 0.43)	(0.11, 0.2, 0.38)	(0.02, 0.09, 0.17)	(0.1, 0.19, 0.34)
BP	(0.14, 0.26, 0.46)	(0.13, 0.25, 0.44)	(0.12, 0.21, 0.38)	(0.11, 0.2, 0.37)	(0.11, 0.21, 0.37)	(0.1, 0.18, 0.33)	(0.06, 0.12, 0.24)	(0.02, 0.09, 0.17)

آستانه باشد صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف نظر کرده و نقش روابط شبکه NRM را ترسیم کرد.

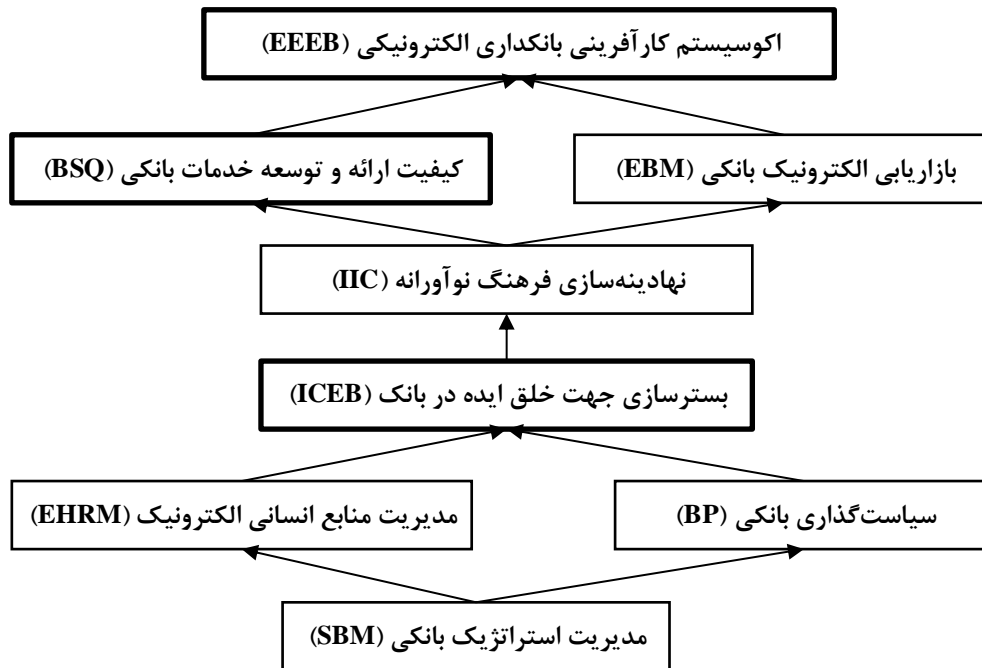
پس از محاسبه ماتریس ارتباط کامل با روش مرکز سطح، اقدام به فازی‌زدایی مقادیر شد. میانگین مقادیر ماتریس فازی‌زدایی شده محاسبه گردید و شدت آستانه ۰/۲۱۲ محاسبه شده است. تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگتر باشد، معنادار در نظر گرفته‌شود. تمامی مقادیر ماتریس T که کوچکتر از

جدول ۷. ماتریس روابط معنادار متغیرهای اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

T	EEEB	EBM	IIC	ICEB	BSQ	EHRM	SBM	BP
EEEB	×	×	×	×	×	×	×	×
EBM	0.186	×	×	×	×	×	×	×

IIC	0.229	0.225	×	×	0.220	×	×	×
ICEB	0.237	0.231	0.192	×	0.215	×	×	×
BSQ	0.233	0.222	×	×	×	×	×	×
EHRM	0.235	0.264	0.235	0.198	0.239	×	×	0.187
SBM	0.309	0.285	0.233	0.237	0.258	0.224	×	0.203
BP	0.281	0.268	0.230	0.218	0.224	0.197	×	×

با توجه به نقشه روابط شبکه، الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی در شکل ۱ نمایش داده شده است.



شکل ۱- الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

بانکی و کیفیت ارائه و توسعه خدمات بانکی را بهبود می‌بخشد. این در نهایت به اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی ختم می‌شود. در نهایت مجموع اثرگذاری و اثرپذیری‌های سازه‌های اکوسیستم کارآفرینی در جدول ۸ ارائه شده است.

براساس الگوی اولیه طراحی شده مشخص است مدیریت استراتژیک بانکی بر سیاست‌گذاری بانکی و مدیریت الکترونیک منابع انسانی اثر دارد. این دو مقوله نیز بستر لازم جهت خلق ایده در بانک را فراهم می‌آورند. به این ترتیب امکان نهادینه‌سازی فرهنگ نوآورانه میسر می‌شود که خود بازاریابی الکترونیک

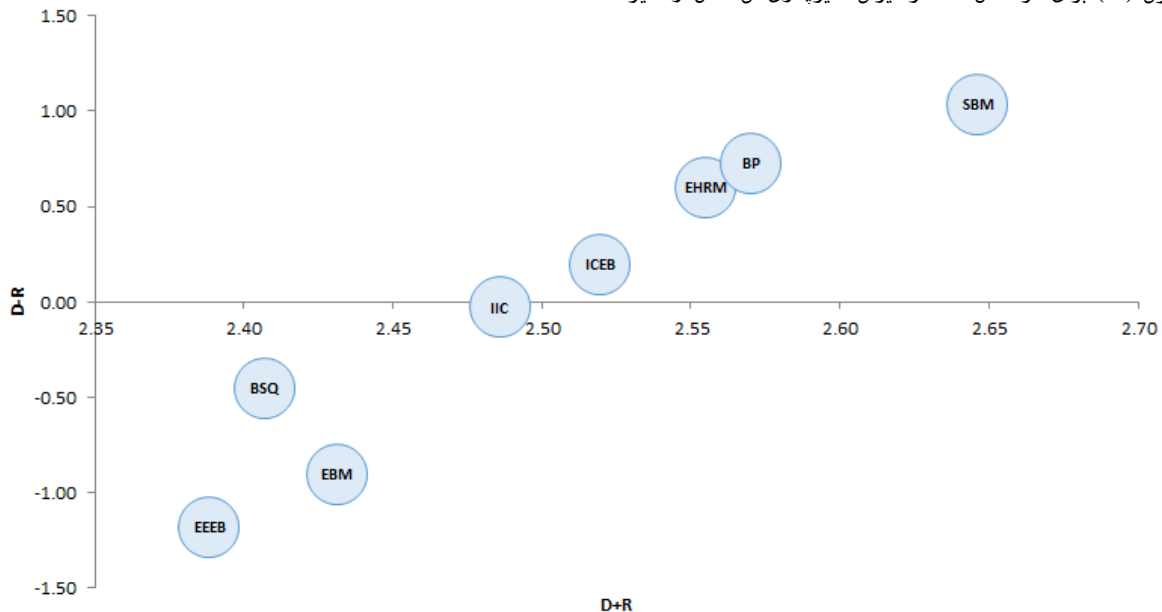
جدول ۸. مجموع اثرگذاری و اثرپذیری‌های سازه‌های اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

D-R	D+R	اثرپذیری (R)	اثرگذاری (D)	سازه‌های اصلی
-۱/۱۸	۲/۳۹	۱/۷۸	۰/۶۰۶	اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی (EEEB)
-۰/۰۹۰	۲/۴۳	۱/۶۷	۰/۷۶۴	بازاریابی الکترونیک بانکی (EBM)
-۰/۰۳	۲/۴۹	۱/۲۶	۱/۲۲۹	نهادینه‌سازی فرهنگ نوآورانه (IIC)
۰/۲۰	۲/۵۲	۱/۱۶	۱/۳۵۷	بسترسازی جهت خلق ایده در بانک (ICEB)
-۰/۴۵	۲/۴۱	۱/۴۳	۰/۹۷۶	کیفیت ارائه و توسعه خدمات بانکی (BSQ)
۰/۶۰	۲/۵۵	-۰/۹۸	۱/۵۸۰	مدیریت منابع انسانی الکترونیک (EHRM)

مدیریت استراتژیک بانکی (SBM)			
۱/۰۴	۲/۶۵	۰/۸۰	۱/۸۴۲
سیاست گذاری بانکی (BP)			
۰/۷۲	۲/۵۷	۰/۹۲	۱/۶۴۷

عوامل سیستم است. اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی (EEEB) بیشترین تاثیر را نیز از سایر عوامل می پذیرد و محصول تعامل سایر عناصر است.

جمع عناصر هر سطر (D) نشانگر میزان تاثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل های سیستم است. روشن است مدیریت استراتژیک بانکی (SBM) بیشترین تاثیر را بر سایر عناصر سیستم دارد. جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرپذیری آن عامل از سایر



شکل ۲. نمودار مختصات دکارتی سازه های اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی

بردار افقی (D+R). میزان تاثیر و تاثیر عامل مورد نظر در سیستم است. مدیریت استراتژیک بانکی (SBM) بیشترین تعامل را با سایر عناصر دارند. بردار عمودی (D-R). قدرت تاثیرگذاری هر عامل را نشان می دهد. بطور کلی اگر D-R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می شود. اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی (EEEB).

بازاریابی الکترونیکی بانکی (EBM) و کیفیت ارائه و توسعه خدمات بانکی (BSQ) علی هستند. نهادینه سازی فرهنگ نوآورانه (IIC) و بسترسازی جهت خلق ایده در بانک (ICEB) در حالت بینابین قرار دارد. سایر عناصر مدل نیز معلول هستند.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مبتنی بر توسعه کسب و کارهای الکترونیکی انجام شده است. به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت ها در کشورهای توسعه یافته و درحال توسعه تلاش می کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. کارآفرینان با مهارتی که در تشخیص فرصت ها و موقعیت ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت ها دارند، پیشگامان

نتایج به دست آمده نشان داد، مدیریت استراتژیک بانکی بر سیاست گذاری بانکی و مدیریت الکترونیک منابع انسانی اثر دارد. در نتایج مطالعات دهه هجری و همکاران (۲۰۱۶) و صادقی و همکاران (۱۳۹۷) نیز به تاثیرگذاری مدیریت استراتژیک بانکی اشاره شده است و با نتایج پژوهش حاضر هماهنگ است. مقوله های مذکور نیز بستر لازم جهت خلق ایده در بانک را فراهم می آورند. در نتایج مطالعه صحرایی فر و یکتانژاد (۱۳۹۹) نیز به ایجاد بستر لازم جهت ارائه نوآوری اشاره شده است و از این منظر با نتایج پژوهش حاضر سازگار است.

به این ترتیب امکان نهادینه سازی فرهنگ نوآورانه میسر می شود که خود بازاریابی الکترونیک بانکی و کیفیت ارائه و توسعه خدمات بانکی را بهبود می بخشد. در نتایج مطالعات کریمی و همکاران (۱۳۹۸) و خالدی (۱۳۹۶) نیز به بازاریابی الکترونیک بانکی اشاره شده است که از این منظر با نتایج پژوهش حاضر هم خوانی دارد. ویژگی های فرهنگی، باورها و دیدگاه های اساسی در مورد کارآفرینی در یک منطقه هستند دو ویژگی اصلی از ویژگی های فرهنگی اکوسیستم کارآفرینانه عبارتند از: نگرش های فرهنگی

کارآفرین بودن موثر واقع گردند. عوامل مذکور پوشش خوبی از شاخص‌هایی است که می‌تواند سیستم‌های الکترونیکی بخصوص در حوزه بانکداری الکترونیکی را تحت پوشش قرار دهند. بر این اساس وجود آنها برای سیستم‌های اکوسیستمی ضروری و حیاتی است و لازم است که در کنار یکدیگر در راستای بهینه‌سازی سیستم مورد استفاده قرار گیرند.

References

1. Metvaeae, F. (2019). Prioritisation of the entrepreneurship factors in banking industry using FAHP and fuzzy TOPSIS. *International Journal of Business Excellence*, 17 (4), 487-515.
2. Tahmasebi, Dariush; Aghazadeh, Hashem; Soleimani, Omid. (1398). The Effect of Internal Marketing and Organizational Entrepreneurship on Banking Performance, *Productivity Management Quarterly*, Volume 13, Number 49, pp. 69-91.
3. Ekhtiari, Mustafa; Kasaei, Massoud (1394). Identifying and Prioritizing Entrepreneurial Risks in the Banking Industry, *Quarterly Journal of Industrial Management*, Volume 13, Number 36, pp. 27-60.
4. Gilbert, D., Biru, A., & Arenius, P. (2020). Unhelpful help: The state of support programs and the dynamics of entrepreneurship ecosystems in Ethiopia. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1-23.
5. Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs*, 1, 13.
6. Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49 (1), 55-73.
7. Ritala, P., Agouridas, V., Assimakopoulos, D., & Gies, O. (2013). Value creation and capture mechanisms in innovation ecosystems: a comparative case study. *International Journal of Technology Management*, 63 (3-4), 244-267.

و تاریخچه کارآفرینی در یک فرهنگ. تحقیقات تجربی نشان می‌دهد که نرخ موفقیت در کارآفرینان سریالی بالاتر است. کارآفرینان موفق از استارت‌آپ اولیه خودشان برای راه اندازی سایر شرکت‌ها حرکت می‌کنند تا به کارآفرینان سریالی با ریشه‌هایی عمیق در جامعه تبدیل شوند. فرهنگ کسب و کار باید فرصت و امکان شروع دوباره‌ها را برای کارآفرینان شکست خورده فراهم کند. این کارآفرینان، اغلب از تجربه و شبکه‌های کاری بالاتری برخوردارند. که این امر موجب افزایش احتمال موفقیت آنها در آینده می‌شود. فرهنگ کارآفرینانه مشروط بر آن که هوشمندانه، هنرمندانه و با فرهنگ، امکانات، تواناییها و سلیقه ایرانی آمیخته شود، مناسب‌ترین راه بهبود وضعیت امروز اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت آن است. از دیگر سو، ساختار اقتصادی دنیای امروز با گذشته به طور اساسی متفاوت گردیده است.

در نهایت مشخص شد مقوله‌های مذکور به اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی ختم می‌شوند. در نتایج مطالعات سرفرازی و عباسی (۱۳۹۹) و علینقی (۱۳۹۹) نیز به مولفه کارآفرینی بانکداری الکترونیکی اشاره شده است و با نتایج پژوهش حاضر سازگار است. در بازار فوق العاده پویا مشتری از بانک انتظار دارد که بیشترین ارزشی‌ها را عرضه کند و بانک‌ها نیز مدام به دنبال روش‌های جدید و ایجاد نوآوری می‌باشند. داشتن درک صحیح از انتظارات مصرف‌کنندگان، مزیت‌های متعددی را در بردارد. این مزیت‌ها شامل کمک به مدیران در جهت تصمیم‌گیری، تهیه یک مبنای شناختی، کمک به قانونگذاران و تنظیم‌کنندگان برای وضع قوانین مربوط به خرید و فروش کالا و خدمات و در نهایت کمک به مصرف‌کنندگان در جهت تصمیم‌گیری بهتر می‌باشد. بانک‌ها امروزه در محیطی فعالیت می‌نمایند که تعداد زیادی رقیب در کنار آنان به دنبال جذب مشتریان آنان هستند. در اینجا است که بازاریابی در مؤسسات بانکی از آن چنان اهمیتی برخوردار می‌شود که عدم توجه به آن‌را می‌توان به مثابه نابودی و شکست آن مؤسسه قلمداد کرد. بازاریابی بانکی فعالیت نسبتاً جدیدی است که بر ابتکار، نوآوری و ارائه بهتر و سریع‌تر خدمات بانکی به مشتریان تأکید دارد. بر این اساس و با توجه به نوپا بودن بانک‌های خصوصی در ایران، یک بانک برای نشان دادن وجه تمایز خود از سایر رقبای باید پیوسته در اندیشه نوآوری و معرفی ایده‌های جدید باشد.

هر نهادی که به طور بالفعل و یا بالقوه مشوق و حامی کارآفرینی است ذینفع اکوسیستم کارآفرینی به حساب می‌آید. مانند: ارگان‌های دولتی، دانشگاه‌ها، بانک‌ها، کارآفرینان، مراکز رشد، مراکز شتاب‌دهی، رهبران اجتماعی، نمایندگان نیروی کار و غیره. از آنجا که تنها با وجود همگنی، تعادل و هم‌افزایی است که اکوسیستم توانایی پرورش کارآفرینان موفق را خواهد داشت، لازمه تشخیص و طراحی سیاست‌های مناسب جهت توسعه کارآفرینی توجه به کلیه عناصر موجود اکوسیستم و شیوه تعاملات آن‌ها است. به طوری که ضعف در یک نهاد و یا یک زیرسیستم بر عملکرد کلی اکوسیستم تأثیر می‌گذارد. اکوسیستم کارآفرینی در بانکداری ایران نشان داد که ۶ مقوله در تشریح مدل آن کاربرد دارند، لذا در کنار هم قرار گرفتن این ابعاد می‌تواند در ایجاد یک اکوسیستم در حوزه بانکداری از نوع

Technology Development Centers Based on Process Maps, *Quarterly Journal of Strategic Organizational Knowledge Management*, Volume 1, Number 3, pp.

16. Khaledi, Arman (1396). The Difference Between the Entrepreneurial Ecosystem and the Innovation System, *Science and Technology Policy Quarterly*, Volume 9, Number 3, pp. 91-92.

17. Sarfarazi, Mehrzad; Hamid Reza Abbasi. 1399. Investigating the basic requirements of electronic payment systems and its role in the realization of electronic banking. *Sixth International Conference on Management and Accounting Sciences*.

18. Sahraeifar, Najmeh; Arefa Yektanjad. 1399. Investigating the Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty in Electronic Banking. *Third International Conference on Interdisciplinary Research in Electrical, Computer, Mechanical and Mechatronics Engineering in Iran and the Islamic World*.

19. Alinaghi, Massoud 1399. Investigation of electronic banking services, banking risks and its role in improving profit margins in Ansar Bank. *Second Accounting and Management Conference*.

20. Moore, J. F. (1993). Predators and prey: A new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71 (3), 75–86.

21. Lundvall, B. Å. (1985). Interactive learning, social capital and economic performance. *Advancing knowledge and the knowledge economy*, 63-74.

22. Arenal, A., Armuña, C., Feijoo, C., Ramos, S., Xu, Z., & Moreno, A. (2020). Innovation ecosystems theory revisited: The case of artificial intelligence in China. *Telecommunications Policy*, 44 (6), 101-119.

23. Gomes, L. A., Facin, A. L. F., Salerno, M. S., & Ikenami, R. K. (2018). Unpacking the innovation ecosystem construct: Evolution, gaps and trends. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 30-48.

8. Trischler, J., Johnson, M., & Kristensson, P. (2020). A service ecosystem perspective on the diffusion of sustainability-oriented user innovations. *Journal of Business Research*, 116 (1), 552-560.

9. Ezzati, Jam; Sakhdari, Kamal; Musikhani, Morteza (1396). Studies of Entrepreneurial Ecosystem with Entrepreneurial Ecosystem Approach, *Iranian Higher Education Quarterly*, Volume 2, Number 9, pp. 133-165.

10. Sun, S. L., Chen, V. Z., Sunny, S. A., & Chen, J. (2018). Venture capital as an innovation ecosystem engineer in an emerging market. *International Business Review*.

11. Tabatabai, Habib; Tahoori, Hamid; Taqwa, Muhammad; Taqwa, Muhammad (1397). Analysis of Entrepreneurial Ecosystem of Biopharmaceuticals in Iran, *Quarterly Journal of Technology Development Management*, Volume 6, Number 1, pp. 9-45.

12. Beliaeva, T., Ferasso, M., Kraus, S., & Damke, E. J. (2019). Dynamics of digital entrepreneurship and the innovation ecosystem. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

13. Dedehayir, O., Mäkinen, S. J., & Ortt, J. R. (2018). Roles during innovation ecosystem genesis: A literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 18-29.

14. Karimi, Rasool; Haghghi, Mohammad ;Nateq . Tahmineh. (1398). Presenting a Model of Commercialization Strategies for New Products and Technologies in the Growth and Technology Centers of Emerging Universities, *Quarterly Journal of Medicine and Cultivation*, Volume 2, Number 17, pp. 54-69.

15. Sadeghi, Ali; Moghan, Mehdi; Abadi, Saeed (1397). Providing a Model for Creating a Knowledge Map of Science and

- excellence. *European Journal of Higher Education*, 6 (3), 217-236.
32. Askari, Alireza; Hashemi, Farzad (1398). Assessing the Impact of Knowledge-Based Companies, Growth Centers and Science and Technology Parks on the Economic Development Process, *Agricultural Economics Research Quarterly*, Volume 4, Number 21, pp. 239-258.
33. Adner, R., & Kapoor, R. (2016). Innovation ecosystems and the pace of substitution: Re - examining technology S - curves. *Strategic management journal*, 37 (4), 625-648.
34. Ranjbar, Hadi; Haqdoost, Akbar; Salsali, Mahvash; Khoshdel, Ali. (1391). Sampling in Qualitative Research: A Guide to Getting Started. *Health and Military Sciences Research*, Volume 2, Number 3, pp. 238-250.
35. Alwani, Mehdi; Budlai, Hassan (1391). Content Analysis in Entrepreneurship Studies, *Iranian Journal of Management Sciences*, Volume 5, Number 19, pp. 33-61.
36. Naderifar, Mahin; Goli, Hamideh; Qaljai, Angel. (1396). Snowball A Targeted Method in Qualitative Research Sampling, *Journal of Developmental Steps in Medical Education*, Volume 14, Number 41, pp. 101-121.
37. Danaeifard, Hassan; Alwani, Mehdi; Azar, Adel. (1393). Qualitative research methodology in management: a comprehensive approach, Saffar Publications.
38. Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*, Reading, MA: Addison-Wesley.
39. Rangriz, Hassan; Ebrahimi, Rahim; Arasteh, Hamid. Soltanieh, Farzad. (1396). Designing a Strategic Competencies Model for Functional Managers Using Thematic Analysis Method, *Educational*
24. Farhanchi, Mojtaba; Qasi, Sepehr; Radfer, Reza; Saghafi, Fatima (1398). Regenerating the post-decline entrepreneurial ecosystem, *Management Improvement Quarterly*, Volume 13, Number 43, pp. 1-32.
25. Walrave, B., Talmar, M., Podoyntsyna, K. S., Romme, A. G. L., & Verbong, G. P. (2018). A multi-level perspective on innovation ecosystems for path-breaking innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 103-113.
26. Kumar, A., Kumar, R., Haque, M. R., Chowdhury, S. P., & Islam, S. (2017). Entrepreneurial Networks and Knowledge Transfer: The Moderating Role of Incubator / Accelerator Affiliation. *Asian Economic and Financial Review*, 7 (11), 1093.
27. Mohammadi, Akbar; Sedqi, Mehdi; Yadali, Milad ;AlBadavi, Amir (1397). Identifying Key Actors in Downstream Industry Entrepreneurship Ecosystem Development, *Technology Growth Quarterly*, Volume 14, Number 54, pp. 36-45.
28. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship: a research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
29. Meysamy, Amir Mehdi; Eliassy, Ghanbar; Mobini, Amber; Hejazi, Reza (1396). *Technology Development Management Quarterly*, Volume 5, Number 3, pp. 9-44.
30. Chae, B. K. (2019). A General framework for studying the evolution of the digital innovation ecosystem: The case of big data. *International Journal of Information Management*, 45, 83-94.
31. Sørensen, M. P., Bloch, C., & Young, M. (2016). Excellence in the knowledge-based economy: from scientific to research

Management Quarterly, Volume 6, Number 96, pp. 9-49.

40. Abedi Hassan; Taslimi Saeed; Faqih Abul-Fazl; Sheikh, Mohammad (1390). Content Analysis and Theme Network: A Simple and Efficient Method for Explaining Patterns in Qualitative Data, Strategic Management Thought Quarterly, Volume 5, Number 10, pp. 151-198.

41. Wang, W. (2011). A Content Analysis of Reliability in Advertising Content Analysis Studies., East Tennessee State University.

42. Azar Adel, Khosravani Farzaneh, Jalali Reza. (1398). Soft Operations Research, Industrial Management Organization Publications