






Thematic Analysis of Factors Influencing the Development of an Agile Electronic Entrepreneurial Organization Evaluation Model and Its Desirability Using the Diagnostic Analysis Technique

Abouzar. Heydarianizadeh¹, Mozhde. Rabbani^{1*}, Abolfazl. Sadeghian¹, Mohammad Taghi. Honary¹, Hassan. Dehghan Dehnavi¹

¹ Department of Industrial Management, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran

* Corresponding author email address: moz.rabbani@iau.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Heydarianizadeh, A., Rabbani, M., Sadeghian, A., Honary, M. T., & Dehghan Dehnavi, H. (2024). Thematic Analysis of Factors Influencing the Development of an Agile Electronic Entrepreneurial Organization Evaluation Model and Its Desirability Using the Diagnostic Analysis Technique. *Journal of Technology in Entrepreneurship and Strategic Management*, 3(5), 134-152.



© 2024 the authors. Published by KMAN Publication Inc. (KMANPUB), Ontario, Canada. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The present study aimed to perform a thematic analysis of factors influencing the development of an agile electronic entrepreneurial organization evaluation model and to determine its desirability using the diagnostic analysis technique. This research employed a mixed-methods approach, encompassing both qualitative and quantitative components. The qualitative population consisted of managers from Bank Saderat, from which 19 managers were purposively sampled. The quantitative population included all senior, middle, and operational managers of Bank Saderat. Since the exact size of the statistical population was unknown, a convenience sampling method was used, and based on Cochran's formula for indeterminate populations, a sample size of 384 individuals was determined. Data collection tools included semi-structured interviews and a researcher-designed questionnaire. The qualitative section of the study employed thematic analysis and grounded theory, while the quantitative section utilized the diagnostic analysis technique. All qualitative data analyses were conducted using Maxqda software, and quantitative analyses were performed with SPSS24. The results revealed that three variables had the most significant impact on distinguishing organizations in evaluating agile electronic entrepreneurial organizations. These were the organization's lack of attention to continuous improvement, lack of social outcomes, and lack of effective internal and external communication. As the findings showed, the most important variables affecting the evaluation of agile electronic entrepreneurial organizations included social dynamism, social outcomes, and the existence of effective internal and external communication. The variables of social dynamism, proper internal and external communication, and alignment of agile electronic entrepreneurial organization evaluation with organizational strategy and structure played the most critical roles in the evaluation process. Ultimately, based on real data, 24 organizations achieved high success in evaluating agile electronic entrepreneurial organizations. According to the diagnostic model, the status of 21 organizations was correctly assessed, while three were inaccurately classified.

Keywords: Entrepreneurial organization, agile electronic, thematic analysis, diagnostic analysis

Introduction

Entrepreneurship is no longer confined to individuals but extends to organizations that seek to emulate entrepreneurial agility and innovation (Kollmann et al., 2022). Across the globe, large organizations are reconfiguring themselves to become more flexible and responsive. This philosophy aligns with the call for businesses to adopt entrepreneurial mindsets for thriving in today's digital economy (Shimoli et al., 2020). Electronic entrepreneurs, individuals or organizations managing e-business units, are particularly significant in the rapidly evolving electronics industry, which offers myriad opportunities (Duan, 2022; Zamzami, 2021).

The concept of agility originated in software development and extended to organizational management, emphasizing adaptability and collaboration over rigid structures (Al Bakri, 2022). Agility enables organizations to respond creatively and strategically to uncertain conditions, ensuring both survival and competitive advantage (Laghoug, 2022). For organizations in competitive environments, such as the banking sector, agility combined with e-entrepreneurship can address traditional inefficiencies and align with modern consumer expectations. This research focuses on the factors influencing the evaluation of agile electronic entrepreneurial organizations, with specific reference to the Bank Saderat network in Iran.

Methods and Materials

This mixed-methods research combines qualitative and quantitative approaches. The qualitative phase involved thematic analysis and grounded theory, conducted with 19 purposively sampled managers from Bank Saderat. The quantitative phase employed diagnostic analysis techniques with a sample of 384 managers, determined using Cochran's formula. Data collection tools included semi-structured interviews and a researcher-designed questionnaire. The qualitative data were analyzed using Maxqda software, while SPSS24 facilitated the quantitative analysis.

The study's qualitative phase explored core themes influencing organizational agility and e-entrepreneurship evaluation. Key themes included dynamic social thinking, social outcomes, and effective communication. These themes informed the development of the diagnostic model used in the quantitative phase, assessing the alignment of organizational agility with strategic goals and structures. Rigorous validity and reliability testing ensured the robustness of the research instruments.

Findings and Results

The findings reveal critical insights into the evaluation of agile electronic entrepreneurial organizations. Thematic analysis highlighted three key variables: lack of continuous improvement, lack of social outcomes, and ineffective internal and external communication. These barriers were identified as significant challenges in achieving agility and entrepreneurial success. Social outcomes, in particular, were found to play a pivotal role, reflecting the organizations ability to create value for stakeholders. Effective communication, both within the organization and with external partners, was another decisive factor influencing organizational agility. Finally, aligning organizational strategies with agility principles emerged as a cornerstone for sustainable success.

Quantitative analysis using the diagnostic model provided a deeper understanding of the factors influencing performance. Social outcomes were measured with an average score of 2.75, with higher-performing organizations scoring 3.24 and lower-performing ones scoring 2.07. Similarly, internal and external communication had an overall average score of 2.83, with high-performing organizations achieving a mean score of 3.37 compared to 2.24 for their low-performing counterparts. Strategic alignment, essential for achieving agility, averaged 2.89 across all organizations. High-performing entities scored 3.67, indicating stronger alignment with agile principles, while low-performing ones lagged with an average score of 2.18. These results emphasized the direct relationship between these factors and organizational success.

The diagnostic model demonstrated a high predictive accuracy, correctly classifying 80.2% of the organizations. Of the 24 organizations categorized as high-performing, the model accurately identified 21, with only three misclassifications. The accuracy for mid-performing organizations was 87%, while low-performing entities were identified with 85.7% accuracy. The model's first diagnostic function explained 90.4% of the variance in organizational performance, with social dynamism emerging as the most influential variable. These results validate the model's effectiveness in distinguishing performance levels and underscore the importance of fostering social outcomes, communication, and strategic alignment to enhance organizational agility. This data provides actionable insights for organizations aiming to optimize their evaluation frameworks.

Conclusion

The results underscore the critical role of social dynamism, communication, and strategic alignment in fostering organizational agility. Organizations must prioritize continuous improvement and adaptability to thrive in competitive environments. The study's findings validate the diagnostic model's utility in evaluating organizational performance, offering practical insights for banks transitioning toward e-entrepreneurial frameworks.

This research contributes to understanding how agility principles can be integrated into organizational structures to drive innovation and efficiency. The success of the diagnostic model demonstrates its potential as a tool for assessing and improving organizational strategies, particularly in sectors facing rapid technological and market changes. Future studies could expand this framework to other industries, ensuring its adaptability and broader applicability.

تحلیل تماتیک عوامل موثر در تدوین الگوی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک و تعیین مطلوبیت آن به کمک تکنیک تحلیل تشخیصی

ابوذر حیدریانی زاده^۱، مژده ربانی^{۱*}، ابوالفضل صادقیان^۱، محمد تقی هنری^۱، حسن دهقان دهنوی^۱

۱. گروه مدیریت صنعتی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: moz.rabbani@iau.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

حیدریانی زاده، ابوذر؛ ربانی، مژده؛ صادقیان، ابوالفضل؛ هنری، محمد تقی؛ و دهقان دهنوی، حسن. (۱۴۰۳). تحلیل تماتیک عوامل موثر در تدوین الگوی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک و تعیین مطلوبیت آن به کمک تکنیک تحلیل تشخیصی. *تکنولوژی در کارآفرینی و مدیریت استراتژیک*، ۳(۵)، ۳۶-۱۵.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

تحقیق حاضر با هدف تحلیل تماتیک عوامل موثر در تدوین الگوی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک و تعیین مطلوبیت آن به کمک تکنیک تحلیل تشخیصی انجام شد. پژوهش حاضر از جمله پژوهش‌های آمیخته و ترکیبی بود که شامل دو بخش کمی و کیفی بود. جامعه آماری در بخش کیفی تحقیق شامل مدیران بانک صادرات بود که به صورت نمونه گیری صورت هدفمند، تعداد ۱۹ نفر از مدیران بانک صادرات به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کمی کلیه مسئولین و مدیران ارشد و میانی بانک صادرات بود و به دلیل نامشخص بودن تعداد دقیق جامعه آماری، از روش نمونه گیری در دسترس استفاده شد که با توجه به فرمول کوکران در شرایط نامشخص، تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و پرسشنامه محقق ساخته بود. جهت بررسی بخش کیفی تحقیق از تحلیل تماتیک و نظریه داده بنیاد استفاده شد و جهت بررسی بخش کم تکنیک تحلیل تشخیصی استفاده گردید. کلیه تجزیه و تحلیل‌های بخش کیفی به کمک نرم افزار Maxqda و بخش کمی به کمک نرم افزار SPSS24 انجام گرفت. نتایج نشان داد که در نهایت سه متغیر بیشترین تاثیر را بر تمایز سازمان‌ها در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک داشته است. عدم توجه سازمان به بهبود مستمر، عدم پیامدهای اجتماعی و عدم وجود ارتباطات صحیح داخلی و خارج سازمان مهمترین متغیرها در تحلیل تشخیصی می‌باشند. همانطور که نتایج نشان داد، مهمترین متغیرهایی که بر روی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک تاثیر دارند، تفکر پویایی اجتماعی، پیامدهای اجتماعی و وجود ارتباطات صحیح درون و برون سازمانی است. متغیرهای پویایی اجتماعی، وجود ارتباطات صحیح داخلی و خارجی و همخوانی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک با استراتژی و ساختار سازمان به ترتیب مهمترین نقش را در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک دارند. در نهایت بنا به داده‌های واقعی ۲۴ سازمان دارای موفقیت بالایی در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک بوده اند که بنا به مدل تشخیصی، وضعیت ۲۱ سازمان درست برآورد شده و سه سازمان به اشتباه برآورد شده است.

کلیدواژه‌گان: سازمان کارآفرین، الکترونیک چابک، تحلیل تماتیک، تحلیل تشخیصی.

مقدمه

کارآفرینی دیگر فقط برای افراد نیست (Kollmann et al., 2022; Wulan, 2024). در سرتاسر جهان، سازمان‌های بزرگ روش‌های خود را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که انعطاف‌پذیرتر باشند و از روش‌های کارآفرینی تقلید کنند. به هر حال، کارآفرینان باید مسئولیت زیادی در مورد برآورده کردن انتظارات مصرف‌کنندگان دارند و همچنین اغلب در مشاغلی که ایجاد می‌کنند از انعطاف‌پذیری زیادی استفاده می‌کنند. این فلسفه را می‌توان برای سازمان‌های بزرگ، نه فقط افراد، به کار برد. در واقع، ما در سال‌های قبل توصیه شده بود که شرکت‌ها ذهنیت کارآفرینی را برای شکوفایی نه صرفاً زنده ماندن در چشم‌انداز دیجیتالی امروزی تطبیق دهند (Sharma et al., 2024; Shimoli et al., 2020; Triono, 2024). کارآفرینان الکترونیک افرادی تجاری هستند که واحدهای تجاری الکترونیک را اداره می‌کنند (Ghosh & Prasad, 2021). این افراد یا سازمان‌هایی که علاقه ذاتی به نحوه عملکرد ابزارهای الکترونیکی دارند و از آخرین روندهای صنعت الکترونیک آگاه هستند، تصمیم می‌گیرند در این زمینه کارآفرین شوند (Qasim et al., 2020). صنعت الکترونیک یکی از سریع‌ترین صنایع در حال رشد در عرصه جهانی است که با پیشرفت‌های سریع در مهندسی و فناوری تقویت شده است (Duan, 2022). این صنعت، به ویژه بخش لوازم الکترونیکی مصرفی، فرصت‌های مختلفی را برای کارآفرینان فراهم می‌کند (Zamzami, 2021). لوازم الکترونیکی مصرفی ابزارها و تجهیزات الکترونیکی هستند که در زندگی روزمره توسط مشتریان استفاده می‌شود (Chaidi et al., 2022). همچنین زمانی امکان ورود سازمان‌های کوچک به این حوزه کارآفرینی الکترونیک وجود نداشت، زیرا سرمایه‌گذاری عظیم و امکانات پیچیده تولیدی مشخص می‌شد، اما اکنون زمان در حال تغییر است. جهش در بازار لوازم دیجیتالی و اندازه کوچک مانند تلفن‌های همراه و تبلت‌ها این امکان را برای واحدهای کوچکتر برای ورود به تجارت الکترونیک مصرفی فراهم کرده است. بنابراین برای کسب‌وکارها، کلمه چابک ابتدا از دنیای توسعه نرم‌افزار آمده و سپس به مدیریت پروژه راه یافت. البکری (۲۰۲۲) با اولویت دادن به چهار ارزش و اصل به عنوان مبنای استراتژی و نوآوری اقتباس کردند اولویت دادن به افراد به جای ابزارها و فرآیندها، تمرکز بر داشتن نمونه‌های اولیه کار به جای اسناد بیش از حد و پیروی از یک برنامه، به تغییر پاسخ دادن و کنار گذاشتن قراردادهای سفت و سخت به نفع همکاری مشتری (Al Bakri, 2022). در واقع، فراخوان برای چابک بودن سازمان و ارزش نهادن به طرز فکر مشارکتی، تعامل انسانی، سازگاری (Laghoug, 2022) بنابراین چابکی به جای اشاره به سرعت یا آزمایش، شامل اتخاذ مجموعه‌ای از اولویت‌ها به عنوان مبنایی برای واکنش خلاقانه و استراتژیک در حال تغییر موقعیت‌های نامطمئن است و در عین حال تحلیل نیز ارائه می‌دهد و فقط سازمان‌های کوچکی نیستند که سوار قطار چابکی می‌شوند. شرکت‌های بزرگ هم در تلاش‌های نوآورانه سرمایه‌گذاری کرده‌اند. با این حال، در حالی که سازمان‌ها توانایی چابک بودن خود را به طرق مختلف نشان می‌دهد، باید توجه داشت که این فقط یک تکنیک کاهش هزینه برای بهبود گردش کار شرکت و کاهش هزینه‌ها نیست (Shimoli et al., 2020).

چنانچه در سازمانی هم‌زمان فرآیند کارآفرینی از یک طرف و فرآیند الکترونیکی شدن از طرف دیگر در جریان باشد؛ می‌توان ادعا نمود که تحت تأثیر فرآیند کارآفرینی الکترونیکی تغییرات حادث در ارکان این سازمان باعث بروز و ظهور چهره جدید سازمانی با عنوان سازمان کارآفرین الکترونیکی شده است. پس به اختصار می‌توان گفت سازمان کارآفرین الکترونیکی سازمانی است که در آن فرآیند کارآفرینی الکترونیکی جریان دارد به واسطه ارائه محصولات جدید و خلق ارزش الکترونیکی نسبت به سازمان‌های سنتی کارآمدتر خواهد بود. و چهره جدید سازمان کارآفرین الکترونیک که در این پژوهش بانک‌های صادرات ایران موردنظر است برای بقا بایستی سرعت پاسخگویی و انعطاف‌پذیری بالای داشته باشد در واقع سازمان‌ها متأثر از فضای رقابتی ناشی از تغییرات در دنیای کسب‌وکار و به‌منظور رهایی از مشکلات مربوط به انجام امورات به سبک سنتی مثل لزوم حضور فیزیکی ارباب‌رجوع، شلوغی و تجمع خصوصاً در شرایط حساس و ویروس کرونا وصف‌های طولانی، کیفیت پایین

خدمات، محدودیت‌های زمانی و مکانی در استفاده از این خدمات، قوانین و مقررات پیچیده و دست و پاگیر، هزینه‌های بالای مالی، زمانی، روحی و روانی تحمیل‌شده بر مشتریان به هنگام استفاده از خدمات بانکی، مشابه بودن خدمات همه بانک‌ها و نداشتن مزیت رقابتی و همچنین درجات استفاده فراگیر از فرصت‌ها و مزایای فضای مجازی و اینترنت، ناگزیر از حرکت شتابان به سمت بانکداری الکترونیکی و بانکداری اینترنتی شده است که می‌تواند مقدمه حرکت سیستم بانکی به سمت کارآفرینی الکترونیکی باشد سازمان کارآفرین الکترونیک در کنار مفهوم چابکی چهره جدیدتری از سازمان را به خود می‌گیرد. به همین دلیل پژوهش حاضر به‌طور همزمان به بررسی مؤلفه مهم و اساسی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک در ارتباط با بانک صادرات می‌پردازد که نتایج این پژوهش می‌تواند در سازمان‌ها و بانک و... کاربرد داشته باشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر روش‌شناسی، از نوع آمیخته یا ترکیبی (کیفی و کمی) است. که در بخش اول بخش از روش داده بنیاد استراوس کوربین سیستماتیک استفاده شد. در بخش دوم پژوهش از روش مدل سازی ساختاری- تفسیری استفاده شد و در بخش آخر پژوهش از آزمون تحلیل تشخیصی با نرم افزار SPSS استفاده شده است. پژوهش حاضر به لحاظ نتیجه در فاز کیفی جزو پژوهش‌ها بنیادی و در فاز کمی جزو پژوهش‌ها کاربردی است. از نظر هدف، این پژوهش در فاز کیفی در زمره پژوهش‌ها اکتشافی بوده و در فاز کمی پژوهشی تبیینی است. از نظر نوع داده‌ها، این پژوهش در فاز اول جزو پژوهش‌ها کیفی و در فاز دوم جزو پژوهش‌ها کمی است. منظور از داده‌های کمی، اتکای پژوهش به عدد و رقم نیست، چراکه داده‌های کیفی را هم می‌توان با ابزار کمی (عدد و رقم) تحلیل نمود. در فاز کیفی پژوهش حاضر، برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق با صاحب‌نظران استفاده شد و با استفاده از نتایج این مرحله نسبت به تدوین نظریه اقدام گردید. در فاز دوم پژوهش از پرسش نامه زوجی ISM و در بخش سوم و چهارم پژوهش نیز از پرسشنامه «طراحی الگوی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک» استفاده شد که از داده‌های به‌دست‌آمده از فاز کیفی پژوهش تهیه و تدوین شد. این پرسشنامه شامل ۱۲۶ گویه هم‌وزن بود که با استفاده از مقیاس پنج ارزشی لیکرت (خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی شده بود.

جامعه آماری در بخش کیفی تحقیق مدیران بانک صادرات تشکیل شده است. که به صورت روش نمونه گیری به صورت هدفمند بود. بدین منظور تعداد ۱۹ نفر از مدیران بانک صادرات به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. نمونه گیری در هر بخش تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. روش نمونه گیری در نظریه داده بنیاد؛ نمونه گیری نظری می‌باشد و نمونه‌ها با دستیابی به اطلاعات جامع انتخاب می‌شوند. در مرحله کیفی پژوهش حاضر، نمونه گیری تا اشباع نظری ادامه یافت. کوربین و اشتراک (۲۰۰۸) معتقد هستند اشباع نظری زمانی رخ می‌دهد که دیگر مقوله تازه ای استخراج نشود. همچنین در بخش ISM همان جامعه آماری بخش کیفی که ۱۹ نفر از مدیران بانک صادرات بود به عنوان نمونه پژوهش انتخاب گردید. در بخش سوم و چهارم پژوهش جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه مسئولین و مدیران ارشد و میانی بانک صادرات می‌باشد. و به دلیل نامشخص بودن تعداد دقیق جامعه آماری و با توجه به حجم نمونه کوکران در شرایط نامشخص تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد. و از روش نمونه گیری در دسترس استفاده شد. که پس از تدوین پرسشنامه، پرسشنامه‌ها به روش‌های مختلف از قبیل ارسال ایمیل، مراجعه حضوری، ارسال فاکس و غیره در اختیار نمونه آماری قرار گرفت.

پس از تهیه پرسشنامه مقدماتی، پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از متخصصین مدیریت و همچنین کارشناسان روش پژوهش قرار گرفت که پس از انجام اصلاحات نگارشی لازم، روایی صوری و محتوایی آن توسط متخصصین مذکور مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش پرسشنامه‌ای که در قالب ۱۷ بعد و ۱۲۷ سؤال در مرحله کیفی استخراج‌شده بود با استفاده از فرمول CVR لاوشه جهت تأیید روایی صوری و محتوایی در

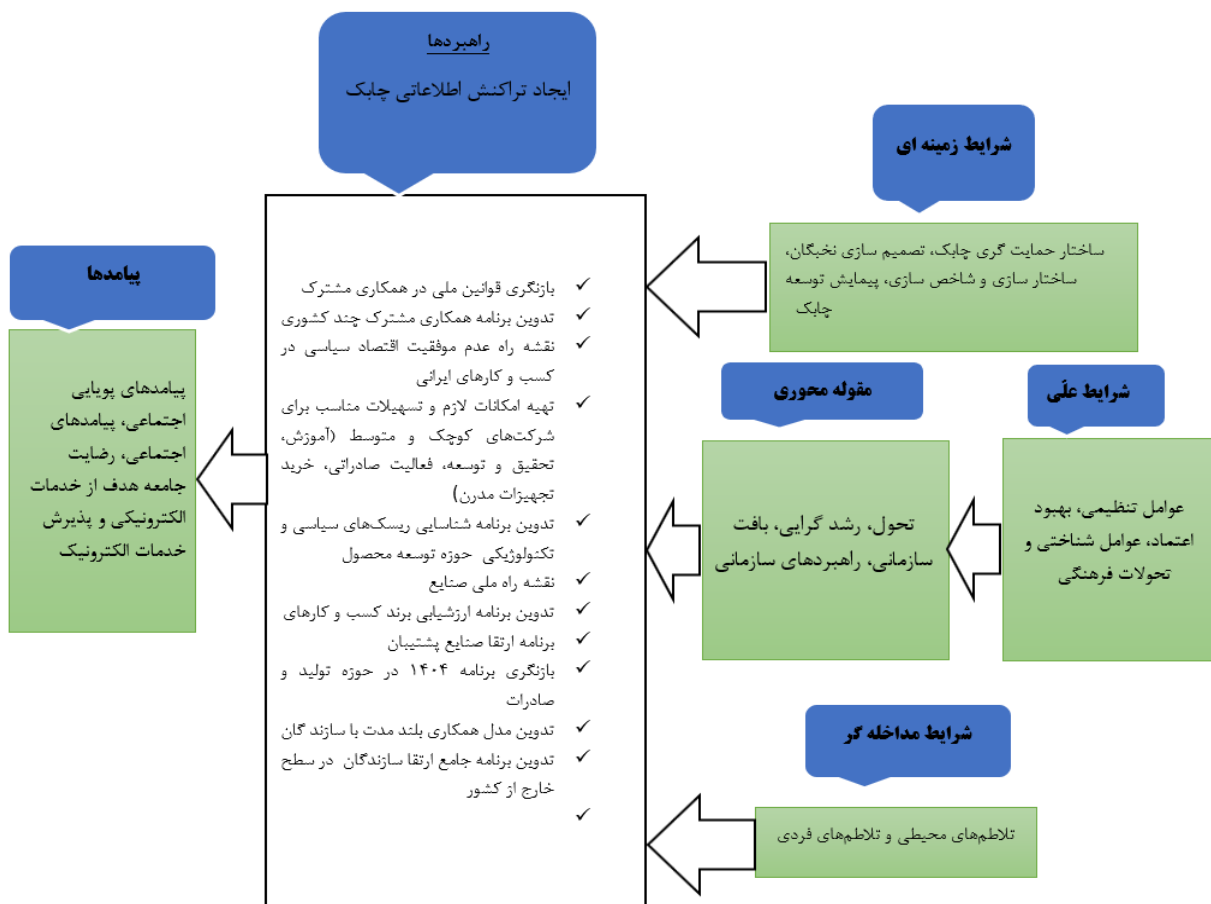
اختیار ۱۰ نفر از اساتید و خبرگان رشته‌ی مدیریت و افراد متخصص در حوزه‌ی مدیریت قرار داده شد. نتایج نشان‌دهنده روایی محتوای پرسشنامه ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک بود. با توجه به فرمول CVR و مطابق با جدول لاوشه، با توجه به اینکه تعداد خبرگان ۱۰ نفر بود. میزان قابل قبول برای روایی محتوای از نظر لاوشه برای هر سؤال ۰/۶۶ در نظر گرفته شده است. مطابق با مقدار فوق روایی محتوایی تمامی سؤالات همگی تأیید شدند. پرسشنامه به صورت پایلوت در اختیار ۴۰ نفر از افراد موجود در جامعه آماری قرار گرفت. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، پایایی ابزار مورد استفاده به روش آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت که نتیجه به دست آمده ($\alpha = 0.91$) نشان از پایایی بسیار مناسب ابزار مورد استفاده داشت. در فاز اول پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل تماتیک و نظریه داده بنیاد استفاده شد. در فاز دوم با استفاده از مدل سازی ساختاری- تفسیری با نرم افزار ISM در فاز سوم پژوهش نیز از روش تکنیک تحلیل تشخیصی تحت نرم افزار SPSS استفاده شد.

یافته‌ها

مدل این تحقیق بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کوربین طراحی شد. همچنین، مدل پارادایمی پژوهش به شرح زیر نشان داده شده است.

شکل ۱

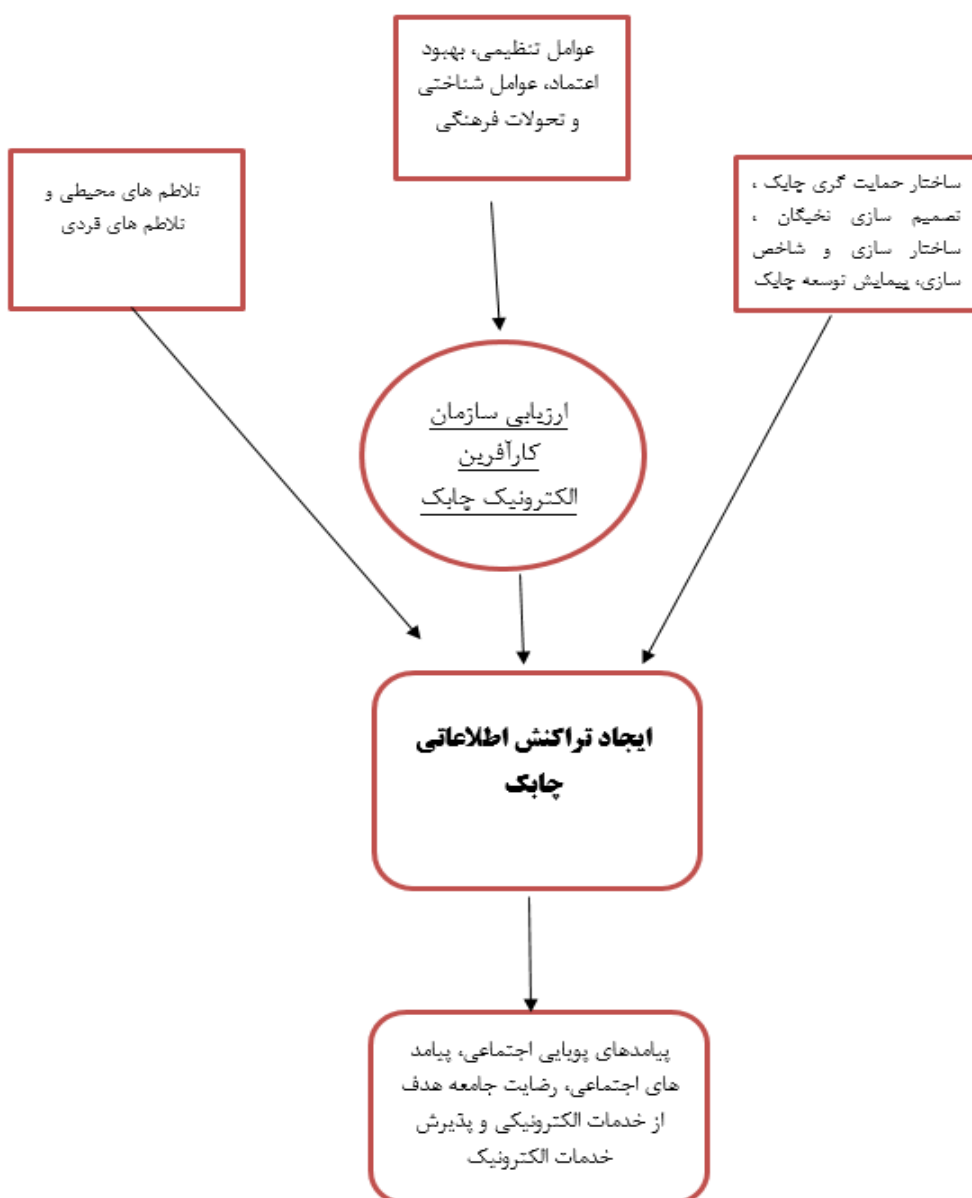
مدل نظریه زمینه‌ای تحقیق



در این پژوهش چهار مقوله عوامل تنظیمی، بهبود اعتماد، عوامل شناختی و تحولات فرهنگی به عنوان شرایط علی، ایجاد سرمایه گذاری نوآور چابک، بهبود تعالی درونی اقتصادی، ایجاد ساختار حمایت گری چابک، تصمیم سازی نخبگان، ساختار سازی و شاخص سازی، پیمایش توسعه چابک عوامل اصلی زمینه ای، دو مقوله تلاطم های محیطی و تلاطم های فردی به عنوان مقوله های مداخله گر شناسایی شد. مقوله محوری حاصل از شرایط علی، تحول، رشد گرایی، بافت سازمانی و راهبردهای سازمانی در نظر گرفته شده است. پژوهشگر با توجه به مجموعه مفاهیمی که از لای مصاحبه ها و کدهای نهایی استخراج شده، مقوله فرعی را ایجاد تراکنش اطلاعاتی چابک نامگذاری کرده است. بخش آخر مدل پیامدهای پویایی اجتماعی، پیامدهای اجتماعی، رضایت جامعه هدف از خدمات الکترونیکی و پذیرش خدمات الکترونیک است.

شکل ۲

مدل پارادایمی تحقیق



در آزمون این مدل تمامی مولفه‌های پژوهش به جز عوامل مداخله‌گر وارد مدل تشخیصی شدند.

جدول ۱

وضعیت متغیرهای پژوهش

عوامل	میانگین	انحراف معیار	واریانس
پیامدهای اجتماعی	۲/۷۵	۰/۸۷۷	۰/۷۷
پذیرش خدمات الکترونیک	۲/۸۶	۰/۸۲۰	۰/۶۷۲
بافت سازمانی	۲/۸۳	۰/۸۰۶	۰/۶۵
نظارت مدیریت	۲/۷۳	۰/۷۴۴	۰/۵۵۴
رشد گرایی	۲/۶۸	۰/۹۲۳	۰/۸۵۳
پیامدهای اجتماعی	۲/۴۵	۰/۷۳۷	۰/۵۴۴
تحول	۲/۵۹	۰/۷۱۸	۰/۵۱۶
پیمایش توسعه چابک	۲/۸۵	۰/۷۸۴	۰/۶۱۵
ساختار سازی و شاخص سازی	۲/۹۱	۰/۸۳۰	۰/۶۹
تصمیم سازی نخبگان	۳/۱۴	۰/۸۸۹	۰/۷۹۱
رسیدگی به کارکنان و نارضایتی آنان	۲/۴۳	۰/۷۹۰	۰/۶۲۹
بهبود تعالی درونی اقتصاد	۲/۷۹	۰/۷۹۲	۰/۶۲۸
پذیرش خدمات الکترونیک	۲/۸۶	۰/۸۵۹	۰/۷۳۹
ایجاد سرمایه گذاری نوآور چابک	۲/۷۲	۰/۷۸۶	۰/۶۱۹
تحولات فرهنگی	۳/۱۳	۰/۶۴۱	۰/۴۱۱
پویایی اجتماعی	۲/۸۹	۰/۸۱۳	۰/۶۶۲
عوامل تنظیمی	۲/۷۲	۰/۶۷۱	۰/۴۵۱
عوامل شناختی	۲/۵۸	۰/۶۵۳	۰/۴۲۷
بهبود اعتماد	۲/۷۱	۰/۵۸۵	۰/۳۴۳
ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک	۲/۹۵	۰/۸۶۸	۰/۷۵۴

مدل مفهومی پژوهش از طریق تکنیک تحلیل تشخیصی^۱ مورد آزمون قرار گرفته است. این تکنیک برخلاف رگرسیون، نوعی از روابط علی را مورد بررسی قرار می‌دهد که در آن متغیر وابسته، متغیری کیفی (با مقیاس اسمی و یا رتبه‌ای) است. برای استفاده از این تکنیک متغیر وابسته پژوهش (ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک) به یک متغیر کیفی سه سطحی (موفقیت پایین، موفقیت متوسط و موفقیت بالا) تقسیم شده است. به بیان دیگر سازمان‌های مورد بررسی بر حسب نمره موفقیت به سه گروه تقسیم شده‌اند. **جدول ۲** وضعیت متغیرهای پژوهش را در این سه گروه از سازمان‌ها نشان می‌دهد.

¹ Discriminant Analysis (DA)

جدول ۲

وضعیت متغیرهای پژوهش در سه گروه از سازمان‌ها

عوامل	پایین	متوسط	بالا
رضایت جامعه هدف از خدمات الکترونیکی	۲/۰۷	۲/۹۸	۳/۲۴
ایجاد تراکنش اطلاعاتی چابک	۲/۳۳	۳/۰۴	۳/۲۵
بافت سازمانی	۲/۲۴	۲/۹۴	۳/۳۷
نظارت مدیریت	۲/۱۶	۲/۹۰	۳/۱۹
رشد گرایی	۲/۲۴	۲/۸۹	۲/۹۰
پیامدهای اجتماعی	۱/۹۰	۲/۵۷	۲/۹۴
تحول	۲/۲۵	۲/۷۵	۲/۷۸
پیمایش توسعه چابک	۲/۴۴	۲/۹۱	۳/۲۶
ساختار سازی و شاخص سازی	۲/۳۹	۳/۰۳	۳/۳۷
تصمیم سازی نخبگان	۲/۵۰	۳/۳۴	۳/۶۱
ایجاد ساختار حمایت گری چابک	۲/۰۷	۲/۵۷	۲/۶۸
بهبود تعالی درونی اقتصاد	۲/۱۸	۲/۸۶	۳/۴۲
پذیرش خدمات الکترونیک	۲/۲۰	۲/۹۴	۳/۵۲
ایجاد سرمایه گذاری نوآور چابک	۲/۲۱	۲/۸۵	۳/۱۲
تحولات فرهنگی	۲/۸۸	۳/۱۰	۳/۴۸
پویایی اجتماعی	۲/۱۸	۲/۹۴	۳/۶۷
عوامل تنظیمی	۲/۱۹	۲/۸۶	۳/۱۵
عوامل شناختی	۲/۴۰	۲/۵۲	۲/۹۱
بهبود اعتماد	۲/۴۰	۲/۷۱	۳/۰۸

برای اجرای آزمون تحلیل تشخیصی، دو موضوع بایستی مورد بررسی قرار گیرد. نرمال بودن متغیرهای مستقل (نوزده متغیر مورد بررسی در مدل مفهومی) نخستین پیش فرض استفاده از آزمون تحلیل تشخیصی است که به وسیله آزمون کولماگوروف اسمیرنوف مورد آزمون قرار می‌گیرد. **جدول ۳** نتایج آزمون نرمال بودن متغیرها را نشان می‌دهد. بنا به اطلاعات پردازش شده تمامی متغیرهای مستقل از نرمال بودن برخوردار هستند (بزرگتر بودن سطح تحت پوشش آماره آزمون از ۲/۵٪).

جدول ۳

وضعیت نرمال بودن متغیرهای پژوهش

عوامل	آماره آزمون	سطح تحت پوشش دوسویه
رضایت جامعه هدف از خدمات الکترونیکی	۱/۰۰۶	۰/۲۶۴
ایجاد تراکنش اطلاعاتی چابک	۰/۹۲۰	۰/۳۶۵
بافت سازمانی	۰/۹۷۰	۰/۳۰۴
نظارت مدیریت	۰/۸۴۳	۰/۴۷۶
رشد گرایی	۱/۱۰۲	۰/۱۷۶
پیامدهای اجتماعی	۱/۲۹۳	۰/۰۷۱
تحول	۱/۰۲۶	۰/۲۴۴
پیمایش توسعه چابک	۱/۰۵۳	۰/۲۱۸
ساختار سازی و شاخص سازی	۰/۹۸۹	۰/۲۸۲

۰/۱۷۲	۱/۱۰۸	تصمیم سازی نخبگان
۰/۰۶۲	۱/۳۱۷	ایجاد ساختار حمایت گری چابک
۰/۲۵۴	۱/۰۱۵	بهبود تعالی درونی اقتصاد
۰/۱۲۱	۱/۱۸۳	پذیرش خدمات الکترونیک
۰/۰۵۷	۱/۳۳۳	ایجاد سرمایه گذاری نوآور چابک
۰/۰۵۹	۱/۳۲۸	تحولات فرهنگی
۰/۲۵۶	۱/۰۱۴	پویایی اجتماعی
۰/۲۷۴	۰/۹۹۶	عوامل تنظیمی
۰/۱۰۴	۱/۲۱۵	عوامل شناختی
۰/۲۱۹	۱/۰۵۰	بهبود اعتماد

دومین نکته در اجرای این روش، آزمون کردن یکسانی ماتریس کوواریانس گروه‌ها است، این آزمون از طریق آزمون ام باکس^۱ مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتایج این آزمون در **جدول ۴** آورده شده است.

جدول ۴

آزمون یکسانی ماتریس کوواریانس گروه‌ها (آزمون ام باکس)

عوامل	آماره آزمون
مقدار ام باکس	۷۰۹/۱۰۵
مقدار F	۱/۲۲۳
درجه آزادی ۱	۳۸۰
درجه آزادی ۲	۱۵۵۳۲/۱۴
سطح تحت پوشش آماره آزمون	۰/۰۰۲

برای انجام تحلیل تشخیصی ابتدا با استفاده از شاخص ویلکس لامبدا متغیرهایی که لازم است به مدل وارد شوند، تعیین می‌شوند. این شاخص برابری میانگین متغیرها را در سه گروه از شرکت‌ها (موفقیت پایین، متوسط و بالا در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک) مورد بررسی قرار داده و در صورتی که میانگین متغیرها در سه گروه متفاوت بودند می‌توانند وارد مدل شود. نتایج این آزمون در **جدول ۵** آورده شده است (درجه آزادی ۲ و ۸۳). سطح تحت پوشش آماره ویلکس لامبدا نشان می‌دهد که میانگین همه متغیرهای اثرگذار در این سه گروه از سازمان‌ها تفاوت معناداری را نشان می‌دهد و این متغیرها می‌توانند وارد مدل شوند.

جدول ۵

نتایج حاصل از آزمون ویلکس لامبدا برای برابری میانگین متغیرهای مستقل

عوامل	ویلکس لامبدا	F	سطح تحت پوشش
رضایت جامعه هدف از خدمات الکترونیک	۰/۶۸۶	۱۸/۹۷۳	۰/۰۰۰
ایجاد تراکنش اطلاعاتی چابک	۰/۷۷۸	۱۱/۸۳۴	۰/۰۰۰
بافت سازمانی	۰/۶۸۹	۱۸/۷۲۵	۰/۰۰۰

¹ Box's M test

۰/۰۰۰	۱۹/۴۷۸	۰/۶۸۱	نظارت مدیریت
۰/۰۰۸	۵/۱۲۹	۰/۸۹۰	رشد گرایی
۰/۰۰۰	۱۹/۲۸۰	۰/۶۸۳	پیامدهای اجتماعی
۰/۰۰۷	۵/۲۱۹	۰/۸۸۸	تحول
۰/۰۰۰	۸/۵۵۱	۰/۸۲۹	پیمایش توسعه چابک
۰/۰۰۰	۱۲/۲۰۸	۰/۷۷۳	ساختار سازی و شاخص سازی
۰/۰۰۹	۱۵/۴۰۲	۰/۷۲۹	تصمیم سازی نخبگان
۰/۰۰۰	۵/۰۳۷	۰/۸۹۲	ایجاد ساختار حمایت گری چابک
۰/۰۰۰	۲۵/۰۱۳	۰/۶۲۴	بهبود تعالی درونی اقتصاد
۰/۰۰۰	۲۴/۰۲۳	۰/۶۳۳	پذیرش خدمات الکترونیک
۰/۰۰۰	۱۱/۸۵۹	۰/۷۷۸	ایجاد سرمایه گذاری نوآور چابک
۰/۰۰۳	۶/۴۰۶	۰/۸۶۶	تحولات فرهنگی
۰/۰۰۰	۴۳/۲۹۳	۰/۴۸۹	پویایی اجتماعی
۰/۰۰۰	۲۱/۲۴۷	۰/۶۶۱	عوامل تنظیمی
۰/۰۱۱	۴/۷۸۳	۰/۸۹۷	عوامل شناختی
۰/۰۰۰	۱۰/۵۶۳	۰/۷۹۶	بهبود اعتماد

برای آزمون مدل از روش گام به گام^۱ استفاده شده است. در این روش متغیرهای پیشگویی کننده (مستقل) تک تک به معادله اضافه می شود و به دنبال آن اگر نقش معناداری در تحلیل نداشته باشد از معادله حذف می شوند. یکی از موضوعاتی که در تحلیل تشخیصی بایستی به آن پرداخت، تعداد توابع تشخیص است. در **جدول ۶** دو تابع تشخیصی مدل آورده شده است. همانگونه که این جدول نشان می دهد میزان توضیح تابع نخست ۹۰/۴٪ است. با توجه به مقدار ویژه تابع نخست (۲/۲۷۳) و نیز سطح معناداری (۰/۰۰۰) معناداری تابع تشخیص نخست تایید می شود.

جدول ۶

معناداری توابع تشخیصی مدل

توابع	مقدار ویژه	درصد تبیین شده	واریانس	لامبدا و بیلکس	کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری
تابع اول	۲/۲۷۳	۹۰/۴	۰/۲۴۶	۰/۲۴۶	۱۰۳/۷۴	۳۸	۰/۰۰۰
تابع دوم	۰/۲۴۱	۹/۶	۰/۸۰۶	۰/۸۰۶	۱۶/۰۰	۱۸	۰/۵۹۲

جدول ۷ نشان می دهد که با توجه به روش گام به گام در نهایت سه متغیر بیشترین تاثیر را بر تمایز سازمانها در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک داشته است. عدم توجه سازمان به بهبود مستمر، عدم پیامدهای اجتماعی و عدم وجود ارتباطات صحیح داخلی و خارج سازمان مهمترین متغیرها در تحلیل تشخیصی می باشند.

¹ Stepwise Method

جدول ۷

نتایج مربوط به ورود متغیرها به مدل تحلیل تشخیصی

گام	میزان تلورانس	مقدار F برای حذف	ویلیکس لامبدا
۱	۱/۰۰۰	۴۳/۲۹۳	
۲	۰/۹۶۴	۲۳/۵۲۳	۰/۶۸۳
	۰/۹۶۴	۵/۲۵۰	۰/۴۸۹
۳	۰/۷۸۹	۷/۵۵۴	۰/۴۶۶
	۰/۹۳۱	۶/۴۸۲	۰/۴۵۶
	۰/۸۱۲	۴/۲۵۱	۰/۴۳۴

وجود ارتباطات صحیح داخلی و خارج سازمان

همانطور که نتایج **جدول ۷** نشان می‌دهد مهمترین متغیرهایی که بر روی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک تاثیر دارند، تفکر پویایی اجتماعی، پیامدهای اجتماعی و وجود ارتباطات صحیح درون و برون سازمانی است. علاوه بر شناسایی متغیرهای مهم در الگوی تحلیل تشخیصی، معناداری کل تابع با توجه به این متغیرها نیز بایستی مورد آزمون قرار گیرد. نتایج معناداری براساس معیار کای اسکور در **جدول ۸** نشان داده شده است.

جدول ۸

معناداری تابع تشخیصی با توجه به متغیرهای منتخب

معادله	ویلیکس لامبدا	کای اسکور	درجه آزادی	سطح تحت پوشش
مقدار ثابت	۰/۳۹۳	۷۶/۶۵۵	۶	۰/۰۰۰

همانگونه که اطلاعات **جدول ۸** نشان می‌دهد مقدار کای اسکور ۷۶/۶۵ بوده که در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بوده و نشان از معناداری کل تابع تشخیصی می‌دهد. ضرایب استاندارد و غیراستاندارد در مدل تشخیصی برآورد شده در **جدول ۹** برآورده شده است. علامت ضرایب بدست آمده مورد انتظار بوده است.

جدول ۹

ضرایب استاندارد و غیراستاندارد تابع تحلیل تشخیصی

مقدار ثابت	ضریب مدل	ضرایب استاندارد
	-۶/۵۴۷	-
پویایی اجتماعی	۰/۹۷۵	۰/۵۶۲
پیامدهای اجتماعی	۰/۷۸۲	۰/۴۸۲
وجود ارتباطات صحیح داخلی و خارج سازمان	۰/۶۳۰	۰/۴۳۶

مقادیر استاندارد شده و نشده در مدل شاخصی برای بیان اهمیت نسبی متغیرهای مدل ارائه نمی‌دهند و برای این منظور از ماتریسی به نام ماتریس ساختار استفاده می‌شود که مقادیر آن در **جدول ۱۰** آورده شده است. همانگونه که اطلاعات جدول نشان می‌دهد متغیرهای

پویایی اجتماعی، وجود ارتباطات صحیح داخلی و خارجی و همخوانی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک با استراتژی و ساختار سازمان به ترتیب مهمترین نقش را در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک دارند.

جدول ۱۰

ماتریس ساختار برای اهمیت متغیرها مستقل

متغیر	مقدار	شرح
پویایی اجتماعی	۰/۸۲۸	متغیرهای مدل
پیامدهای اجتماعی	۰/۵۵۱	
پذیرش خدمات الکترونیک	۰/۶۱۸	
رضایت جامعه هدف از خدمات الکترونیکی	۰/۵۷۶	متغیرهای خارج شده از مدل
ایجاد تراکنش اطلاعاتی چابک	۰/۵۱۰	
بافت سازمانی	۰/۴۴۲	
نظارت مدیریت	۰/۵۴۶	
رشد گرایی	۰/۴۶۵	
تحول	۰/۱۱۲	
پیمایش توسعه چابک	۰/۴۱۹	
ساختار سازی و شاخص سازی	۰/۳۲۴	
تصمیم سازی نخبگان	۰/۴۴۷	
ایجاد ساختار حمایت گری چابک	۰/۳۳۹	
بهبود تعالی درونی اقتصاد	۰/۴۶۸	
ایجاد سرمایه گذاری نوآور چابک	۰/۳۶۶	
تحولات فرهنگی	۰/۳۴۴	
عوامل تنظیمی	۰/۵۷۴	
عوامل شناختی	۰/۰۶۱	
بهبود اعتماد	۰/۲۵۴	

پرسش دیگری که بایستی به آن جواب گفت این است که تا چه حد می توان بر اساس این مدل، رفتار سازمان ها را در ارزیابی سازمان

کارآفرین الکترونیک چابک پیش بینی نمود؟

جدول ۱۱

مقایسه برآورد وضعیت سازمان توسط مدل با داده های واقعی

عامل	مقدار	پایین	متوسط	بالا
ارزیابی سازمان کارآفرین تعداد الکترونیک چابک (واقعی)	پایین	۲۴	۴	۰
	متوسط	۷	۲۴	۳
	بالا	۰	۳	۲۱
درصد	پایین	۸۵/۷	۱۴/۳	۰
	متوسط	۲۰/۶	۷۰/۶	۸/۸
	بالا	۰	۱۲/۵	۸۷/۵

یکی از خروجی‌های روش تحلیل تشخیصی، موفقیت مدل در پیش‌بینی است. هر چه این عدد بتواند به ۱۰۰٪ نزدیکتر باشد، موفقیت الگوی تحلیل تشخیصی برآورد شده را نشان می‌دهد. با توجه به سه متغیر مدل، در ۸۰٪ موارد، مدل برآورد شده توانسته است که موفقیت در اجرای سازمان‌ها را درست پیش‌بینی کند. به عبارت دیگر سطح موفقیت در اجرا با سطح برآورد شده از طریق تحلیل تشخیصی مقایسه می‌شود. در جدول ۱۱ این نتایج نشان داده شده است. به عنوان مثال بنا به داده‌های واقعی ۲۴ سازمان دارای موفقیت بالایی در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک بوده اند که بنا به مدل تشخیصی، وضعیت ۲۱ سازمان درست برآورد شده و سه سازمان به اشتباه برآورد شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج آزمون تحلیل تشخیصی نشان داد که متغیرهای پویایی اجتماعی، وجود ارتباطات صحیح داخلی و خارجی و همخوانی ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک با استراتژی و ساختار سازمان به ترتیب مهمترین نقش را در ارزیابی سازمان کارآفرین الکترونیک چابک دارند. نتایج پژوهش پیرایش و همکاران (۱۳۹۹) نتایج نشان داد که متغیرهای کارآفرینی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینی بر کارآفرینی استراتژیک مؤثر بودند و متغیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت داشت. از طرف دیگر تأثیر غیرمستقیم کارآفرینی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی نیز مورد تأیید قرار گرفت (Pirayesh et al., 2020). نارنجی ثانی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان در بستر الکترونیکی به منظور طراحی و اجرای برنامه کارآفرینی به این نتیجه رسید که دانشجویان در ویژگی‌های ریسک‌پذیری با ۶۴ درصد، کانون کنترل درونی با ۸۲ درصد، نیاز به موفقیت با ۷۳ درصد، عمل‌گرایی با ۷۳ درصد، چالش طلبی با ۶۴ درصد و شخصیت کلی کارآفرینی ۶۴ درصد در سطح بالاتر از متوسط قرار دارند، اما در ویژگی‌های سلامت فکری، تحمل ابهام و رؤیاپردازی پایین‌تر از حد متوسط ارزیابی شدند. بنابراین، توانمندسازی قابلیت کارآفرینی اعضای هیئت علمی و دانشجویان از طریق برنامه‌های حمایتی مثل فرصت‌های مطالعاتی و دوره‌های کارآموزی در بخش صنعت و برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای تقویت ویژگی سلاست فکری، تحمل ابهام و رؤیاپردازی دانشجویان از یک‌سو و ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین دانشگاه و صنعت از سوی دیگر در دستور کار قرار گیرد (Naranji Thani et al., 2020). رشیدی فرد (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه به این نتیجه رسید که مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی در صنعت بیمه به ترتیب اهمیت شامل منابع پروژه، میزان سرمایه گذاری منابع، نیاز بازار، حاشیه سود، سطح رقابت، مطلوبیت و جذابیت فرصت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موانع کم برای ورود است همچنین شرکت‌های بیمه با تأکید بر معیارهای شناسایی شده، ضمن ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت، می‌توانند تصمیمات صحیحی درباره چگونگی بهره برداری از فرصت‌ها اتخاذ کنند تا با کسب مزیت رقابتی، سبب رشد و توسعه اقتصادی کشور شوند (Rashidi Fard et al., 2020). مومن زاده (۱۳۹۸) در تحقیقی نتایج نشان داد سازمان کارآفرین این قابلیت را دارد تا با تکیه بر خلاقیت و نوآوری به نحوی موثر با تغییر و پویایی روزافزون روبرو شده و با استفاده صحیح و کارآمد از منابع، از فرصت‌های به دست آمده بهره گرفته و در زمینه‌ی تحقق اهداف والای سازمانی به موفقیت دست یابد (Momenzadeh et al., 2019).

مرادنژادی (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان تدوین و کاربست چارچوبی برای ارزیابی زیست بوم کسب‌وکارهای نوپای مبتنی بر فاوا در استان ایلام به این نتیجه رسید که بیشترین میزان شکاف در ابعاد دولت، بیمه و مالیات، سرمایه مالی، الگوسازی فرهنگی، خدمات حمایتی و شبکه استارت‌آپی وجود دارد. نتایج پژوهش حسینی و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد که (با توجه به اعداد به‌دست‌آمده برای ضریب مسیر و آماره t) چابکی کارآفرینی با کارکردهای منابع انسانی رابطه معنی‌داری دارد (Hosseini et al., 2019). جعفری (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی بانکداری الکترونیکی مبتنی بر توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک به این نتیجه رسید که 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 بانکی و کیفیت ارائه و توسعه خدمات بانکی را بهبود می‌بخشد (Jafari et al., 2017). امین بیدختی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی: آزمون نقش میانجی تعهد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه سمنان) که نتایج پژوهش نشان داد که کارآفرینی سازمانی هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیر مستقیم به‌واسطه تعهد سازمانی نقش کلیدی را در توسعه چابکی سازمانی دارد. همچنین تعهد سازمانی تأثیر مثبت، مستقیم و معنی‌دار بر چابکی سازمانی دارد (Amin Bidokhti et al., 2016). فرزی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین چابکی سازمانی و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان ایران به این نتیجه رسید که بین چابکی سازمانی و کارآفرینی سازمانی، درجه بالایی از رابطه وجود دارد و همچنین، تأثیر انکارناپذیر فناوری در چابک‌شدن سازمان و کارآفرینی در عرصه ورزش کشور تأیید شد (Farzi et al., 2015). نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش تاجی و بردبار (۱۳۹۴) نشان داد که رابطه‌های مثبت و معنادار بین رهبری تحول‌آفرین و چابکی نیروی انسانی وجود دارد. به‌عبارت‌دیگر، رهبری تحول‌آفرین می‌تواند چابکی نیروی انسانی را افزایش دهد. همچنین ابعاد رهبری تحول‌آفرین غیر از متغیرهای انگیزش الهام‌بخش و حمایت رشد‌دهنده، رابطه‌ای مثبت و معنادار با چابکی نیروی انسانی دارند (Taji & Bordbar, 2015).

کریمی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان طراحی مدل کسب‌وکار مناسب برای چابکی سازمان در شرکت سایپا که نتایج تأیید می‌کند مقوله اصلی فرایند، «مدل کسب‌وکار» است که با توجه به عوامل علی (مانند قابلیت دسترسی فزاینده به فناوری، جهانی‌شدن بازارها و رقابت تجاری)، عوامل زمینه‌ای (مانند بسترسازی ساختاری و فرهنگی) و عوامل محیطی (مانند عوامل اقتصادی، اجتماعی، بین‌المللی و بازار) شکل گرفته است و از طریق راهبردهای مشتری، بازار، محصول، قابلیت پویا، زنجیره ارزش و مالی، به سه دسته پیامد چابکی، تولید ثروت و کسب مزیت رقابتی پایدار منجر می‌شود. نتایج این پژوهش، اطلاعات محققان این حوزه را در زمینه اهداف، چالش‌ها و پیامدهای مدل کسب‌وکار چابک افزایش می‌دهد (Karimi & Rahmani, 2015). زارع میرک آباد (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان فرآیند کارآفرینی الکترونیکی در ایران؛ موانع و چالش‌ها به این نتیجه رسید که پنج مرحله اصلی فرایند کارآفرینی الکترونیکی، شامل تشخیص فرصت، کشف ایده، تحلیل بازار، امکان‌سنجی و راه‌اندازی ۱۹ مقوله و ۴۹ مؤلفه (موانع و مشکلات) استخراج شد. همچنین یافته‌ها نشان داد مولفه ارزیابی و نوآوری باید در تمامی مراحل فرآیند کارآفرینی الکترونیکی مورد توجه قرار گیرد. بنابراین چارچوب ارائه‌شده در این تحقیق به‌عنوان مبنایی برای تمامی ذی‌نفعان، بخصوص دولت و محیط کسب‌وکار برای حل مشکلات و موانع رشد و توسعه کارآفرینی الکترونیکی در ایران خواهد بود (Zare Mirkabadi & Nouri, 2015). البکری (۲۰۲۲) با اولویت دادن به چهار ارزش و اصل به عنوان مبنای استراتژی و نوآوری اقتباس کردند اولویت دادن به افراد به جای ابزارها و فرآیندها، تمرکز بر داشتن نمونه‌های اولیه کار به جای اسناد بیش از حد و پیروی از یک برنامه، به تغییر پاسخ دادن و کنار گذاشتن قراردادهای سفت و سخت به نفع همکاری مشتری (Al Bakri, 2022). در واقع، فراخوان برای چابک بودن سازمان و ارزش نهادن به طرز فکر مشارکتی، تعامل انسانی، سازگاری (Laghoug, 2022). بنابراین چابکی به جای اشاره به سرعت یا آزمایش، شامل اتخاذ مجموعه‌ای از اولویت‌ها به عنوان مبنایی برای واکنش خلاقانه و استراتژیک در حال تغییر موقعیت‌های نامطمئن است و در عین حال تحلیل نیز ارائه می‌دهد. و فقط سازمان‌های کوچکی نیستند که سوار قطار چابکی می‌شوند. شرکت‌های بزرگ هم در تلاش‌های نوآورانه سرمایه‌گذاری کرده‌اند. با این حال، در حالی که سازمان‌ها توانایی چابک بودن خود را به طرق مختلف نشان می‌دهد، باید توجه داشت که این فقط یک تکنیک کاهش هزینه برای بهبود گردش کار شرکت و کاهش هزینه‌ها نیست (Shimoli et al., 2020).

بهادری (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیانکه نتایج نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی در بین شرکت‌های دانش بنیان وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که بین مولفه‌های کارآفرینی سازمانی از قبیل نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی با چابکی سازمانی در بین شرکت‌های دانش بنیان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (Bahadori et al., 2021). مقصودلو (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان آزمون مدل عملیاتی نقش میانجی چابکی سازمانی و نوآوری سازمانی در رابطه علی سرمایه فکری با کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان که نتایج تحلیل مسیر نشان داد که چابکی سازمانی نقش میانجی معنی داری در رابطه بین سرمایه فکری و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان دارد و نوآوری سازمانی از نقش میانجی معنی داری در رابطه بین سرمایه فکری و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان برخوردار است. تبیین مدل پژوهش نشان از اهمیت بسیار زیاد متغیرهای سرمایه فکری، چابکی سازمانی، نوآوری و همچنین کارآفرینی سازمانی دارد که در یک سازمان و محیط کاری می‌تواند در پیشبرد اهداف آن سازمان و واحد کاری نقش بسزایی داشته باشد و منجر به عملکرد بهتر شوند (Maqsoudlou et al., 2021). مرحمتی (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان شناسایی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی کسب و کارهای الکترونیک با استفاده از رویکرد نگاشت شناختی فازی به این نتیجه رسید که از ۱۰ عامل استخراج شده، عوامل قابلیت و انگیزش فردی، مشارکت اجتماعی و عمل‌گرایی تاثیر بیشتری در این حوزه دارند. در پژوهش حاضر مدلی طراحی می‌شود که در سازمانی همچون بانک کارکنان آن افرادی هستند که با درک و ارزشیابی فرصت‌ها از طریق خلق ایده‌ها و اندیشه‌های جدید (و خلاقیت (و عینیت بخشیدن به این ایده‌ها) نوآوری (ترکیبات جدیدی از خدمات را ارائه می‌دهد (Marhamati & Shayeg, 2021).

خدمات بانک‌ها در حال خارج شدن از شکل سنتی خود و پیش رفتن به سمت فناوری اطلاعات در بستر اینترنت است. امروزه گوی سبقت از آن بانک‌هایی است که به‌واسطه فناوری اطلاعات خدمات نوین با سرعت بالا ارائه می‌دهند و این‌که بدون داشتن کارکنان خلاق و کارآفرین که سازمان کارآفرین را شکل می‌دهند امکان‌پذیر نیست در سازمانی همچون بانک مردم زمان زیادی را صرف رفتن به بانک دریافت نوبت منتظر ماندن در صف برای دریافت خدمات می‌کنند چراکه ما به دنبال مدلی هستیم که در آن‌که در کوتاه‌ترین زمان بهترین خدمات به مشتری ارائه شود. در دنیای در حال تحول امروز، بانک‌ها باید بین قابلیت‌های کارآفرینی و سازمانی خود رابطه معنی‌داری برقرار سازند در سازمان‌های سطح بالا کارآفرینی را همراه با فناوری اطلاعات را عامل اصلی بهره‌وری در سازمان برمی‌شمارند همچنین فرایندهای ارتباطی و اطلاعاتی در داخل و خارج کسب‌وکارها به‌طور فزاینده‌ای در اکثر بخش‌های صنعتی، تحت پوشش فناوری‌های اطلاعات الکترونیکی قرار گرفته است لذا د بانک‌ها ضمن برقراری ارتباط بین قابلیت‌های کارآفرینی و سازمانی خدمات باید تحت پوشش فناوری‌های اطلاعات الکترونیکی قرار گیرد. چنانچه در سازمانی هم‌زمان فرآیند کارآفرینی از یک‌طرف و فرآیند الکترونیکی شدن از طرف دیگر در جریان باشد؛ می‌توان ادعا نمود که تحت تأثیر فرآیند کارآفرینی الکترونیکی تغییرات حادث در ارکان این سازمان باعث بروز و ظهور چهره جدید سازمانی با عنوان سازمان کارآفرین الکترونیکی شده است. پس به‌اختصار می‌توان گفت سازمان کارآفرین الکترونیکی سازمانی است که در آن فرآیند کارآفرینی الکترونیکی جریان دارد به‌واسطه ارائه محصولات جدید و خلق ارزش الکترونیکی نسبت به سازمان‌های سنتی کارآمدتر خواهد بود. و چهره جدید سازمان کارآفرین الکترونیک که در این پژوهش بانک‌های صادرات ایران موردنظر است برای بقا بایستی سرعت پاسخگویی و انعطاف‌پذیری بالای داشته باشد در واقع سازمان‌ها متأثر از فضای رقابتی ناشی از تغییرات در دنیای کسب‌وکار و به‌منظور رهایی از مشکلات مربوط به انجام امورات به سبک سنتی مثل لزوم حضور فیزیکی ارباب‌رجوع، شلوغی و تجمع خصوصاً در شرایط حساس ویروس کرونا وصف‌های طولانی، کیفیت پایین خدمات، محدودیت‌های زمانی و مکانی در استفاده از این خدمات، قوانین و مقررات پیچیده و دست‌وپاگیر، هزینه‌های بالای مالی، زمانی، روحی و روانی تحمیل‌شده بر مشتریان به‌هنگام استفاده از خدمات بانکی، مشابه بودن خدمات همه بانک‌ها و نداشتن مزیت رقابتی و ...)

همچنین درجات استفاده فراگیر از فرصت‌ها و مزایای فضای مجازی و اینترنت، ناگزیر از حرکت شتابان به سمت بانکداری الکترونیکی و بانکداری اینترنتی شده است.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

ندارد.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Al Bakri, A. (2022). The Effectiveness of E-Entrepreneurship Training Programs in the Emerging Markets (GCC). *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEI)*, 12(1), 1-16. <https://doi.org/10.4018/IJEI.290821>
- Amin Bidokhti, A. A., Mohammadi Hosseini, S. A., & Hosseinpour, A. (2016). The Relationship Between Organizational Entrepreneurship and Organizational Agility: Testing the Mediating Role of Organizational Commitment (Case Study: Staff of Semnan University). *Letter of Higher Education*, 9(35), 135-155. https://journal.sanjesh.org/article_24505.html
- Bahadori, S., Abdollahnia, H., Maleki, S., & Bagheri Tanha, M. (2021). Examining the Relationship Between Organizational Entrepreneurship and Organizational Agility in Knowledge-Based Companies. *Research Journal of Economics and Business*, 12(23). https://jedu.marvdasht.iau.ir/article_4344.html?lang=en
- Chaidi, I., Papoutsi, C., Drigas, A., & Skianis, C. (2022). Women: E-Entrepreneurship and Emotional Intelligence. *Technium Soc. Sci. J.*, 30, 214. <https://doi.org/10.47577/tssj.v30i1.6276>
- Duan, C. (2022). E-Platform-Enabled Transnational E-Entrepreneurship: Case Studies of Chinese Immigrant Entrepreneurs in New Zealand. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEI)*, 12(1), 1-16. <https://doi.org/10.4018/IJEI.290822>
- Farzi, H., Abbasi, H., & Zardashtian, S. (2015). The Relationship Between Organizational Agility and Organizational Entrepreneurship in Iran's Ministry of Sports and Youth. *Sports Management Studies*, 7(31), 165-180. https://jsm.ut.ac.ir/article_56757.html
- Ghosh, N., & Prasad, S. K. (2021). Sustainopreneurship and E-Entrepreneurship: A Strategic Perspective. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEI)*, 11(1), 36-54. <https://doi.org/10.4018/IJEI.2021010103>
- Hosseini, A., Alizadeh, M., & Abedi, H. (2019). Examining the Relationship Between Entrepreneurial Agility and Human Resource Functions in Active Manufacturing Companies in Beshel Industrial Park. *Year 13, Issue 49*, 39. https://journals.iau.ir/article_666862.html

- Jafari, S., Badi'zadeh, A., Heydarzadeh, K., & Khoon Siawash, M. (2017). Ecosystem Model of Electronic Banking Entrepreneurship Based on the Development of E-Business Styles. *Islamic lifestyle with a focus on health*, 2(1), 99-115. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1822348/>
- Karimi, A., & Rahmani, S. (2015). Designing a Business Model for Organizational Agility (Case Study: Saipa Automobile Manufacturing Company). *Entrepreneurship Development*, 8(2), 273-292. https://jed.ut.ac.ir/article_55980.html?lang=en
- Kollmann, T., Kleine-Stegemann, L., de Cruppe, K., & Then-Bergh, C. (2022). Eras of Digital Entrepreneurship. *Business & Information Systems Engineering*, 64(1), 15-31. <https://doi.org/10.1007/s12599-021-00728-6>
- Laghoug, A. A. (2022). Assessing the impact of e-entrepreneurship orientation key success factors on banks' performance. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 1(19), 98-113. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-1/19-08>
- Maqsoodlou, S., Falah, Z. A.-A., Bahlke, T., & Askari, E. (2021). Testing the Mediating Role of Agility and Organizational Innovation in the Causal Relationship Between Intellectual Capital and Organizational Entrepreneurship in the Ministry of Sports and Youth. *Strategic Studies Center Quarterly*(20), 40-52. <https://www.sid.ir/paper/412643/en>
- Marhamati, A., & Shayeg, A. (2021). Factors Influencing the Success of E-Business Entrepreneurship. Shiraz.
- Momenzadeh, Z., Ta'ee, Z., & Arij, H. (2019). Evaluating the Role of E-Commerce in the Process of Entrepreneurship and Business Prosperity. Sari.
- Naranji Thani, F., Hosseini, S. R., Asadi, S., & Keykha, A. (2020). Assessing Entrepreneurial Characteristics of Students in the Electronic Environment to Design and Implement Entrepreneurship Programs. *Educational Studies and Schooling*, 9(3), 285-304. https://pma.cfu.ac.ir/article_1435.html?lang=en
- Pirayesh, R., Amiri, V., Jafari, M., & Imani, M. (2020). The Impact of Organizational Entrepreneurship and Entrepreneurial Orientation on Organizational Performance with the Mediating Role of Strategic Entrepreneurship in Industrial Companies of Zanjan Province. *Productivity management*, 14(52), 23-45. <https://doaj.org/article/802d1536038b47238447dd0b94275989>
- Qasim, D., Bany Mohammed, A., & Liñán, F. (2020). The Theoretical Basis of Relevant E-Entrepreneurship Results: A Systematic Literature Review. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1-30. https://www.researchgate.net/publication/345978635_The_Theoretical_Basis_of_Relevant_E-Entrepreneurship_Results_A_Systematic_Literature_Review
- Rashidi Fard, S. M., Safari, S., & Habibi Rad, A. (2020). Identifying and Prioritizing Criteria for Evaluating Entrepreneurial Opportunities in the Insurance Industry (Case Study: Parsian Insurance). *Insurance Research Journal*, 10(1), 3-57. <https://www.sid.ir/paper/992082/en>
- Sharma, G. D., Kraus, S., Liguori, E., Bamel, U. K., & Chopra, R. (2024). Entrepreneurial challenges of COVID-19: Rethinking entrepreneurship after the crisis. *Journal of Small Business Management*, 62(2), 824-846. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2089676>
- Shimoli, S. M., Cai, W., Abbas Naqvi, M. H., & Lang, Q. (2020). Entrepreneurship success traits. Do Kenyans possess the desired entrepreneur personality traits for enhanced E-entrepreneurship? Case study of Kenyan students in the people's republic of China. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1847863. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1847863>
- Taji, M., & Bordbar, G. (2015). Examining the Relationship Between Transformational Leadership and Human Resource Agility. *Journal of Human Resource Management Research, Imam Hussein University*, 7(2), 153-177. https://hrmj.ihu.ac.ir/article_14370.html?lang=en
- Triono, S. P. H. (2024). The Impact of Entrepreneurial Strategy on the Firm Performance of Indonesian Technology Startups. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 24(1), 84. <https://doi.org/10.25124/jmi.v24i1.7303>
- Wulan, T. S. (2024). Social Entrepreneurship and Impact on Community Empowerment in Indonesia's Coastal Areas. *International Journal of Business Law and Education*, 5(2), 1584-1596. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.617>
- Zamzami, I. F. (2021). The Key Enabling Criteria of E-Entrepreneurship Evolving Practices and Implementation in Saudi Arabia. *SN Business & Economics*, 1(9), 1-22. <https://doi.org/10.1007/s43546-021-00110-4>
- Zare Mirkabadi, Z., & Nouri, R. (2015). The Process of Electronic Entrepreneurship in Iran: Challenges and Barriers. *Technology Development Management Quarterly*, 3(4), 165-188. https://jtdm.irost.ir/article_415.html?lang=en