



مجله علمی مدیریت و بازرگانی

بهره‌برداری و پرورش آبریان  
جلد چهارم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۴  
<http://japu.gau.ac.ir>

## تبیین عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی در جهت پیشبرد اهداف اقتصادی شیلات (مطالعه‌ای در شیلات استان مازندران)

\* حسین صمدی میارکلائی<sup>۱</sup> و حمزه صمدی میارکلائی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر،

<sup>۲</sup> دکتری مدیریت دولتی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۹/۳۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۱/۲۰

### چکیده

نوآوری و کارآفرینی از مفاهیم بسیار مهمی هستند که اهمیت و مزایای آن در سال‌های اخیر برای شمار زیادی از سازمان‌ها، شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری در زیر بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدماتی کاملاً محسوس بوده است. براین اساس هدف از پژوهش حاضر، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در اداره کل شیلات استان مازندران می‌باشد. روش این پژوهش به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کارشناسان و خبرگان اداره کل شیلات استان مازندران می‌باشند. در این پژوهش پس از مطالعه ادبیات تحقیق، عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی شناسایی گردید. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه‌های دلفی و مقایسات زوجی گردآوری و با استفاده از روش دلفی فازی و فرآیند تحلیل سلسله‌مراتب گروهی- فازی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از تحلیل بیانگر آن بود که عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی به ترتیب اولویت عبارت از سبک‌های رهبری؛ فرهنگ سازمانی؛ روحیه تیمی؛ آموزش کارآفرینی؛ ارتباطات سازمانی و ریسک‌پذیری می‌باشند. براین اساس، مدیران می‌توانند با مد نظر قرار دادن این عوامل و توجه به آن، گام مهمی در جهت توسعه کارآفرینی و نوآوری در سازمان بردارند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، نوآوری، شیلات استان مازندران، دلفی فازی، AHP فازی

\*مسئول مکاتبه: [hossein\\_samadi\\_m@yahoo.com](mailto:hossein_samadi_m@yahoo.com)

## مقدمه

امروزه صنعت شیلات به‌عنوان یکی از مهم‌ترین زیربخش‌های اقتصادی در تأمین امنیت غذایی، تجارت، اشتغال‌زایی و محرومیت‌زدایی در جهان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. انسان از چهار میلیارد تن غذایی که استفاده می‌کند، ۹۷ درصد آن را از ۳ تا ۵ درصد سطح زمین به‌دست می‌آورد که قابل کشت و زرع است. اما از ۷۱ درصد زمین که دریا است، تنها ۳ درصد غذای انسان تأمین می‌شود. بنابراین جلب توجه جهانیان به مصرف آبزیان به‌دلیل غذای سلامتی از یک طرف و ظرفیت‌های بهره‌برداری نشده از طرف دیگر، آینده این صنعت را در سایه توسعه پایدار، بسیار نوید بخش می‌سازد (عادلی، ۲۰۱۳). به‌همین منظور، برای موفقیت در بهره‌برداری کامل از ظرفیت‌های توسعه صنعت شیلات لازم است تا سیاست‌های مؤثر برای رفع چالش‌های سازمانی شیلات اندیشیده شود تا فرهنگ نوآوری و کارآفرینی که به نوبه خود در نهایت منجر به توسعه ظرفیت‌های شیلات می‌شود، در آن نهادینه‌سازی شود.

از طرفی بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها و هم‌چنین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی به لزوم کارآفرینی (از نوع فردی و سازمانی) پی برده‌اند. این گرایش عمدتاً به‌دلیل شرایط وضعیت‌های پیچیده جدیدی است که سازمان‌ها را با تنگناهای رقابتی و تکنولوژیکی مواجه ساخته و تداوم روش‌های سنتی را با مشکل جدی روبرو ساخته است (رجبی و دهقان، ۲۰۱۴). در واقع کارآفرینی را می‌توان یکی از عناصر کلیدی برای افزایش توان رقابت‌پذیری سازمان‌ها و کسب مزیت رقابتی دانست. کارآفرینی سازمانی به‌عنوان فعالیت‌های کارآفرینی در قالب محصول، فرآیند، و نوآوری‌های سازمانی تعریف شده است (آنتونیچ و هسریچ، ۲۰۰۱؛ آنتونیچ و زورن، ۲۰۰۴؛ بیهاردواج و ساشیل، ۲۰۰۵).

کارآفرینی سازمانی از مفاهیم بسیار مهمی است که اهمیت و مزایای آن در سال‌های اخیر برای شمار زیادی از سازمان‌ها و شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری در زیر بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدماتی کاملاً محسوس بوده است. بدون شک کارآفرینی سازمانی به‌عنوان یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، سهم چشم‌گیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد و می‌تواند پویایی سازمانی را با ارایه روش‌های جدید و ایجاد مزیت نسبی به ارمغان بیاورد (کریمی و همکاران، ۲۰۱۳). کارآفرینی درون سازمانی، در کنار این که بیشتر نوآور و پیش‌کنشانه بودن و ریسک‌پذیری کسب و کارها را پشتیبانی می‌کند، با فراهم کردن استفاده مؤثر از منابع درون سازمانی چه در قلمرو مدیریتی و چه در بازار، منافع زیادی را با ایجاد رویکردهای متناسب تأمین می‌کند. علاوه بر این به‌دلیل منحنی یادگیری که تشکیل

می‌دهد خشنودی کارکنان را افزایش می‌دهد، همزمان ترک نکردن کارکنان سازمان یا، به عبارتی ماندگاری سازمانی را نیز تأمین می‌کند (امیرکبیری و محمودیان، ۲۰۰۷).

پینجات (۱۹۸۵) معتقد است، کارآفرینی درون‌سازمانی نوعی رؤیاپردازی است که مسئولیت به ثمر رساندن یک نوآوری را در درون سازمان به عهده دارد. او بیان می‌دارد که کارآفرین درون‌سازمانی ممکن است مبتکر یا مخترع باشد، اما همیشه فردی است که می‌داند چگونه یک ایده را به واقعیتی سودآور تبدیل کند (پینجات، ۱۹۸۵). به عبارتی کارآفرینی سازمانی مشتمل بر سه مؤلفه عمده است: نوآوری، سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز، نوسازی استراتژیک (آنا و همکاران، ۲۰۱۰). نوآوری به رفتارهایی از قبیل خلق و معرفی محصولات، فرآیندهای تولید و سیستم‌های سازمانی جدید اشاره دارد. سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز نیز به رفتارهایی از قبیل ورود به کسب و کارهای جدید از طریق خلق یا خرید سازمان‌های تجاری جدید اشاره دارد. نوسازی استراتژیک به رفتارهایی از قبیل دگرگون ساختن شرکت یا احیای عملیاتش از طریق تغییر در قلمرو فعالیت‌ها یا تغییر در رویکرد رقابتی‌اش اشاره دارد (ژانگ و همکاران، ۲۰۰۸).

نوآوری در سازمان‌ها در واقع تمایل سازمان به گسترش یا اصلاح خدمات و محصولات تازه و نیز توفیق سازمان در ارائه این خدمات و محصولات به بازار است. نوآوری سازمانی به‌عنوان توسعه، پذیرش ایده یا رفتار در عملیات سازمانی بوده و برای کل سازمان جدید و نوآور می‌باشد. از طرفی نیز لازمه نوآوری سازمانی تبدیل ایده‌ها به اشکال قابل استفاده سازمانی بوده و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی استفاده می‌شود. به‌طور کلی چهار ویژگی سازمان‌های نوآور عبارتند از:

۱. در سازمان‌های نوآور، پرداخت به‌جای برابری درونی بر برابری بیرونی تأکید دارد و مقدار زیادی از پرداخت به ریسک‌پذیری افراد تعلق می‌گیرد؛ ۲. در سازمان‌های نوآور، بین عملکرد کوتاه‌مدت و میان مدت و عملکرد فردی و گروهی تعادل ایجاد می‌کنند؛ ۳. در سازمان‌های نوآور، زمان و تلاش زیادی را صرف یاددهی می‌کنند و بیشتر آموزش‌های گروهی را مدنظر دارند؛ و ۴. در سازمان‌های نوآور، بر بازار کار بیرونی تأکید دارند و مسیرهای شغلی متنوعی را ارایه می‌کنند (نصر و همکاران، ۲۰۱۳).

در این میان، از عوامل مهم حیاتی و مؤثر جهت توسعه فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی، مجموعه عوامل رفتاری می‌باشند. یافته‌های تحقیقات قبلی نیز بیان‌گر این مطلب هستند که عوامل رفتاری (محتوایی) در سازمان با خلق یک فضا و جو کارآفرینانه سازمانی ارتباط تنگاتنگی دارند. در واقع عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی شامل عوامل و روابط انسانی در سازمان

است، که هنجارهای رفتاری، ارتباط غیررسمی و الگوهای خاص به‌هم پیوسته و محتوای اصلی سازمان را تشکیل می‌دهد. این عامل محتوایی در واقع پویایی بخش و قسمت زنده سازمانی تلقی می‌شود و هرگونه عوامل و متغیرهایی که به‌طور مستقیم مربوط به نیروی انسانی می‌باشد، در این شاخه قرار می‌گیرند (مقیمی، ۲۰۰۷). در این مجال نیز محققان بعد از مرور پیشینه تجربی پژوهش به تعدادی از این موارد اشاره می‌کنند:

سریواستاوار و اگروال (۲۰۱۰)، در تحقیقات خود پنج عامل رفتاری را بر فرایند کارآفرینی و نوآوری سازمانی مؤثر دانستند که این عوامل عبارتند از: فرهنگ سازمانی، خطرپذیری، حمایت مدیران، ویژگی کارکنان، روحیه تیمی و توانمندسازی کارکنان. مقیمی (۲۰۰۷)، نیز در مطالعات خود به بررسی عوامل مؤثر بر فرایند کارآفرینی سازمانی پرداخت، یافته‌ها حاکی از شناسایی هفت عامل با عنوان: ویژگی‌های مدیران، عوامل مدیریتی، رفتارهای مدیریتی، عوامل مرتبط با کارکنان، فرهنگ سازمانی، ارتباطات سازمانی و انگیزش‌های مدیریتی بوده است.

آنالوئی و همکاران (۲۰۰۹)، در پژوهشی به عوامل عمومی مدیریتی بر کارآفرینی سازمانی اشاره کرد، که از این بین سه عامل فرهنگ سازمانی، آینده‌نگری و ریسک‌پذیری جز عوامل رفتاری مؤثر بر کارآفرینی سازمانی دانست. رجیبی و دهقان (۲۰۱۳)، پژوهشی با عنوان موردکاوی موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در دو سازمان بیمه‌گر سلامت را به انجام رساندند. عوامل فرهنگ سازمانی؛ ویژگی‌های شخصیتی مدیران، ویژگی‌های شخصیتی کارکنان به‌ترتیب بیشترین امتیاز و رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. سرابی و همکاران (۲۰۱۲)، در مطالعه‌ای با هدف شناسایی عوامل اثرگذار بر رفتار کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی، هشت متغیر رفتاری را بر کارآفرینی سازمانی مؤثر دانستند: فرهنگ سازمانی؛ آینده‌نگری؛ خطرپذیری؛ حمایت مدیر؛ ویژگی‌های مدیران؛ ویژگی‌های کارکنان؛ روحیه گروهی و توانمندسازی کارکنان.

در مطالعه‌ای دیگر دهقان و همکاران (۲۰۱۲)، در تحقیقات خود به بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی پرداختند. یافته‌ها نشان داد که رتبه‌بندی شاخص‌های رفتاری مؤثر بر فرایند نوآوری و کارآفرینی سازمانی به‌ترتیب شامل: ویژگی‌های کارکنان؛ انگیزش کارکنان؛ فرهنگ سازمانی؛ آموزش کارکنان؛ سبک رهبری و ویژگی‌های کارکنان بوده است. دیگر یافته‌ها نیز بیانگر متوسط بودن وضعیت این عوامل در جامعه موردنظر بوده است. سالاریان‌زاده و همکاران (۲۰۱۱)، پس از انجام مطالعه‌ای به‌منظور تبیین عوامل مؤثر بر فرایند کارآفرینی سازمانی،

هفت عامل را جامعه مورد نظر شناسایی و رتبه‌بندی کردند، این عوامل نیز به ترتیب شامل: فرهنگ سازمانی؛ انگیزش نیروی انسانی؛ سبک رهبری؛ ویژگی‌های کارکنان؛ ویژگی‌های مدیران؛ آموزش کارآفرینی و در نهایت نیز نظام ارتباطات بوده است.

با توجه به انجام تحقیقات فراوان در رابطه با بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه سازمانی (سریواستوار و اگروال، ۲۰۱۰؛ رجبی و دهقان، ۲۰۱۴؛ سرابی و همکاران، ۲۰۱۲)، در واقع به صورت پراکنده به برخی شاخص‌ها اشاره شده است، شاخص‌هایی چون: عوامل فرهنگی (آنالوئی و همکاران، ۲۰۰۹)، ویژگی‌های کارکنان (رجبی و دهقان، ۲۰۱۴)، آموزش‌های کارآفرینی (سالاریان‌زاده و همکاران، ۲۰۱۱)، و ... با این حال، علاوه بر این شاخص‌ها، شاخص‌های رفتاری دیگری نیز وجود دارند که بر توسعه نوآوری و کارآفرینی سازمانی مؤثرند که باید شناسایی و استخراج گردند.

در مجموع، با توجه به پژوهش‌های انجام شده، متخصصان بر این عقیده‌اند که این صنعت و نوآوری در آن از لحاظ اشتغال‌زایی و بهبود درآمد و پویایی اقتصادی بسیار حایز اهمیت است. بر این اساس، و با توجه به بیان مسئله ارائه شده در مورد نوآوری و کارآفرینی، و عدم وجود مطالعات جامع در زمینه تعیین عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی، در این پژوهش محققان برآنند که تا با بررسی ادبیات عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی و با استفاده از روش دلفی فازی به انتخاب این شاخص‌ها و در نهایت با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره (FAHP)، به رتبه‌بندی این عوامل در اداره کل شیلات استان مازندران بپردازند. تا از این طریق مسئولین شناختی از شاخص‌های مذکور که بر توسعه کارآفرینی و نوآوری مؤثر است، داشته باشند، تا با عنایت به این شناخت از وضع موجود، برنامه‌های کلان تصمیم‌گیری خود را براساس آن استوار کنند.

## مواد و روش‌ها

این پژوهش به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی می‌باشد. به منظور دستیابی به اهداف پیش‌روی در مطالعه حاضر، در گام اول با بررسی‌های جامع کتابخانه‌ای و ارزیابی نتایج مطالعات گذشته مرتبط، بهترین مدل یا تعدادی از شاخص‌های مهم رفتاری (محتوائی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی شناسایی و استخراج گردید. در گام بعدی نیز با بهره‌گیری از روش دلفی فازی در میان کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه سازمانی و کارآفرینی در

اداره کل شیلات استان مازندران از بین این عوامل، شاخص‌های اساسی رفتاری (محتوائی) مؤثر بر فرآیند کارآفرینی سازمانی شناسایی شدند.

در گام نهایی نیز با بهره‌گیری از این مؤلفه‌ها و تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره از جمله روش AHP فازی و نظرات کارشناسان و متخصصان انتخابی، شاخص‌های رفتاری (محتوائی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی رتبه‌بندی شدند. در مطالعه حاضر با توجه به استفاده از پرسشنامه و روش AHP فازی و نیاز به بهره‌گیری از نظرات خبرگان (بین ۱۰ تا ۱۲ نفر) (اصغرپور، ۲۰۰۸)، ۱۰ نفر از خبرگان سازمانی و مدیریتی اداره کل شیلات استان مازندران، که آشنایی بالایی با مسائل کارآفرینی سازمانی و مدیریتی داشتند، به روش هدفمند قضاوتی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در این راستا همان‌گونه که اشاره شد، در ابتدا پرسشنامه دلفی و در نهایت پرسشنامه مقایسات زوجی طراحی و میان خبرگان توزیع و جمع‌آوری گردید، و در ادامه با استفاده از روش AHP فازی که در این پژوهش روش پیشنهادی مورد استفاده جهت اولویت‌بندی مؤلفه‌ها بوده، استفاده شد.

**رویکرد دلفی فازی:** فقدان چارچوب نظری دلفی، که به‌عنوان عمده‌ترین ضعف این روش مطرح بوده است، موجب گردید تا برخی دلفی را فن و دیگران واژه‌های چون رویکرد دلفی، مطالعه دلفی، پیمایش دلفی، روش دلفی و مطالعه اجماع دلفی را برای توصیف مطالعات دلفی صحیح بدانند. در واقع این تنوع واژه، تعاریف متعددی از دلفی را به دنبال داشته است. از طرفی مهم‌ترین شرایط مورد نیاز برای کاربرد دلفی: نیاز به قضاوت متخصصان و نظرات گروهی وسیع، توافق گروهی در دستیابی به نتایج، وجود مشکل پیچیده، بزرگ و بین‌رشته‌ای و عدم توافق یا ناکامل بودن دانش، در دسترس بودن افراد باتجربه و متخصص، از نظر پراکندگی جغرافیایی، لزوم گمنامی در جمع‌آوری داده‌ها، عدم محدودیت زمانی و عدم وجود روش هزینه- اثربخش دیگری، است (احمدی و همکاران، ۲۰۰۸).

در این مطالعه در ابتدا برای جمع‌آوری نظرات گروه تصمیم‌گیرنده و تخصیص عددی فازی مثلثی، از دیدگاه خبرگان با توجه به واژه زبانی انتخاب شده از سوی آنان، به معیار موردنظر انجام شد. در ادامه برای محاسبه ارزیابی ارزش عدد فازی مثلثی هر معیار پرداخته شد، که از سوی خبرگان به آن معیار لحاظ شده است (هسو و همکاران، ۲۰۱۰).

در این مطالعه از روش (دلفی فازی) که برای یافتن نظرات خبرگان نسبت به یک معیار استفاده شده است، فرض بر این است که ارزش ارزیابی معیار  $j$  از نگاه خبره شماره  $i$  از میان  $n$  خبره

$i = 1, 2, \dots, n$  و  $j = 1, 2, \dots, m$  مقدار  $j$  برابر با  $i$  میزان  $i$  برابر با  $\tilde{W}_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$  است که مقدار  $j$  برابر با  $i$  میزان  $i$  برابر با  $\tilde{W}_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$  است. بدین ترتیب ارزش فازی معیار  $j$  از رابطه شماره یک محاسبه می‌شود که برابر  $\tilde{W}_j = (a_j, b_j, c_j)$  است.

$$a_j = \min\{a_{ij}\}$$

$$b_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_{ij}$$

$$c_j = \max\{c_{ij}\}$$

برای دی‌فازی‌سازی از رابطه ۲ استفاده می‌کنیم.

$$S_j = \frac{a_j + 4b_j + c_j}{6}, \quad j = 1, 2, \dots, m$$

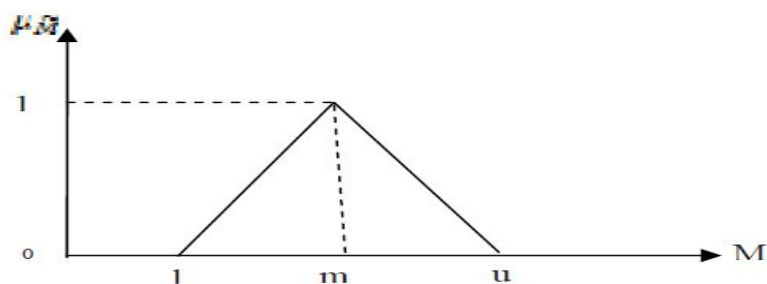
برای استخراج معیارهای موردنظر، حدی را برای قبول یا عدم قبول آن معیار در نظر می‌گیریم. در این مطالعه با توجه به قانون ۳۰-۷۰، مرز قابل قبول بودن معیار در حدود هفت ۷ است (نان‌نالی، ۱۹۷۸). اگر مقدار دی‌فازی شده عدد فازی مثلثی با توجه به نظر خبرگان نزدیک به ۰/۷ یا بالاتر از آن باشد، به‌عنوان معیار قابل قبول، پذیرش شده و در غیر این صورت مورد قبول واقع نمی‌شود.

$$S_j \geq a \quad , \quad S_j < a$$

**تکنیک تحلیل سلسله‌مراتب گروهی - فازی:** برنامه‌ریزی سلسله‌مراتبی (AHP) برای اولین بار توسط توماس ال‌ساعتی ارائه شد، و یک ابزار تصمیم‌گیری چند معیاره است که کاربرد فراوانی دارد. AHP از زمان ابداع به‌عنوان یک ابزار در دست تصمیم‌گیرندگان و پژوهشگران در تصمیم‌گیری‌های چند معیاره استفاده می‌شود، اما در واقع AHP سنتی نمی‌تواند طرز فکر بشر را منعکس نماید. AHP سنتی در بیان ارزش‌های دقیق عقاید تصمیم‌گیرنده در مقایسه گزینه‌های مختلف، ناتوان است. برای رفع مشکلات بالا FAHP برای حل مسائل سلسله‌مراتبی ارائه شد (لارهاون و پدريکز، ۱۹۸۳). در این پژوهش نیز محققان از روش FAHP برای تعیین ضرائب معیارهای رفتاری مؤثر بر فرایند کارآفرینی سازمانی استفاده کرده‌اند. در واقع در این مطالعه از روش FAHP ای استفاده می‌شود که برای اولین بار توسط چانگ ارائه شده است (چانگ، ۱۹۹۶).

از طرفی نیز، از آنجایی که اعداد فازی مثلثی بیشترین کاربرد را نسبت به بقیه اعداد فازی دارد، در این مقاله نیز مورد استفاده قرار گرفتند. اعداد فازی مثلثی را می‌توان به‌صورت  $(l, m, u)$  نشان داد. پارامترهای

$u$  و  $m$  به ترتیب نشان‌گر کمترین ارزش ممکن، محتمل‌ترین ارزش و بیشترین ارزش ممکن که یک رویداد فازی را توضیح می‌دهند، نشان می‌دهد. در شکل ذیل هم یک عدد فازی مثلثی نشان داده شده است.



شکل ۱-  $\tilde{M}$  یک عدد فازی مثلثی.

### نتایج

**دلفی فازی:** بررسی نظرات کارشناسان و خبرگان در این مطالعه بیانگر آن بوده که از بین ۱۳ شاخص در نظر گرفته برای تأیید خبرگان یعنی مؤلفه‌های: ۱. فرهنگ سازمانی؛ ۲. حمایت مدیران؛ ۳. ویژگی شخصیتی کارکنان؛ ۴. روحیه تیمی؛ ۵. توانمندسازی کارکنان؛ ۶. عوامل مدیریتی؛ ۷. ارتباطات سازمانی؛ ۸. انگیزش‌های مدیریتی؛ ۹. آینده نگری؛ ۱۰. ریسک‌پذیری؛ ۱۱. ویژگی شخصیتی مدیران؛ ۱۲. آموزش کارآفرینی به کارکنان؛ و ۱۳. سبک‌های رهبری؛ فقط شش شاخص با توجه به اصل ۳۰ تا ۷۰ به‌عنوان شاخص‌های اساسی رفتاری (محتوائی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی تعیین شدند، که عبارت‌اند از:

۱. فرهنگ سازمانی ( $B_1$ )، سبک‌های رهبری ( $B_2$ )، ۳. ارتباطات سازمانی ( $B_3$ )، ۴. آموزش کارآفرینی ( $B_4$ )، ۵. ریسک‌پذیری ( $B_5$ )، و ۶. روحیه تیمی ( $B_6$ ) (همان‌گونه که ملاحظه می‌شود مؤلفه‌ها به ترتیب از  $B_1$  تا  $B_6$  نام‌گذاری شده‌اند).

### فرآیند تحلیل سلسله‌مراتب گروهی - فازی

**گام اول:** براساس جدول ذیل، اظهار نظرهای کلامی تک‌تک پاسخ‌گویان (خبرگان) در مورد شاخص‌های سنجش معیارهای رفتاری (محتوائی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی که بر اساس طیف نه گزینه‌ای ساعتی جمع‌آوری شدند، بر اساس روش ذیل به اعداد فازی مثلثی  $(l, m, u)$  تبدیل گردید.

جدول ۱- طیف اعداد فازی و مقیاس زبان‌شناسی برای تعیین وزن.

درجه اهمیت در مقایسات زوجی عوامل	متغیرهای کلامی	اعداد فازی مثلثی	اعداد فازی مثلثی معکوس
----------------------------------	----------------	------------------	------------------------



### حسین صمدی مبارکلائی و حمزه صمدی مبارکلائی

(۱،۱،۱)	(۱،۱،۱)	اهمیت یکسان	اهمیت یکسان (VL)
(۱/۱،۵/۱،۳)	(۵،۳،۱)	کمی مهم تر	کمی مهم تر (L)
(۱/۱،۷/۱،۵/۳)	(۷،۵،۳)	مهم تر	مهم تر (ML)
(۱/۱،۹/۱،۷/۵)	(۹،۷،۵)	خیلی مهم تر	خیلی مهم تر (H)
(۱/۱،۹/۱،۹/۷)	(۹،۹،۷)	فوق العاده مهم تر	فوق العاده مهم تر (VH)

(لی، ۲۰۱۰؛ سان، ۲۰۱۰؛ یانگ و هسه، ۲۰۰۹)

گام دوم: استخراج ماتریس تجمیع نظرات خبرگان: با استفاده از میانگین هندسی تک تک اجزا سه گانه  $(l, m, u)$  ماتریس های به دست آمده (ماتریس به تعداد خبرگان)، ماتریس تجمیع نظرات را مطابق جدول زیر به دست آمده است. برای محاسبه میانگین هندسی اجزاء سه گانه متناظر  $(l, m, u)$  تک تک ماتریس های مقایسات زوجی خبرگان  $(n)$  را در هم ضرب و ریشه  $n$  ام آن محاسبه شد.

جدول ۲- ماتریس تجمیع نظرات خبرگان.

عوامل	B <sub>1</sub>	B <sub>2</sub>	B <sub>3</sub>	B <sub>4</sub>	B <sub>5</sub>	B <sub>6</sub>
۱	(۱،۱،۱)	(۱/۶۷، ۲/۳۶)	(۱/۵۰، ۲/۰۲)	(۳/۰۰، ۳/۷۴)	(۱/۶۰، ۲/۱۵)	(۰/۵۵۸، ۰/۷۹۸)
		(۱/۱۳)	(۱/۰۱)	(۲/۱۷)	(۱/۱۰)	(۰/۴۱۴)
۲	(۰/۷۸۹)	(۱،۱،۱)	(۲/۰۸، ۲/۶۴)	(۲/۹۷، ۳/۷۷)	(۱/۸۲، ۲/۳۶)	(۱/۸۰، ۲/۳۳)
	(۰/۴۲۳، ۰/۵۹۶)		(۱/۵۱)	(۲/۱۰)	(۱/۲۲)	(۱/۳۱)
۳	(۰/۹۸۹)	(۱/۶۶۰)	(۱،۱،۱)	(۰/۶۲۷، ۰/۸۰)	(۱/۳۱، ۱/۷۹)	(۰/۳۷۸، ۰/۶۱۷)
	(۰/۴۹۴، ۰/۶۶۵)	(۰/۳۷، ۰/۴۷۹)		(۰/۴۷)	(۰/۸۸۸)	(۰/۲۸۰)
۴	(۰/۴۶۰)	(۰/۴۷۴)	(۱/۵۹، ۲/۰۹)	(۱،۱،۱)	(۱/۳۳، ۱/۹۵)	(۲/۱۰، ۲/۷۷)
	(۰/۲۶۷، ۰/۳۳۳)	(۰/۲۶، ۰/۳۳۵)	(۱/۲۴)		(۰/۸۷۳)	(۱/۳۰)
۵	(۰/۸۱۱)	(۰/۷۶۲)	(۰/۷۶۲، ۱/۱۲)	(۰/۷۴۹، ۱/۱۴)	(۱،۱،۱)	(۲/۳۳، ۳/۴۹)
	(۰/۴۴۸، ۰/۵۹۱)	(۰/۳۹، ۰/۵۵۲)	(۰/۵۵۷)	(۰/۵۱۲)		(۱/۲۴)
۶	(۱/۶۸، ۲/۲۱)	(۰/۷۶۲)	(۱/۹۲، ۳/۸۱)	(۰/۴۶۳، ۰/۷۳۹)	(۰/۹۴۲)	(۱،۱،۱)
	(۱/۱۹)	(۰/۴۴، ۰/۵۵۲)	(۱/۰۸)	(۰/۳۳۷)	(۰/۳۰، ۰/۴۶۷)	

گام سوم: محاسبه بسط مرکب فازی عوامل: جمع اجزاء سه گانه  $\sum(l_{ij}, m_{ij}, u_{ij})$  کل خانه های ماتریس (تمام سطرها و ستون ها) محاسبه شد. که این اعداد با استفاده از روابط ذیل به دست آمده است.

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{ij} = \left( \sum_i^n l_i, \sum_i^n m_i, \sum_i^n u_i \right)$$

$$\left[ \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{ij}^j \right]^{-1} = \left( \frac{1}{\sum_{i=1}^n u_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n l_i} \right)$$

جدول ۳- جمع اجزا سه‌گانه و معکوس آن.

$\sum l_{ij}$	$\sum m_{ij}$	$\sum u_{ij}$
۳۱,۳۶	۴۳,۸۳	۵۷,۳۵
$1/\sum u_{ij}$	$1/\sum m_{ij}$	$1/\sum l_{ij}$
۰,۰۱۷	۰,۰۲۲	۰,۰۳۱

مجموع اعداد سه‌گانه  $\sum(l_j, m_j, u_j)$  هر سطر برای به‌دست آوردن مقدار  $S_K$  به‌صورت رابطه ذیل محاسبه گردید.

$$S_K = \sum_{j=1}^n M_{kj} \otimes \left[ \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j \right]^{-1}$$

جدول ۴- مقدار بسط مرکب فازی عوامل اصلی.

$l_{ij}$	$m_{ij}$	$u_{ij}$	$S_i$	ردیف
۰,۴۹۲	۰,۶۴۴	۰,۹۰۱	فرهنگ سازمانی	۱
۰,۵۳۶	۰,۷۰۱	۰,۹۸۰	سبک‌های رهبری	۲
۰,۲۴۱	۰,۳۱۵	۰,۴۴۱	ارتباطات سازمانی	۳
۰,۳۵۵	۰,۴۶۵	۰,۶۵۰	آموزش کارآفرینی	۴
۰,۳۰۳	۰,۳۹۶	۰,۵۴۱	ریسک‌پذیری	۵
۰,۳۸۱	۰,۴۹۹	۰,۶۹۷	روحیه تیمی	۶

گام چهارم: محاسبه ماتریس درجه امکان‌پذیری حالت‌های دوتایی ممکن: در این مرحله تحلیل‌ها به‌صورت ستونی انجام شدند. اگر مقدار  $m_{ij}$  یک عامل بزرگ‌تر از مقدار  $m_{ij}$  عامل دیگر بود، عدد ۱، و اگر کمتر بود، محاسبات زیر انجام شد.

$$\begin{cases} V(M_1 \geq M_2) = 1 & \text{اگر } m_1 \geq m_2 \\ V(M_1 \geq M_2) = \text{hgt}(M_1 \cap M_2) & \text{در غیر این صورت} \end{cases}$$

$$\text{hgt}(M_1 \cap M_2) = \frac{u_1 - l_2}{(u_1 - l_2) + (m_2 - m_1)}$$

گام پنجم: محاسبه وزن نهایی و رتبه هر شاخص: حال در این قسمت از پژوهش، پس از انجام چهار گام قبل و محاسبه ماتریس درجه امکان‌پذیری حالت‌های دوتایی ممکن، حداقل درجه امکان‌پذیری برای هر مؤلفه و وزن نهایی آن مشخص گردید. سپس بر اساس میزان درجه امکان‌پذیری و وزن نهایی برای هر مؤلفه، رتبه نهایی هر کدام از مؤلفه‌ها یا شاخص‌های رفتاری مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی در اداره کل شیلات استان مازندران مشخص شد. در واقع این یافته‌ها حاکی از آن بوده که از نظر خبرگان اداره کل شیلات استان مازندران، ترتیب اولویت شاخص‌های رفتاری مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی، به صورت ذیل است:

۱. سبک‌های رهبری (B<sub>2</sub>)، فرهنگ سازمانی (B<sub>1</sub>)، ۳. روحیه تیمی (B<sub>6</sub>)، آموزش کارآفرینی ۴. (B<sub>4</sub>)،
۵. ارتباطات سازمانی (B<sub>3</sub>)، و ۶. ریسک‌پذیری (B<sub>5</sub>).

جدول ۵- وزن نهایی و رتبه هر شاخص.

رتبه نهایی	وزن نهایی	حداقل درجه امکان‌پذیری	متغیرهای تحقیق	ردیف
۲	۰,۲۹۶	۰,۸۶۵	فرهنگ سازمانی	۱
۱	۰,۳۴۲	۱	سبک‌های رهبری	۲
۵	۰,۰۶۳	۰,۱۸۵	ارتباطات سازمانی	۳
۴	۰,۱۱۲	۰,۳۲۶	آموزش کارآفرینی	۴
۶	۰,۰۱۸	۰,۰۵۵	ریسک‌پذیری	۵
۳	۰,۱۶۵	۰,۴۸۳	روحیه تیمی	۶

گام ششم و نهایی: محاسبه سازگاری ماتریس‌های مقایسات زوجی: گاگوس و بوچر (۱۹۹۷)، روش برای محاسبه‌ی درجه ناسازگاری ماتریس‌های مقایسات زوجی فازی ارائه نموده‌اند (گاگوس و بوچر، ۱۹۹۷). در این روش به‌منظور بررسی ناسازگاری، لازم است از ماتریس مقایسه زوجی جمع

نظرات خبرگان ( $\tilde{A} n \times n$ ) دو ماتریس مجزا تشکیل شود:  $A^m$  و  $A^g$ . باید اشاره کرد، که مقدار به‌دست آمده شاخص ناسازگاری برای ماتریس‌های مقایسات زوجی فازی  $A^m$  و  $A^g$  کمتر از ۰/۱۰ بوده است، که در واقع این مقادیر نشان‌دهنده میزان ناسازگاری قابل قبول برای پژوهش بود.

### بحث

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل رفتاری (محتوایی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی در اداره کل شیلات استان مازندران بود. در واقع در این پژوهش، برای شناسایی و رتبه‌بندی عوامل رفتاری (محتوایی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی از روش دلفی فازی و فرایند تحلیل سلسله مراتب گروهی - فازی استفاده شد.

نتایج حاصل از آزمون برای پاسخ به سوال اول تحقیق مبنی بر تشخیص عوامل رفتاری (محتوایی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی در اداره کل شیلات استان مازندران نشان داد، براساس نظرات کارشناسان و خبرگان که از بین ۱۳ شاخص در نظر گرفته برای تأیید به روش دلفی فازی؛ تنها شش شاخص با توجه به اصل ۳۰ تا ۷۰ به‌عنوان عوامل رفتاری (محتوایی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی تعیین شدند: ۱. فرهنگ سازمانی؛ ۲. سبک‌های رهبری؛ ۳. ارتباطات سازمانی؛ ۴. آموزش کارآفرینی؛ ۵. ریسک‌پذیری؛ و ۶. روحیه تیمی.

هم‌چنین نتایج حاصل از آزمون برای پاسخ به سوال دوم تحقیق مبنی بر رتبه‌بندی عوامل رفتاری (محتوایی) مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی در اداره کل شیلات استان مازندران نشان داد که در این پژوهش از شش شاخص مورد تأیید خبرگان؛ اولویت مؤلفه‌ها و رتبه‌بندی آن به‌ترتیب شامل: ۱. سبک‌های رهبری؛ ۲. فرهنگ سازمانی؛ ۳. روحیه تیمی؛ ۴. آموزش کارآفرینی؛ ۵. ارتباطات سازمانی، و ۶. ریسک‌پذیری، بوده است. در واقع همان‌گونه که ملاحظه می‌گردد، مؤلفه سبک‌های رهبری در اداره کل شیلات استان مازندران، از نظر خبرگان بیشترین تأثیر را بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی داشته، هم‌چنین مؤلفه ریسک‌پذیری از نظر خبرگان کم‌ترین رتبه و تأثیر را بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی به خود اختصاص داده است.

در مورد مقایسه یافته‌های این پژوهش با سایر یافته محققان، باید اشاره کرد که این پژوهش با استفاده از بیشتر مؤلفه‌های رفتاری (مدل‌های رفتاری) مؤثر ارایه شده بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی اشاره شده، سعی بر توسعه این مدل‌ها داشته است، در واقع همان‌گونه که ملاحظه می‌گردد،

مؤلفه سبک رهبری در اداره کل شیلات استان مازندران، از نظر خبرگان بیشترین تأثیر را بر فرآیند کارآفرینی و نوآوری داشته، همچنین مؤلفه ریسک‌پذیری از نظر خبرگان کم‌ترین رتبه و تأثیر را بر فرآیند کارآفرینی و نوآوری به خود اختصاص داده است. از یافته‌های دیگر تحقیقات همراستا باید اشاره کرد که رجبی و دهقان (۲۰۱۳)، در یافته‌های خود بیان داشتند که ویژگی‌های مدیران، با وزن (۹۹،۳) مهم‌ترین عامل رفتاری و سبک رهبری با وزن (۱۳،۱) کمترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. دهقان و همکاران (۲۰۱۲)، که شش شاخص را برای عوامل رفتاری معرفی نمود، بعد از تحلیل اطلاعات، عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری را به ترتیب: ویژگی‌های مدیران (۰،۶۸)، انگیزش کارکنان (۰،۶۷)، فرهنگ سازمانی (۰،۵۸)، آموزش کارکنان (۰،۵۵)، سبک‌رهبری (۰،۵۲)، و ویژگی کارکنان (۰،۵۱) معرفی کردند. سرابی و همکاران (۲۰۱۲)، با تأکید عوامل رفتاری دریافتند که فرهنگ سازمانی دارای بیشترین میانگین تأثیرگذاری بر کارآفرینی و نوآوری است و آینده‌نگری نیز کمترین میانگین تأثیرگذاری بر کارآفرینی و نوآوری را کسب کردند. پس می‌توان گفت که این تحقیق همسو با این تحقیقات گامی در جهت شناخت بهتر عوامل رفتاری (محتوائی) مؤثر بر توسعه نوآوری و کارآفرینی سازمانی برداشته است.

مرور مطالعات و تحقیقات مرتبط با موضوع پژوهش در منابع علمی و پژوهشی مؤید این امر است که تاکنون پژوهشی کاملی در خصوص این پژوهش انجام نشده است، هرچند تحقیقاتی تقریباً مشابه و گاهاً به صورت غیر طولی یافت می‌شود. از طرفی این پژوهش می‌تواند با رتبه‌بندی شاخص‌های مورد مطالعه کاربردهای را نیز برای سازمان‌ها داشته باشد، یعنی این که نتایج این پژوهش می‌تواند؛ نقش، اهمیت و رتبه شاخص‌های رفتاری مؤثر بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی را برای مدیران سازمان مورد مطالعه آشکار سازد، تا در برنامه‌ریزی‌های کلان خود برای سازمان، این عوامل را مورد توجه قرار دهند. حال با توجه به یافته‌ها و اهمیت این شاخص‌های رفتاری بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی سازمانی، موارد ذیل به عنوان پیشنهادات مدیریتی و راه‌کارهای توسعه نوآوری و کارآفرینی سازمانی در سازمان مورد مطالعه ارائه می‌گردد:

۱. سبک رهبری: نتایج نشان داد که بیشترین تأثیر را از میان مؤلفه‌های رفتاری، سبک‌های رهبری بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی دارد، در واقع سبک‌های رهبری روش برخورد مدیران با کارکنان را در سازمان نشان می‌دهد. مدیران باید با استفاده از اصولی چون: مشارکت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری

خلاق؛ تشویق به ارائه پیشنهادات جدید؛ دادن اختیارات بیشتر در تصمیمات سازمانی گام بزرگی را در جهت توسعه فرایند نوآوری و کارآفرینی بردارند.

۲. فرهنگ سازمانی: مدیران سازمان باید فضایی را محیا کنند تا فرهنگ کارآفرینانه در آن نهادینه‌سازی شود، یعنی شرایطی به‌وجود آید که موجب پرهیز از یکنواختی و اعمال قوانین و استانداردهای کاری محدود کننده در سازمان گردد تا از این طریق فضای لازم برای ایده‌پردازی، خلاقیت و نوآور بودن اعضا، تقویت روحیه خودکنترلی در افراد، انعطاف‌پذیری و دادن استقلال عمل کافی به کارکنان در حیطه مسئولیت‌ها و وظایف کاری آن‌ها، به‌وجود آید.

۳. روحیه تیمی: نظر به این‌که هر تغییر و خلاقیتی در سازمان نیازمند فراهم نمودن بستر لازم و همکاری و مشارکت بخش‌ها، مدیران و کارکنان سازمان است، بنابراین در این حیطه مدیران سازمان باید علاوه بر داشتن روحیه و فرهنگ کارآفرینی و اعتقاد به تغییر مستمر، زمینه‌های لازم را نیز برای ایجاد روحیه گروهی و تیمی در سازمان فراهم نمایند.

۴. آموزش نوآوری کارآفرینی در سازمان: به‌طور کلی آموزش وسیله‌ای برای شناسایی مسائل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه و سازمان‌ها و پی بردن به راه‌های مناسب برای آن‌هاست. به مدیران سازمان پیشنهاد می‌شود تا با استفاده از اصول ذیل در جهت توسعه نوآوری و کارآفرینی سازمانی گام بردارند، مواردی همچون: تدوین جزوات آموزشی مناسب در زمینه کارآفرینی سازمانی برای کلیه کارکنان و ایجاد زمینه ابراز عقاید و تبادل افکار و ایده‌های جدید و تمهید لازم در جهت عملی ساختن آن از طرف مسئولین سازمان به‌منظور نمایان ساختن و محک زدن مدل‌های ذهنی برای کارآفرینان سازمانی؛ ارائه آموزش‌های الکترونیکی کارآفرینی از طریق فضای مجازی به کارکنان این امکان را می‌دهد که فارغ از موضوعات امکانات فضا و مکان فیزیکی، برای یادگیری فعالیت کنند و به دریافت این آموزش‌ها اقدام کنند.

۵. ارتباطات سازمانی: سازمان‌ها به‌دلیل داشتن فضائی پویا، باید برای تعاملات میان کارکنان و مدیران خود اهمیت زیادی قائل شوند، به‌گونه‌ای سیستم‌های ارتباطی را رگ‌های حیاتی سازمان می‌خوانند. به مدیران پیشنهاد می‌شود تا با تقویت گروه‌های غیررسمی و اهمیت دادن به آن؛ افزایش سرعت تبادل اطلاعات میان کارکنان و مدیران؛ عدم تأکید بر ارتباطات کتبی بر تعاملات سازمانی، گامی بزرگ در جهت توسعه نوآوری و خلاقیت کارکنان سازمان بردارند.

۶. ریسک‌پذیری: در سازمان‌های غیر خلاق فرایند ریسک‌گریزی مشاهده می‌گردد. در واقع ریسک‌گریزی به گرایش کارکنان و مدیران سازمان در تحمل یا عدم تحمل شکست اشاره دارد. علاقه‌مندی کارکنان و مدیریت ارشد به تحمل ریسک به نوبه خود، نوآوری و پاسخ‌گویی سازمان را ترغیب و تسهیل می‌کند. علاقه مدیریت عالی در تحمل ریسک‌ها و پذیرش شکست موقتی، سایر کارکنان را برمی‌انگیزاند تا با ارائه تفکرات و محصولات جدید، پاسخ‌گوی فوری نیازهای متنوع و متغیر سازمان و مشتریان باشند. همین‌طور، ریسک‌گریزی مدیریت یا تمایل به تحمل ریسک، نقش حیاتی در پرورش دادن یا اجتناب از گرایش به کارآفرینی ایفا می‌کند. تحمل ریسک یکی از ابعاد اصلی گرایش به کارآفرینی است. مدیران سازمان با رعایت مسائل مورد اشاره می‌توانند به‌خوبی فرهنگ نوآوری و کارآفرینی را در سازمان نهادینه و اجرایی کنند.

### نتیجه‌گیری

در پایان باید اشاره کرد عواملی که در این پژوهش به‌عنوان عوامل رفتاری مؤثر بر فرایند نوآوری و کارآفرینی سازمانی شناسایی، معرفی و اولویت‌بندی شدند، در واقع نظرات خبرگان و مدیران اداره کل شیلات استان مازندران بوده است. از میان ۱۳ متغیر معرفی شده براساس ادبیات و نظر خبرگان، شش متغیر: فرهنگ سازمانی؛ سبک‌های رهبری؛ ارتباطات سازمانی؛ آموزش کارآفرینی؛ ریسک‌پذیری؛ و روحیه تیمی، انتخاب و براساس نظر خبرگان به‌ترتیب متغیرهای: سبک‌های رهبری؛ فرهنگ سازمانی؛ روحیه تیمی؛ آموزش کارآفرینی؛ ارتباطات سازمانی و ریسک‌پذیری، رتبه‌بندی شدند. براین اساس، در این سازمان می‌توان با مد نظر قرار دادن این عوامل، گامی مهم در جهت توسعه کارآفرینی و نوآوری سازمانی در سازمان مذکور برداشت. در ادامه با توجه به اهمیت موضوع مواردی را به‌عنوان پیشنهاداتی برای انجام تحقیقات آتی ارائه می‌گردد:

- ✓ استفاده از مدل این تحقیق با توجه به جامع بودن آن در سازمان‌های دولتی دیگر و مورد آزمون قرار دادن.
- ✓ برشمردن و آزمون عوامل مؤثر دیگر بر فرایند نوآوری و کارآفرینی سازمانی.
- ✓ ارائه مدلی جدید جهت تبیین آسیب‌ها یا موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان حاضر یا دیگر سازمان‌ها.

### سپاس‌گذاری

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند تا از همکاری و مساعدت ریاست و مدیران اداره کل شیلات استان مازندران، و بخصوص متخصصین امر، که با تکمیل پرسشنامه‌های تحقیق، اطلاعات ارزنده خود را در جهت پیشرفت و انجام این پژوهش در اختیار محققان قرار دادند، کمال تشکر و قدردانی را ابراز نمایند.

### منابع

1. Antončič, B., and Zorn, O. 2004. The Mediating Role of Corporate Entrepreneurship in the Organizational Support-Performance Relationship: An Empirical Examination. *Managing Global Transitions*. 2(1): 5-14.
2. Antončič, B., and Hisrich, R.D. 2001. Entrepreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*. 16: 495-527.
3. Analoui, F., Moghimi, S.M., and Khanifar, H. 2009. Public sector managers and entrepreneurship in Islamic Republic of Iran. *Journal of Management Development*. 28(6): 522-532.
4. Ana, M., Zulima, F-R., and Elena, V. 2010. Exploring corporate entrepreneurship in privatized firms. *Journal of World Business*. 45: 2-8.
5. Asgharpour, M.J. 2008. Multi Criteria Decision Making. Sixth edition: Tehran University Press.
6. Ahmadi, F., Nasiriani, K., and Abazari, P. 2008. The Delphi technique: a research tool. *Journal of Medical Education*. 8(1): 185-175.
7. Amirkabiri, A., and Moahmoudian, O. 2007. The effects of organizational factors on the potential outcomes of entrepreneurship within the organization: research in Categories of information and communications technology industry. *Knowledge Management*. 79: 127-144.
8. Adeli, A. 2013. Evaluation and interpretation of policies of five-year developmental plans and Iran fisheries outlook. *Fisheries Science and Technology*. 2(3): 57-74.
9. Bhardwaj, B.R., and Sushil, M.K. 2005. Corporate Entrepreneurship: Application of Moderator Method. *Singapore Management Review*. 29(13): 47-58.
10. Chang D.Y. 1996. Applications of the extent analysis method on fuzzy AHP. *European journal of operational research*. 95: 649-655.
11. Dehghan, R., Talebi, K., and Arabioun, A. 2012. Organizational Entrepreneurship And Innovation At Medical Sciences Universities of Iran. *Health Pyavrd*. 6: 22-33.



12. Gogus, O., and Boucher, T.O. 1997. A consistency test for rational weights in multi-criterion decision analysis with fuzzy pairwise comparisons. *Fuzzy Sets and Systems*. 86(2): 129–138.
13. Hsu, Y.L., Lee, C.H., and Kreng, V.B. 2010. The application of Fuzzy Delphi Method and Fuzzy AHP in lubricant regenerative technology selection. *Expert Systems with Applications*. 37(1): 419–425.
14. Karimi, A., Rezaei, R., Ahmadpour, M., and Ansari, M. 2013. The Impact of Corporate Culture on Entrepreneurial Trends (Case Study: Agricultural and Natural Resources Campus of Tehran University). *Journal of Entrepreneurial Development*. 6(3): 163–182.
15. Laarhoven, P.M., and Pedrycz, W. 1983. A Fuzzy Extension of Saaty's Priority Theory. *Journal of Fuzzy Sets and Systems*. 11(1): 229–241.
16. Lee, S.H. 2010. Using fuzzy AHP to develop intellectual capital evaluation model for assessing their performance contribution in a university. *Expert systems with Application*. 37: 4941–4947.
17. Moghimi, S.M. 2007. Corporate Entrepreneurship: Obstacles and Alternatives The Case of Industrial Corporations in Iran. *Journal of Entrepreneurship Research*. 87–119.
18. Nasr, A., Amiri, Z., and Farokhi, M. 2013. The Effect of Internal Marketing on the Organizational Innovation with the Mediating Role of Staff Self-Efficacy 2. (Emersan Company as a Case Study. *Journal of Entrepreneurial Development*. 6(3): 45–27.
19. Nunnally, J.C. 1978. *Psychometric theory*. McGraw-Hill, New York.
20. Pinchot, G. 1985. *Intrapreneuring*. New York: Harper and Row Publishers.
21. Rajabi, M., and Dehghan, R. 2014. A Case Study on the Organizational Entrepreneurship Behavioral Barriers at Two Health Insurance Organizations. *Health Inf Manage*. 10(7): 912–920.
22. Sarabi, A., Abdouvi, M., and Forotani, Z. 2012. Identify the factors influencing entrepreneurial behavior in the Iranian government. *Journal of Organizational Behavior*. 2(1): 86-108.
23. Srivastava, N., and Agrawal, A. 2010. Factors supporting corporate entrepreneurship: An exploratory study. *The Journal of Business Perspective*. 14: 163–171.
24. Salarianzadeh, M.H., Sadr, F., Vaez Mahdavi, M.R., and Maher, A. 2012. Factors Affecting Organizational Entrepreneurship in Governmental Health Organizations of Iran. *Health Information Management*. 8(8): 1199–1212.
25. Sun, C.C. 2010. A performance evaluation model by integrating fuzzy AHP and fuzzy TOPSIS methods. *Expert systems with Application*. 37: 7745–7754.
26. Yang, T., Hsieh, C.H. 2009. Six-sigma project selection using national quality award criteria and Delphi fuzzy multiple criteria decision-making method. *Expert systems with Application*. 36: 7594–7603.

27. Zhang, Z., Difang, M., and Ming, J. 2008. Do high-performance human resource practices help corporate entrepreneurship? The mediating role of organizational citizenship behavior. *Journal of High Technology Management Research*. 128–138.