

ارائه الگوی مفهومی و ترسیم نقشه استراتژیک سازمان کارآفرین با کاربرد رویکردهای تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی (FMCDM)

علی سمایی^۱، مجید اشرفی^{۲*}، روح‌الله سمیعی^۳، سامره شجاعی^۴

^۱ دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
^۲ استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران (عهده‌دار مکاتبات)
^۳ استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
^۴ استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
تاریخ دریافت: اردیبهشت ماه ۱۳۹۸، اصلاحیه: مرداد ماه ۱۳۹۸، پذیرش: شهریور ماه ۱۳۹۸

چکیده

امروزه سازمان‌ها همواره با محیطی پویا و متلاطم، همراه با تغییرات روزانه و گاهی لحظه‌ای مواجه می‌باشند. این سازمان‌ها برای ادامه حیات خود در این محیط، نیازمند همراهی کارکنان و مرتفع ساختن نیازهای خود در بستر سازمانی هستند. در این میان کارآفرینی سازمانی می‌تواند یکی از عناصر کلیدی جهت افزایش توان رقابت‌پذیری سازمان‌ها و کسب مزیت رقابتی‌شان باشد. از این‌رو، هدف این پژوهش ارائه الگوی مفهومی و ترسیم نقشه استراتژیک سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران است. مطالعه حاضر یک پژوهش توصیفی-تحلیلی می‌باشد که در سه مرحله وابسته به هم صورت گرفت. در گام اول مهم‌ترین معیارها و ویژگی‌های سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش دلفی فازی شناسایی و غربالگری شد. در مرحله دوم روابط میان معیارهای شناسایی شده با استفاده از روش دیمتل فازی سنجیده و در مرحله آخر نیز، ویژگی‌های سازمان کارآفرین براساس روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری سطح‌بندی شدند. جامعه آماری تحقیق را خبرگان و مدیران سازمان گمرک استان تهران تشکیل می‌دهند، که ۲۸ نفر از آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که از میان معیارهای مورد بررسی، ۱۷ معیار مورد تأیید خبرگان قرار گرفت، هم‌چنین براساس آزمون دیمتل فازی مشخص شد که هشت متغیر نقش علی و نه متغیر نیز نقش معلولی دارند. از طرفی نیز رهیافت مدل‌سازی ساختاری تفسیری نشان داد که متغیرها در شش سطح طبقه‌بندی شدند، که در این بین متغیر منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ...) در گمرک جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان عوامل زیربنایی و دارای قدرت نفوذ بیشتری می‌باشد. می‌توان دریافت سازمان‌های امروزی برای تبدیل شدن به سازمانی برتر، ناچارند که از تمامی ظرفیت‌های خود استفاده نمایند و به‌نظر می‌رسد این مسأله تنها در سایه تدوین الگوهای کارآفرینی بومی امکان‌پذیر باشد. بنابراین به مدیران سازمانی پیشنهاد می‌گردد تا در جهت تدوین مدل‌های کارآفرینی مختص به خود بسیار کوشا باشند.

واژه‌های اصلی: سازمان کارآفرین، نقشه استراتژیک، گمرک جمهوری اسلامی ایران، الگوی مفهومی

۱- مقدمه

فعالیت‌هایی تعریف می‌شود که سازمان‌ها برای ارتقاء ریسک‌پذیری، نوآوری در محصولات و پاسخ فعالانه به نیروهای محیطی انجام می‌دهند [۶].

همان‌گونه که بیان گردید، امروزه نظام‌های مختلف اجتماعی و سازمانی با چالش‌ها پیچیده و فزاینده‌ای روبرو هستند. تغییرات با سرعت زیادی روی می‌دهند، افراد ارتباطات جدیدی با یکدیگر برقرار می‌کنند و شکل‌های متفاوتی از رقابت در حال پیدایش است. از طرفی کارآفرینی قابلیت‌ای است که می‌تواند نظام‌های امروزی را در این برهه حساس نجات داده و بقای آن را تضمین کند. اهمیت کارآفرینان نیز به خاطر ارزشی است که به اشکال گوناگون توسط آن‌ها ایجاد می‌شود [۱۳]. در واقع کارآفرینی منجر می‌شود تا ایده‌های ابراز شده به‌تصویر کشیده

در دنیای امروز تغییر و تحولات مستمر و پرشتاب، افزایش پیچیدگی-ها، فناوری‌های پیشرفته و ... عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری و زندگی سازمانی را رقم می‌زنند. بدین ترتیب، لازمه سازگاری و همراهی با این تحولات گسترده و پاسخ‌گویی به نیازهای در حال تغییر و روزافزون محیطی؛ بکارگیری راهکارها و استراتژی‌های مناسب، قدرت و توان هر سازمان را به خوبی نمایان می‌سازد [۲۵]. در واقع امروزه با توجه به افزایش رقابت میان سازمان‌ها و تغییرات فزاینده در محیط فعالیت‌شان، آن‌ها ناگزیر به نوآوری دائم در راستای تحقق اهداف‌شان هستند. لازم به یادآوری است که عنصر کلیدی برای افزایش توان رقابتی‌پذیری و کسب مزیت رقابتی، کارآفرینی می‌باشد که به‌عنوان

*mjd_ashrafi@aliabadiu.ac.ir

روابط استراتژیک میان متغیرها و سطح‌بندی ساختاری میان آن‌ها نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. در ادامه مقاله، پیشینه‌ی نظری و تجربی پژوهش ارائه می‌گردد. سپس، مدل پژوهش ارائه می‌شود، و مورد آزمون قرار می‌گیرد. در نهایت، بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه می‌شود.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی: هزاره جدید دیگر در مقابل فشارهای ناشی از مهارت‌ها، قابلیت‌ها و تکنولوژی‌های رقیب؛ به سازمان‌ها اجازه نخواهد داد، خود را به شکل سنتی برای مقابله با این تهدیدات آماده و اداره شوند. به عبارتی این عوامل روزبه‌روز حیات سازمان را با خطرات جدی مواجه می‌سازند که یافتن راهکارها و استراتژی‌های مناسب مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران را به خود اختصاص داده است. راهکاری که بتوان در سایه آن با عرضه کالای جدید، یافتن منابع گوناگون، ایجاد بازاری جدید و ... به آشوب‌ها و ناآرامی‌های محیطی واکنش نشان داده و تلاش نماید تا یک موقعیت استراتژیک قوی برای خود ایجاد نماید [۳۱].

کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی و صنعتی- سازمانی کشورهای جهان قرار گرفته است و بسیاری از زمینه‌ها و علائق تحقیقاتی را به خود اختصاص داده است. بررسی تاریخ ادبیات کارآفرینی مؤید آن است که این واژه اولین بار در تئوری‌های اقتصادی و توسط اقتصاددانان ایجاد و سپس وارد مکاتب و تئوری‌های سایر رشته‌های علوم گردیده است. کارآفرینی به‌عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است و در مرکز رقابت بین‌المللی، شرکت‌های کارآفرینانه هستند که لبه تیز رقابتی آن‌ها معطوف به انعطاف سازمانی و استراتژی تغییر مستمر در فرآیندها، محصولات و طرح‌ها است [۱۶، ۲۷].

کارآفرینی، خلاقیت، کسب و کارهای خطرپذیر به‌عنوان سوخت موتور اقتصاد مدرن در نظر گرفته شده‌اند. کارآفرینان، همواره نقش مهمی در پیشرفت جوامع داشته‌اند. آن‌ها در رأس کسب و کارها قرار گرفته، در جستجوی فرصت‌ها بوده و خلاقیت نیز ابزاری برای موفقیت آن‌ها تلقی می‌شود. کارآفرینان تغییر را یک پدیده معمولی می‌دانند، همیشه در جستجوی آن هستند، به آن واکنش نشان داده و از آن به عنوان یک فرصت استفاده می‌کنند [۲۰]. واژه کارآفرینی از کلمه‌ای فرانسوی به معنای متعهد شدن گرفته شده است، طبق تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کند. در واقع کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها. استیونس، کارآفرینی را فرآیند خلق ارزش، همراه با منابعی منحصر به فرد به‌منظور بهره‌برداری از یک فرصت می‌داند [۱۴].

سازمان کارآفرین (کارآفرینی سازمانی): کارآفرینی به‌عنوان یک فرآیند چند جانبه محسوب می‌شود که در سازمان‌های متفاوت و مکان‌های مختلف کاربرد دارد که نباید صرفاً از دیدگاه انتفاعی به آن

شود و با پوشش مناسب، آن‌ها را به کالا و یا خدمات تبدیل کرده و روانه بازار نمود. این رویکرد دارای انواع مختلفی هم‌چون؛ کارآفرینی مستقل و آزاد، کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی دولتی، کارآفرینی درون سازمانی و ... می‌باشد [۲۶] بنابراین، استفاده موثر و کارآمد از منابع و هم‌چنین شکار بهتر فرصت‌ها، می‌طلبد سازمان‌ها به سمت کارآفرینی سوق داده شوند و خود را برای مقابله با تهاجمات خصمانه محیط آماده سازند. براین اساس، یک سازمان کارآفرین به‌عنوان سازمانی در نظر گرفته می‌شود که مبادرت به فعالیت‌های نوآورانه نموده تا بتواند قابلیت‌ها و توانمندی‌های متمایزی بدست آورد. کارآفرینی در سازمان بر توانایی آن در یادگیری از طریق جستجوی دانش‌های جدید و بهره‌گیری از دانش موجود می‌افزاید [۴].

توسعه یک سازمان مدرن و نوین که در آن بستری برای رشد و پرورش کارآفرینی فراهم باشد، عامل مهمی در جهت توسعه خواهد بود، به طوری که محققان کارآفرینان درون سازمان را به‌عنوان پل ارتباطی و موجبات دسترسی سریع سازمان به توسعه پایدار تعبیر می‌کنند. بنابراین اگر قرار است اقتصادی موفق داشته باشیم نیاز به سازمان‌های موفق در محیط‌های رقابتی داریم و این امر مستلزم داشتن نیروی انسانی پرتوان و خود اتکا است. پرسنلی که دارای روحیه خلاق و کارآفرین باشد. چرا که آنان دارای ایده و فکر جدیدی هستند و همیشه در حال خلق روش‌های نوین کار می‌باشند. در نتیجه کارآفرینی، خلاقیت، نوآوری و کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز سوخت اقتصاد را فراهم می‌کنند. یعنی در هر سازمان اگر بستر کارآفرینی فراهم آید، اشتغال-زایی ایجاد می‌شود و عامل تولید ثروت، نوآوری برای سازمان و انتقال فناوری خواهد شد [۵].

ازطرفی نیز امروزه در جوامع مختلف، کشورها به دنبال افزایش کارآئی اقتصادی، و بهبود وضعیت گمرکی در تأمین منابع و توسعه بازار کالاهای خود هستند و برای این منظور، ساختار، قوانین و مقررات متعددی را تدوین می‌کنند. وظیفه‌ی گمرک اجرای قوانین گمرکی، وصول حقوق، عوارض ورودی، صدور و هم‌چنین واردات، ترانزیت و صادرات کالا است، و به‌عنوان مرزبان اقتصادی کشور نقش محوری و هماهنگ‌کننده را در مبادی ورودی و خروجی کشور دارد، که دارای هدف‌ها، مقاصد، نیات، نگرش‌ها، عواطف و احساسات، و ارزش‌های مختلفی هستند که از روند اجرای سیاست‌های کشور و توانمندی و خلاقیت نیروی کار خود تحت تأثیر قرار می‌گیرند. از طرفی، این سازمان با استفاده از سازوکارهای سازمانی و فنی می‌کوشد تا نوآوری‌ها، خلاقیت‌ها و رویکردهای مطلوبی را در این مسیر توسعه دهند، یکی از مهم‌ترین موضوعات که در این سازمان اخیراً مورد توجه زیادی قرار گرفته است، موضوع کارآفرینی در فعالیت‌های گمرکی و کارآفرین نمودن گمرک است.

براین اساس، هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر توسعه سطح کارآفرینی در گمرک جمهوری اسلامی ایران است. بنابراین، این پژوهش الگویی را برای تعیین عوامل موثر بر ایجاد سازمان کارآفرین توسط کارکنان و مدیران گمرک ارائه و توسعه می‌دهد. علاوه بر این،

کارآفرینی سازمانی، استراتژی‌های متعددی وجود دارد که سازمان‌ها در عمل، ترکیبی از این استراتژی‌ها را انتخاب و اجرا می‌نمایند [۱۵]: ۱. قرار دادن نوآوری جزء وظایف سازمانی و تعیین جایگاه ساختاری برای آن، ۲. استفاده از تیم‌های تخصصی برای کشف فرصت‌ها، ۳. ترویج فرهنگ و ارزش‌های کارآفرینی سازمانی، و ۴. خرید یک سازمان کارآفرین دیگر.

کارآفرینی سازمانی و ظهور عناصر و کارکنان کارآفرین در یک سازمان گرچه نقطه قوت مهمی برای توسعه سازمانی محسوب می‌شود، ولی این واقعیت را نباید از نظر دور داشت که اولاً شناسایی و تربیت این قبیل کارکنان برای سازمان هزینه‌هایی را در بردارد، زیرا تبدیل استعداد کارآفرینانه به یک کارآفرین آماده به کار و عمل‌گرا مستلزم طی دوره‌های آموزشی تخصصی و هزینه‌بر است و ثانیاً چنانچه کارآفرینان در سازمان خاص وجود داشته یا شناسایی و تربیت شوند، ولی در مقابل سازمان واجد ظرفیت‌های لازم برای به‌کارگیری آن‌ها نباشد، در آن صورت این نقطه قوت یا فرصت خود به یک نقطه ضعف یا تهدید برای سازمان تبدیل می‌شود، زیرا افراد کارآفرین که انگیزه پیشرفت و استقلال‌طلبی در حد بالایی دارند، در صورت وجود محدودیت و انعطاف ناپذیری سازمانی، به‌زودی انگیزه کار و خدمت را از دست داده و چه بسا سازمان را ترک کنند و بدین ترتیب سازمان با یک خلاء مهلک از حیث نیروی انسانی آموزش دیده و کارآمد مواجه شود. افراد بسیاری که سازمان‌ها را رها کرده و خود سازمان جدیدی تأسیس می‌کنند، نمایانگر آنند که اکثر سازمان‌ها قادر نیستند، محیطی را برای کارآفرینی خلق کنند. البته برخی افراد فقط برای تأسیس یک سازمان جدید سازمان خود را ترک می‌کنند و شرایط محیط داخلی سازمان اهمیت چندانی برایشان ندارد. اما بسیاری از افراد، در صورت وجود حمایت مناسب در سازمان می‌مانند [۳].

در سازمان‌های کارآفرین به دلیل مأموریت و ماهیتی که دارند، فرهنگ نوآوری و خلق ایده‌های جدید در تمامی بخش‌های سازمان با هدف دستیابی به توسعه پایدار، رونق اقتصادی و رقابت‌پذیری مورد توجه قرار می‌گیرد. این بدان معنی است که تمامی اعضای سازمان فرصت‌های محیطی را تشخیص و با ارزیابی مناسب و صحیح از آنها استفاده می‌کنند [۱۹]. محققان سازمان کارآفرین را سازمانی می‌دانند که از فرصت‌های جدید به‌نحو مطلوبی استفاده می‌کنند و مسئولیت تغییرات موثر و خلق نوآوری را بر عهده می‌گیرند [۲۸]. به بیانی دیگر سازمان کارآفرین باید فرصت‌ها را بدون در نظر گرفتن منابع موجود و تحت کنترل، پیگیری نماید. این‌گونه سازمان‌ها نوآور، مهاجم، ریسک‌پذیر و بی‌باک هستند که برای ایجاد نوآوری و خلق کالا و خدمات جدید اهمیت خاصی قائل هستند [۲۳].

در مطالعات انجام شده در بستر سازمان کارآفرین، محققان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی را این‌گونه برشمرد [۳۴]:

- حمایت مدیریت: اگر مدیران عالی سازمان طوری رفتار کنند که مشوق رفتار کارآفرینی باشد و این مدیر علاوه بر حمایت، خود الگو رفتار کارآفرینی باشد، رفتار کارآفرینی در

نگاه کرد. امروزه واژه کارآفرینی، بیشتر در بخش خصوصی به کار برده می‌شود، در حالی که کارآفرینی سازمانی به‌عنوان یک فرایندی تعریف می‌شود که در آن افراد در داخل سازمان به دنبال فرصت‌هایی هستند که مستقل از منابع آن سازمان است یا در آن کارکنان برای انجام کارهای جدید با هم‌دیگر تعامل دارند [۳۳]. کارآفرینی سازمانی به‌عنوان فعالیت‌های کارآفرینی در یک سازمان در حال فعالیت، و نیز به‌عنوان فعالیت‌های کارآفرینی در قالب محصول، فرایند، و نوآوری‌های سازمانی تعریف شده است. کارآفرینی سازمانی نه تنها به ایجاد سرمایه‌گذاری‌های تجاری جدید اشاره دارد، بلکه به سایر فعالیت‌ها و جهت‌گیری‌های نوآورانه از قبیل توسعه محصولات، خدمات، فن‌آوری‌ها، فنون اجرایی و اداری، استراتژی‌ها و تفکرات و گرایش‌های رقابتی جدید نیز اشاره می‌کند [۱۷]. به‌طور کلی سازمان کارآفرین به‌معنای کارآفرینی در درون سازمان موجود است. در واقع سازمان کارآفرین یا کارآفرینی سازمانی نوعی کارآفرینی است که در سازمان‌ها و توسط واحدها و اعضای سازمان برای توسعه کسب و کار سازمان انجام می‌شود. علت رواج سازمان کارآفرین را می‌توان در نیاز سازمان‌ها به هماهنگی با تغییرات محیط اجتماعی و اقتصادی دانست. که این مفهوم شامل نیت‌ها و رفتارهای یک سازمان جهت عزم از یک شرایط سنتی به‌حالتی بهتر می‌شود [۱۸].

کارآفرین‌سازمانی به‌فردی اطلاق می‌شود که در سازمان‌ها فعالیت‌های خاص می‌کنند. لازم است که دو حقیقت مهم درباره کارآفرینی در سازمان‌ها مورد اشاره قرار گیرد. نخست آن‌که فرایند مورد توجه یک کارآفرین سازمانی با فرایند مورد توجه کارآفرینان مستقل تفاوت دارند. درست است که مفهوم کارآفرینی در سازمان‌ها گسترده است اما یک کارآفرین مستقل در بازارهای اقتصادی، گسترده‌تر و انعطاف‌پذیرتر فعالیت می‌کند. این تفاوت برای هر نوع شیوه کارآفرینی مزایا و مضرات خاصی را به دنبال دارد. کارآفرینی سازمانی در سازمان‌هایی رخ می‌دهد که مانع کارآفرینی می‌شود. به عبارت دیگر بسیاری از سازمان‌ها در ایجاد محیطی برای کارآفرینی، ناتوان هستند. کارآفرینان مجبوراند، تا موفقیت را در میان افرادی بیابند که حاضر نیستند به آن‌ها کمک کنند. بنابراین کارآفرینان سازمانی، افرادی هستند که اغلب در فعالیت‌های کارآفرینی بدون حمایت سازمان‌شان درگیر هستند [۱].

کارآفرینی سازمانی را می‌توان به‌عنوان گستره‌ای تعریف کرد که در آن محصولات و یا بازارهای جدید توسعه می‌یابند و بر همین مبنا، سازمانی را کارآفرین می‌پندارند که بیش از دیگر سازمان‌ها به ایجاد محصولات و یا بازارهای جدید مشغول است. در کارآفرینی سازمانی با به‌کارگیری ظرفیت‌های نوآوری در سازمان، نیل به عملکرد بالاتر امکان‌پذیر می‌گردد. این امر با عرضه محصول جدید، معرفی روش جدید تولید، تشخیص بازارهای جدید، پیدا کردن منابع جدید، بهبود و توسعه کارکردهای محصول موجود و بهبود سازمان و مدیریت امکان‌پذیر می‌شود. برای ایجاد اثربخشی در فعالیت‌های کارآفرینی در سازمان، مدیران باید برنامه‌ریزی، هدایت، تخصیص منابع، اجرای ایده‌های نو، ارزیابی عملکرد و بهبود مداوم را در دستورکار خود قرار دهند. برای ترغیب

سازمان ترویج می‌یابد.

- استقلال کاری/ اختیار کاری: اگر کارکنان در نحوه انجام فعالیت آزادی عمل داشته باشند. احتمال نوآوری در آن‌ها بالا می‌رود، در صورتی که واحدهای سازمانی در تصمیم‌گیری‌ها و اداره امور داخلی مستقل و پاسخگوی عملکرد خود باشند، به رفتار کارآفرینانه روی می‌آورند.
- پاداش/ تقویت: یک نظام مؤثر پاداش که محرک خوبی برای فعالیت‌های کارآفرینانه است باید اهداف، بازخوردها، تاکید بر مسئولیت فردی و انگیزش‌های مبتنی بر پیامدها را هدف قرار دهد. اگر کارکنان بدانند که در نتایج کار خود سهیم هستند و نتایج مثبت پاداش مثبت دارند، رفتار کارآفرینانه در آن‌ها ترغیب می‌شود.
- زمان در دسترس: زمان در دسترس یا دسترسی زمانی به معنی داشتن زمان کافی برای کار بر روی پروژه‌های کارآفرینانه مورد نیاز است.
- مرزهای سازمانی: ساختار سازمانی باید سازوکارهای اداری را برای ارزیابی انتخاب و اجرای نظرها پیش ببرد. مرزهای سازمانی مانعی اصلی برای مدیران میانی در فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی هستند.

گیب معتقد است که برای تبدیل شدن به یک سازمان کارآفرین باید مکانیزم‌ها و رفتارهای ذیل در سازمان‌ها به اجرا درآیند که عبارتند از: ۱. ایجاد و تقویت حس قوی مالکیت فردی؛ ۲. تقویت احساس آزادی و استقلال (کنترل فردی)؛ ۳. بیشینه‌سازی فرصت‌ها برای مدیریت کل-گرا؛ ۴. تحمل ابهام؛ ۵. توسعه مسئولیت برای مشاهده آغاز تا انتهای کارها؛ ۶. جستجو برای تعهدسازی؛ ۷. تشویق و ترغیب ساخت شبکه-های ذی‌نفع منحصر به فرد مناسب؛ ۸. گره زدن پاداش‌ها به اعتبار مشتریان و ذی‌نفعان؛ ۹. روا دانستن اشتباهات در جهت حمایت از یادگیری؛ ۱۰. حمایت یادگیری از سوی ذی‌نفعان؛ ۱۱. تسهیل روش-های یادگیری سرمایه‌گذاری (مبادرت به کارهای بزرگ)؛ ۱۲. اجتناب اکید از نظام‌های حدودگذاری و کنترل سلسله مراتبی؛ ۱۳. روا دانستن هم‌پوشانی مدیریت به عنوان اساسی برای یادگیری و اعتماد؛ ۱۴ تشویق و ترغیب تفکر استراتژیک، و ۱۵. تشویق و ترغیب تماس‌های فردی به‌عنوان اساسی برای تعهدسازی [۲۱، ۲۲].

۲-۲- پیشینه تجربی پژوهش

تاکنون مطالعات متعددی در حوزه کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی انجام پذیرفته است، البته در این تحقیقات به متغیرهای محدود و روابط محدودی اشاره شده است، در این مجال به نتایج برخی از تحقیقات مرتبط در این حوزه پرداخته می‌شود.

صمدی‌میارکلانی و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی را با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در شیلات استان مازندران به انجام رساندند. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان و خبرگان اداره کل شیلات استان مازندران در مسائل مدیریتی و کارآفرینی بود. محققان

پس از مطالعه ادبیات تحقیق، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی شناسایی و در سه بُعد (عوامل رفتاری، عوامل ساختاری و عوامل محیطی) سازماندهی کردند. نتایج نشان داد عوامل اصلی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: عوامل رفتاری، عوامل ساختاری و عوامل محیطی بودند. محققان اشاره داشتند که کارآفرینی سازمانی از مفاهیم بسیار مهمی است که اهمیت و مزایای آن در سال‌های اخیر برای شمار زیادی از سازمان‌ها، شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری در زیر بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و شیلاتی کاملاً محسوس بوده است و توجه به آن می‌تواند بسیاری از منافع اقتصادی و اجتماعی را برای سازمان‌ها به‌بار آورد [۶].

پیران‌نژاد و افخمی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: پژوهشگاه صنعت نفت ایران)، و به روش تحقیق کمی و از نوع همبستگی با پیمایش در ۲۰۵ نفر از کارکنان رسمی پژوهشگاه صنعت نفت ایران، دریافتند که به‌جز متغیرهای مشاغل تخصصی، چندگانگی اهداف و نفوذ سیاسی، همه متغیرهای مورد بررسی دیگر در تحقیق بر متغیر کارآفرینی در بخش دولتی تأثیرگذارند و سه متغیر مخاطره‌پذیری، نوآوری و پیشروبودن رابطه مثبت و معنادار با عملکرد سازمان‌های دولتی دارند [۲].

علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی به روش توصیفی-همبستگی پرداختند. جامعه آماری تحقیق شامل از کارشناسان ترویج کشاورزی بود. نتایج حاصل از آزمون‌های تحقیق نشان داد که وضعیت عوامل سازمانی مرتبط با توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج پایین تر از حد متعادل است و به عبارت دیگر به لحاظ معیارهای کارآفرینی در سطح مطلوبی قرار ندارند. یافته‌های حاصل از تحلیل همبستگی نشان داد که بین متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی و متغیرهای مرتبط با عوامل سازمانی رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد، هم‌چنین نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره نیز نشان داد که چهار متغیر سبک رهبری، راهبرد سازمانی، نظام کنترل سازمانی و فرهنگ سازمانی به ترتیب دارای بیشترین نقش در پیش‌بینی متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی هستند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که عوامل سازمانی مناسب نقش زیادی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج دارند [۱۰].

عطائی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با هدف بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در هیئت مدیره‌های سازمان نظام پرستاری ایران و با قرار دادن هیئت مدیره‌های سازمان نظام پرستاری ۳۰ استان کشور به‌عنوان جامعه آماری، دریافتند که بین شش عامل سازمانی (ساختار سازمانی، استراتژی سازمانی، سیستم تحقیق و توسعه، سبک رهبری، ویژگی‌های کارکنان، و فرهنگ سازمانی) با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. هم‌چنین نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه گام به گام نشان داد که علیرغم معنی‌دار بودن رابطه ساختار سازمانی، سیستم تحقیق و توسعه، و ویژگی‌های کارکنان، فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی این معیارها جزء عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی

مدل سازی ساختاری تفسیری برای ارائه الگوی مفهومی و ترسیم نقشه استراتژیک سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران می-باشد. براین اساس، چند کار اساسی باید صورت پذیرد. ابتدا شناسایی و انتخاب معیارهای اثرگذار بر توسعه سازمان کارآفرین، بررسی و تعیین روابط علی میان متغیرها و آنگاه سطح بندی معیارهای کلیدی مؤثر بر سازمان کارآفرین.

براساس آنچه بیان شد و هدف تحقیق، در این پژوهش ابتدا با استفاده از تحلیل محتوای مقالات، معیارهای مهم توسعه سازمان کارآفرین مورد شناسایی قرار گرفتند، سپس معیارهای مورد شناسایی در کنار معیارهای ارائه شده توسط خبرگان در خلال مصاحبه های اختصاصی، به صورت پرسشنامه دلفی فازی مورد بررسی قرار گرفت، تا معیارهای اصلی یا کلیدی توسط خبرگان پژوهش پالایش گردد، سپس پرسشنامه نهایی مقیاس ت زوجی جهت انجام سایر تحلیل ها آماده شد.

جامعه آماری پژوهش را خبرگان و مدیران سازمان گمرک استان تهران تشکیل می دهند که بر اساس روش نمونه گیری هدفمند ۲۸ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شده اند. از معیارهای اصلی انتخاب این خبرگان می توان به داشتن تجربه کاری بیش از پنج سال در سازمان، قرار داشتن در پست های مدیریتی، داشتن تحصیلات در ارتباط با مدیریت، منابع انسانی و رفتار سازمانی، و در نهایت ابراز علاقه مندی-شان به در اختیار قرار دادن این اطلاعات نام برد.

دلفی فازی: روش دلفی فازی از ترکیب روش دلفی سنتی و نظریه مجموعه فازی حاصل گردید. استفاده از روش دلفی فازی برای تصمیمات گروهی می تواند منجر به درک مشترک از نظرات کارشناسان و خبرگان شود. در این مطالعه ابتدا از روش دلفی فازی برای غربالگری عوامل متناوب استفاده می شود، در واقع فازی بودن درک مشترک از کارشناسان، می تواند با استفاده از تئوری فازی مسائل را حل، و در مقیاس انعطاف پذیرتر ارزیابی و تحلیل کند [۷].

فرض بر این است که ارزش ارزیابی معیار j از نگاه خبره شماره i از میان n خبره $\tilde{W}_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$ است که مقدار j برابر با $j = 1, 2, \dots, m$ و i برابر با $i = 1, 2, \dots, n$ است. بدین ترتیب ارزش فازی معیار j از رابطه شماره یک محاسبه می شود که برابر $\tilde{W}_j = (a_j, b_j, c_j)$ است:

$$a_j = \text{Min}\{a_{ij}\} \quad (1)$$

$$b_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_{ij} \quad (2)$$

$$c_j = \text{Max}\{c_{ij}\} \quad (3)$$

با استفاده از روش دی فازی، وزن فازی هر یک از عناصر جایگزین مشخص می شود. هم چنین برای دی فازی سازی از رابطه زیر استفاده می کنیم.

$$S_j = \frac{(a_j) + 4(b_j) + (c_j)}{6} \quad (4)$$

نیستند و فقط سبک رهبری و استراتژی سازمانی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی هستند [۱۱].

آرلند و وب (۲۰۰۷) تحقیقی را با عنوان کارآفرینی اسراتژیک: ایجاد مزیت رقابتی از طریق جریان نوآوری، به انجام رساندند. محققان کارآفرینی اسراتژیک را به عنوان وسیله ای که از طریق آن شرکت ها به طور همزمان به بهره برداری از مزایای رقابتی فعلی خود، که همراه با کاوش برای فرصت های آینده است، معرفی نمودند. آن ها مکانیزم های عملیاتی توسعه داخلی، اتحادهای اسراتژیک، ترکیب و ادغام، مکانیسم های ساختاری تمرکز قدرت، روش های استاندارد/ فرایندهای رسمی، مکانیزم های فرهنگی، اولویت اهداف کوتاه مدت، و تعهد به تمرکز را از مولفه ها و معیارهای کارآفرینی اسراتژیک خواندند [۲۴].

موروز و هیندله (۲۰۱۲) در مقاله ای با موضوع کارآفرینی به عنوان یک فرایند: به منظور هماهنگ کردن دیدگاه های چندگانه، به بررسی مدل-های کارآفرینی پرداختند. محققان بیان داشتند که مدل های کارآفرینی بیشتر بر دو نوع عمومیت دارند. پژوهشگران تحقیق مدلی را بیان کردند که در آن متغیرهای فردی، متغیرهای محیطی، متغیرهای سازمانی، و متغیرهای فرآیندی به عنوان عوامل اصلی کارآفرینی سازمانی شناخته می شوند [۲۹].

شپرز و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی با محوریت پرورش توانمندی کارآفرینی سازمانی، به بررسی این موضوع بین ۳۱۵ سازمان در آفریقای جنوبی پرداختند. نتایج آزمون مدل معادلات ساختاری حاکی از برازش مدل تحقیق داشت، هم چنین نتایج نشان داد که از بین متغیرهای مورد بررسی در تحقیق، متغیرهای حمایت مدیران از کارکنان، اختیار و آزادی عمل کارکنان، میزان سطح پاداش ها و تشویقات سازمانی به صورت معنی داری بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های مورد مطالعه مؤثر است [۳۲].

۲-۳- سوالات پژوهش

باتوجه به ادبیات و پیشینه ی تجربی پژوهش، پژوهش حاضر درصدد ارائه الگوی مفهومی و ترسیم نقشه استراتژیک سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران است. براین اساس، سوالات پژوهش به صورت زیر تبیین می گردند:

- معیارهای سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران کدامند؟
- روابط علی میان معیارهای (نقشه استراتژیک) سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟
- سطح بندی معیارهای سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟

۳- روش شناسی پژوهش

روش بکارگیری شده در تحقیق حاضر براساس هدف کاربردی است و براساس نحوه گردآوری داده ها توصیفی- تحلیلی است. در این پژوهش، هدف کاربرد رویکردهای DELPHI فازی، DEMATEL فازی و

این ماتریس، ماتریس اولیه روابط فازی نامیده می‌شود که در آن $\tilde{z}_{ij} = (l'_{ij}, m'_{ij}, u'_{ij})$ اعداد فازی مثلثی می‌باشند و \tilde{z}_{ij} به عنوان یک عدد فازی مثلثی $(0,0,0)$ مورد نظر قرار می‌گیرد.

سپس با نرمال‌سازی ماتریس اولیه روابط مستقیم فازی، ماتریس روابط مستقیم فازی نرمال شده (\tilde{X}) بدست می‌آید:

$$\tilde{X} = \begin{bmatrix} 0 & \tilde{X}_{12} & \dots & \tilde{X}_{1n} \\ \tilde{X}_{21} & 0 & \dots & \tilde{X}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{X}_{n1} & \tilde{X}_{n2} & \dots & 0 \end{bmatrix}, \tilde{X}_{ij} = \frac{\tilde{z}_{ij}}{r} \quad (8)$$

$$= \left(\frac{l'_{ij}}{r}, \frac{m'_{ij}}{r}, \frac{u'_{ij}}{r} \right)$$

$$= (l''_{ij}, m''_{ij}, u''_{ij})$$

که در آن r به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$r = \max_{1 \leq i \leq n} \left(\sum_{j=1}^n u_{ij} \right) \quad (9)$$

پس از محاسبه ماتریس‌های بالا، ماتریس روابط کلی فازی (\tilde{T}) بدست می‌آید. این ماتریس به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$\tilde{T} = \lim_{k \rightarrow +\infty} (\tilde{X}^1 \oplus \tilde{X}^2 \oplus \dots \oplus \tilde{X}^k) \quad (10)$$

$$\tilde{T} = \begin{bmatrix} 0 & \tilde{t}_{12} & \dots & \tilde{t}_{1n} \\ \tilde{t}_{21} & 0 & \dots & \tilde{t}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{t}_{n1} & \tilde{t}_{n2} & \dots & 0 \end{bmatrix}, \quad (11)$$

که هر درایه آن عدد فازی به صورت $\tilde{t}_{ij} = (l^t_{ij}, m^t_{ij}, u^t_{ij})$ است و به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$[l^t_{ij}] = X_l \times (I - X_l)^{-1} \quad (12)$$

$$[m^t_{ij}] = X_m \times (I - X_m)^{-1} \quad (13)$$

$$[u^t_{ij}] = X_u \times (I - X_u)^{-1} \quad (14)$$

در گام بعدی اعداد فازی به دست آمده از مرحله قبلی را طبق فرمول زیر دی‌فازی می‌کنیم.

$$P(a_{ij}) = \frac{l_{ij} + 4m_{ij} + u_{ij}}{6} \quad (15)$$

گام بعدی به دست آوردن مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس T است. مجموع سطرها و ستون‌ها با توجه به فرمول‌های زیر به دست می‌آوریم.

$$D = (D_i)_{n \times 1} = \left[\sum_{j=1}^n T_{ij} \right]_{n \times 1} \quad (16)$$

$$R = (R_i)_{1 \times n} = \left[\sum_{i=1}^n T_{ij} \right]_{1 \times n} \quad (17)$$

پس از به دست آوردن مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس T ، ترتیب جمع سطر و ستون ماتریس‌های T می‌باشند. همان‌گونه که بیان

در دلفی فازی، در نهایت عوامل مناسب از نظر خبرگان را می‌توان از میان معیارهای متعدد ارائه شده، با تنظیم آستانه قابل نمایش آشکار کرد:

اگر $S_j \geq 7$ باشد؛ آن عامل مناسب تشخیص داده می‌شود.

اگر $S_j < 7$ باشد؛ آن عامل مناسب تشخیص داده نمی‌شود و از عوامل حذف می‌شود.

دیمتل فازی: در تکنیک دیمتل به‌عنوان توسعه یک مدل تصمیم‌گیری کامل، ما به دنبال درک این‌که آیا عوامل یا زیرعوامل با یکدیگر تعامل دارند یا مستقل‌اند، هستیم. ما با استفاده از روش دیمتل به تجزیه و تحلیل ساختار جزئی از هر معیار، و همچنین به دنبال تعیین جهت و شدت رابطه مستقیم و غیرمستقیم که بین اجزا وجود دارد هستیم. در واقع روش دیمتل برای اولین بار توسط مؤسسه باتل میموریال ژنو در میان سال‌های ۱۹۷۲ تا ۱۹۷۶ برای تحقق و حل مشکل‌های پیچیده مورد استفاده و کاربرد قرار گرفت [۸]. از طرفی نیز استفاده از منطق فازی در کارکردن با مسائلی که از مشخصه‌هایشان ابهام و عدم دقت می‌باشد، ضروری است. از این رو نیاز به توسعه روش دیمتل با استفاده از منطق فازی بمنظور تصمیم‌گیری بهتر در محیط فازی احساس می‌شود. با توجه به این‌که در استفاده از روش دیمتل از نظر خبرگان استفاده می‌شود و این نظر اغلب غیرشفاف و به صورت توصیفات زبانی مطرح می‌شوند. برای یکپارچه نمودن و از حالت مبهم درآوردن آن‌ها، بهتر است که واژگان زبانی خبرگان را به عدد فازی درآوریم. گام‌های مورد استفاده برای دیمتل فازی در تحقیق حاضر، بصورت زیر ارائه می‌شود [۳۰]:

برای تعیین روابط میان عوامل $C = \{C_i | i=1,2,\dots,n\}$ تعدادی خبره به اندازه P نفر بایستی مورد پرسش قرار بگیرند و در خصوص روابط زوجی میان معیارها یا عوامل اظهارات زبانی شان را مطرح کنند. سپس، P ماتریس فازی، $\tilde{Z}^{(1)}, \tilde{Z}^{(2)}, \dots, \tilde{Z}^{(P)}$ تولید می‌شوند:

$$\tilde{Z}^{(k)} = \begin{bmatrix} 0 & \tilde{z}_{12}^{(k)} & \dots & \tilde{z}_{1n}^{(k)} \\ \tilde{z}_{21}^{(k)} & 0 & \dots & \tilde{z}_{2n}^{(k)} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{z}_{n1}^{(k)} & \tilde{z}_{n2}^{(k)} & \dots & 0 \end{bmatrix} = k=1,2,\dots,P \quad (5)$$

در مرحله بعدی میانگین نظرات خبرگان را بطور با استفاده از رابطه زیر بدست می‌آوریم.

$$\tilde{z} = \frac{(\tilde{x}^1 \oplus \tilde{x}^2 \oplus \tilde{x}^3 \oplus \dots \oplus \tilde{x}^p)}{p} \quad (6)$$

و سپس ماتریس تجمیع نظرات افراد بصورت فازی بدست می‌آید:

$$\tilde{Z} = \begin{bmatrix} 0 & \tilde{Z}_{12} & \dots & \tilde{Z}_{1n} \\ \tilde{Z}_{21} & 0 & \dots & \tilde{Z}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{Z}_{n1} & \tilde{Z}_{n2} & \dots & 0 \end{bmatrix} \quad (7)$$

روابط مستقیم فازی، و ماتریس روابط مستقیم نرمال فازی محاسبه شده است. این مقادیر به علت حجم زیاد در متن مقاله گنجانده نشده است، ولی مقادیر محاسبه ماتریس روابط کل (T) در جدول زیر قابل مشاهده است. در واقع محاسبه ماتریس روابط کل (T)، مقدار دی‌فازی سه عدد حدبالا، حد میانه و حد پایین اعداد فازی محاسبه شده است (حروف اختصاری در جدول زیر، متغیرهای تحقیق هستند که به دلیل حجم جدول، به صورت اختصار در جدول زیر لحاظ شد و در جداول قبلی به آن اشاره شده است). خانه‌های هایلایت شده در جدول ذیل به معنی مجموعه روابط میان متغیرهایی است که روابط داخلی آن‌ها از لحاظ علی مورد تأیید قرار گرفته است. در واقع ارزش آستانه در این تحقیق مقدار $0/227$ است. پس می‌توان گفت که هر کدام از درایه‌ها در ماتریس T بیشتر از مقدار $0/227$ باشد، به معنای تأثیرگذاری آن معیار بر معیار دیگر است.

پس از به دست آوردن مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس T ، $(d_i - r_i)$ و $(d_i + r_i)$ محاسبه می‌شوند. که در آن d_i و r_i به ترتیب جمع سطر و ستون ماتریس‌های T می‌باشند. همان‌گونه که بیان شد در نهایت دودسته اعداد باقی می‌مانند: $(d_i + r_i)$ که نشان‌دهنده اهمیت معیارها و $(d_i - r_i)$ نشان‌دهنده آن است که معیارها از نوع علی و یا وابسته‌اند.

شد در نهایت دودسته اعداد باقی می‌مانند: $(d_i + r_i)$ که نشان‌دهنده اهمیت معیارها و $(d_i - r_i)$ نشان‌دهنده آن است که معیارها از نوع علی و یا وابسته‌اند. در ادامه نیز شکل علی روابط میان متغیرها رسم می‌شود و در آن متغیرهای اثرگذار و اثرپذیر مشخص می‌گردد. محققان معتقدند برای تعیین نقشه روابط شبکه باید ارزش آستانه پذیرش محاسبه شود. در واقع برای محاسبه مقدار آستانه روابط، کافی است تا میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود.

مدل‌سازی ساختاری تفسیری: مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) روشی است که به وسیله آن اعضای یک گروه می‌توانند پیچیدگی‌های سیستمی بین عناصر را غلبه کنند. مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) یک مدل تفسیری است، زیرا این قضاوت گروه است که تعیین می‌کند که میان کدام عوامل ارتباط وجود دارد و این رابطه چگونه است. به این صورت که تصمیمات بر اساس قضاوت‌های گروهی گرفته می‌شود و سؤال محوری در این وجود رابطه میان عناصر سیستم است، و در صورت مثبت بودن پاسخ، ارتباط آن‌ها چگونه است [۹]. طراحی مدل ساختاری تفسیری روشی برای بررسی اثر هر یک از متغیرها بر روی متغیرهای دیگر است. مدل ساختار تفسیری می‌تواند برای تجزیه و تحلیل ارتباط بین ویژگی‌های چند متغیر که برای یک مساله تعریف شده‌اند، استفاده شود. متدولوژی ISM دارای محدودیت‌های کمی است و شناسایی ارتباط بین متغیرها معمولاً به اطلاعات و آشنایی تصمیم‌گیرنده با شرکت مورد مطالعه بستگی دارد، بنابراین قضاوت‌های افراد برای متغیرهای می‌تواند روی نتیجه نهایی تأثیر گذار باشد [۱۲].

۴- تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

نتایج آزمون دلفی فازی: بررسی نظرات کارشناسان و خبرگان در این مطالعه حاکی از آن بوده که از بین ۴۸ معیار در نظر گرفته برای عوامل سازمان کارآفرین؛ ۱۷ معیار با توجه به عدد آستانه لحاظ شده یعنی ۷ به عنوان معیارهای اساسی توسعه سازمان کارآفرین تعیین شدند، این معیارهای بدین شرح می‌باشند که در جدول ذیل نیز قابل مشاهده است: شکل و فرم سازمان (ساختار سازمانی)، منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ...)، نحوه اداره سازمان، رفتار سازمانی، تکنولوژی اطلاعات، مدیریت فرآیندهای کسب و کار، استقرار نظام‌های هوشمندساز، تجاری‌سازی فناوری، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناختی، شایستگی‌های اساسی، وظایف مدیریتی، ویژگی‌های رفتار کاری، ایجاد مخزن‌های داده‌ای، اطلاعاتی و خردی سازمان، بسترسازی ارتباط‌های مجازی درون سازمانی برای اشتراک دانش، جذب فناوری، و شبکه‌سازی برون سازمانی برای اشتراک دانش.

نتایج آزمون دیمتل فازی: در مورد یافته‌های تحلیلی تحقیق حاضر نیز باید اشاره کرد، پس از طی مراحل چندگانه تکنیک دیمتل فازی براساس داده‌های حاصل از پرسشنامه مقایسات زوجی و تحلیل نظرات ۲۸ خبره منتخب در سازمان گمرک استان تهران، نتایج حاصله در غالب جداول و شکل نمایش داده شده است. در واقع ابتدا ماتریس اولیه

جدول (۱): عوامل مورد تأیید خیرگان برای سازمان کارآفرین

ردیف	معیار مورد بررسی پذیرش شده	اختصار	S_j	a_j	b_j	c_j
۱	شکل و فرم سازمان (ساختار سازمانی)	(A1)	۷/۷۶	۳	۸/۴۰	۱۰
۲	منابع سرمایه‌های (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ..)	(A2)	۷/۳۰	۳	۷/۷۰	۱۰
۳	نحوه اداره سازمان	(A3)	۷/۰۳	۳	۷/۳۰	۱۰
۴	رفتار سازمانی	(A4)	۷/۳۶	۳	۷/۸۰	۱۰
۵	تکنولوژی اطلاعات	(A5)	۷/۳۶	۳	۷/۸۰	۱۰
۶	مدیریت فرآیندهای کاری	(A6)	۷/۳۰۰	۳	۷/۷۰	۱۰
۷	استقرار نظام‌های هوشمندساز	(A7)	۷/۷۶	۳	۸/۴۰	۱۰
۸	تجاری‌سازی فناوری	(A8)	۶/۷۰	۱	۷/۳۰	۱۰
۹	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	(A9)	۷/۱۶	۳	۷/۵۰	۱۰
۱۰	ویژگی‌های روانشناختی	(A10)	۸/۲۳	۵	۸/۶۰	۱۰
۱۱	شایستگی‌های اساسی	(A11)	۷/۳۰	۱	۷/۷۷	۱۰
۱۲	وظایف مدیریتی	(A12)	۷/۴۳	۱	۸/۴۰	۱۰
۱۳	ویژگی‌های رفتار کاری	(A13)	۷/۱۶	۳	۷/۵۰	۱۰
۱۴	ایجاد مخزن‌های داده‌ای، اطلاعاتی و خریدی سازمان	(A14)	۸/۱۶	۵	۸/۵۰	۱۰
۱۵	بسترسازی ارتباط‌های مجازی درون سازمانی برای اشتراک دانش	(A15)	۷/۱۰	۱	۷/۹۰	۱۰
۱۶	جذب فناوری	(A16)	۸/۷۰	۵	۹/۳۰	۱۰
۱۷	شبکه‌سازی برون سازمانی برای اشتراک دانش	(A17)	۷/۶۳	۳	۸/۲۰	۱۰

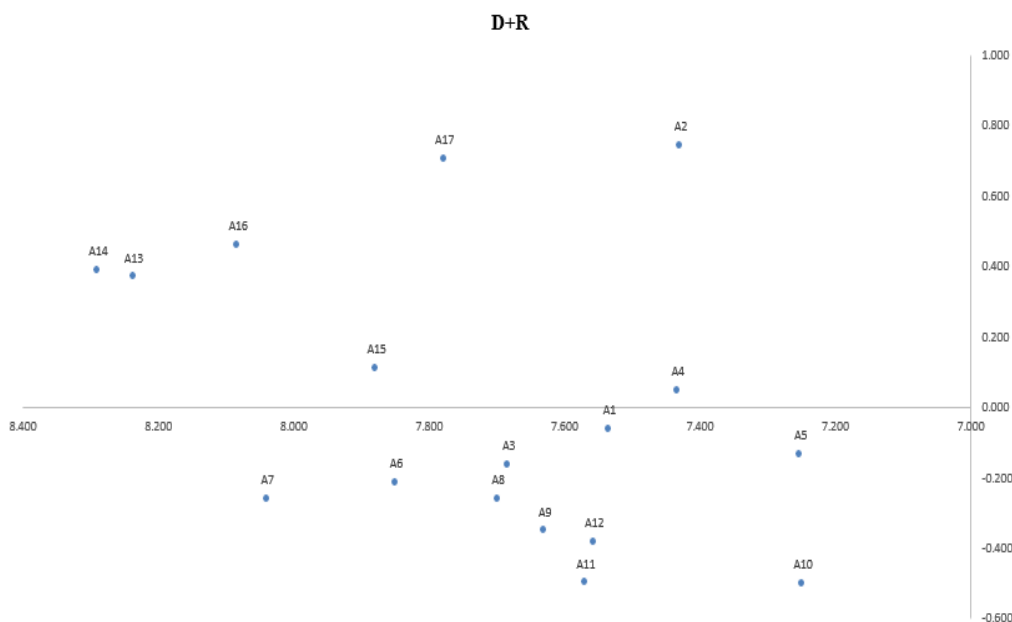
جدول (۲): ماتریس روابط کل (T) دی‌فازی میان متغیرها

*	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷
(A1)	۰,۱۸۱۸	۰,۲۰۱۶	۰,۲۲۸۷	۰,۲۲۹۵	۰,۲۰۳۳	۰,۲۳۳۷	۰,۲۳۸۷	۰,۲۱۵۹	۰,۲۴۲۵	۰,۲۳۷۷	۰,۲۳۲۴	۰,۲۱۵۴	۰,۲۲۸۵	۰,۲۱۰۰	۰,۲۲۶۱	۰,۲۰۸۷	۰,۱۹۶۶
(A2)	۰,۲۲۴۱	۰,۱۷۴۷	۰,۲۴۵۶	۰,۲۱۷۹	۰,۲۱۸۰	۰,۲۵۰۰	۰,۲۶۷۶	۰,۲۴۷۶	۰,۲۶۰۰	۰,۲۴۲۲	۰,۲۳۵۶	۰,۲۴۶۷	۰,۲۵۶۴	۰,۲۵۸۳	۰,۲۵۳۸	۰,۲۵۰۲	۰,۲۳۷۴
(A3)	۰,۲۰۱۲	۰,۱۸۹۰	۰,۱۹۰۰	۰,۲۰۴۲	۰,۲۰۵۱	۰,۲۳۵۳	۰,۲۵۲۳	۰,۲۳۲۹	۰,۲۳۲۷	۰,۲۱۳۰	۰,۲۳۴۸	۰,۲۴۴۰	۰,۲۳۰۳	۰,۲۳۱۳	۰,۲۲۷۴	۰,۲۲۴۱	۰,۲۱۲۴
(A4)	۰,۲۲۴۴	۰,۱۷۸۲	۰,۲۰۵۱	۰,۱۷۷۷	۰,۲۳۰۹	۰,۲۳۴۲	۰,۲۴۰۶	۰,۲۳۱۴	۰,۲۱۶۴	۰,۲۱۲۳	۰,۲۱۹۱	۰,۲۳۸۶	۰,۲۲۹۶	۰,۲۱۶۸	۰,۲۳۸۵	۰,۲۳۴۷	۰,۲۱۴۴
(A5)	۰,۲۰۶۵	۰,۱۷۲۲	۰,۲۰۰۱	۰,۲۱۲۷	۰,۱۷۰۶	۰,۲۲۶۳	۰,۲۳۴۴	۰,۲۲۷۲	۰,۲۰۲۹	۰,۲۰۸۲	۰,۲۲۵۰	۰,۲۲۲۶	۰,۲۲۳۹	۰,۲۱۱۵	۰,۲۱۸۵	۰,۲۱۵۷	۰,۱۸۰۱
(A6)	۰,۲۲۷۶	۰,۱۹۶۱	۰,۲۳۶۶	۰,۲۱۲۱	۰,۲۲۲۲	۰,۱۹۷۹	۰,۲۴۳۸	۰,۲۳۹۶	۰,۲۳۹۶	۰,۲۳۴۶	۰,۲۴۱۹	۰,۲۲۴۵	۰,۲۲۵۵	۰,۲۲۶۵	۰,۲۲۲۸	۰,۲۱۹۷	۰,۲۰۷۳
(A7)	۰,۲۳۱۰	۰,۲۰۱۶	۰,۲۴۰۲	۰,۲۱۵۱	۰,۲۱۵۴	۰,۲۴۶۲	۰,۲۰۶۵	۰,۲۴۵۸	۰,۲۴۳۵	۰,۲۲۶۷	۰,۲۴۵۳	۰,۲۴۲۰	۰,۲۲۹۴	۰,۲۴۰۳	۰,۲۲۶۴	۰,۲۲۲۸	۰,۲۱۰۵
(A8)	۰,۲۱۳۱	۰,۲۰۲۶	۰,۲۳۲۲	۰,۲۰۷۴	۰,۱۹۹۵	۰,۲۳۶۷	۰,۲۳۹۰	۰,۱۹۰۳	۰,۲۳۱۵	۰,۲۱۶۰	۰,۲۳۷۱	۰,۲۲۰۲	۰,۲۲۳۴	۰,۲۳۲۶	۰,۲۱۴۵	۰,۲۲۳۲	۰,۱۹۹۹
(A9)	۰,۲۰۹۳	۰,۱۷۵۱	۰,۲۲۷۸	۰,۲۰۷۳	۰,۲۰۲۵	۰,۲۲۱۹	۰,۲۳۶۹	۰,۲۲۶۹	۰,۱۸۵۷	۰,۲۲۱۷	۰,۲۴۱۰	۰,۲۱۵۹	۰,۲۱۶۴	۰,۲۲۵۶	۰,۲۱۴۱	۰,۲۱۱۰	۰,۱۹۹۵
(A10)	۰,۱۹۷۱	۰,۱۸۰۳	۰,۲۱۲۷	۰,۱۹۰۲	۰,۱۸۸۰	۰,۲۱۷۰	۰,۲۱۳۹	۰,۱۹۰۴	۰,۱۹۹۹	۰,۱۶۹۰	۰,۲۰۱۲	۰,۲۰۳۶	۰,۲۰۴۲	۰,۲۱۵۵	۰,۱۹۸۳	۰,۲۰۷۰	۰,۱۸۴۷
(A11)	۰,۲۱۴۹	۰,۱۸۶۹	۰,۲۰۹۸	۰,۲۰۳۴	۰,۲۱۵۳	۰,۲۱۷۱	۰,۲۱۷۷	۰,۲۱۵۷	۰,۲۱۲۸	۰,۲۰۳۰	۰,۱۸۲۹	۰,۲۱۱۱	۰,۲۱۲۲	۰,۲۲۰۵	۰,۲۱۰۰	۰,۲۰۶۶	۰,۱۹۵۱
(A12)	۰,۲۱۶۷	۰,۱۸۸۷	۰,۲۲۲۵	۰,۱۹۷۳	۰,۲۱۱۶	۰,۲۱۹۲	۰,۲۳۲۰	۰,۲۰۹۴	۰,۲۱۶۲	۰,۲۱۹۷	۰,۲۱۱۵	۰,۱۸۲۷	۰,۲۳۴۵	۰,۲۰۸۵	۰,۲۱۹۴	۰,۲۰۴۷	۰,۱۹۲۷
(A13)	۰,۲۵۳۰	۰,۲۲۴۷	۰,۲۵۹۳	۰,۲۵۴۸	۰,۲۴۷۳	۰,۲۶۱۳	۰,۲۷۱۰	۰,۲۶۱۹	۰,۲۶۱۹	۰,۲۵۶۲	۰,۲۷۲۲	۰,۲۶۹۴	۰,۲۱۴۶	۰,۲۶۸۱	۰,۲۳۸۷	۰,۲۶۱۳	۰,۲۲۷۴
(A14)	۰,۲۵۶۶	۰,۲۳۸۵	۰,۲۶۱۶	۰,۲۴۸۳	۰,۲۴۸۵	۰,۲۶۷۴	۰,۲۷۳۳	۰,۲۷۲۰	۰,۲۷۲۲	۰,۲۵۸۳	۰,۲۶۶۱	۰,۲۶۲۸	۰,۲۴۴۴	۰,۲۱۷۵	۰,۲۶۷۰	۰,۲۵۰۸	۰,۲۳۷۰
(A15)	۰,۲۳۹۸	۰,۲۱۳۸	۰,۲۴۲۲	۰,۲۳۰۳	۰,۲۳۰۴	۰,۲۴۷۵	۰,۲۵۲۹	۰,۲۴۴۱	۰,۲۴۴۳	۰,۲۳۹۰	۰,۲۴۶۱	۰,۲۴۳۳	۰,۲۴۵۹	۰,۲۴۶۷	۰,۱۹۸۴	۰,۲۲۱۵	۰,۲۰۸۳
(A16)	۰,۲۵۷۷	۰,۲۱۰۰	۰,۲۵۵۱	۰,۲۴۲۵	۰,۲۴۲۸	۰,۲۶۰۵	۰,۲۶۶۱	۰,۲۶۱۱	۰,۲۶۱۲	۰,۲۵۵۹	۰,۲۷۱۸	۰,۲۶۸۳	۰,۲۵۸۹	۰,۲۵۹۵	۰,۲۵۵۹	۰,۲۰۷۰	۰,۲۴۲۱
(A17)	۰,۲۵۰۵	۰,۲۰۸۳	۰,۲۵۳۲	۰,۲۴۰۵	۰,۲۴۰۶	۰,۲۵۸۶	۰,۲۶۴۰	۰,۲۶۷۰	۰,۲۶۷۲	۰,۲۶۱۸	۰,۲۶۹۹	۰,۲۵۸۱	۰,۲۵۶۶	۰,۲۵۷۷	۰,۲۵۳۷	۰,۲۴۲۲	۰,۱۹۱۳

جدول (۳): ترتیب نفوذ و تحت نفوذ قرار گرفتن متغیرها

معیارهای مورد بررسی	اختصار	D_i	R_i	$(D_i - R_i)$	$(D_i + R_i)$
شکل و فرم سازمان (ساختار سازمانی)	(A1)	۳,۷۳۶	۳,۷۹۸	-۰,۰۶۲	۷,۵۳۴
منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ..)	(A2)	۴,۰۸۶	۳,۳۴۳	۰,۷۴۴	۷,۴۲۹
نحوه اداره سازمان	(A3)	۳,۷۶۰	۳,۹۲۳	-۰,۱۶۳	۷,۶۸۳
رفتار سازمانی	(A4)	۳,۷۴۱	۳,۶۹۲	۰,۰۴۹	۷,۴۳۳
تکنولوژی اطلاعات	(A5)	۳,۵۵۹	۳,۶۹۲	-۰,۱۳۳	۷,۲۵۱
مدیریت فرآیندهای کاری	(A6)	۳,۸۱۸	۴,۰۳۱	-۰,۲۱۳	۷,۸۴۹
استقرار نظام‌های هوشمندساز	(A7)	۳,۸۸۹	۴,۱۵۱	-۰,۲۶۲	۸,۰۳۹
تجاری‌سازی فناوری	(A8)	۳,۷۱۹	۳,۹۷۹	-۰,۲۶۰	۷,۶۹۸
ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	(A9)	۳,۶۳۹	۳,۹۹۱	-۰,۳۵۲	۷,۶۲۹
ویژگی‌های روانشناختی	(A10)	۳,۳۷۳	۳,۸۷۵	-۰,۵۰۲	۷,۲۴۸
شایستگی‌های اساسی	(A11)	۳,۵۳۵	۴,۰۳۴	-۰,۴۹۹	۷,۵۶۹
وظایف مدیریتی	(A12)	۳,۵۸۷	۳,۹۶۹	-۰,۳۸۲	۷,۵۵۶
ویژگی‌های رفتار کاری	(A13)	۴,۳۰۳	۳,۹۳۴	۰,۳۶۹	۸,۲۳۷
ایجاد مخزن‌های داده‌ای، اطلاعاتی و خردی سازمان	(A14)	۴,۳۳۹	۳,۹۵۰	۰,۳۸۹	۸,۲۸۹
بسترسازی ارتباط‌های مجازی درون سازمانی برای اشتراک دانش	(A15)	۳,۹۹۵	۳,۸۸۳	۰,۱۱۱	۷,۸۷۸
جذب فناوری	(A16)	۴,۲۷۱	۳,۸۱۱	۰,۴۶۰	۸,۰۸۳
شبکه‌سازی برون سازمانی برای اشتراک دانش	(A17)	۴,۲۴۱	۳,۵۳۶	۰,۷۰۵	۷,۷۷۸

شکل ذیل در واقع شکل علی روابط میان متغیرها می‌باشد. در واقع نقاطی که بالای محور افقی قرار دارند، متغیرهای اثرگذار و نقاطی که زیر محور افقی قرار دارند، متغیرهای اثرپذیر می‌باشند.



شکل (۱): شکل مکانی علی روابط

نتایج آزمون مدل‌سازی ساختاری تفسیری:

بعد از فرآیند دیمتل فازی، مطابق با گام‌های متد *DISM*، ابتدا بایستی ارتباطات درونی مستقیم بین مؤلفه‌های سیستم در ماتریس دسترسی اولیه وارد شود و ماتریس ارتباط مفهومی بین متغیرها (*Dij*) تشکیل شود. در اینجا ما خروجی ماتریس ارتباط کامل دیمتل را مبنای تحلیل خود در مدل‌سازی ساختاری تفسیری قرار دادیم. در اینجا بعد از مصاحبه با خبرگان، عدد استانه مورد بررسی ۰/۲۴۰ پیشنهاد شد. بعد از آن که شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس *T* که کوچک‌تر از آستانه باشد صفر شده، یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود. در اینجا بعد از محاسبه ماتریس دسترسی اولیه، براساس قواعد، ماتریس دسترسی نهایی محاسبه می‌گردد. از آنجائی که طبق خاصیت تعدی در منطق ریاضی اگر $(i,j)=1$ و نیز $(j,k)=1$ باشد در نتیجه $(i,k)=1$ است. بدین معنی که معیارهایی بطور غیرمستقیم بر معیار دیگر اثر دارند، در نظر گرفته شده و رابطه دو متغیر که بعد از بکارگیری این منطق با هم ارتباط پیدا می‌کنند بصورت 1 نمایش داده شده است [۱۲]. با استفاده از این روابط ماتریس دستیابی نهایی تشکیل داده می‌شود. ماتریس به دست آمده به سطوح مختلفی تقسیم می‌شود و مجموعه قابل دستیابی و مجموعه مقدم برای هر معیار به دست می‌آید. با بدست آمدن ماتریس دستیابی برای تعیین معیارها دو مجموعه قابل دستیابی و مجموعه مقدم را تعریف کرده و سپس اشتراک آنها را بدست آورده بدین ترتیب که مجموعه قابل دستیابی، مجموعه‌ای است که در آن سطرها، عدد معیارها به صورت یک ظاهر شده باشند و مجموعه مقدم مجموعه‌ای است که در آن ستون‌ها، عدد معیارها به صورت یک ظاهر شده باشند. با به دست آوردن اشتراک این دو مجموعه ستون بعدی جدول (اشتراک) تکمیل خواهد شد. در ادامه نیز از تحلیل میک‌مک استفاده می‌شود، در واقع این روش در تحلیل یافته‌ها باهدف شناسایی میزان قدرت وابستگی و نفوذ عناصر سیستم در تحلیل‌های ساختاری به کار می‌رود. بدین‌صورت که مجموع سطری تعداد روابط (اعم از روابط مستقیم و غیرمستقیم شناسایی شده برای هر مؤلفه) در ماتریس دستیابی نهایی در جدول زیر، نشانگر میزان قدرت نفوذ آن مؤلفه، و مجموع ستونی تعداد روابط مستقیم و غیرمستقیم در ماتریس جدول مذکور، نشانگر میزان قدرت وابستگی آن مؤلفه هست. اعداد به دست آمده برای هر معیار به صورت جداگانه در دسته‌بندی اجزای سیستم از لحاظ قدرت نفوذ و وابستگی در شکل زیر ظاهر شده‌اند. در تجزیه تحلیل نفوذ-وابستگی متغیرها بر حسب قدرت نفوذ و وابستگی به چهار دسته تقسیم شدند. دسته اول شامل متغیرهای خودمختار است که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف می‌باشند. این متغیرها نسبتاً غیر متصل به سیستم هستند و دارای ارتباطات کم و ضعیف با سیستم می‌باشند. در تحقیق حاضر هیچ متغیری در این دسته قرار نگرفته است. در دسته دوم، مؤلفه‌های وابسته سیستم قرار دارند که دارای قدرت نفوذ کم، ولی دارای وابستگی شدید می‌باشند. این مؤلفه‌ها که بالاترین قدرت وابستگی و کمترین قدرت نفوذ را در سیستم برخوردارند عبارت‌اند از: معیارهای شکل و فرم

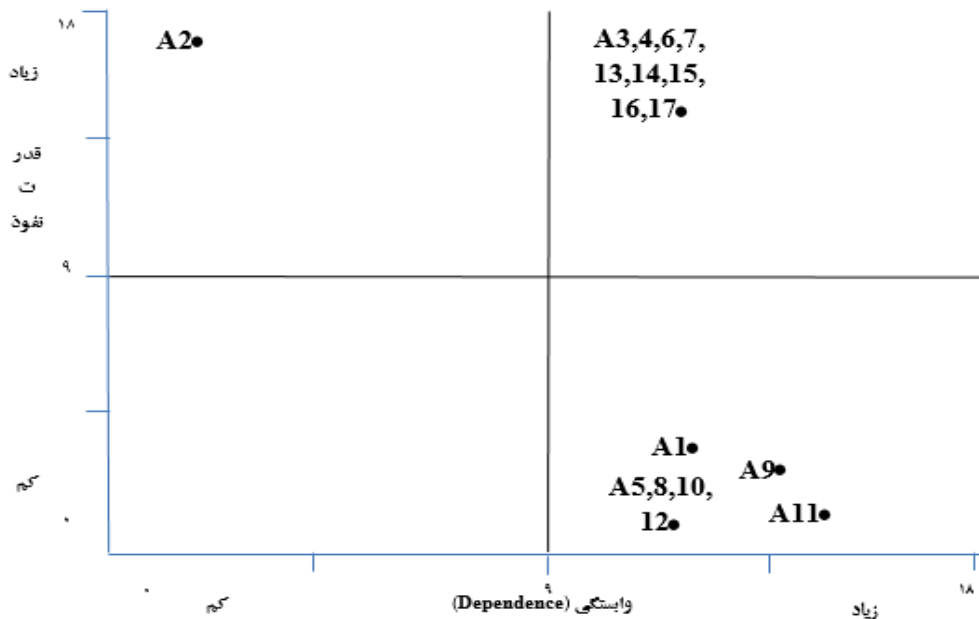
سازمان (ساختار سازمانی)، تکنولوژی اطلاعات، تجاری‌سازی فناوری، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناختی، شایستگی‌های اساسی و وظایف مدیریتی. سومین دسته، متغیرهای پیوندی هستند که دارای قدرت نفوذ زیاد و وابستگی زیاد می‌باشند. این متغیرها غیرابستا هستند، زیرا هر نوع تغییر در آن‌ها، کل سیستم را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در نهایت، بازخورد سیستم نیز می‌تواند این متغیرها را دوباره تغییر دهد. در تحقیق حاضر متغیرهای نحوه اداره سازمان، رفتار سازمانی، مدیریت فرآیندهای کاری، استقرار نظام‌های هوشمندساز، ویژگی‌های رفتار کاری، ایجاد مخزن‌های داده‌ای، اطلاعاتی و خردی سازمان، بسترسازی ارتباط‌های مجازی درون سازمانی برای اشتراک دانش، جذب فناوری، و شبکه‌سازی برون سازمانی برای اشتراک دانش در این دسته قرار گرفته است. چهارمین دسته شامل متغیرهای مستقل هستند که دارای قدرت نفوذ قوی ولی وابستگی ضعیف می‌باشند (نفوذ). این دسته مانند سنگ بنای ساختاری سیستم عمل می‌کنند و برای شروع یک تغییر و تحول اساسی در عملکرد سیستم، باید در وهله اول روی آن‌ها تأکید کرد. در تحقیق متغیرهای معیار منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ..) در این دسته قرار گرفته است.

جدول (۴): ماتریس دسترسی نهایی (Tij)

*	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷
(A1)	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	*۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰
(A2)	*۱	۱	۱	*۱	*۱	۱	۱	۱	۱	۱	*۱	۱	۱	۱	۱	۱	*۱
(A3)	*۱	۰	۱	*۱	*۱	*۱	۱	*۱	*۱	*۱	*۱	۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱
(A4)	*۱	*۰	۱	۱*	*۱	۱	۱*	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱
(A5)	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
(A6)	*۱	۰	*۱	*۱	*۱	۱	۱	*۱	*۱	۱*	۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱	*۱
(A7)	۱*	۰	۱	*۱	*۱	۱	۱	۱	۱	*۱	۱	۱	*۱	۱	*۱	*۱	*۱
(A8)	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
(A9)	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰
(A10)	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
(A11)	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰
(A12)	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰
(A13)	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	*۱	۱	*۱
(A14)	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	*۱
(A15)	*۱	۰	۱	*۱	*۱	۱	۱	۱	*۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	*۱	*۱
(A16)	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
(A17)	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

جدول (۵): جدول وابستگی - نفوذ

متغیرهای تحقیق	اختصار	وابستگی	نفوذ	سطح
شکل و فرم سازمان (ساختار سازمانی)	(A1)	۱۱	۳	۳
منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ..)	(A2)	۱	۱۷	۶
نحوه اداره سازمان	(A3)	۱۰	۱۶	۴
رفتار سازمانی	(A4)	۱۰	۱۶	۴
تکنولوژی اطلاعات	(A5)	۱۱	۱	۱
مدیریت فرآیندهای کاری	(A6)	۱۰	۱۶	۵
استقرار نظام‌های هوشمندساز	(A7)	۱۰	۱۶	۴
تجاری‌سازی فناوری	(A8)	۱۱	۱	۱
ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	(A9)	۱۲	۲	۲
ویژگی‌های روانشناختی	(A10)	۱۱	۱	۱
شایستگی‌های اساسی	(A11)	۱۳	۱	۱
وظایف مدیریتی	(A12)	۱۱	۱	۱
ویژگی‌های رفتار کاری	(A13)	۱۰	۱۶	۴
ایجاد مخزن‌های داده‌ای، اطلاعاتی و خردی سازمان	(A14)	۱۰	۱۶	۴
بسترسازی ارتباط‌های مجازی درون سازمانی برای اشتراک دانش	(A15)	۱۰	۱۶	۴
جذب فناوری	(A16)	۱۰	۱۶	۴
شبکه‌سازی برون سازمانی برای اشتراک دانش	(A17)	۱۰	۱۶	۴



شکل (۲): تحلیل نفوذ-وابستگی معیارها

ای، اطلاعاتی و خردی سازمان، بسترسازی ارتباط‌های مجازی درون سازمانی برای اشتراک دانش، جذب فناوری، و شبکه‌سازی برون سازمانی برای اشتراک دانش مورد تأیید و به عنوان معیار اساسی سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران معرفی شدند.

- روابط علی میان معیارهای (نقشه استراتژیک) سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟
- بر اساس نتایج آزمون دیمتل فازی می‌توان دریافت که رتبه‌بندی مقادیر $(d_i + r_j)$ برای معیارهای مورد بررسی، سه معیار برتر عبارتند از: متغیر ایجاد مخزن‌های داده ای، اطلاعاتی و خردی سازمان (۸/۲۸۹)، متغیر ویژگی‌های رفتار کاری (۸/۲۳۷)، جذب فناوری‌های نو (۸/۰۸۳). هم‌چنین رتبه‌بندی مقادیر $(d_i - r_j)$ برای معیارهای مورد بررسی، سه معیار برتر عبارتند از: متغیر منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ...) (۰/۷۴۴)، متغیر شبکه‌سازی برون سازمانی برای اشتراک دانش (۰/۷۰۵)، و متغیر جذب فناوری‌های نو (۰/۴۶۰). براین مبنای، متغیر ایجاد مخزن‌های داده ای، اطلاعاتی و خردی سازمان نقش مرکزی (درب‌گیرنده بیشترین مقدار $(d_i + r_j)$) دارد. به عبارت دیگر متغیر قدرت ایجاد مخزن‌های داده ای، اطلاعاتی و خردی سازمان بیشترین مقدار ارتباط با سایر متغیرها را دارد.

- سطح‌بندی معیارهای الگوی سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟

بر اساس نتایج تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری مبتنی بر دیمتل فازی و با توجه به شکل شماره ۲، مؤلفه‌ها به ترتیب سطوح تأثیرشان از بالا به پایین تنظیم شدند. مؤلفه‌های سطوح بالایی، اثرپذیری‌ترین‌ها و سطوح پایین‌تر اثرگذارترین مؤلفه‌های سیستم هستند. سطوح میانی نیز حاوی مؤلفه‌هایی است که دارای میزان توأمی از اثرگذاری و اثرپذیری (وابسته به سطح مؤلفه) بر سایر مؤلفه‌های سیستم می‌باشند. در این

۵- نتیجه‌گیری

امروزه با وجود پیچیدگی‌ها و رقابت فزاینده جوامع که با تحولات فوق‌العاده سریع در محیط‌های سازمانی و در سطح ملی و بین‌المللی همراه بوده است، موجب گردیده تا کارآفرینی به‌عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی در نظر گرفته شود، زیرا کارآفرینی با افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی موجبات رشد و توسعه اقتصادی کشورها را فراهم می‌کند. در این بین، این موضوع در سازمان‌ها برای بقاء در این محیط پیچیده و رقابتی دارای اهمیت بسیار زیادی است. در واقع سازمان‌ها نیز برای این که رویکرد کارآفرینانه داشته باشد باید از ظرفیت‌ها و ویژگی‌های منحصربه‌فردی برخوردار باشد که در این تحقیق به تبیین آن پرداخته شد. همان‌گونه که پیش‌تر بیان شد، هدف از پژوهش حاضر ارائه الگوی مفهومی و ترسیم نقشه استراتژیک سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران است. در این بخش سؤالات پژوهش به‌صورت تفصیلی مورد بحث و مذاقه قرار خواهد گرفت.

- معیارهای الگوی سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران کدامند؟

بعد از شناسایی معیارها و استخراج آن براساس ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان، معیارهای مورد نظر به وسیله آزمون دلفی فازی مورد غربالگری قرار گرفتند، نتایج نشان داد که معیارهای شکل و فرم سازمان (ساختار سازمانی)، منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ...)، نحوه اداره سازمان، رفتار سازمانی، تکنولوژی اطلاعات، مدیریت فرآیندهای کاری، استقرار نظام‌های هوشمندساز، تجاری‌سازی فناوری، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناختی، شایستگی‌های اساسی، وظایف مدیریتی، ویژگی‌های رفتار کاری، ایجاد مخزن‌های داده-

رضایت شغلی آنان را از عضویت در سازمان افزایش دهند که ضمن بهبود عملکرد فردی، بهره‌وری سازمان نیز افزایش یافته و در نهایت رضایت مشتریان از سازمان را در پی خواهد داشت.

- در نهایت پیشنهاد می‌گردد که به منظور دستیابی به توسعه و بهره‌وری سازمانی، سازمان ساختاری منعطف و پویا را جایگزین ساختار مکانیک نماید، تا در زیر سایه آن بتوانند با افزایش خلاقیت و نوآوری در سازمان، فرصت‌های شکل گرفته در محیط را بهتر شکار کرده و از آن‌ها استفاده نمایند.
- در خصوص پیشنهاد برای پژوهش آتی در حوزه سازمان کارآفرین، به سایر محققان پیشنهاد می‌شود که نسبت به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل اجرای موفقیت‌آمیز سازمان کارآفرین اقدام نمایند؛ همچنین پیشنهاد می‌شود تاثیر یا ارتباط این رویکرد را با مفاهیم با مقاربت معنایی مناسب، تحلیل و بررسی نمایند. از طرفی نیز استفاده از رویکردهای دیگر تکنیک‌های خبره محور چون روش بهترین و بدترین، روش فرآیند تحلیل شبکه، و ... و حتی تکنیک‌های آماری می‌تواند راهبردی مناسب برای تحقیقات آینده باشد.

منابع و مأخذ

- [۱] آقاجانی، حسنعلی. صمدی میارکلائی، حسین. صمدی میارکلائی، حمزه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه میان کارآفرینی سازمانی و ویژگی‌های سازمان یادگیرنده. مدیریت بهره‌وری، ۹(۳۵)، ۶۴-۳۹.
- [۲] پیران‌نژاد، علی. افخمی، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: پژوهشگاه صنعت نفت ایران). مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۳(۳)، ۷۸۴-۷۳۳.
- [۳] زندی، رضا. (۱۳۸۳). کارآفرینی سازمانی، موانع و محدودیت‌ها در سازمان. نشریه کار و جامعه، ۵۹، ۲۱-۱۷.
- [۴] سیفی، حسن. مرادی صالحی، علیرضا. (۱۳۹۵). نقش رهبری تحول‌آفرین در کارآفرینی سازمانی. مطالعات منابع انسانی، ۵(۲۰)، ۷۹-۹۸.
- [۵] سپاس‌گذار، سپیده. محمدی، حامد. قبادی، الهام. گلرد، پروانه. (۱۳۹۲). بررسی و مقایسه کارآفرینی مستقل (فردی) با کارآفرینی سازمانی به وسیله تشریح مدل‌های مختلف کارآفرینی. کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت.
- [۶] صمدی میارکلائی، حسین. صمدی میارکلائی، حمزه. بسطامی، مسعود. (۱۳۹۶). بکارگیری روش دلفی فازی و فرآیند تحلیل سلسله‌مراتب گروهی فازی در شناسایی و رتبه‌بندی معیارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی. فصلنامه علمی و پژوهشی نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۶(۱۱)، ۷۴-۶۱.
- [۷] صمدی میارکلائی، حسین. صمدی میارکلائی، حمزه. (۱۳۹۴). تبیین عوامل رفتاری مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی در جهت پیشبرد اهداف اقتصادی شیلات (مطالعه‌ای در شیلات استان مازندران). فصلنامه بهره‌بردار و پرورش آبزیان، ۳(۴)، ۱۰۵-۹۱.
- [۸] صمدی میارکلائی، حسین. صمدی میارکلائی، حمزه. (۱۳۹۴). ترسیم نقشه روابط علی عوامل توسعه ظرفیت دانشگاه کارآفرین به‌عنوان مرکز تولید دانش براساس تکنیک آزمایش و ارزیابی تصمیم‌گیری (DEMATLE). نشریه

تحقیق در بالاترین سطح، مؤلفه‌های تکنولوژی اطلاعات، تجاری‌سازی فناوری، ویژگی‌های روان‌شناختی، شایستگی‌های اساسی، و وظایف مدیریتی قرار گرفته است، و در پایین‌ترین سطح، مؤلفه منابع سرمایه‌ای (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای و ...) قرار دارد.

نتایج این تحقیق را نمی‌شود مستقیماً با نتایج سایر تحقیقات مقایسه کرد. زیرا اکثر معیارهای مورد بررسی این پژوهش و تکنیک‌های مورد استفاده نیز متفاوت از سایر پژوهش‌ها بوده است، و نتایج سایر تحقیقات نیز از لحاظ روش تحقیق هیچ تشابهی با این تحقیق ندارد. در واقع این موضوع حاکی نو بودن کار و جذابیت پژوهش دارد. ولی باین حال این پژوهش نیز به مانند مطالعات صمدی‌میارکلائی و همکاران (۱۳۹۶)، پیران‌نژاد و افخمی (۱۳۹۴)، علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، و عطائی و همکاران (۱۳۹۳)، به بررسی مدل‌های کارآفرینی برای سازمان‌ها پرداخته است و هر کدام به نوبه خود مدلی بومی برای سازمان مورد بررسی ارائه نموده‌اند.

با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، و اهمیت موضوع سازمان کارآفرین، موارد ذیل به‌عنوان پیشنهادهایی برای بهبود و توسعه سازمان کارآفرین در گمرک جمهوری اسلامی ایران ارائه می‌گردد:

- با توجه به اهمیت و ضرورت کارآفرینی در سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران، در ابتدا محققان پژوهش حاضر پیشنهاد می‌کند که به ایجاد جو و فضای کارآفرینی و ریسک‌پذیری در سازمان توجه ویژه‌ای مبذول دارند تا با استفاده از راهکارها و استراتژی‌های آن بتوانند به‌نحو مطلوبی به اهداف و رسالت خود در محیط متغیر امروزی دست یابند.
- با توجه به مشاهده روابط معنی‌دار میان متغیرهای پژوهش، به مدیران گمرک پیشنهاد می‌گردد که با نگاه به روابط میان متغیرها، به توسعه آن معیارها بپردازند، چون با توسعه یک معیار در سازمان می‌توان در معیارهای دیگر نیز بهبود و توسعه را مشاهده کرد.
- در این پژوهش بر مبنای یافته‌های خود پیشنهاد می‌کند که ترویج فرهنگ کارآفرینانه را به‌عنوان یک اصل اساسی در سازمان کارآفرین مدنظر داشته باشند. این سازمان‌ها می‌توانند با افزایش میزان ریسک‌پذیری، تلاش نمایند ضمن شناسایی و خلق فرصت‌ها بتوانند به‌طور مطلوبی از آن‌ها استفاده نمایند، که نتیجه این امر کسب مزیت رقابتی برای سازمان خواهد بود.
- موضوع سطح بندی و رتبه‌بندی معیارها نباید دلیل بی‌توجهی به معیارهای کم رتبه‌تر شود، در واقع توجه به معیارهایی که کمترین امتیاز و رتبه را به‌خود اختصاص داده‌اند نیز باید در دستور کار مدیران سازمان قرار گیرد، چون عدم توجه به متغیرهای فرعی این تحقیق، می‌تواند گاهی سبب آسیب به وضعیت سایر معیارها در توسعه کارآفرینی در گمرک گردد.
- ارائه برنامه‌های راهبردی و استراتژیک باید در رسالت سازمان نهادینه گردد. مدیران سازمان می‌توانند با واگذاری وظایف و مسئولیت‌ها به کارکنان خود و مشارکت دادن آن‌ها در امور سازمان،

- علمی و پژوهشی مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی، ۲(۴)، ۱۱-۲۴.
- [9] حاجی‌پور، بهمن. حسینی، سیدمحمود. زارع، ساسان. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در رقابت‌های انتخاباتی با استفاده از روش مدل سازی ساختاری- تفسیری (مورد مطالعه: رقابت انتخاباتی مجلس شورای اسلامی شهر تهران). مطالعات راهبردی بسیج، ۱۹(۷۰)، ۱۲۹-۱۵۷.
- [10] علم‌بیگی، امیر. ملک‌محمدی، ایرج. مقیمی، سیدمحمد. (۱۳۸۸). بررسی عوامل سازمانی موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۰(۱)، ۲۹-۲۱.
- [11] عطائی، محمد. پورمهدی، کنایون. احمدی، علی. (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در هیئت مدیره‌های سازمان نظام پرستاری ایران، مدیریت توسعه و تحول، ویژه‌نامه، ۵۲-۴۳.
- [12] کرباسیان، مهدی. خوشانی، اعظم. جوانمردی، محمد. زنجیرچی، سیدمحمود. (۱۳۹۰). کاربرد مدل (ISM) جهت سطح‌بندی معیارهای انتخاب تأمین کنندگان چابک و رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان با استفاده از روش TOPSIS-AHP فازی، مدیریت تولید و عملیات، ۲(۲)، ۱۰۷-۱۲۲.
- [13] کریمی، آصف. رضایی، روح‌ا... احمدپور، محمود. انصاری، محسن. (۱۳۹۲). تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه (مورد مطالعه: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران. توسعه کارآفرینی، ۶(۳)، ۱۶۳-۱۸۲.
- [14] ویسی، رضا. کریم‌زاده، پریسا. (۱۳۸۹). توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راه- کارها (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران). دوفصلنامه برنامه و بودجه، ۱۱۱. ۱۵۹-۱۸۲.
- [15] یداللهی فارسی، جهانگیر. (۱۳۸۴). مدیریت و ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی. نشریه فرهنگ مدیریت، ۳(۱۰)، ۱۲۹-۱۵۰.
- [16] Agarwal, R., & Shah, S. K. (2014). **Knowledge sources of entrepreneurship: Firm formation by academic, user and employee innovators.** Research Policy, 43(7), 1109-1133.
- [17] Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). **Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation.** Journal of business venturing, 16(5), 495-527.
- [18] Antoncic, B., & Prodan, I. (2008). **Alliances, corporate technological entrepreneurship and firm performance: Testing a model on manufacturing firms.** Technovation, 28(5), 257-265.
- [19] Criado-Gomis, A., Cervera-Taulet, A., & Iniesta-Bonillo, M. A. (2017). **Sustainable entrepreneurial orientation: A business strategic approach for sustainable development.** Sustainability, 9(9), 1667-1684.
- [20] Dunphy, S. (1994). **The Relationship of Entrepreneurial and Innovative Success.** Marketing Intelligence and Planning, 12(9), 1-14.
- [21] Gibb, A. (2002). **In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge.** International Journal of Management Reviews, 4(3), 233-269.
- [22] Gibb, A.A. (2005). **Towards the entrepreneurial university. Entrepreneurship education as a lever for change". National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE).** Retrieved from www.ncge.org.uk.
- [23] Huggins, R., & Williams, N. (2011). **Entrepreneurship and regional competitiveness: The role and progression of**
- policy. Entrepreneurship & Regional Development, 23(9-10), 907-932.
- [24] Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007). **Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation.** Business horizons, 50(1), 49-59.
- [25] Krylova, Y. (2018). **The role of entrepreneurial organizations in organizing collective action against administrative corruption: evidence from Russia.** Journal of Contemporary Central and Eastern Europe, 26(1), 87-103.
- [26] Kim, Y. K., & Ryu, M. H. (2017). **Towards Entrepreneurial Organization: From the case of Organizational Process Innovation in Naver.** Procedia computer science, 122, 663-670.
- [27] Koelwijn, W. T., Ehrenhard, M. L., Groen, A. J., & van Harten, W. H. (2012). **Intra-organizational dynamics as drivers of entrepreneurship among physicians and managers in hospitals of western countries.** Social science & medicine, 75(5), 795-800.
- [28] Moghaddam, J. Y., Khorakian, A., & Maharati, Y. (2015). **Organizational Entrepreneurship and its Impact on the Performance of Governmental Organizations in the City of Mashhad.** Procedia-Social and Behavioral Sciences, 169, 75-87.
- [29] Moroz, P. W., & Hindle, K. (2012). **Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives.** Entrepreneurship Theory and Practice, 36(4), 781-818.
- [30] Samadi-Miarkolaei, H., Samadi-Miarkolaei, H., aghajani, H. (2019). **Developing organizational entrepreneurship to advance fisheries' economic and social goals.** Iranian Journal of Fisheries Sciences, (0), 1-14. doi: 10.22092/ijfs.2018.118041
- [31] Spigel, B. (2017). **The relational organization of entrepreneurial ecosystems.** Entrepreneurship Theory and Practice, 41(1), 49-72.
- [32] Scheepers, M. J., Hough, J., & Bloom, J. Z. (2008). **Nurturing the corporate entrepreneurship capability.** Southern African Business Review, 12(3), 50-75.
- [33] Zampetakis, L.A., & Moustakis, V. (2010). **An exploratory research on the factors stimulating corporate entrepreneurship in the Greek public sector.** International Journal of Manpower, 31(8), 871-887.
- [34] Zahra, S. (1993). **Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach.** Journal of Business Venturing, 8(4), 319-340.