



دانشگاه گوارا، دانشکده معماری و محیط‌ساز

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد هفتم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۹

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۱-۱۶

DOI: 10.22069/JEAD.2021.19163.1488

## طراحی الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی با رویکرد ترکیبی

علی سوسرائی<sup>۱</sup>، مجید نصیری<sup>۲\*</sup>، روح اله سمیعی<sup>۳</sup>، محمدباقر گرجی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup>دانشجوی دکتری کارآفرینی سازمانی، گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

<sup>۲</sup>استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

<sup>۳</sup>استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

<sup>۴</sup>استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۰۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۷

### چکیده

با توجه به این که رفتار کارآفرینانه سازمانی امری ضروری برای همه سازمان‌ها اعم از دولتی و خصوصی است، بنابراین هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی با رویکرد ترکیبی بود که به صورت موردی در دادگستری استان گلستان انجام شد. تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و بر اساس روش، توصیفی-همبستگی می‌باشد که برای تحلیل آن از نرم‌افزار اکسل استفاده شد. در گام اول عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی براساس پیشینه تحقیق و مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۱۱ نفر از خبرگان دانشگاهی و سازمانی به روش دلفی، شناسایی شدند. خروجی این مرحله ۲۳ مؤلفه در ۷ بعد (رفتاری، محیطی، محتوایی، زمینه‌ای، ارتباطی، ساختاری، فردی) بود. سپس در گام دوم ابعاد شناسایی شده با روش ساختاری تفسیری سطح‌بندی و با تحلیل میک‌مک خوشه‌بندی شدند. نتایج نشان دادند ابعاد رفتاری و ارتباطی در سطح اول، ابعاد محیطی، محتوایی، زمینه‌ای و فردی در سطح دوم و بعد ساختاری در سطح سوم قرار دارند و ابعاد رفتاری و ارتباطی در خوشه وابسته، ابعاد محتوایی، زمینه‌ای و فردی در خوشه پیوندی و ابعاد محیطی و ساختاری در خوشه مستقل قرار گرفته‌اند. بر اساس نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود، به منظور خلق رفتار کارآفرینانه در کارکنان و ساختار سازمان باید به صورت کارآمد و منعطف در برابر تغییرات محیطی بوده و مدیران به دور از بروکراسی اداری، مشوق روحیه رفتار کارآفرینانه کارکنان باشند.

**واژه‌های کلیدی:** رفتار، کارآفرینی سازمانی، مدل‌سازی ساختاری تفسیری، میک‌مک.

### مقدمه

همکاران، (۱۳۹۳). امروزه تعداد سازمان‌هایی که به دنبال بهبود رفتار کارآفرینانه سازمانی هستند، رو به افزایش است (Wakkee et al., 2010).

با توجه به رقابت روزافزون در فضای کنونی کسب‌وکار، رفتار کارآفرینانه سازمانی، به نیاز اساسی بسیاری از سازمان‌ها تبدیل شده است (فارس‌سیجانی و

\*نویسنده مسئول: [mnasiri64@yahoo.com](mailto:mnasiri64@yahoo.com)

انجام دهند. لذا تحقیق حاضر با هدف طراحی الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی با رویکرد ترکیبی در دادگستری استان گلستان انجام گرفت.

### مبانی نظری

Rutherford (2007) کارآفرینی سازمانی را شامل سه رکن فرآیندها، بستر سازمان و ویژگی‌های افراد می‌داند که فرآیندها شامل استراتژی‌های رهبران در جهت افزایش رفتار کارآفرینانه است. بستر سازمان شامل موقعیت‌هایی است که نوسازی استراتژیک را در جهت اشاعه کارآفرینی سازمانی تسهیل می‌کند و ویژگی‌های افراد شامل مهارت‌ها، توانایی‌ها و نگرش‌های کارکنان در جهت کارآفرینی است.

Stopford and Baden-Fuller (1994) رفتار کارآفرینانه را به سه سطح فردی، سازمانی و صنعتی دسته‌بندی کرده‌اند. رفتار کارآفرینانه در یک سازمان موجود، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات را در برمی‌گیرد که توسط افراد در سطوح مختلف انجام شده است و ترکیب تازه‌ای از منابع را برای شناخت و پیگیری فرصت‌ها به کار می‌گیرد (زالی و همکاران، ۱۳۹۹).

رفتار کارآفرینانه سازمانی، شامل حل خلاقانه مسئله (تولید ایده‌ها یا کنش‌های نو و مفید)، پافشاری (استمرار در تلاش با وجود شکست‌ها، موانع یا تهدیدات زیاد یا واقعی) و جذب (تمرکز کامل و مجذوب شدن عمیق در کار) است (Cardon et al., 2009). در واقع رفتار کارآفرینانه سازمانی، بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد ارزش در سازمان است (Gawke et al., 2017).

کارآفرینی سازمانی و توجه به آن، شرط اساسی در توسعه کشورها در قرن ۲۱ است (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۲). از این رو در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی سازمانی می‌شود و تقویت

رفتار کارآفرینانه سازمانی، به همه فعالیت‌های کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه اطلاق می‌شود که توسط اعضای سازمان انجام می‌گیرد (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین کلیدی‌ترین جزء فرآیند کارآفرینی سازمانی، کارکنان هستند، به گونه‌ای که مطالعات نشان از آن دارد که ۲۷ درصد نوآوری سازمان‌های آمریکا و ۳۹ درصد سایر کشورهای پیشرفته، مربوط به کارکنان خلاق در این کشورها گزارش شده است (Jong et al., 2015).

پژوهشگران معتقدند که رفتار کارآفرینانه سازمانی امری ضروری برای همه سازمان‌ها اعم از دولتی و خصوصی است (انوری و همکاران، ۱۳۹۹) لذا در سال‌های اخیر مقوله کارآفرینی در برنامه‌های توسعه به ویژه در پرورش کارآفرینان مورد توجه قرار گرفته و رفتار کارآفرینانه به این دلیل که سازمان‌ها را به سمت تغییرات مبتکرانه سوق می‌دهد و باعث تبدیل دانش به خدمات جدید می‌شود، حائز اهمیت است (پورنظری و همکاران، ۱۳۹۳) ولی روند کلی در سازمان‌های دولتی ایران نشان از آن دارد که وضعیت حاکم در این سازمان‌ها، غیرکارآفرینانه است (رحمانیان کوشکی و عباسی، ۱۳۹۲). یکی از سازمان‌های مؤثر در توسعه کشور، دادگستری‌ها هستند بنابراین لازم است برنامه‌ها و استراتژی‌های دادگستری‌ها در جهت حرکت کند که کارکنان توجیه شوند با ادامه روش‌های قدیمی و مبتنی به مکانیزم سنتی دیگر جایگاهی در عرصه نوین دستگاه قضایی نخواهند داشت و مساله‌ای که نباید به سادگی از کنار آن گذشت، پرهیز از شعارزدگی و حفظ اصالت نوآوری و تبیین و تحقق آن است که باید در رأس وظایف تمامی قضات و کارکنان دادگستری‌ها قرار گیرد. از این رو دادگستری‌ها نیازمند رفتار کارآفرینانه سازمانی در راستای افزایش انعطاف‌پذیری و نوآوری در فرآیندهای سازمانی می‌باشند زیرا از این طریق می‌توانند امور خود بهتر

به این نتیجه رسیدند که شخصیت کارآفرینانه، زیرساخت‌های قانونی و فناوری و تأمین منابع مالی جزء متغیرهای مهم الگوی رفتار کارآفرینانه می‌باشند. ناصر (۱۳۹۶) در مطالعه‌اش نشان داد ویژگی‌های فردی، عوامل سازمانی و شرایط محیطی در رفتار کارآفرینانه کارکنان مؤثر هستند. شاه‌آبادی و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند عوامل درون‌سازمانی (آزادی عمل و استقلال کاری، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی)، بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی اثر مثبت داشته و عوامل درون‌سازمانی (پاداش، سیاست‌های پولی، مالی و ارزی دولت) اثری منفی بر رفتار کارآفرینانه مدیران دارند. مقیمی و همکاران (۱۳۹۳) بیان داشتند که حذف تشویقات زائد اداری، تمایل، برخورداری از بینش استراتژیک، محیط کاری پرانرژی و فضای حمایتی اجزای رفتار کارآفرینانه مدیران را تشکیل می‌دهند. خیاطان و مبارکی (۱۳۹۳) نشان دادند عوامل محتوایی، زمینه‌ای و ساختاری بر رفتار کارآفرینانه مدیران مؤثر هستند. رحمانیان کوشککی و عباسی (۱۳۹۲) در تحقیق خود نشان دادند حمایت سازمانی و شبکه‌سازی در رفتار کارآفرینانه کارکنان اثرگذار هستند. طاهونی و همکاران (۱۳۹۲) معتقدند عوامل اجتماعی، اقتصادی و روانی بر رفتار کارآفرینی مؤثر هستند. لعلی‌سرابی و عبدوی (۱۳۹۲) نشان دادند عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای بر رفتار کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی ایران اثرگذار هستند. Mirkamandar et al. (2020) معتقدند عوامل سازمانی، فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه اثرگذار هستند. Surucu and Sesen (2019) در تحقیقی نشان دادند عملکرد مدیریت منابع انسانی بر رفتارهای کارآفرینی مؤثر است و تعامل اعضای پیشرو نقش واسطه‌ای در این رابطه دارد. Mustafa et al. (2018) عوامل شغلی، سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شرکت را در بروز رفتار کارآفرینانه تأثیرگذار می‌دانند. Jong et al.

کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به حساب می‌آید زیرا فراهم‌سازی بستر برای شکل‌گیری کارآفرینی سازمانی؛ به توسعه قابلیت‌های داخلی برای توانمندی، تغییر جایگاه راهبردی، به‌کارگیری گستره‌ای از استراتژی‌های رشد گرایانه، ایجاد انعطاف‌پذیری برای پاسخ‌گویی به تغییرات پرشتاب محیطی، علاقه‌مندی کارکنان به ایجاد تغییر از طریق نوآوری، سازمان‌دهی منابع و استفاده اثربخش از آن‌ها، ایجاد جو نوآورانه و استقبال افراد از آن‌ها، تیم‌سازی در سازمان، توانمند شدن سازمان در تبدیل فرصت‌ها به تهدیدها، توجه به امکان‌سنجی ایده‌های افراد کمک می‌کند (دیانتی و زارع زیدی، ۱۳۹۶). از سویی، دستگاه قضایی، به‌عنوان نهادی که متولی برقراری و حفظ نظم اجتماعی، امنیت حقوق مالکیت و کیفیت و ضمانت اجرایی قوانین و مقررات اقتصادی است، تعیین‌کننده ساختار انگیزشی مربوط به انواع مختلف فعالیت‌های اقتصادی و در نتیجه تعیین‌کننده مسیر رشد اقتصادی کشورها محسوب می‌شود (زبیری و صلاحی کجور، ۱۳۹۷) بنابراین تحقق کارآفرینی سازمانی در دستگاه قضایی و سازمان‌های مرتبط از جمله دادگستری‌ها اهمیت فراوانی دارد.

### پیشینه پژوهش

مطالعات داخلی و خارجی مختلفی در زمینه کارآفرینی سازمانی و رفتار کارآفرینانه در سازمان‌ها صورت گرفته است که به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌گردد.

انوری و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند عوامل علی و محیطی در فرآیند شکل‌گیری کارآفرینی مستقل سهیم می‌باشند. زالی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی

(2015) نشان دادند استقلال شغلی بر رفتارهای کارآفرینی اثرگذار است.

در خصوص رفتار کارآفرینانه، نتایج تحقیقات گذشته بیانگر این است که عوامل مختلفی در این زمینه وجود دارند که لازم است با رویکرد دقیق‌تری مورد بررسی قرار گیرند و روابط درونی بین این عوامل مشخص شود که در تحقیق حاضر مورد توجه قرار گرفته است و الگویی بر اساس مدل‌سازی ساختاری تفسیری ارائه می‌شود.

### روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و براساس روش، توصیفی - همبستگی می‌باشد که از نرم‌افزار اکسل برای تحلیل استفاده شده است. تیم تصمیم را ۱۱ نفر از خبرگان دانشگاهی و سازمانی که دارای ویژگی‌هایی نظیر تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی، تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه بودند، تشکیل داده که به روش هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند (جدول ۱). این پژوهش در دو گام انجام شده است. در گام اول، از طریق بررسی و مطالعه پیشینه موضوعی نسبت به درک و شناخت عمیق مسأله اقدام شد و سپس با مصاحبه نیمه ساختار یافته با خبرگان به روش دلفی، عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی شناسایی شدند (جدول ۴). در گام دوم، به منظور دستیابی به الگوی ساختاری تفسیری از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شده است.

روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری که به‌عنوان یکی از روش‌های تصمیم‌گیری گروهی و جایگزینی برای روش‌های آماری چون تحلیل معادلات ساختاری یا تحلیل مسیر می‌باشد، یک فرآیند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و به هم مرتبط در یک مدل نظام‌مند جامع ساختاردهی

می‌شوند (Warfield, 1974). این روش‌شناسی به ایجاد و جهت دادن به روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم کمک می‌کند و با بهره‌گیری از اصول ریاضی و بر پایه نظر متخصصان، امکان شناسایی و تبیین روابط پیچیده بین عناصر را فراهم می‌آورد؛ الگوهای ذهنی ناپیوسته و غیرشفاف را به الگوهای عینی و هدفمند بدل می‌سازد و با دسته‌بندی این عناصر در چند سطح به تحلیل ارتباط آن‌ها می‌پردازد (Faisal et al., 2006).

مراحل انجام این تحقیق به صورت ذیل می‌باشد:

**گام ۱. شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی:** از طریق بررسی و مطالعه پیشینه تحقیق و جلسات مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان به روش دلفی در دو مرحله، عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی شناسایی می‌شوند.

### گام ۲. دستیابی به الگوی ساختاری تفسیری

مرحله اول: تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری در این مرحله متغیرهای مسأله به صورت زوجی با هم مقایسه می‌شوند و با استفاده از نمادهای  $V$ ،  $X$ ،  $O$ ،  $A$  روابط بین متغیرها تعیین می‌شود. و ماتریس خود تعاملی ساختاری به دست می‌آید (جدول ۶).

مرحله دوم: ماتریس دستیابی

در این مرحله، ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل می‌شود. از این طریق، ماتریس دسترسی اولیه به دست می‌آید. از طریق تبدیل نمادهای  $V$ ،  $X$ ،  $O$ ،  $A$  به صفر و یک برای هر متغیر ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل شده که به اصطلاح ماتریس دسترسی اولیه خوانده می‌شود (جدول ۷). پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه با دخیل نمودن انتقال‌پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌شود (جدول ۸).

مرحله سوم: تعیین روابط و سطح‌بندی بین ابعاد

می‌شود که هدف از آن، تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و وابستگی متغیرها است (جدول ۱۰). همان طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود ابعاد به چهار خوشه تقسیم شده‌اند. خوشه اول شامل معیارهایی است که دارای میزان نفوذ و وابستگی ضعیف هستند. متغیرهای وابسته در خوشه دوم قرار می‌گیرند که میزان نفوذ ضعیف اما میزان وابستگی بالایی دارند. این ابعاد به‌طور عمده نتیجه الگو هستند و بدین معنی است که تغییر در سایر عناصر تشکیل دهنده الگو سبب تغییر در این متغیرها می‌گردد. خوشه سوم معیارهای پیوندی قرار دارند که میزان نفوذ و وابستگی قوی دارند. خوشه چهارم شامل معیارهای مستقل است که میزان نفوذ بالایی به همراه میزان وابستگی پایینی دارند (آذر و خسروانی، ۱۳۹۸).

برای تعیین روابط و سطح‌بندی ابعاد باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها برای هر بعد از ماتریس دریافتی استخراج شود. مجموعه خروجی‌ها شامل خود بعد و ابعادی است که از آن تأثیر می‌پذیرد. مجموعه ورودی‌ها شامل خود بعد و ابعادی است که بر آن تأثیر می‌گذارند.

### گام ۳. ترسیم مدل و شبکه تعاملات ابعاد

پس از تعیین روابط و سطح متغیرها می‌توان آن‌ها را به شکل مدلی ترسیم کرد. به همین منظور ابتدا متغیرها برحسب سطح آن‌ها از بالا به پایین تنظیم می‌شوند و با استفاده از سطح‌بندی انجام شده نموداری با عنوان الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی ترسیم می‌شود (شکل ۱). در ادامه تحلیل MICMAC انجام

جدول ۱: مشخصات خبرگان (مصاحبه‌شوندگان)

ردیف	محل فعالیت	سازمان	رشته تحصیلی
۱	علی آبادکتول	دانشگاه آزاد اسلامی	مدیریت
۲	علی آبادکتول	دانشگاه آزاد اسلامی	روانشناسی
۳	ساری	دانشگاه آزاد اسلامی	کارآفرینی
۴	گرگان	دادگستری	مدیریت
۵	تهران	دانشگاه تهران	کارآفرینی
۶	گنبد کاووس	دانشگاه گنبد کاووس	مدیریت
۷	علی آبادکتول	دادگستری	مدیریت
۸	گرگان	دانشگاه آزاد اسلامی	مدیریت
۹	علی آبادکتول	دانشگاه آزاد اسلامی	کارآفرینی
۱۰	گرگان	دادگستری	مدیریت
۱۱	گنبد کاووس	دانشگاه آزاد اسلامی	مدیریت

### یافته‌ها

بر اساس بررسی پیشینه تحقیق و انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته به روش دلفی با خبرگان عواملی که در جدول ۲ آورده شده‌اند به‌عنوان عوامل مؤثر بر

رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری گلستان شناسایی شدند، لذا در ادامه به تدوین الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری پرداخته می‌شود.

جدول ۲- نتایج مرحله اول نظرسنجی عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی

ابعاد	مؤلفه‌ها	خیلی زیاد (۵)	زیاد (۴)	متوسط (۳)	کم (۲)	خیلی کم (۱)	تعداد پاسخ‌هایی که برابر یا ۴ (زیاد) یا ۵ (خیلی زیاد) بودند	درصد نسبت به کل
رفتاری	داشتن توانایی	۹	۲	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	تصمیم‌گیری	۵	۴	۲	۰	۰	۹	۸۱
	مسئولیت‌پذیری	۵	۴	۲	۰	۰	۹	۸۱
محیطی	جو کارآفرینانه	۸	۲	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	زیر ساختارهای محیطی	۳	۸	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	وجود قوانین مناسب و تسهیل‌کننده	۲	۸	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	فضای حمایتی	۸	۳	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
مدیریتی	پاداش	۶	۴	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	استقلال کاری	۴	۷	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	حمایت مدیریت	۵	۶	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
زمنیه (آزاد)	فناوری	۵	۴	۲	۰	۰	۹	۸۱
	دسترسی به منابع	۴	۵	۲	۰	۰	۹	۸۱
	حذف فرآیندهای زائد اداری	۳	۷	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
ارتباطی	ایجاد ارتباطات	۳	۵	۳	۰	۰	۸	۷۲
	حفظ ارتباطات	۳	۶	۲	۰	۰	۹	۸۱
	استفاده از ارتباطات	۵	۵	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
مسئله‌اندازی	رسمیت	۶	۲	۳	۰	۰	۸	۷۲
	کنترل	۶	۵	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
فردی	شایستگی‌های فردی	۸	۲	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	تجربیات زندگی	۵	۵	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	محیط خانوادگی	۶	۴	۱	۰	۰	۱۰	۹۰

تعداد پاسخ‌هایی که برابر با ۴ (زیاد) یا ۵ (خیلی زیاد) بیشتر از ۷۰ درصد کل پاسخ‌دهندگان بودند. لذا هیچ عاملی حذف نشده و براساس نظر خبرگان سه عامل فرصت‌شناسی، تخصصی بودن کارها و علاقه به خوداشتغالی اضافه وارد مرحله دوم می‌شوند.

عدد به دست آمده در ستون ماقبل آخر را بر ۱۱ (تعداد خبرگان) تقسیم می‌کنیم. اگر عدد بدست آمده از ۰/۷ کمتر شد مؤلفه را حذف می‌کنیم و مقادیر به‌دست آمده بیشتر از ۰/۷ وارد مرحله دوم می‌شوند. نتایج در ستون آخر جدول ۲ نشان می‌دهد مجموع

جدول ۳- نتایج مرحله دوم نظرسنجی عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی

ابعاد	مؤلفه‌ها	خیلی زیاد (۵)	زیاد (۴)	متوسط (۳)	کم (۲)	خیلی کم (۱)	تعداد پاسخ‌هایی که بر با ۴ درصد (زیاد) یا ۵ (خیلی زیاد) بودند	نسبت به کل
رفتاری	فرصت‌شناسی	۹	۲	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	داشتن توانایی	۷	۲	۲	۰	۰	۹	۸۱
	تصمیم‌گیری	۸	۲	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
محیطی	مسئولیت‌پذیری	۸	۲	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	جو کارآفرینانه	۷	۳	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	زیر ساختارهای محیطی	۲	۹	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
محتوایی	وجود قوانین مناسب و تسهیل‌کننده	۲	۸	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	فضای حمایتی	۹	۲	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	پاداش	۶	۴	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
زنبه ای	استقلال کاری	۳	۸	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	حمایت مدیریت	۵	۶	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	فناوری	۵	۴	۲	۰	۰	۹	۸۱
ارتباطی	دسترسی به منابع	۳	۶	۲	۰	۰	۹	۸۱
	حذف فرآیندهای زائد اداری	۳	۷	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	ایجاد ارتباطات	۳	۵	۳	۰	۰	۸	۷۲
ساختاری	حفظ ارتباطات	۳	۶	۲	۰	۰	۹	۸۱
	استفاده از ارتباطات	۵	۵	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	رسمیت	۶	۲	۳	۰	۰	۸	۷۲
فردی	کنترل	۶	۵	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	تخصصی بودن کارها	۹	۲	۰	۰	۰	۱۱	۱۰۰
	شایستگی‌های فردی	۸	۲	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	تجربیات زندگی	۴	۶	۱	۰	۰	۱۰	۹۰
	محیط خانوادگی	۴	۶	۱	۰	۰	۱۰	۹۰

۹۰	۱۰	۰	۰	۱	۵	۵	علاقه به خود اشتغالی
----	----	---	---	---	---	---	----------------------

نتایج نظرسنجی مرحله دوم در جدول ۳ آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود در تمامی مؤلفه‌ها مجموع تعداد پاسخ‌هایی که برابر با ۴ (زیاد) یا ۵ (خیلی زیاد) بیشتر از ۷۰ درصد کل پاسخ دهندگان بودند. حال باید علاوه بر شرط لازم (بالای ۰/۷) باید شرط کافی را هم بررسی نماییم، یعنی روی گزینه‌ای که بیشترین پاسخ را دارد باید اجماع وجود داشته باشد.

جدول ۴- میزان اجماع یا توافق خبرگان برای عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی

ابعاد	مؤلفه‌ها	خیلی زیاد (۵)	زیاد (۴)	متوسط (۳)	کم (۲)	خیلی کم (۱)	بزرگترین مقدار تجمیع	درصد نسبت به کل
رفتاری	فرصت‌شناسی	۹	۲	۰	۰	۰	۹	۸۱
	داشتن توانایی تصمیم‌گیری	۸	۱	۲	۰	۰	۸	۷۲
	مسئولیت‌پذیری	۸	۲	۱	۰	۰	۸	۷۲
محیطی	جو کارآفرینانه	۸	۱	۱	۰	۰	۸	۷۲
	زیر ساختارهای محیطی	۲	۹	۰	۰	۰	۹	۸۱
	وجود قوانین مناسب و تسهیل‌کننده	۲	۸	۱	۰	۰	۸	۷۲
	فضای حمایتی	۹	۲	۰	۰	۰	۹	۸۱
مجموعی	پاداش	۸	۲	۱	۰	۰	۸	۷۲
	استقلال کاری	۳	۸	۰	۰	۰	۸	۷۲
	حمایت مدیریت	۸	۳	۰	۰	۰	۸	۷۲
زمینه‌ای	فناوری	۸	۲	۱	۰	۰	۸	۷۲
	دسترسی به منابع	۳	۸	۰	۰	۰	۸	۷۲
	حذف فرآیندهای زائد اداری	۲	۸	۱	۰	۰	۸	۷۲
ارتباطی	ایجاد ارتباطات	۲	۸	۱	۰	۰	۸	۷۲
	حفظ ارتباطات	۳	۸	۰	۰	۰	۸	۷۲
	استفاده از ارتباطات	۸	۲	۱	۰	۰	۸	۷۲
ساختاری	رسمیت	۸	۲	۱	۰	۰	۸	۷۲
	کنترل	۸	۳	۰	۰	۰	۸	۷۲
	تخصصی بودن کارها	۹	۲	۰	۰	۰	۹	۸۱
فردی	شایستگی‌های فردی	۸	۲	۱	۰	۰	۸	۷۲
	تجربیات زندگی	۳	۸	۰	۰	۰	۸	۷۲
	محیط خانوادگی	۳	۸	۰	۰	۰	۸	۷۲



۷۲	۸	۰	۰	۱	۸	۲	علاقه به خود اشتغالی
----	---	---	---	---	---	---	----------------------

با توجه به میزان اجماع یا توافق خبرگان برای هر مؤلفه در جدول ۴ شرط کافی برای تمامی مؤلفه‌ها تحقق یافته است. بنابراین فرآیند نظرسنجی متوقف می‌شود و اعضای گروه خبره با تمامی مؤلفه‌ها موافق بوده‌اند و این مؤلفه‌ها بر اساس روش دلفی مورد قبول واقع شدند. در ادامه خبرگان با استفاده از جدول ۵ به تعیین روابط بین متغیرها پرداخته و ماتریس خودتعاملی ساختاری در قالب جدول ۶ به دست آمد.

جدول ۵- علائم مورد استفاده در طراحی مدل ساختاری- تفسیری

O	X	A	V
عدم وجود رابطه	رابطه دوسویه	متغیر j بر i تاثیر دارد	متغیر i بر j تاثیر دارد

جدول ۶- ماتریس خود تعاملی ساختاری

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱	رفتاری	۱	A	A	A	O	A	X
۲	محیطی	۱	۱	X	X	O	A	O
۳	محتوایی	۱	۱	۱	V	O	A	A
۴	زمینه‌ای	۱	۱	۱	۱	V	A	A
۵	ارتباطی	۱	۱	۱	۱	۱	A	O
۶	ساختاری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	O
۷	فردی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

صورتی که ورودی  $(i,j)$  در ماتریس خود تعاملی ساختاری X باشد در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه یک و در ورودی  $(j,i)$  یک قرار داده می‌شود و در صورتی که ورودی  $(i,j)$  در ماتریس خود تعاملی ساختاری O باشد در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه صفر و در ورودی  $(j,i)$  صفر قرار داده می‌شود (جدول ۷).

بر اساس جدول ۶ در صورتی که ورودی  $(i,j)$  (محل تلاقی سطر i و ستون j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری V باشد، در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه یک و در ورودی  $(j,i)$  صفر قرار داده می‌شود، در صورتی که ورودی  $(i,j)$  در ماتریس خود تعاملی ساختاری A باشد، در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه صفر و در ورودی  $(j,i)$  یک قرار داده می‌شود، در

جدول ۷- ماتریس دسترسی اولیه

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱	رفتاری	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۲	محیطی	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰
۳	محتوایی	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰
۴	زمینه‌ای	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰
۵	ارتباطی	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
۶	ساختاری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰
۷	فردی	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱

در جدول ۸ برای اطمینان باید روابط ثانویه کنترل و انتقال‌پذیری انجام شود. انتقال‌پذیری به معنای آن است که اگر متغیر A بر B و B بر C تأثیر داشته باشد، در این صورت باید A نیز بر C تأثیرگذار باشد.

جدول ۸- ماتریس دسترسی نهایی

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱	رفتاری	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱
۲	محیطی	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱
۳	محتوایی	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱
۴	زمینه‌ای	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱
۵	ارتباطی	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
۶	ساختاری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۷	فردی	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱

در جدول ۹ پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه‌ها برای هر یک از ابعاد تعیین می‌شود. ابعادی که مجموعه خروجی و اشتراک آن‌ها کاملاً مشابه باشند، در بالاترین سطح قرار می‌گیرند. به منظور یافتن اجزای تشکیل‌دهنده سطح بعدی سیستم، اجزای بالاترین سطح آن در محاسبات ریاضی جدول حذف می‌شود و عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی مانند روش تعیین اجزای بالاترین سطح انجام می‌گردد. این عملیات تا آنجا تکرار می‌شود که اجزای تشکیل‌دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شوند.

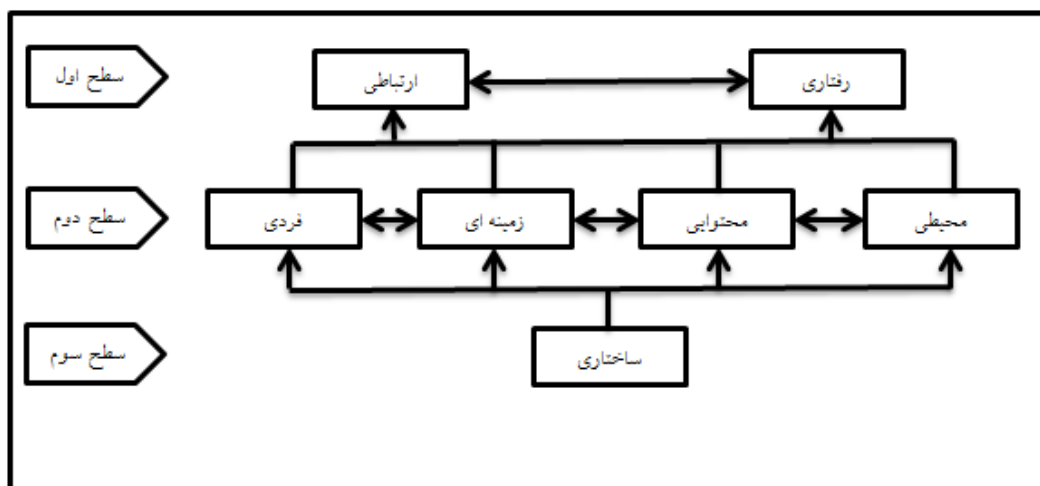
در جدول ۹- تعیین روابط و سطوح ابعاد الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی

جدول ۹- تعیین روابط و سطوح ابعاد الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی

ابعاد	سطرها مجموعه خروجی (اثرگذاری)	ستون‌ها مجموعه ورودی (اثرپذیری)	اشتراک	سطح
۱	۱-۳-۴-۷	۱-۲-۳-۴-۶-۷	۱-۳-۴-۷	اول
۲	۲-۳-۴-۷	۲-۳-۴-۶-۷	۲-۳-۴-۷	دوم
۳	۲-۳-۴-۷	۲-۳-۴-۶-۷	۲-۳-۴-۷	دوم
۴	۲-۳-۴-۷	۲-۳-۴-۶-۷	۲-۳-۴-۷	دوم
۵	۵	۲-۳-۴-۵-۶-۷	۵	اول
۶	۶	۶	۶	سوم
۷	۲-۳-۴-۷	۲-۳-۴-۶-۷	۲-۳-۴-۷	دوم

بر اساس سطح‌بندی انجام شده در جدول ۹، الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری استان گلستان ترسیم شد. با توجه به الگوی ارائه شده در شکل ۱ هرچه متغیر در سطوح پایین‌تر قرار داشته باشد، از تأثیرگذاری بیشتر و تأثیرپذیری کمتری برخوردار است

لذا می‌توان گفت زیربنای الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری گلستان در درجه اول بعد ساختاری، در درجه دوم ابعاد محیطی، محتوایی، زمینه‌ای و فردی و در درجه سوم ابعاد رفتاری و ارتباطی هستند.



شکل ۱- الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری گلستان

نفوذ و مجموع اعداد ستون‌ها نشان‌دهنده قدرت وابستگی ابعاد می‌باشند (جدول ۱۰).

در ادامه میزان قدرت نفوذ و وابستگی ابعاد الگوی ارائه شده در شکل ۱ به دست می‌آید. بدین صورت که در جدول ۸، مجموع اعداد سطرها نشان‌دهنده قدرت

جدول ۱۰- قدرت نفوذ - وابستگی ابعاد

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
قدرت نفوذ	۴	۶	۶	۶	۱	۷	۶
قدرت وابستگی	۶	۵	۶	۶	۶	۱	۶

قرار گرفته‌اند. لذا می‌توان گفت ابعاد محیطی و ساختاری تأثیرگذاری بیشتری در رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری گلستان دارند.

بر اساس شکل ۲، ابعاد رفتاری و ارتباطی در خوشه وابسته، ابعاد محتوایی، زمینه‌ای و فردی در خوشه پیوندی و ابعاد محیطی و ساختاری در خوشه مستقل

میزان نفوذ	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	پیوندی
	۶						۲	۷-۴-۳
۵								
۴							۱	
۳								وابسته
۲								
۱							۵	
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	
								مستقل
								خودمختار

شکل ۲- ماتریس قدرت نفوذ- وابستگی

## بحث و نتیجه‌گیری

متغیرهای بسیاری بر رفتار کارآفرینانه سازمانی تأثیرگذار هستند و رفتار کارآفرینانه سازمانی لازمه موفقیت و بقای سازمان‌ها در هر اندازه‌ای اعم از دولتی و خصوصی است که دادگستری استان گلستان نیز از این امر مستثنی نیست. به‌منظور دستیابی به کارآفرینی سازمانی ضروری است که مدیران ضمن ارزیابی محیط داخلی و خارجی سازمان، بسترها و زیرساخت‌های لازم را از ابعاد مختلف فردی، گروهی و سازمانی جهت ایجاد و تقویت کارآفرینی سازمانی فراهم کنند تا با تدوین اهداف، استراتژی، ساختار مناسب بتوان گامی ارزنده را در رشد و تعالی سازمان برداشت که در صورت تحقق این امر، گسترش نوآوری و خلاقیت، بهبود سطح اشتغال در جامعه و رفاه اجتماعی، افزایش کمی و کیفی تولید، افزایش مزیت رقابت اقتصادی در عرصه جهانی و توسعه کشور را موجب خواهد شد.

نتایج دلفی در این تحقیق نشان دادند ۲۳ مؤلفه در قالب ۷ بعد رفتاری، محیطی، محتوایی، زمینه‌ای، ارتباطی، ساختاری و فردی بر رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری گلستان مؤثر هستند که بعد رفتاری شامل مؤلفه‌های فرصت‌شناسی، داشتن توانایی تصمیم‌گیری و مسئولیت‌پذیری است که با نتایج تحقیقات انوری و همکاران (۱۳۹۹)، زالی و همکاران (۱۳۹۹)، لعلی‌سرابی و عبدوی (۱۳۹۲) و Jong et al. (2015) همخوانی دارند.

همچنین بعد محیطی شامل مؤلفه‌های جو کارآفرینانه، زیرساختارهای محیطی، وجود قوانین مناسب و تسهیل‌کننده و فضای حمایتی است که با نتایج تحقیقات انوری و همکاران (۱۳۹۹)، مقیمی و همکاران (۱۳۹۳)، Mirkamandar et al. (2020) و Mustafa et al. (2018) همخوانی دارند. بعد محتوایی شامل مؤلفه‌های پاداش، استقلال کاری و حمایت

مدیریت است که با نتایج تحقیقات ناصر (۱۳۹۶)، شاه‌آبادی و همکاران (۱۳۹۴)، خیاطان و مبارکی (۱۳۹۳)، رحمانیان کوشککی و عباسی (۱۳۹۲) و طاهونی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارند. بعد زمینه‌ای شامل مؤلفه‌های فناوری، دسترسی به منابع و حذف فرآیندهای زائد اداری است که با نتایج تحقیقات انوری و همکاران (۱۳۹۹)، زالی و همکاران (۱۳۹۹)، مقیمی و همکاران (۱۳۹۳)، خیاطان و مبارکی (۱۳۹۳) و لعلی‌سرابی و عبدوی (۱۳۹۲) همخوانی دارند. بعد ارتباطی شامل مؤلفه‌های ایجاد ارتباطات، حفظ ارتباطات و استفاده از ارتباطات است که با نتایج تحقیق رحمانیان کوشککی و عباسی (۱۳۹۲) همخوانی دارند. بعد ساختاری شامل مؤلفه‌های رسمیت، کنترل و تخصصی بودن کارها است که با نتایج تحقیقات ناصر (۱۳۹۶)، خیاطان و مبارکی (۱۳۹۳)، لعلی‌سرابی و عبدوی (۱۳۹۲)، Mirkamandar et al. (2020) و Mustafa et al. (2018) همخوانی دارند و بعد فردی شامل مؤلفه‌های شایستگی‌های فردی، تجربیات زندگی، محیط خانوادگی و علاقه به خود اشتغالی است که با نتایج ناصر (۱۳۹۶)، Mirkamandar et al. (2020) و Surucu and Sesen (2019) همخوانی دارند.

همچنین نتایج ساختاری تفسیری نشان دادند الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی دارای سه سطح می‌باشد و ابعادی که در سطوح پایین‌تر قرار دارند از تأثیرگذاری بیشتر و تأثیرپذیری کمتری برخوردار هستند بنابراین می‌توان گفت بعد ساختاری و مؤلفه‌های آن (رسمیت، کنترل و تخصصی بودن کارها) زیربنای رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری استان گلستان هستند یعنی با کاهش رسمیت و کنترل و توجه به تخصصی کردن کارها، رفتار کارآفرینانه سازمانی افزایش پیدا می‌کند.

بر اساس بعد محتوایی، پیشنهاد می‌شود مدیران با تفویض اختیار و دادن استقلال به کارکنان سبب تقویت رفتار کارآفرینانه سازمانی در کارکنان شوند.

بر اساس بعد زمینه‌ای، پیشنهاد می‌شود مدیران با در دسترس قرار دادن منابع و فناوری‌های به روز سبب در راستای ایجاد نوآوری در فرآیندها و تقویت رفتار کارآفرینانه سازمانی در کارکنان شوند.

بر اساس بعد ارتباطی، پیشنهاد می‌شود مدیران توانایی برقراری ارتباط عمیق و صمیمانه کارکنان با یکدیگر را از طریق برگزاری آموزش‌های ضمن خدمت به وسیله متخصصان این حوزه تقویت کنند.

بر اساس بعد ساختاری، پیشنهاد می‌شود مدیران با انعطاف‌پذیری سازمانی و دوری گزیدن از رویه‌های اجرایی استاندارد بخش‌های مرتبط با شغل کارکنان در هر سطح و کاهش وابستگی به شرح وظایف سبب بهبود رفتار کارآفرینانه سازمانی کارکنان شوند. بر اساس بعد فردی، پیشنهاد می‌شود مدیران روحیه خدمت و کارآفرینی را بین کارکنان تقویت کنند.

نتایج تحلیل میک مک نیز نشان دادند ابعاد رفتاری و ارتباطی در خوشه وابسته قرار دارند یعنی به طور عمده نتیجه الگوی رفتار کارآفرینانه سازمانی هستند و تغییر در سایر ابعاد تشکیل دهنده الگو سبب تغییر در این ابعاد می‌گردد. همچنین ابعاد محتوایی، زمینه‌ای و فردی در خوشه پیوندی قرار دارند یعنی این ابعاد غیریستا هستند و هر نوع تغییر در آنها می‌تواند الگو را تحت تأثیر قرار دهد. ابعاد محیطی و ساختاری نیز در خوشه مستقل قرار دارند و روی سایر ابعاد تأثیرگذار هستند.

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، پیشنهادهای جهت تقویت رفتار کارآفرینانه سازمانی در دادگستری استان گلستان ارائه می‌گردد:

بر اساس بعد رفتاری، پیشنهاد می‌شود مدیران فضای مناسبی را جهت تصمیم‌گیری و فرصت شناسی کارکنان ایجاد کنند تا سبب تقویت رفتار کارآفرینانه سازمانی در کارکنان شوند.

بر اساس بعد محیطی، پیشنهاد می‌شود مدیران بستر حمایتی از ایده‌های کارآفرینانه برای بهبود فرآیندهای سازمانی در دادگستری را ایجاد کنند.

## منابع

- آذر، ع. و خسروانی، ف. ۱۳۹۸. تحقیق در عملیات نرم. انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.
- انوری، ش.، عطایی، م.، و طاهرپور کلاتری، ح. ۱۳۹۹. شناسایی الگوی رفتاری کارآفرینان مستقل در ایران. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۶ (۷۷): ۱۴۸-۱۲۷.
- پورنظری، م.، صدیقی، ح.، و چیدری، م. ۱۳۹۳. بررسی عوامل محیطی مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در کارآفرینان کشاورزی. کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۳): ۱۰۰-۸۳.
- خیاطان، م.، و مبارکی، م. ۱۳۹۳. عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران. پی‌اورد سلامت، ۸ (۳): ۲۰۹-۱۹۸.
- حیاتی، ر.، و زارع زیدی، ع. ۱۳۹۶. نقش مدیریت منابع انسانی در تقویت کارآفرینی سازمانی. دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۲ (۴): ۱۲-۱.
- رحم‌نلیان کوشککی، م.، و عباسی، ع. ۱۳۹۲. سازوکارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم. مدیریت دولتی، ۵ (۴): ۱۳۸-۱۲۱.
- زالی، م.، نیلی آرام، ع.، رضائیان، ع.، و کردناویج، ا. ۱۳۹۹. ارائه الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان در کسب‌وکارهای صادراتی حوزه برق و الکترونیک کشور با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۳ (۴): ۲۱-۱.
- زبیری، ه.، و صلاحی کجور، س. ۱۳۹۷. اثر استقلال قضایی بر تولید ناخالص داخلی (مطالعه بین کشوری با

17. Faisal, M.N., Banwet, D.K., and Shankar, R. 2006. Supply chain risk mitigation: modelling the enablers. *Business Process Management*, 12(4): 535-552.
18. Gawke, C., Gorgievski, J., and Bakker, A. 2017. Employee intrapreneurship and work engagement: A latent change score approach. *Journal of Vocational Behavior*, 100(1): 88-100.
19. Jong, J.P.D., Parker, S.K., Wennekers, S., and Wu, C.H. 2015. Entrepreneurial behavior in organizations: does job design matter?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4): 981-995.
20. Mirkamandar, S., Beheshtifar, M., Pourkiani, M., and Sheykhi, A. 2020. Designing a Model of Antecedents of Entrepreneurial Orientation and Behavior (Case Study: Administrative Agencies in Kerman Province). *Turismo: Estudos & Práticas*, 1(1): 1-10.
21. Mustafa, M., Gavin, F., and Hughes, M. 2018. Contextual determinants of employee entrepreneurial behavior in support of corporate entrepreneurship: a systematic review and research agenda. *Journal of Enterprising Culture*, 26(03): 285-326.
22. Rutherford, W. 2007. Corporate entrepreneurship: An empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3): 429-446.
23. Stopford, J., and Baden-Fuller, W. 1994. Creating Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 15(7): 521-536.
24. Surucu, L., and Sesen, H. 2019. Entrepreneurial behaviors in the hospitality industry: Human resources management practices and leader member exchange role. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 66: 114.
25. Wakkee, I., Elfring, T., and Monaghan, S. 2010. Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1): 1-21.
26. Warfield, J. W. 1974. Developing interconnected matrices in structural modelling. *IEEE transcript on systems, Men and Cybernetics*, 4(1): 51-81.
۹. روش داده‌های تابلویی). فصلنامه مدل‌سازی اقتصادسنجی، ۳ (۳): ۸۲-۶۳.
۹. سلیمانی، ا.، موسوی، م.، میرزایی، م.، و حسینی، ر. ۱۳۹۲. بررسی اهمیت و ضرورت کارآفرینی در سازمان‌ها و راه‌های گسترش آن. اولین کنفرانس بین‌المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری): رودهن.
۱۰. شاه‌آبادی، ا.، شهبازی، ش.، و سهراب یوفا، ح. ۱۳۹۴. تأثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی (سیاست‌های کلان اقتصادی) بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب ایران. فرآیند مدیریت و توسعه، ۲۸ (۳): ۸۳-۶۳.
۱۱. طاهونی، م.، صالح پور، م.، و عزیزی، ک. ۱۳۹۲. عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینی. همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان: رامسر.
۱۲. فارس‌سیجانی، ح.، اخوان خرازیان، م.، و شهبازی، م. ۱۳۹۳. نقش ابعاد فرهنگ سازمانی در بروز رفتار کارآفرینانه (مؤسسه هدایت فرهیختگان جوان). چشم انداز مدیریت دولتی، ۲۰ (۱): ۹۷-۷۳.
۱۳. لعلی سرابی، ا.، و عبدوی، م. ۱۳۹۲. طراحی و تبیین مدل عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی در بخش دولتی ایران. دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت کارآفرینی و توسعه اقتصادی: قم.
۱۴. مقیمی، م.، زالی، م.، و مرزبان، ش. ۱۳۹۳. بررسی رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه تهران. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۶ (۱۱): ۱۴۴-۱۲۳.
۱۵. ناصر، ش. ۱۳۹۶. بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه در کارکنان شهرداری تهران. کنفرانس بین‌المللی فرصت‌ها و چالش‌ها مدیریت، اقتصاد و حسابداری: تهران.
16. Cardon, M., S. Wincent, J., Singh, J., and Drnovsek, M. 2009. The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3): 511-532.



Gorgan University of Agricultural  
Sciences and Natural Resources

*Journal of Entrepreneurship in Agriculture* Vol. 7(4), 2021

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI: 10.22069/JEAD.2021.19163.1488

## **Designing an organizational entrepreneurial behavior model with a combined approach**

**A. soosaraei<sup>1</sup>, M. Nasiri<sup>2\*</sup>, R.A. Samiee<sup>3</sup>, M.B. Gorgi<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>PhD student in Entrepreneurship, Faculty of Management and Accounting, Ali Abad Katoul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad katoul, Iran

<sup>2</sup>Assistant Professor of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

<sup>3</sup>Assistant Professor of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

<sup>4</sup>Assistant Professor of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Received: 24/05/2021; Accepted: 18/07/2021

### **Abstract**

Considering that organizational entrepreneurial behavior is a necessity for all organizations, both public and private, so the purpose of this study was to design a model of organizational entrepreneurial behavior with a combined approach, which was done on a case study in the judiciary of Golestan province. The present study is applied in terms of purpose and descriptive-correlation based on the method, which was analyzed using Excel software. In the first step, the factors affecting organizational entrepreneurial behavior were identified based on the research background and semi-structured interviews with 11 academic and organizational experts by Delphi method. The output of this stage was 23 components in 7 dimensions (behavioral, environmental, content, contextual, communication, structural, individual). Then, in the second step, the identified dimensions were graded by interpretive structural method and clustered by Mikmak analysis. The results showed that the behavioral and communication dimensions are in the first level, environmental, content, contextual and individual dimensions are in the second level and structural dimension are in the third level. Environmental and structural are located in independent clusters. Based on the research results, it is suggested that in order to create entrepreneurial behavior in employees and the structure of the organization should be efficient and flexible in the face of environmental change and managers away from bureaucracy should encourage the entrepreneurial behavior of employees.

**Keywords:** Behavior, Organizational Entrepreneurship, Interpretive Structural Modeling, MicMac.

---

\*Corresponding author; [mnasiri64@yahoo.com](mailto:mnasiri64@yahoo.com)



