

پژوهشی پیرامون عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاههای علوم پزشکی کشور

رضا دهقان^۱، دکتر کامبیز طالبی^۲، دکتر ابوالقاسم عربیون^۳

چکیده

زمینه و هدف: پژوهش حاضر به شناسایی عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاههای علوم پزشکی کشور با استفاده از الگوی سه شاخگی توسعه کارآفرینی پرداخته است. تنوع شدید محصولات و خدمات در دانشگاههای علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی و چالشهای متعدد در رویکرد و نظام مدیریتی حاکم بر آنها دلایل اصلی انجام این پژوهش است.

روش بررسی: در این پژوهش از مدل سه شاخگی توسعه کارآفرینی استفاده شده است. ابزار مورد استفاده، پرسشنامه ساخت یافته شامل ۵۸ سوال اصلی است که بر اساس طیف لیکرت طراحی و بین کارکنان دانشگاههای علوم پزشکی توزیع شده است. روایی پرسشنامه توسط نخبگان تأیید و پایایی آن نیز از طریق محاسبه آلفای کرونباخ (۰/۹۴) تعیین گردیده است. حجم نمونه ۳۷۹ نفر از کارکنان است که به روش هدفمند غیراحتمالی تعیین شده است. نهایتاً تعداد ۳۲۵ پرسشنامه جمع آوری شده و دادههای مربوطه در نرم افزار SPSS 18 ثبت و تحلیل گردیده است.

یافته ها: این پژوهش نشان می دهد که سه دسته عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه ای بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاههای علوم پزشکی موثر هستند که وضعیت کلی آنها، متوسط است.

نتیجه گیری: بنابر نتایج این پژوهش، توصیه می شود نسبت تغییر نگرش مدیریتی به نظام اداری، اصلاح ساختار مبتنی بر راهبردهای جدید، تمرکززدایی و اصلاح سیستمها و روشهای کاری به منظور بهبود وضعیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در اولویت نظام اداری دانشگاههای علوم پزشکی قرار گیرد.

واژه های کلیدی: نوآوری و کارآفرینی سازمانی، الگوی سه شاخگی توسعه کارآفرینی، دانشگاههای علوم پزشکی

* نویسنده مسئول :

رضا دهقان ؛
دانشگاه علوم پزشکی تهران

Email :
Rdehghan@tums.ac.ir

- دریافت مقاله : بهمن ۱۳۹۰ - پذیرش مقاله : اردیبهشت ۱۳۹۱

مقدمه

شکل سلسله مراتبی و دیوانسالاری اداره امور دولتی در حال تبدیل شدن به نوعی مدیریت دولتی قابل انعطاف و مبتنی بر بازار است.

پذیرش مدیریت دولتی نوین به معنای ظهور یک حوزه علمی جدید در بخش دولتی است. این الگوی جدید دارای شکل های مختلف شامل مدیریت گرای (۱۹۹۰)، مدیریت دولتی نوین (۱۹۹۱)، اداره امور دولتی مبتنی بر بازار (۱۹۹۲) و یا دولت کارآفرین (۱۹۹۲) است (۱).

رویکردها و نظریه های ساختارهای اجتماعی در فرآیند تکاملی خود همواره انتشار دو مؤلفه اصلی را مورد توجه قرار داده اند. یکی مسأله نظم و دیگری

^۱ کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، گروه تحول اداری، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران، ایران

^۲ دانشیار گروه کارآفرینی فناوری، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۳ استادیار گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

نوآوری و تغییر. آنچه که در سطوح مختلف یک نظام جمعی باعث تحول یک نظم و شکل‌گیری یک ساختار جدید می‌گردد، نوآوری و تغییرات مترتب بر آن است، چرا که نوآوری‌ها عمدتاً مستلزم تغییرات اساسی در تفکر و رفتار افراد است. نوآوری واژه‌ای با مفهوم اجتماعی و اقتصادی است تا تکنیکال و فنی (۲).

"نوآوری" ایده، روش و یا موضوعی است که از نظر فرد، گروه و یا یک سیستم، جدید تلقی می‌گردد و تا آنجا که به رفتار بشر مربوط می‌شود، جدید بودن ایده از نظر عینی نسبت به طول زمان به اولین کاربرد و یا کشف آن بستگی چندانی ندارد، بلکه برداشت و یا تازگی ذهنی ایده است که واکنش فرد یا گروه را در مقابل آن تعیین می‌کند. اگر ایده به نظر فرد یا گروه جدید باشد نوآوری به شمار می‌آید (۲).

سازمان‌ها نیز به عنوان عناصر اصلی اثربخش در فرآیندهای اقتصادی و اجتماعی جوامع، حوزه‌های مهمی در ظهور خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها به شمار می‌روند و اساساً ادامه حیات آنها بستگی به تغییر و نوآوری دارد. در عرصه سازمان، نوآوری فرآیندی است که وضع موجود و حفظ و نگهداری آن را از طریق تفکر و نگرش جدید به محتوای فرآیندها و تغییر در ترکیب سه عامل فن‌آوری، محیط و سازمان مورد چالش قرار می‌دهد و در حوزه‌های متعددی مانند توسعه محصول، فرآیند تولید و توزیع، شیوه‌های مدیریت، روش‌های انجام کار، روابط سازمانی و به طور کلی در تمام فعالیت‌های انسانی قابل تعریف و کاربرد است (۳).

باید یادآور شویم که از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی شاهد تحولاتی در بخش دولتی کشورها بوده‌ایم، به گونه‌ای که ساختار سلسله مراتبی و بوروکراتیک اداره امور دولتی که در اکثر سال‌های قرن بیستم حالت مسلط را داشت، در حال تبدیل به نوعی مدیریت دولتی قابل

انعطاف و کارآمد است. این فرآیند، تغییری همه جانبه است که پارادایم جدیدی تحت عنوان «مدیریت کارآفرینانه» آن را حمایت می‌کند (۴).

در اواسط قرن بیستم نظریه کارآفرین نوآور توسط Schumpeter (۱۹۵۲) پایه‌ریزی شد. طبق این نظریه وظیفه کارآفرین عبارتست از اصلاح و متحول ساختن الگوی تولید با بهره‌برداری از اختراع یا به طور عمومی‌تر امکان فنی امتحان نشده در تولید کالای جدید یا تولید کالای قدیمی به روشی جدید، بازگشایی منابع جدید برای دسترسی به مواد یا بازار جدید محصولات یا سازماندهی صنعتی جدید. مفهوم نوآوری و تازگی، جزء لاینفک کارآفرینی در این تعریف است. در حقیقت نوآوری به معنی معرفی چیزی جدید، یکی از مشکل‌ترین وظایف کارآفرین است. این کار نه تنها نیازمند توانایی خلق کردن و مفهومی کردن چیزی است، بلکه نیازمند توانایی درک تمامی نیروهای کار موجود در محیط نیز هست. تازه بودن ممکن است شامل هر چیزی باشد، از محصول جدید تا سیستم توزیع جدید و تا روشی برای توسعه ساختار سازمانی جدید (۵).

ریشه لاتین نوآوری واژه Innovation به معنای ساختن یک چیز جدید است. Marcus (۱۹۶۹) نوآوری را به عنوان معرفی یک واحد تغییر تکنولوژیک دانسته که در واقع ایجاد یک محصول، خدمت و یا روش جدیدی است (۶). روش دیگر برای درک نوآوری به سطوح مختلف آن مربوط می‌شود که منعکس‌کننده درجات متفاوت اثرگذاری نوآوری است. در رایج‌ترین سطح بندی نوآوری، طیفی از نوآوری تدریجی (incremental)، بنیادین (radical) و سیستماتیک یا تحولی (Transformative) مطرح است. از نظر ایشان انواع نوآوری از نظر سطح و میزان تأثیر است (۷). در ساده‌ترین بیان، نوآوری در خدمات دولتی را ایده‌های جدید پیرامون ایجاد ارزش افزوده

اجتماعی معرفی شده است (۸). از آنجا که نوآوری سازمان را قادر می‌سازد تا به نیازها پاسخ گوید و نیازهای قدیمی‌تر نیز به طور اثربخش‌تری برآورده شوند، ارزش بیشتری در سازمان ایجاد می‌شود و محیط‌های کلان سازمانی بهبود می‌یابند (۹).

کارآفرینی از نظر Morris و همکاران (۲۰۰۲) عبارت است از شناسایی فرصت‌ها، نوآوری برای استفاده از فرصت‌ها، و اقدام مخاطره‌آمیز برای ایجاد ارزش (۱۰). Hisrich و Brush (۱۹۸۵) نیز کارآفرینی را فرآیند خلق چیزی جدید و با ارزش، با اختصاص زمان و تلاش لازم و در نظر گرفتن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال تعریف کرده‌اند (۵).

کارآفرینان را بر حسب اهدافی که در فرآیند کارآفرینی دارند، می‌توان به سه دسته طبقه‌بندی کرد که مبین مفاهیم مختلفی از کارآفرینان است:

۱. کارآفرینی برای ایجاد کسب و کار جدید
 ۲. کارآفرینی برای حل مشکلات اجتماعی
 ۳. کارآفرینی برای توسعه یا بهبود سازمان موجود
- در نوع آخر، کارآفرینی از طریق ساختار رسمی سازمان انجام می‌شود. هدف از این نوع کارآفرینی بهبود عملکرد یا توسعه سازمان است (۱۰).

در واقع باید گفت که کارآفرینی تنها به فعالیت‌های مخاطره‌آمیز مستقل منحصر نمی‌شود، بلکه علاوه بر آن شامل سازمان کارآفرینانه و مجموعه‌های سازمانی نیز می‌شود. Schumpeter (۱۹۵۲) بر این باور است که کارآفرینی سازمانی واژه‌ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته، و توانایی استفاده از منابع با روش‌های جدید است که منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می‌شود. کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع جدید است (۱۱).

کارآفرینی سازمانی را می‌توان بعنوان 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 بکارگیری 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 (۱۰).

سوابق مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی و نوآوری در سازمان نشان می‌دهد که عوامل گوناگونی در محیط داخلی و بیرونی سازمان دخیل‌اند.

Borins (۲۰۰۱) بر اساس مطالعات منحصر به فرد Osborne و Plastrick (۱۹۹۸) در زمینه نوآوری در بخش دولتی و البته مرور متون ایشان در خصوص سازمان‌های نوآور در بخش خصوصی، و مطابق با کار انجام شده توسط لایت (۱۹۹۸) در زمینه سازمان‌های کوچک دولتی و غیرانتفاعی، دیدگاه‌های ذیل را برای پشتیبانی از نوآوری در سازمان‌های دولتی مطرح کرده است؛ فرهنگ نوآورانه باید از سوی مدیریت ارشد سازمان پشتیبانی و حمایت شود؛ پاداش‌ها برای افراد و تیم‌های نوآور باید افزایش یابد؛ منابع برای نوآوری تخصیص یابد؛ باید از تنوع کارکنان در ابعاد زمینه‌ای و شناختی اطمینان یافت؛ باید از طریق مشاهده اتفاقات برون سازمانی، درباره نوآوری هرچه بیشتر آموخت؛ نوآوری مسئولیت تک‌تک افراد سازمان است؛ دامنه و گستره آزمایش‌ها و آزمون‌ها برای

نوآوری بسیار مهم است؛ و اینکه نوآوری مستلزم ارزشیابی است (۱۲).

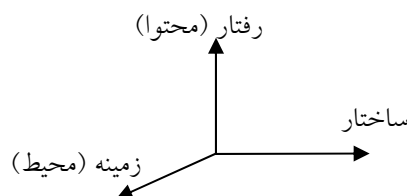
عامل مهم دیگری که برای پرداختن به نوآوری در سازمانها خصوصاً ارائه دهندگان خدمات دولتی وجود دارد هزینه‌ها و ارتقای کارایی در تدارک و ارائه خدمات دولتی است. این موضوع در محدودیت‌های بودجه‌ای و منابع مالی بیشتر متبلور است. هزینه خدمات دولتی به دلیل عدم وجود رقابت در بخش دولتی سریع‌تر از رکود اقتصادی میل به افزایش دارد. در نتیجه برای پرهیز از افزایش بی‌رویه هزینه‌های خدمات دولتی، باید نوآوری را با هدف افزایش کارایی توسعه داد. در عوض برای کاهش هزینه‌های دولت، باید به اصلاح ساختارهای کاری و عملیات در بخش دولتی پرداخت (۷).

در پژوهشی که با عنوان مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی در نشریه بین‌المللی مدیریت کارآفرینی منتشر شده است، به بررسی ارتباط بین رشد، توسعه و بهره‌وری به عنوان عناصر عملکردی مرتبط با کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است (۱۳).

در مطالعه دیگری که به منظور بررسی کارآفرینی درون سازمانی در سازمانهای دولتی انجام شده است، عواملی چون نظام پاداش، نظام کنترل، نظام تصمیم‌گیری، آموزش و تحقیق، سابقه مدیریتی، ارتباطات سازمانی و... به عنوان متغیرهای کارآفرینی سازمانی شناسایی شده‌اند (۱۴). حق شناس و همکاران (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای با عنوان الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی کشور، ساختار، استراتژی، سبک رهبری، فرهنگ سازمانی و... را به عنوان عوامل درون سازمانی و تکنولوژی، بخش اقتصادی و بازار، بخش فرهنگی و اجتماعی، دولت و... را به عنوان عوامل برون سازمانی موثر بر کارآفرینی سازمانی معرفی نموده‌اند.

طراحی و تبیین مدلی برای نهادینه کردن نوآوری در بخش دولتی هم پژوهش دیگری است که طی آن ثبات مدیریت، مدیریت عالی، فرهنگ سازمانی، درآمد اختصاصی، پاداش کارکنان، ساختار سازمانی، ساختار حکومت، تعدد قوانین و ارتباطات خارجی به عنوان عوامل درون و برون سازمانی موثر بر نوآوری در بخش دولتی مورد بررسی قرار گرفته‌اند (۱۵).

مقیمی (۱۳۸۳ و ۱۳۸۴) هم طی دو پژوهش در زمینه عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی و اجتماعی بخش دولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد در کشور، موارد ذیل را بررسی کرده و نشان داده است که این سازمان‌ها متأثر از عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای هستند. او در این تحقیقات به منظور شناسایی ابعاد کارآفرینی سازمانی از مدل سه شاخگی توسعه کارآفرینی استفاده نموده است (شکل ۱). مدل مزبور یک ابزار تحلیلی است که بر اساس آن می‌توان کلیه مطالعات و تئوری‌های سازمان و مدیریت را در سه حوزه بررسی نمود.



شکل ۱: الگوی سه شاخگی توسعه کارآفرینی

۱. عوامل ساختاری: دربرگیرنده تمام عناصر، عوامل و شرایط فیزیکی و غیرانسانی سازمان می‌باشد که با نظم، قاعده و ترتیب خاص و به هم پیوسته، چارچوب، قالب، پوسته، بدنه و یا هیكل فیزیکی و مادی سازمان را می‌سازد. بنابراین تمام منابع مادی، مالی، اطلاعاتی و فنی، که با ترکیب خاصی در بدنه کلی سازمان جاری می‌شوند (عوامل غیر زنده) جزء شاخه ساختاری قرار می‌گیرند.

در عمل از هم جدایی ناپذیرند. بدین معنی که نوع روابط موجود بین این سه شاخه از نوع لازم و ملزومی بوده و به مثابه سه شاخه روییده از تنه واحد حیات پدیده مورد مطالعه می‌باشند. به عبارت دیگر بین آنها به هیچ وجه سه گانگی حاکم نبوده بلکه سه گونگی حاکم است. تمایز و تشخیص این سه جنبه صرفاً نظری بوده و تنها به منظور تجزیه و تحلیل و شناخت مفاهیم و پدیده‌هاست. مدل سه شاخگی - که مبنای الگوی مفهومی پژوهش ما نیز هست - مدل نظام‌مندی است که کلیه عوامل موثر در شکل‌گیری یک پدیده را تبیین می‌کند در حالی که مدل‌های موجود توسعه کارآفرینی از جمله مدل رویدادی Fry (۱۹۹۳) مدل چندبعدی Gartner (۲۰۰۵) مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۰۴) و مدل توسعه کارآفرینی جوانان (سازمان بین المللی کار، ۲۰۰۵) این ویژگی را ندارند.

۲. عوامل زمینه‌ای: شرایط و عوامل محیطی برون سازمانی هستند که محیط سازمان را احاطه نموده، با سازمان تأثیر و تأثر متقابل داشته و خارج از کنترل سازمان می‌باشند.

۳. عوامل رفتاری: شامل عوامل انسانی و روابط انسانی در سازمان است که هنجارهای رفتاری، ارتباط غیررسمی و الگوهای خاص به هم پیوسته و محتوای اصلی سازمان را تشکیل می‌دهد. این عوامل محتوایی در واقع پویایی بخش و زنده سازمانی تلقی می‌شوند و هر گونه عوامل و متغیرهایی که به طور مستقیم مربوط به نیروی انسانی می‌باشد، در این شاخه قرار می‌گیرد (۱۶).

علت نام‌گذاری این مدل (سه شاخگی) این است که ارتباط بین عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای به نحوی است که هیچ پدیده‌ای نمی‌تواند خارج از تعامل این سه شاخه انجام گیرد. در واقع، رابطه بین این سه شاخه یک رابطه تنگاتنگ ناگسستنی بوده و



شکل ۲: الگوی مفهومی پژوهش

مدل‌های مزبور توسعه مدیریتی به هیچ وجه مورد توجه نبوده است (۱۶).

از سوی دیگر نحوه ارتباط و تعامل این سه بعد، ویژگی متمایز دیگر مدل سه شاخگی است که در

شامل ۲۹۵۰۰ نفر، دقت احتمالی مطلوب (d) ۰.۹۵٪ و احتمال خطای ۰.۵٪ و همچنین مقدار t برابر با ۱/۹۶ و S برابر با ۰/۵، حجم نمونه ۳۷۹ نفری تعیین و پرسشنامه به این تعداد توزیع شده که از این میان، تعداد ۳۲۵ نفر پرسشنامه را تکمیل و تحویل داده اند. داده‌های مربوطه در نرم افزار SPSS 18 ثبت گردیده است. از آمار توصیفی (شاخص‌های مرکزی - میانگین، میانه و مد - پراکندگی - واریانس) و آمار استنباطی (آزمون همبستگی Spearman و آزمون گاما - که ضریب دقیق‌تری در داده‌های رتبه‌ای می‌باشد) هم برای تجزیه و تحلیل و دسته‌بندی یافته‌های پژوهش استفاده شده است.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که وضعیت عوامل سه‌گانه ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی، متوسط است. برای شناسایی عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی از ۱۶ مولفه استفاده شد که در ۳ گروه عوامل ساختاری، عوامل رفتاری و عوامل زمینه‌ای طبقه‌بندی شده‌اند.

بررسی وضعیت عوامل ساختاری: عوامل ساختاری موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور شامل استراتژی (با میانگین ۳/۲۶)، ساختار سازمانی (۳/۰۱)، تحقیق و توسعه (۲/۶۸)، فناوری اطلاعات (۳/۱۱)، ارزیابی عملکرد (۲/۹۶)، فرآیندها و روشها (۳/۰۱) و منابع مالی (۲/۷۷) هستند که میانگین این گروه از عوامل با ۲/۹۷ نشاندهنده متوسط بودن وضعیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور از منظر ساختاری دارد.

همچنین آزمون همبستگی این مولفه‌ها با نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان

دانشگاه‌های علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی متولی و مجری طیف وسیعی از مراقبت‌های سلامتی در سطوح چهارگانه پیشگیری، درمان، بازتوانی و تسکینی هستند و این در حالست که مأموریت مهم آموزش و پژوهش در سطوح عالی در زمینه علوم پزشکی را نیز بر عهده دارند و از سوی دیگر چالش‌های متعددی در رویکرد و نظام مدیریتی حاکم بر آنها وجود دارد. این موضوع مهمترین دلیل بر پیچیدگی سازمان و نحوه مدیریت نظام اداری دانشگاه‌های علوم پزشکی است. با این تحلیل، هدف از انجام پژوهش حاضر، شناسایی عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی در نظام اداری دانشگاه‌های علوم پزشکی با استفاده از الگوی سه‌شاخگی توسعه کارآفرینی است.

بر اساس یافته‌های مطالعات پیشگفت، برای بررسی وضعیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی، الگوی سه‌شاخگی متشکل از عوامل و عناصر بحث شده، طراحی و مورد بررسی قرار گرفته است.

روشنی بررسی

در این پژوهش از مدل سه‌شاخگی در توسعه کارآفرینی استفاده شده است. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه نیمه ساخت یافته شامل ۵۸ سوال اصلی است که بر اساس طیف لیکرت طراحی شده و بین کارکنان دانشگاه‌های علوم پزشکی به عنوان جامعه آماری پژوهش توزیع شده است. روایی پرسشنامه توسط نخبگان تأیید شده و پایایی آن نیز از طریق پیش آزمون پرسشنامه از طریق توزیع تصادفی آن بین ۳۰ نفر از کارکنان بوده که آلفای کرونباخ آن ۰.۹۴٪ تعیین گردیده است. روش نمونه‌گیری در اجرای این پژوهش، هدفمند غیراحتمالی است. با محاسبه فرمول n کوکران از میان جامعه آماری تحقیق (N)

می‌دهد که استراتژی، تحقیق و توسعه، فرایندها و روش‌ها، ارزیابی عملکرد، فناوری اطلاعات، ساختار از نوع مستقیم با کارآفرینی سازمانی را دارند.

جدول ۱: وضعیت عوامل سافتاری موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	کاما	اولویت
۱	استراتژی		۰/۷۶	۰/۹۶	اول
۲	تحقیق و توسعه		۰/۶۲	۰/۸۳	دوم
۳	فرایندها و روش‌ها		۰/۵۹۱	۰/۸۲	سوم
۴	ارزیابی عملکرد	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۵۹	۰/۸۱	چهارم
۵	فناوری اطلاعات		۰/۵۷	۰/۷۹	پنجم
۶	ساختار سازمانی		۰/۵۵۱	۰/۸۱	ششم
۷	منابع مالی		۰/۴۹	۰/۷۲	هفتم

دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور از منظر رفتاری می‌باشد.

همچنین آزمون همبستگی این مولفه‌ها با نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان می‌دهد که ویژگی‌های مدیران، انگیزش کارکنان، فرهنگ سازمانی، آموزش کارکنان، سبک رهبری، و ویژگی‌های کارکنان به ترتیب بیشترین شدت ارتباط از نوع مستقیم با کارآفرینی سازمانی را دارند.

بررسی عوامل رفتاری (محتوایی): عوامل رفتاری

موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور شامل آموزش کارکنان (با میانگین ۳/۱۱)، انگیزش کارکنان (۲/۸۲)، ویژگی‌های مدیران (۳/۲۹)، ویژگی‌های کارکنان (۳/۱۳)، فرهنگ سازمانی (۳/۰۱) و سبک رهبری (۲/۷۱) هستند که میانگین این گروه از عوامل (۳/۰۱) نشان‌دهنده متوسط بودن وضعیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در

جدول ۲: وضعیت عوامل رفتاری موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	کاما	اولویت
۱	ویژگی‌های مدیران		۰/۶۸	۰/۸۶	اول
۲	انگیزش کارکنان		۰/۶۷	۰/۸۸	دوم
۳	فرهنگ سازمانی		۰/۵۸۲	۰/۸۲	سوم
۴	آموزش کارکنان	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۵۵۲	۰/۷۷	چهارم
۵	سبک رهبری		۰/۵۲۲	۰/۷۴	پنجم
۶	ویژگی‌های کارکنان		۰/۵۱	۰/۷۳	ششم

علوم پزشکی کشور شامل محیط سیاسی و حکومتی یا دولتی (با میانگین ۳/۰۴)، محیط اجتماعی و

بررسی عوامل زمینه‌ای (محیطی): عوامل زمینه‌ای موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های

فرهنگی (۳/۲۰) و ارتباط با ارباب رجوع (۳/۱۶) هستند که میانگین این گروه از عوامل (۳/۱۳) نشاندهنده متوسط بودن وضعیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور از منظر زمینه‌ای دارد. همچنین آزمون همبستگی انجام شده برای مطالعه نوع و شدت ارتباط این مولفه‌ها با

نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان می‌دهد که ارتباط با ارباب رجوع، محیط سیاسی و حکومتی و محیط اجتماعی و فرهنگی به ترتیب بیشترین شدت ارتباط از نوع مستقیم با کارآفرینی سازمانی را دارند.

مدول ۳: وضعیت عوامل زمینه‌ای موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	گاما	اولویت
۱	ارتباط با ارباب رجوع	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۵۴	۰/۷۶	اول
۲	محیط سیاسی و حکومتی	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۴۸	۰/۷۱	دوم
۳	محیط اجتماعی و فرهنگی	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۴۳	۰/۶۹	سوم

اولویت‌بندی عوامل اصلی سه‌گانه؛ با توجه به تجزیه و تحلیل‌های آماری می‌توان اولویت عوامل را در تأثیرگذاری بر موفقیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی مشخص نمود. آزمون همبستگی عوامل اصلی سه‌گانه با نوآوری و

کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان می‌دهد که عوامل ساختاری، عوامل رفتاری و عوامل زمینه‌ای به ترتیب بیشترین شدت ارتباط مستقیم با کارآفرینی سازمانی را در دانشگاه‌های علوم پزشکی دارند.

مدول ۴: وضعیت عوامل سه‌گانه موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	گاما	اولویت
۱	عوامل ساختاری	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۷۷	۰/۹۱	اول
۲	رفتاری (محتوایی)	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۷۴	۰/۸۸	دوم
۳	زمینه‌ای (محیطی)	نوآوری و کارآفرینی سازمانی	۰/۵۷	۰/۷۶	سوم

بحث

جنبش جدید مدیریت دولتی بر نحوه توسعه عملکرد نهادهای دولتی متمرکز است. یکی از راهکارهای ارائه شده آن است که مدیران باید اجازه یابند تا مدیریت کنند و از کارآفرینان بخواهند تا کارشان را به گونه‌ای انجام دهند که گویی در بخش خصوصی فعالیت می‌کنند. کارآفرینی عمومی به معنای فرآیند ایجاد

ارزش برای شهروندان از طریق ترکیب یکسانی از منابع دولتی و خصوصی به منظور ایجاد فرصت‌های اجتماعی است. واژه «عمومی» تأکید بر این موضوع دارد که سازمان برای همه افراد یک جامعه در دسترس می‌باشد. در ادبیات مدیریت دولتی کارآفرینانه، تأکید بر استراتژی‌های متعدد است بسته

به اینکه این استراتژی‌ها در چه مواردی نوآورانه باشد، برنامه را به طور اثربخش مدیریت کند و عملکرد کلی سازمان را بهبود بخشد.

همیشه عناصر نوآوری و کارآفرینی در سازمان‌های بخش عمومی و دولتی وجود دارد. ارزش‌آفرینی برای مشتریان، بهره‌گیری از منابع به روش‌های منحصر به فرد، و فرصت‌مدار بودن در تضاد با اهداف مؤسسات دولتی نیست. واژه کارآفرینی در ادبیات مدیریت دولتی با افزایش تکرارپذیری مواجه شده است و منجر به تغییرات اساسی در سازمان‌های بخش دولتی شده است. تنها عاملی که باعث تمایز کارآفرینان دولتی با مدیران معمول می‌شود توانایی ایشان در توزیع و اختصاص منابع محدود سازمانی به روش‌ها و برنامه‌های اصلی و اساسی است. ورای این نوع نگرش، کارآفرینی دولتی در حقیقت تخصیص مجدد منابع اجتماعی به تغییرات معنادار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است. در برخی پژوهش‌ها توصیه شده است که پیوند کارآفرینی با مدیریت استراتژیک برقرار شود تا سازمان‌های بخش عمومی قادر باشند فرصت‌های جدید را شناسایی و نوآوری‌های جدید در محصول فرآیند به وجود آورند.

در تحقیقات کارآفرینی و نوآوری، پارامترهای زیادی به عنوان عوامل و البته موانع کارآفرینی و نوآوری در سطح سازمان‌ها شناسایی و معرفی شده‌اند. هر کدام از این پارامترها با تاثیر بر یک یا چند مرحله از زنجیره ارزش شرکت‌ها، باعث تسریع یا توقف کارآفرینی و نوآوری می‌شوند. آفا (۱۹۹۸) در کتاب «مدیریت نوآوری» خود انواع مدل‌های استاتیک و دینامیک نوآوری را مورد بررسی قرار داده است. هر کدام از این مدل‌ها به سؤالات متنوعی پاسخ داده‌اند. کارآفرینی و نوآوری سازمانی در واقع به نوآوری کالا و خدمات اشاره دارد و بر توسعه و نوآوری در فناوری تأکید دارد. نوآوری شامل تولید کالای جدید،

پیشرفت و بهبود در کالاها و شیوه‌ها و روندهای نو برای تولید است. خود نوسازی یعنی تبدیل سازمان‌ها با نوسازی ایده‌های کلیدی که بر پایه بنا شده‌اند. این مورد دارای اشارات ضمنی تغییر سازمانی و راهبردی است و شامل تعریف مجدد مفهوم فعالیت اقتصادی، سازماندهی مجدد و معرفی تغییرات در سطح سیستم به منظور افزایش نوآوری است. تأثیرگذاری شامل پذیرش ریسک و اقدام به ابتکار و نیز جسارت و شجاعت رقابتی است که به ویژه در جهت‌گیری و فعالیت‌های مدیریت ارشد منعکس می‌شوند. سازمان تأثیرگذار تمایل دارد با انجام تجربیاتی ریسک کند. این چنین سازمانی همچنین ابتکار عمل به خرج می‌دهد و در پیگیری فرصت‌ها جسارت و شجاعت دارد. سازمان‌هایی با چنین روحیه مبتکرانه می‌کوشد تا پیشرو باشند، نه دنباله‌روی رقیبان باشد (۵).

از میان متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی که در مطالعات و پژوهش‌های مربوطه شناسایی شده‌اند می‌توان به سیستم‌های پاداش و کنترل (Horsenby و همکاران، ۲۰۰۲)، فرهنگ (Kanter، ۱۹۸۵؛ Hisrich و Peters، ۱۹۸۶)، ساختار سازمانی (Covin و Slovin، ۱۹۹۱؛ Naman و Slovin، ۱۹۹۳)، حمایت مدیریتی (Stevenson و همکاران، ۱۹۸۵؛ Koratko و همکاران، ۱۹۹۳) اشاره داشت که به صورت منفرد و یا ترکیبی بر تلاش‌های کارآفرینی سازمانی اثرگذارند (۵). عوامل زیادی بر کارآفرینی و نوآوری در شرکت‌ها تأثیر گذارند. در یک دسته‌بندی می‌توان به طور کلی پارامترها و عوامل موثر بر کارآفرینی و نوآوری سازمان‌ها را به دو گروه اصلی شامل عوامل داخلی و عوامل خارجی تفکیک کرد. عوامل درونی را «موتور نوآوری» نام نهاده‌اند که سیستم پیچیده عوامل داخلی تأثیرگذار بر فرآیند نوآوری و کارآفرینی را شامل می‌شود (۶).

حوزه‌های سه گانه ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای متوسط ارزیابی شده است.

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، توسعه نظام اداری در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور در سه بعد اساسی قابل انجام است. در ابعاد ساختاری، توسعه نظام برنامه‌ریزی استراتژیک، اصلاح ساختار سازمانی، تقویت برنامه‌های تحقیق و توسعه، توسعه نظام فناوری اطلاعات، توسعه نظام ارزیابی عملکرد، بهبود مستمر فرآیندها و روشها از مهمترین موضوعات راهبردی برای توسعه است. در ابعاد رفتاری، توسعه نظام انگیزشی منابع انسانی و نیز توسعه مهارت‌های رهبری نکات مهم و قابل تأمل برای اصلاح نظام اداری است. در ابعاد محیطی نیز تکريم ارباب رجوع از مهمترین سیاست‌ها و برنامه‌های مداخله‌ای می‌تواند باشد.

حوزه‌های مورد اشاره بر اساس آنالیز داده‌ها در بخش یافته‌هاست که منتج به اولویت بندی عوامل شده است و این راهبردهای اولویت دار از آن استنتاج شده است.

همانطور که سازمان جهانی بهداشت مکرراً در برنامه‌های اصلاح نظام سلامت تأکید دارد، این پژوهش نیز پیشنهاد می‌کند که مطالعات جامعی در حوزه رویکردهای مدیریتی به نظام اداری، اصلاح ساختار مبتنی بر راهبردهای توسعه‌ای، تمرکززدایی و افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها و نیز اصلاح سیستم‌ها و روش‌های کاری، برای ارتقای مستمر عملکرد و توسعه رویکرد کارآفرینی و نوآوری در نظام اداری دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور انجام شود.

نیروهایی که به عنوان مشوق کارآفرینی وجود دارند تا حدود زیادی در ارتباط با فعالیت‌های کارآفرینی و توسعه آن نقش دارند. عوامل کششی زیر به عنوان مشوق کارآفرینی هستند که عبارتند از: درآمد قابل توجه و دسترسی به ثروت قابل توجه؛ برخورداری از آزادی عمل در محیط کار و استقلال نسبی در تصمیم‌ها؛ برخورداری از اعتماد به نفس بالا و احساس رضایت از موفقیت و پیروزی‌های فردی؛ تشویق برای توسعه خلاقیت‌های فردی و گروهی و روی آوردن به نوآوری‌های پی در پی؛ کسب موقعیت مناسب در اجتماع و مقبولیت اجتماعی (۱۷).

با عنایت به یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان اذعان نمود که مدل توسعه کارآفرینی که به صورت عام برای کلیه سازمانهای دولتی کاربرد دارد در این پژوهش و برای دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور نیز میتواند مدلی مناسب برای تحلیل وضعیت و تدوین برنامه‌های بهبود سازمانی باشد.

بر اساس این پژوهش وضعیت کارآفرینی و نوآوری سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی در ابعاد ساختاری، رفتاری و محیطی، متوسط است. در حقیقت میانگین نمره نوآوری و کارآفرینی سازمانی دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان می‌دهد وضعیت دانشگاه‌ها در این رابطه چندان کارآفرینانه نبوده و لازم است تا از طریق فرهنگ‌سازی، ترغیب کارکنان و پشتیبانی منابع از سوی مدیران، فعالیت‌های نوآوری و کارآفرینی سازمانی را توسعه داد.

این موضوع در مطالعات مشابه، که در ابتدای مقاله به آنها اشاره شد، در سازمان‌های دولتی کشور نیز تا حدودی همینگونه است. به طور خاص در مطالعاتی که مقیمی (۱۳۸۳ و ۱۳۸۴) به منظور بررسی وضعیت کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی کشور و در سازمانهای دولتی کشور انجام داده است، وضعیت

منابع

1. Huze A. New Public Management. Translated by Alvani SM & Shurini Kh. Iran: Morvarid Press; 1998: 9-10[Book in Persian].
2. Drucker P. Innovation and Entrepreneurship. USA: Harper & Row Publishers Inc; 2002: 33.
3. Pirastefard S. Innovation Barriers in Organization. Journal of Management Development 2001; 9(32): 23-8[Article in Persian].
4. Moghimi SM. Organizational Entrepreneurship Effective Drivers in Public Social and Culture in Iran. Journal of Management Culture 2004; 2(7): 27-8[Article in Persian].
5. Histrich RD & Piterz MP. Entrepreneurship. Translated by Feizbakhsh AR, Taghiyari HR & Jalalzadeh Z. Iran: Sharif University of Technology Press; 2006: 8[Book in Persian].
6. Ahmadi P & Nasiri N. Determining Organizational Innovation Drivers in IranTransfo Industrial Group. Journal of Management Researches 2009; 2(4): 155-78[Article in Persian].
7. Mulgan G & Albury D. Innovation in the Public Sector. Strategy Unit, Cabinet Office Report; 2003: 1-21.
8. NESTA. Innovation in Government Organizations, Public Sector Agencies and Public Service NGOs. UK: London School of Economics and Political Science; 2008: 7-11.
9. Hisrich RD & Peters MP. Entrepreneurship. USA: McGraw-Hill Inc; 2002: 71.
10. Yadollahi J. Performance Assessment & Management of Organizational Entrepreneurship. Journal of Management Culture 2005. 3(10): 129-50[Article in Persian].
11. Stoner JAF, Freeman ER & Gilbert DR. Management. USA: Prentice- Hall; 1998: 159.
12. Borins S. The Challenge of Innovating in Government. Arlington, VA: Pricewaterhouse Coopers Endowment for the Business of Government; 2001: 31.
13. Kearney C, Hisrich R & Roche F. A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. International Entrepreneurship Management Journal 2008; 4(1): 295-313.
14. Yadollahi J, Jannesari SA & Zamani M. A Survey on Intra-organizational Entrepreneurship in Public Organizations. Journal of Entrepreneurship Development 2008; 1(1): 171-206[Article in Persian].
15. Hozouri MJ & Khodadad Hoseini SH. Innovation Modeling for Public Sector in Iran. Journal of Daneshvare Raftar 2005; 12(11): 37-57[Article in Persian].
16. Moghimi SM. Entrepreneurship in NGOs. Iran: Tehran University Press; 2004: 163-5[Book in Persian].
17. Talebi K. Strategic Entrepreneurship. Iran: Tehran University Press; 2006: 100-65[Book in Persian].

Organizational Entrepreneurship And Innovation At Medical Sciences Universities of Iran

Dehghan Reza¹(MSc.)- Talebi Kambeiz²(Ph.D)- Arabioun Abolghasem³(Ph.D)

1 Master of Sciences in Entrepreneurship Management, Change Management Department, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

2 Associate Professor, Techno-Entrepreneurship Department, School of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

3 Assistant Professor, Organizational Entrepreneurship Department, School of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

Received : Feb 2012

Accepted : May 2012

Background and Aim: This study aimed to assess the factors affecting organizational innovation and entrepreneurship at medical sciences universities in Iran. Such universities provide a wide range of services and products including prevention (hygiene), treatment (medical care), rehabilitation and palliative care, as well as their important mission, i. e., higher education and research in related fields.

Materials and Methods: In this study, the researchers developed and examined a model for organizational innovation and entrepreneurship, including 16 factors classified into structure, content (behavior) and context (periphery) of the subject.

The data collection instrument was a pre-structured questionnaire containing 58 core questions on the Likert scale. The validity of the questionnaire was computed by elites, and its reliability was estimated using Cronbach's Alpha (94%). Of 389 questionnaires, 325 were collected and their data were analyzed by SPSS software, version 18.

Results: The three factors -- structural (structure), behavioral (content) and peripheral (context) -- which affect innovation and entrepreneurship are not favorable at medical universities.

Conclusion: This study shows that structural, behavioral and peripheral factors are the most important, which affect innovation and organizational entrepreneurship at medical sciences universities.

Key words: Organizational Entrepreneurship, Organizational Innovation, Medical Sciences Universities

* Corresponding Author:

Dehghan R;

E -mail:

Rdehghan@tums.ac.