

عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانهی مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران

مهدی خیاطان^۱، دکتر محمد حسن مبارکی^۲

چکیده

زمینه و هدف: نقش‌های کارآفرینی می‌تواند توسط مدیران در سطوح مختلف انجام شود. در واقع کارآفرینی را می‌توان تحت عنوان گرایشی اتخاذ شده از سوی مدیران به سمت محیط شان تفسیر کرد که در آن محیط باید توانایی کشف فرصت‌های جدید، جهت توانایی فعالیت‌های نوآورانه را داشته باشند. هدف از این مطالعه، شناسایی عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانهی مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران است.

روش بررسی: برای انجام این تحقیق با توجه به حجم نمونه تعیین شده از طریق فرمول کوکران، تعداد ۹۰ عدد پرسش نامه میان مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران توزیع شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل سازی معادلات ساختاری و با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) از طریق نرم افزار Smartpls.2 استفاده شد.

یافته‌ها: از میان ۹۰ پرسش نامه توزیع شده ۶۷ عدد قابل بررسی بود. مدل ایجاد شده برای عوامل موثر بر ارزش ۰/۴۹ از برازش مناسبی برخوردار بود. بارهای عاملی بدست آمده برای متغیرهای مشاهده شده بالاتر از ۰/۴ بوده و سازه‌ها از روایی و پایایی مناسبی برخوردار بودند.

نتیجه‌گیری: عوامل محتوایی، عوامل زمینه‌ای ارتباطی معنادار و مثبت و عوامل ساختاری دارای ارتباطی معنادار و منفی با رفتار کارآفرینانه بود.

واژه‌های کلیدی: رفتار کارآفرینانه، مدل سه شاخگی، مراکز تحقیقاتی

* نویسنده مسئول :

مهدی خیاطان؛

دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

Email : khayatan@ut.ac.ir

- دریافت مقاله : تیر ۱۳۹۳ - پذیرش مقاله : اردیبهشت ۱۳۹۳

مقدمه

در واقع پیدا کردن راه‌های جدید ارضای نیازهای مشتریان و ایجاد نگرشی جدید نسبت به تولیدات و خدمات موجود، از مهم‌ترین کارهای کارآفرینان محسوب می‌شود(۱).

نقش‌های کارآفرینی می‌تواند به وسیله‌ی مدیران سطح ارشد، سطح میانی و سطح عملیاتی اجرا شود(۲). در واقع کارآفرینی را می‌توان تحت عنوان گرایشی اتخاذ شده از سوی مدیران به سمت محیط شان تفسیر کرد که در آن محیط باید توانایی کشف فرصت‌های جدید جهت توانایی فعالیت‌های نوآورانه را داشته باشند(۳). کارآفرینی بسیار فراتر از موضوع

کارآفرینی قابلیت است که می‌تواند سازمان‌ها را در برهه‌های حساس، نجات دهد و بقای آن‌ها را تضمین کند. اهمیت کارآفرینی به خاطر ارزش‌هایی است که به اشکال گوناگون ایجاد می‌شود. این ارزش ممکن است کشف دانشی جدید، ایجاد فن آوری جدید، بهبود تولیدات یا خدمات موجود، پیدا کردن راه‌های گوناگون برای تولید کالا یا خدمات با صرف منابع کمتر باشد.

^۱ کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۲ استادیار گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

دستیابی به فرصت‌های جدید، قبل از رقبای خویش هستند و در مقابل تهدیدات بالقوه، هوشیار و گوش به زنگ عمل می‌کنند (۹ و ۱۰).

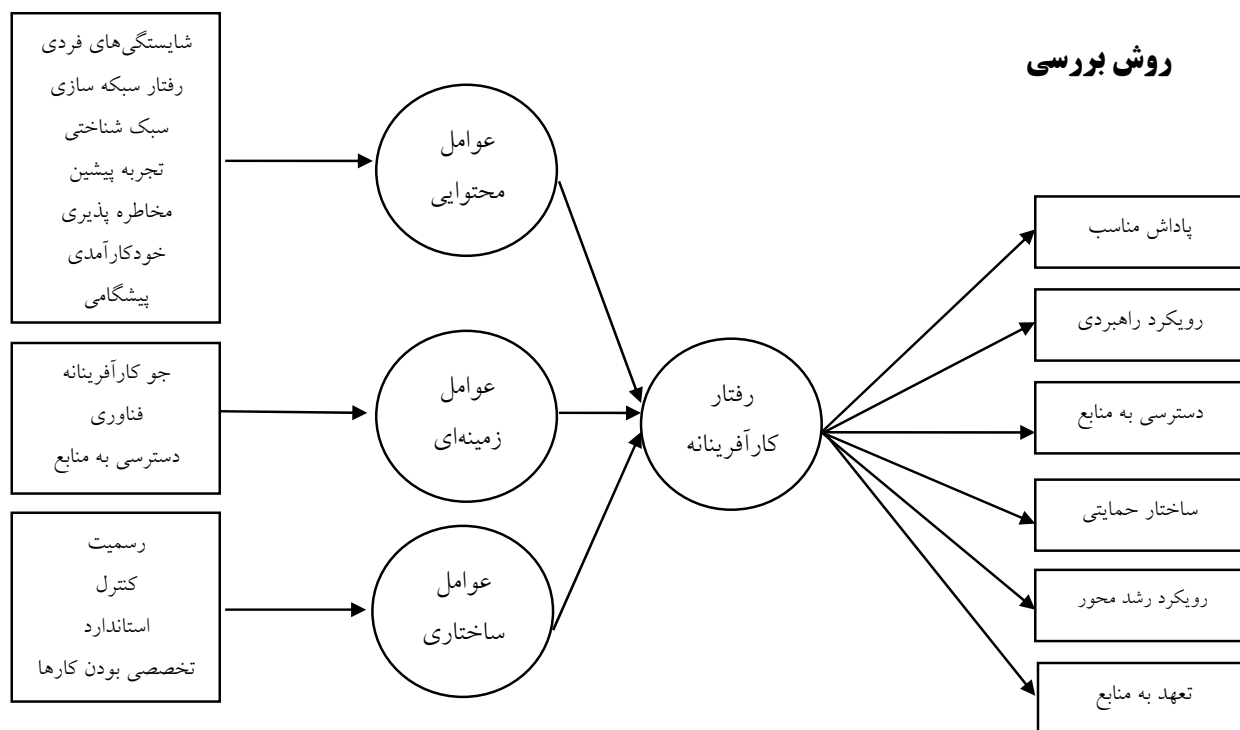
با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی در رشد و ایجاد نوآوری در سازمان‌ها بایستی بیان داشت متأسفانه در صنعت بهداشت و درمان توجه کمی به مقوله کارآفرینی شده است و به سادگی قابل درک است که فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان‌های مراقبت بهداشتی نسبت به دیگر صنایع مانند فناوری اطلاعات، کمتر مشاهده شده و قابل تشخیص است. این امر شاید به دلیل وجود موانعی ذاتی در ساختار و فرهنگ این سازمان‌ها باشد (۶).

از آنجا که سازمان‌های فعال در حوزه بهداشت و درمان از جمله مراکز تحقیقاتی فعال در این حوزه، تحت فشار زیادی جهت کنترل هزینه‌ها و استمرار در ارائه خدمات، آموزش و تحقیق با کیفیت بالا قرار دارند و با توجه به اینکه در مأموریت دانشگاه‌های علوم پزشکی، گسترش و ارتقای فرهنگ تحقیق با تاکید فراوان ذکر شده است و پژوهش را بعنوان عامل اصلی در استفاده، انتقال و ارتقای دانش، جزء جدانشدنی برنامه‌ریزی دانشگاه قلمداد می‌کنند، بنابراین رفتار کارآفرینانه‌ی مدیران این مراکز می‌تواند گامی ضروری جهت دستیابی به اهداف سازمانی مختلف از جمله نوآوری و شکار فرصت‌های موجود در بازار و در نتیجه افزایش سود دهی و حفظ بقای مراکز تحقیقاتی باشد (۷)، زیرا رفتار کارآفرینانه به عنوان یک مسیر مهم برای حفظ توان رقابتی لحاظ می‌شود و عملکرد شرکت‌ها از هر نوع و اندازه را بهبود می‌بخشد (۱۱). به همین منظور این پژوهش با هدف شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه‌ی مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه علوم پزشکی تهران انجام پذیرفته است.

ایجاد و تاسیس بنگاه‌ها است و مدیریت کارآفرینی به عنوان یک الگوی مدیریتی و متفاوت از مدیریت سنتی نگریسته و مطرح شده که فرایندها و ارزش‌های کارآفرینی می‌تواند در هر سازمانی به وجود آید (۴). در گسترده‌ترین مفهوم، رفتار کارآفرینی اصطلاحی جامع است که همه‌ی اقدامات اعضای شرکت را که مربوط به کشف، ارزیابی، و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی هستند در بر می‌گیرد (۵). رفتار کارآفرینانه در خلأ روی نمی‌دهد بلکه در چارچوب آرایه کاملی از اقدامات سازمان روی می‌دهد. کارآفرینی بسیار فراتر از موضوع ایجاد و تاسیس بنگاه‌ها است و رفتار کارآفرینانه از بعد مدیریتی به عنوان یک الگوی مدیریتی و متفاوت از مدیریت سنتی نگریسته و مطرح شده که فرایندها و ارزش‌های کارآفرینی می‌تواند در هر سازمانی به وجود آید (۶ و ۷).

در همین راستا Stevenson و همکاران (۱۹۸۵) کارآفرینی را به عنوان یک رویکرد مدیریتی مورد توجه قرار داده‌اند، که قلب و کانون اصلی آن پیگیری و بهره برداری از فرصت‌ها بدون توجه به میزان منابع در دسترس و تحت کنترل است. در این دیدگاه، رفتار کارآفرینی با رفتار اداری مقایسه شده است. در دیدگاه Stevenson و همکاران سازمان‌های توسعه گر، بر روی بعد کارآفرینی و رفتارهای اداری یا بنگاه‌های مجری بعد دیگر طیف را تشکیل می‌دهند (۸).

مدیران کارآفرین به آشوب‌ها و ناآرامی‌ها و عدم اطمینان محیطی واکنش نشان می‌دهند، تلاش می‌کنند تا یک موقعیت راهبردی قوی ایجاد نمایند، ولو اینکه ماهیت موقتی داشته باشند. آن‌ها با ابتکارات فعالانه‌ی خود، باعث ایجاد عدم اطمینان محیطی در دیگر سازمان‌ها می‌شوند و با تخریب موقعیت موجود، فرصت‌های جدیدی ایجاد می‌کنند. هم چنین در صدد



شکل ۱: مدل مفهومی تمقیق

جدول ۱: سازه‌های پژوهش و ابعاد و تعداد گویه‌ها

سازه‌ها	ابعاد سازه‌ها	تعداد گویه‌ها
رفتار کارآفرینانه	رویکرد راهبردی	۴
	رویکرد رشد محور	۳
	تعهد به منابع	۲
	دسترسی به منابع	۲
	ساختار حمایتی	۳
	پاداش مناسب	۳
عوامل محتوایی	شایستگی های فردی	۴
	رفتار شبکه سازی	۲
	سبک شناختی	۳
	تجربه ی پیشین	۲
	مخاطره پذیری	۲
	خودکارآمدی	۳
	پیشگامی	۳
	خلاقیت و نوآوری	۲

عوامل زمینه‌ای	جو کارآفرینانه	۲
	فناوری	۲
	دسترسی به منابع	۲
عوامل ساختاری	رسمیت	۴
	کنترل	۲
	استاندارد	۴
	تخصصی بودن کارها	۳

پژوهش با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری (Structural Equation Modeling یا SEM) و نوع خاص آن یعنی تحلیل عاملی تاییدی (Confirmatory Factor Analysis یا CFA) با رویکرد حداقل مربعات جزئی (Partial Least Squares یا PLS) انجام شده که این امر به دلیل وجود متغیرهای پنهان (سازه‌های پژوهش) و متغیرهای آشکار (ابعاد سازه‌ها) در مدل، حجم کم نمونه و همچنین روابط پیچیده بین متغیرها می‌باشد و همچنین جهت تحلیل داده‌ها از نرم افزار Smart PLS.2 که یکی از پر کاربردترین نرم افزارهای مدل سازی معادلات ساختاری است، استفاده گردید (۱۲). مدل سازی معادلات ساختاری از دو بخش مدل اندازه گیری (رابطه‌ی میان سازه‌ها و ابعاد آن سازه‌ها) و مدل ساختاری (رابطه‌ی سازه‌ها با یکدیگر) تشکیل شده است (۱۳). در پژوهش حاضر متغیرهای رفتار کارآفرینانه، عوامل محتوایی، عوامل زمینه‌ای و عوامل ساختاری چهار سازه اصلی هستند که از ابعاد مختلفی تشکیل شده‌اند و همچنین هر یک از ابعاد نیز توسط گویه یا سؤال سنجیده شده‌اند که در جدول ۱ ارائه شده است.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران در سطوح مختلف مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران به تعداد ۱۰۸ نفر بود. برای

برای بررسی جامع عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه مدل سه شاخگی میرزایی اهرنجانی (۱۳۷۸) در نظر گرفته شد تا بتوان با وجود یک چارچوب علمی، بیشترین عوامل را در این زمینه بررسی کرد. این مدل پدیده سازمان و مدیریت را بر حسب سه دسته عوامل محتوایی، ساختاری و زمینه‌ای بررسی و تحلیل می‌کند. همچنین بیشتر مؤلفه‌های زیرمجموعه این سه عامل بر اساس مدل کارآفرینی سازمانی Montago و Kuratko, Nafziger, Hornsby (۱۹۹۳) قرار دارد و مؤلفه‌های مربوط به رفتار کارآفرینانه نیز با استفاده از مدل رفتار کارآفرینانه‌ی Stevenson و همکاران (۱۹۸۴) تدوین گردید (۹). شکل ۱ نشان دهنده ارتباط بین متغیرهای تحقیق است.

با بررسی ابعاد هر یک از چهار سازه اصلی، فرضیه‌ها این گونه تدوین گشته‌اند:

فرضیه ۱: عوامل محتوایی بر روی رفتار کارآفرینانه‌ی مدیران مراکز تحقیقاتی مؤثر است.

فرضیه ۲: عوامل رفتاری بر روی رفتار کارآفرینانه‌ی مدیران مراکز تحقیقاتی مؤثر است.

فرضیه ۳: عوامل ساختاری بر روی رفتار کارآفرینانه‌ی مدیران مراکز تحقیقاتی مؤثر است.

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گرد آوری داده‌ها توصیفی از نوع تحلیل رگرسیونی بود. رابطه‌ی علت و معلولی بین متغیرهای مطرح در

عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه بود.

روش PLS برای ارزیابی مدل‌های معادلات ساختاری، سه قسمت را تحت پوشش قرار می‌دهد: ۱- روش مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری (رابطه‌ی میان ابعاد یک سازه با آن سازه)، ۲- بخش ساختاری (رابطه‌ی میان سازه‌ها با یکدیگر) و ۳- بخش کلی مدل (اندازه‌گیری و ساختاری). برای بررسی پایایی در روش PLS از پایایی شاخص استفاده می‌گردد که خود نیز توسط سه معیار آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR) و ضرایب بارهای عاملی سنجیده می‌شود (۱۳).

به این ترتیب ابتدا از صحت روابط موجود در مدل‌های اندازه‌گیری با استفاده از معیارهای پایایی و روایی اطمینان حاصل شد و سپس به بررسی و تفسیر روابط موجود در بخش ساختاری پرداخته شد و در مرحله‌ی پایانی نیز برازش کلی مدل پژوهش بررسی گردید.

محاسبه‌ی حجم نمونه از فرمول کوکران، به صورت

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{Nd^2 + t^2 p(1-p)}$$

احتمال دقت مطالعه ۵٪ (d=۰/۵) و اطمینان آماری ۹۵٪ (t=۱/۹۶) حجم نمونه کافی برابر ۸۵ نفر محاسبه گردید. تعداد ۹۰ پرسش‌نامه در میان مدیران مراکز تحقیقاتی به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای توزیع گردید که از این تعداد ۷۰ پرسش‌نامه بازگشت داده شد و در نهایت با توجه به بررسی‌های انجام شده تعداد ۶۷ عدد قابل بررسی بود (نرخ پاسخ دهی ۷۷٪).

برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز در این تحقیق از پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته استفاده شد که به صورت مراجعه‌ی حضوری و ارسال از طریق پست الکترونیک توزیع و جمع‌آوری گردید. پرسش‌نامه دارای دو بخش اطلاعات جمعیت شناختی مدیران و سازه‌های پژوهش بود. اطلاعات جمعیت شناختی مدیران نیز جنس، سن، تحصیلات و مرکز تحقیقاتی را در بر گرفت. همچنین سازه‌های پژوهش شامل

جدول ۲: نتایج پایایی ترکیبی ابعاد سازه‌های پژوهش

ابعاد سازه	استاندارد	استراتژی	تجربه‌ی پیشین	تخصصی بودن	جو کارآفرینانه	خلاقیت	خودکارآمدی	دسترسی به منابع	رسمیت	رویکرد رشد محور	ساختار
CR	۰/۷۳۴	۰/۹۵۱۵	۰/۹۹۳۵	۰/۹۶۴۲	۰/۹۰۰۱	۰/۹۲۲۲	۰/۸۸۵۴	۰/۷۵۸۲	۰/۸۰۴۱	۰/۹۱۱	۰/۸۱۱۵
ابعاد سازه	شبکه‌سازی	شبکه‌سازی	شناختی	فرهنگ	فناوری	مخاطره پذیری	منابع	پاوش	پیشگامی	کنترل	
CR	۰/۸۷۳۲	۰/۹۷۴۳	۰/۹۴۱۷	۰/۹۷۴۴	۰/۹۴۴	۰/۹۴۹۱	۰/۹۶۱۸	۰/۸۱۵۲	۰/۸۳۹۱	۰/۸۹۶۸	

بدست آمد. میزان قابل قبول پایایی ترکیبی متغیرهای

هم چنین آلفای کرونباخ پرسش‌نامه برابر ۰/۸۲

سازه محاسبه می‌شوند و اگر این مقدار برابر و بیشتر از مقدار $0/4$ باشد مؤید پایایی قابل قبول مدل اندازه گیری می‌باشد که همه گویه‌ها از این نظر دارای پایایی مطلوب بودند.

آشکار $0/7$ بوده که همان طور که در جدول ۲ نشان داده شده است همه ی آن‌ها از این نظر دارای پایایی مطلوب بودند. بارهای عاملی که از طریق محاسبه ی مقدار همبستگی گویه‌های مرتبط با هر یک از ابعاد

جدول ۳: نتایج میانگین واریانس استخراج شده ابعاد سازه‌های پژوهش

ابعاد سازه	استاندارد	رویکرد راهبردی	تجربه پیشین	تخصصی بودن	جو کارآفرینانه	خلاقیت	خودکارآمدی	دسترسی به منابع	رسمیت	رویکرد رشد محور	ساختار
AVE	0/429	0/9075	0/987	0/8997	0/8184	0/8557	0/7213	0/611	0/5357	0/7741	0/6071
ابعاد سازه	شباهتگی	شبکه سازی	شباهتگی	فرهنگ	فناوری	مخاطره	پذیری	منابع	پاداش	پیشگامی	کنترل
AVE	0/6385	0/9498	0/8435	0/927	0/894	0/9031	0/9264	0/6202	0/6351	0/813	

بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. در PLS این امر به وسیله یک ماتریس صورت می‌پذیرد که مقادیر اصلی ماتریس حاوی جذر ضرایب AVE هر سازه و مقادیر پایین قطر اصلی شامل ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه‌های دیگر است (۱۴). نتایج حاصل نشان داد که جذر AVE هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر بود و این امر حاکی از قابل قبول بودن روایی واگرایی سازه‌ها بود. لازم به توضیح است به دلیل حجم بالای ماتریس از ذکر آن خود داری شد.

با توجه به نتایج پایایی و روایی همگرا و واگرایی تحقیق، صحت روابط موجود در مدل‌های اندازه گیری تأیید گردید.

برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش

روایی همگرا دومین معیاری است که برای برازش مدل‌های اندازه گیری در روش PLS به کار برده می‌شود. معیار AVE نشان دهنده ی میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر کدام از ابعاد سازه و گویه‌های مرتبط با آن است. طبق نظر Magnez و همکاران مقدار ملاک برای سطح قبولی AVE، $0/4$ به بالا می‌باشد (۱۳). نتایج این معیار برای متغیرهای آشکار پژوهش در جدول ۳ نشان داده شده است.

همانگونه که مشخص است، تمامی مقادیر AVE مربوط به سازه‌ها از مقدار $0/4$ بیشتر بوده و این مطلب مؤید این امر است که روایی همگرای پرسش نامه در حد قابل قبول است.

روایی همگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی

۰/۴۹۷، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید شد (۱۵).

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

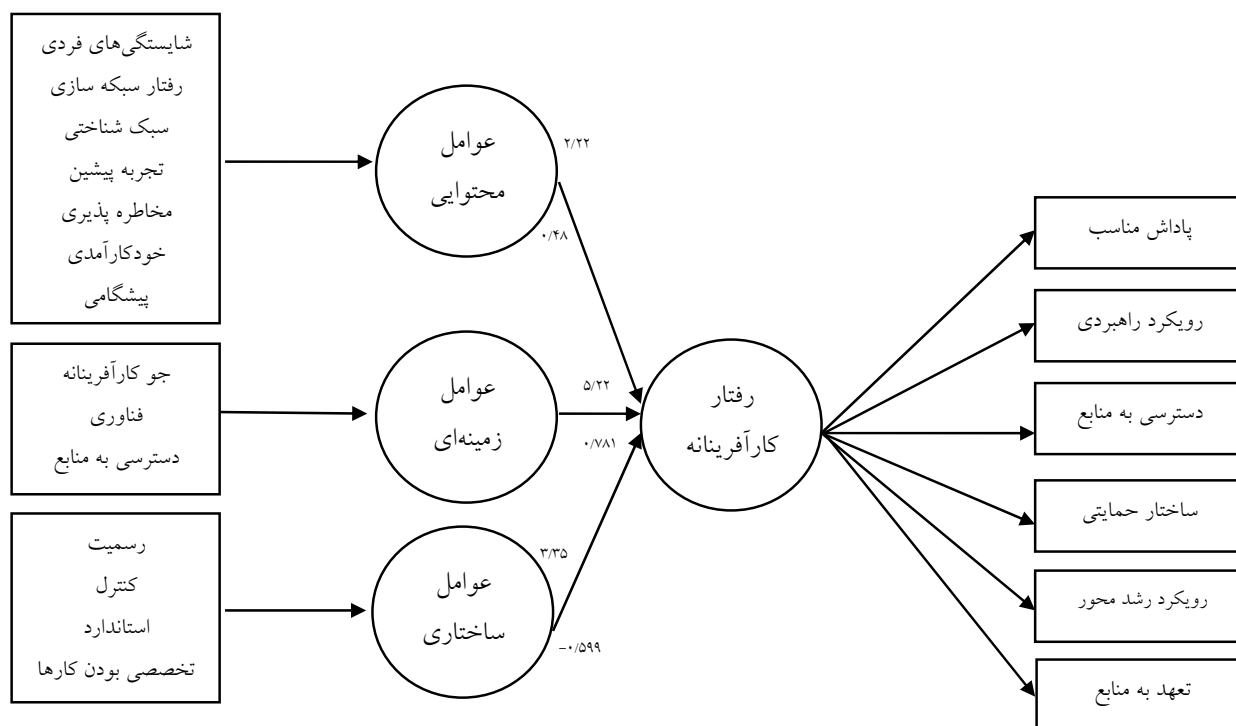
$$GOF = \sqrt{0.7363 \times 0.3357} = 0.4971$$

یافته‌ها

نتایج نشان داد ۴۳ نفر (۶۴/۲٪) از مدیران مرد و ۲۴ نفر (۳۵/۸٪) زن بودند. بیشترین فراوانی مدیران در گروه سنی ۴۵-۵۰ سال (۲۹/۹٪) و کمترین فراوانی مدیران در گروه سنی ۶۰ به بالا (۱۱/۹٪) بودند. بیشتر (۵۵/۲٪) مدیران در سطح تحصیلات دکترای تخصصی قرار داشتند.

ساختاری)، استفاده از اعداد معناداری t است. در صورتی که مقدار این اعداد بیشتر از ۱/۹۶ و کمتر از ۱/۹۶- باشد، نشان از صحت رابطه میان سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ است (۱۳). همان گونه که در شکل ۲ مشخص است، ضرایب t بین سازه‌ها همگی بالای ۱/۹۶ هستند که بیانگر پذیرش فرضیه‌های پژوهش است.

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری است که با تأیید آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. در نرم افزار PLS، برازش مدل از طریق فرمول Tenenhaus و همکاران به دست آمد. مقدار شاخص برازش مدل (Goodness of Fit یا GOF) باید بزرگتر از ۰/۳۶ باشد. با حصول مقدار



شکل ۲: ضریب مسیر و مقدار t

t و بررسی ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرهای هر یک سازه‌های اصلی تأیید یا رد شدن

پس از تأیید برازش مدل‌های اندازه گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، با استفاده از ضرایب معناداری

مسیرهای سازه‌های اصلی بالاتر از ۰/۴ بود که بیانگر معنادار بودن پارامترهای مربوطه و متعاقباً تأیید فرضیه‌های پژوهش می‌باشد.

فرضیه بررسی شد. همانطور که در شکل ۲ مشخص است ضرایب معناداری t بیشتر از ۱/۹۶ و ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به هر یک از

جدول ۴: بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	ضریب مسیر	مقدار t	نتیجه آزمون
عوامل محتوایی تأثیر معناداری بر رفتار کارآفرینانه دارد	۰/۴۸۰	۲/۲۲	پذیرش فرضیه
عوامل زمینه‌ای تأثیر معناداری بر رفتار کارآفرینانه دارد	۰/۷۸۱	۵/۲۲	پذیرش فرضیه
عوامل ساختاری تأثیر معناداری بر رفتار کارآفرینانه دارد	-۰/۵۹۹	۳/۳۵	پذیرش فرضیه

جزو عوامل تقویت کننده‌ی سازمانی جهت ایجاد گرایش کارآفرینانه و در نتیجه کارآفرینی سازمانی است. زیرا دسترسی به منابع زیاد، معمولاً باعث تشویق افراد به تجربه کردن و بروز رفتارهای خطر محور که یکی از ویژگی‌های افراد کارآفرین می‌شود (۱۶). علاوه بر این، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که عوامل ساختاری با مؤلفه‌های رسمیت، کنترل، تخصصی بودن امور و استاندارد با رفتار کارآفرینانه دارای ارتباط منفی هستند که با نتیجه‌ی پژوهش Scheiner در سال ۲۰۰۸ که اعتقاد دارد وجود رویه‌های اجرایی استاندارد، باعث می‌شود تا کارکنان فقط طبق آن رویه‌ها عمل نموده و تخطی از آن رویه‌ها، باعث توبیخ اداری و یا اخراج کارکنان می‌گردد، انطباق دارد. لذا کارکنان اجازه‌ی کافی جهت انجام اعمال کارآفرینانه و یا بروز این گونه رفتارها را نخواهند داشت (۱۷)، که با نتایج تحقیق حاصل سازگار است. در همین راستا، طبق اعلام خنیفر (۱۳۸۲)، ساختار سازمانی مناسب برای محیط‌های پیچیده و پویا، ساختار غیرمتمرکز و زنده است (۱۸). همچنین با توجه به مدل کارآفرینی سازمانی Echols & Neck، وجود سازمان‌هایی با

با توجه به ضرایب t و بار عاملی استخراج شده از شکل ۲ نتیجه‌ی آزمون فرضیات در جدول ۴ آورده شده است. در سطح اطمینان ۹۵٪ سازه‌ی عوامل محتوایی شامل متغیرهای: رفتار شبکه سازی، سبک شناختی، تجربه پیشین، مخاطره پذیری، خود کارآمدی، پیشگامی، خلاقیت و نوآوری، به میزان ۴۸٪ بر سازه‌ی رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت داشت. در سطح اطمینان ۹۵٪ تأثیر مثبت سازه‌ی عوامل زمینه‌ای شامل متغیرهای: جو کارآفرینانه، فناوری و دسترسی به منابع، به میزان ۷۸٪ بر سازه‌ی رفتار کارآفرینانه بدست آمد. در سطح اطمینان ۹۵٪ سازه‌ی عوامل ساختاری شامل متغیرهای: رسمیت، کنترل، داشتن استاندارد، تخصصی بودن کارها به میزان ۵۹٪ بر سازه‌ی رفتار کارآفرینانه تأثیر منفی داشت.

بحث

یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که عوامل زمینه‌ای هم چون جو کارآفرینانه، دسترسی به منابع و فناوری، بیشترین تأثیر را بر رفتار کارآفرینانه دارد. همچنین نتیجه تحقیقات Hornsby در سال ۱۹۹۳ به این اشاره داشت که قابلیت دسترسی به منابع

کارآفرینی مدیران می‌تواند گامی ضروری جهت دستیابی به اهداف سازمانی مختلف از جمله نوآوری و شکار فرصت‌های موجود در بازار و در نتیجه، افزایش سوددهی و قرار گرفتن در لبه‌ی رقابتی مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران شود. برای تحقق عوامل زمینه‌ای، پیشنهاد می‌شود منابع و فناوری‌های به روز برای انجام پروژه‌ها در دسترس باشد تا از زمان مطلوب برای بهره‌مند شدن از نتایج پروژه‌ها استفاده شود. در سازمان‌هایی که منابع کافی و فناوری‌های به روز جهت کارآفرینی سازمانی وجود ندارد، افراد، منابع لازم جهت کارآفرینی سازمانی را در اختیار ندارند و در نتیجه به سمت رفتارهای کارآفرینانه نمی‌روند، زیرا نمی‌توانند ایده‌های خود را به اجرا درآورند. برای تحقق عوامل رفتاری، ارتباط در مراکز تحقیقاتی جهت تقویت رفتار کارآفرینانه با افراد متخصص در سازمان‌های دیگر، برگزاری جلسات متعدد با خبرگان، تجربه کردن ایده‌های نوآورانه، سازماندهی تیم تخصصی برای انجام پروژه‌های جدید، آزادی عمل در تصمیم‌گیری و رهایی از نظارت بیش از حد توصیه می‌شود. با توجه به منفی بودن ارتباط رفتار کارآفرینانه‌ی مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه علوم پزشکی تهران و عوامل ساختاری آنان باید صلاحیت و اختیار کافی برای مدیران در نظر گرفته شود، برخورداری از انعطاف‌پذیری مرزهای سازمانی، دوری‌گزیدن از رویه‌های اجرایی استاندارد برای تمام بخش‌های مرتبط با شغل مدیران در هر سطح و همچنین وابستگی به شرح وظایف نیز کاهش یابد که در نتیجه مدیران اجازه پیدا می‌کنند ایده‌های مختلف را متناسب با مسئولیت و اهداف کاری ارزیابی، انتخاب و اجرا کنند و همچنین اجازه‌ی کافی جهت انجام اعمال کارآفرینانه و یا بروز اینگونه رفتارها داشته باشند.

ساختار ارگانیک برای انجام کارآفرینی در سازمان‌ها ضروری است (۱۹). در تحقیقی دیگر که توسط Ireland و همکاران انجام شد مؤلفه‌های مؤثر بر عملکرد کارآفرینانه شامل چهار سازه‌ی ساختار، منابع انسانی، کنترل‌ها و فرهنگ گزارش شد (۲۰)؛ در حالی که در پژوهش حاضر عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در سه سازه‌ی محتوایی، رفتاری و ساختاری مورد بررسی قرار گرفته است.

از سوی دیگر عوامل محتوایی که شامل رویکرد شناختی، شایستگی، رفتار شبکه سازی، تجربه‌ی پیشین، مخاطره‌پذیری، پیشگامی، خلاقیت و خودکارآمدی است مشخص گردید که تأثیر نسبتاً بسزایی بر روی رفتار کارآفرینانه دارد. نتایج حاصل از پژوهش Markman & Baron در ۲۰۰۳ نشان می‌دهد که بین رفتار شبکه سازی و رفتار کارآفرینانه رابطه‌ی معنادار قوی وجود دارد (۲۱). در تحقیق حاضر مشخص گردید رفتار شبکه سازی نیز به عنوان یکی از مؤلفه‌های محتوایی، بر رفتار کارآفرینانه مدیران تأثیرگذار خواهد بود. Chen و همکاران (۱۹۹۸) در بخشی از یافته‌های تحقیق خود اشاره کردند که مؤلفه‌ی خودکارآمدی متغیری است که می‌تواند قدرت رفتار کارآفرینانه و احتمال به ثمر رسیدن این رفتار در قالب فعالیت‌های کارآفرینانه را تعیین کند (۲۲). این پژوهش نیز با نتایج پژوهش حاضر در مورد مؤلفه‌ی خودکارآمدی سازگاری دارد.

نتیجه‌گیری

با توجه به تأثیرگذار بودن عوامل محتوایی، زمینه‌ای و ساختاری در رفتار کارآفرینانه مدیران مراکز تحقیقاتی باید علت‌های تقویت‌کننده و محدودکننده این عوامل شناسایی شده تا زمینه‌ی بروز رفتار کارآفرینانه توسط مدیران فراهم شود، زیرا رفتار

1. Eckermann B, Nagalingam S & Lin G. Towards a development of a cultural innovation diagnostic tool. China: Huazhong University of Science and Technology Press; 2002: 727-40.
2. Floyd SW & Woolridge B. Dinosaurs or dynamos? Recognizing middle managements strategic role. *Academy of Management Executive* 1994; 8(4): 47-58.
3. Stevenson H, Roberts M, Sahlman W, Marshall P & Hamermesh R. *New business ventures and the entrepreneur*. New York: Mc Graw-Hill/ Irwin; 1985: 98-105.
4. Phillips FS & Garman AN. Barriers to entrepreneurship in healthcare organizations. *J Health Hum Serv Adm* 2006; 28(4): 472-84.
5. Shane S & Venkataraman S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review* 2000; 25(1): 217-26.
6. Covin JG & Miles MP. Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice* 1999; 23(3): 47-64.
7. Dess GG, Mcgee JE & Lumpkin GT. Linking corporate entrepreneurship to strategy, structure, and process: Suggested research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 1999; 23(3): 85-7.
8. Guo KL. Applying entrepreneurship to health care organizations. *New England Journal of Entrepreneurship* 2003; 6(1): 45-53.
9. Stevenson HH & Jarillo JC. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal* 1990; 11(5): 17-27.
10. Stevenson HH. A perspective on entrepreneurship. Available at: <http://hbr.org/product/A-Perspective-on-Entrepre/an/384131-PDF-ENG>. 1983.
11. Mirzaei Aharanjani H & Moghimi SM. Providing an organizational desirable model for NGOs in Iran using an entrepreneurial approach. *Knowledge Management* 2004; 16(62): 101-38[Article in Persian].
12. Hair Jr JF, Hult GTM, Ringle C & Sarsted M. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: SAGE; 2013: 32-6.
13. Davari A & Rezazadeh A. *Structural equation modeling with PLS*. Tehran: Jahad University; 2013: 215[Article in Persian].
14. Fornell C & Larcker DF. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research* 1981; 18(1): 39-50.
15. Tenenhaus M, Vinzi VE, Chatalin YM & Lauro C. PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis* 2005; 48(1): 159-205.
16. Hornsby JS, Kuratko DF & Zahra SA. Middle managers perception of the internal environment of corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing* 2002; 17(3): 253-73.
17. Scheiner CW. *Fundamental determinants of entrepreneurial behavior*. Frankfurt: Springer Gabler; 2009: 7-9.
18. Khonifar H. *Entrepreneurship in value system*. Iran: Ekram Publication; 2004: 68-79[Book in Persian].

19. Moghimi SM. Entrepreneurship in government organizations. Iran: Farandish; 2006: 318[Book in Persian].
20. Kuratko DF, Ireland RD, Covin JG & Hornsby JS. A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. *Entrepreneurship Theory & Practice* 2005; 29(6): 699-716.
21. Baron RA & Markman GD. Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing* 2003; 18(1): 41-60.
22. Chen CC, Greene PG & Crick A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing* 1998; 13(4): 295-316.

Factors Affecting The Entrepreneurial Behavior Of TUMS Research Centers Managers

Khayatan Mahdi¹(MSc.) – Mobaraki Mohammad Hasan²(Ph.D)

1 Master of Sciences in Entrepreneurship Management, School of Entrepreneurship, Tehran University, Tehran, Iran
2 Assistant Professor, Entrepreneurship Department, School of Entrepreneurship, Tehran University, Tehran, Iran

Abstract

Received : May 2014
Accepted : Jul 2014

Background and Aim: Entrepreneurial roles can be performed by managers at different levels. In fact, entrepreneurship can be interpreted as a tendency adopted by managers towards their environment in which they should have the ability to discover new opportunities for their innovative activities. This study aims to identify factors affecting entrepreneurial behavior of research centers managers at Tehran University of Medical Sciences (TUMS).

Materials and Methods: Considering the sample size determined through Cochran's formula, 90 questionnaires were distributed among TUMS research centers managers. The data were analyzed based on structural equation modeling applying partial least squares approach through Smartpls.2 software.

Results: Of the 90 questionnaires distributed, 67 were acceptable for study. The model created for effective factors enjoyed an acceptable goodness of fit index (GOF=0.49). Factors loading for the observed variables were above 0.4 and the constructs had an acceptable level of reliability and validity.

Conclusion: The results show that contextual and behavioral factors have a positive effect on entrepreneurial behavior and that structural factors have a negative effect on it.

Key words: Entrepreneurial Behavior, Three Branch Model, Research Centers

* Corresponding
Author:
Khayatan M;
E-mail:
Khayatan@ut.ac.ir