

بررسی عملکرد نظام اداری بر اساس الگوی مدیریت کارآفرینانه استیونسون در دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران

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

چکیده

زمینه و هدف: امروزه تغییر دیوانسالاری در اداره امور سازمانهای دولتی و تبدیل آن به مدیریت انعطاف‌پذیر و مشتری-مدار، مؤید ظهور یک حوزه جدید علمی در مدیریت در بخش دولتی است که از آن به عنوان مدیریت کارآفرینانه نام برده می‌شود. در واقع مدیریت کارآفرینانه مجموعه‌ای از فعالیت‌های مدیریتی فرصت‌محور برای بقا و ماندگاری سازمانهاست تا آنها را در ارزش آفرینی اجتماعی به مشارکت بطلبد. هدف از این پژوهش بررسی عملکرد نظام اداری دانشگاه‌های علوم پزشکی بر اساس الگوی مدیریت کارآفرینانه استیونسون می‌باشد.

روش بررسی: در این پژوهش میدانی پرسشنامه ساخت‌یافته‌ای (با طیف لیکرت) طراحی شد که روایی آن توسط خبرگان و پایایی آن از طریق پیش‌آزمون و تعیین آلفای کرونباخ ۰/۹۴ مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. پرسشنامه نهایی بین ۳۷۹ نفر از کارکنان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران توزیع شد. داده‌های پژوهش نشان از مشارکت ۸۵٪ (۳۲۵ نفر) جامعه مورد مطالعه داشت. این داده‌ها در نرم افزار SPSS 18 ثبت و تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده متوسط بودن وضعیت دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران از منظر مدیریت کارآفرینانه است. این مطالعه و پژوهشهای مرتبط تأکید می‌کنند که این وضعیت در اغلب سازمانهای عمومی مصداق دارد.

نتیجه‌گیری: نتایج مهم پژوهش مبین آن است که نظام اداری در دانشگاه‌های علوم پزشکی در حال گذر از انقلاب کارآفرینانه است. فرهنگ‌سازی، آموزش و توانمندسازی مدیران برای اصلاح ساختار، تمرکززدایی و بهبود مستمر فرآیندها، نقطه عطف تحول در نظام اداری سازمانهاست.

واژه‌های کلیدی: مدیریت کارآفرینانه، نظام اداری، دانشگاه‌های علوم پزشکی

* نویسنده مسئول :

رضا دهقان :

کمیسیون تحول اداری دانشگاه علوم

پزشکی تهران

Email :
Rdehghan @ tums.ac.ir

- دریافت مقاله : اردیبهشت ۱۳۹۰ - پذیرش مقاله : شهریور ۱۳۹۰

مقدمه

عنصر محرک نوآوری و تحول در بخش خصوصی، رقابت است که باعث می‌شود سازمان‌های پیش‌تاز در بازار رقابتی با بهره‌گیری از نوآوری‌های فناورانه و تحولات سازمانی، به گونه‌ای کارآ و اثربخش ابراز وجود نمایند. اما در بخش دولتی رقابت وجود ندارد، پس زمینه برای نپرداختن به تغییر، تحول، نوآوری و کارآفرینی به معنای واقعی و علمی آن فراهم می‌شود و این موضوعی نگران‌کننده است (۱).

سازمان‌های موفق آنهایی هستند که اعضای خود را در سطوح مختلف در فرآیندهایی که منجر به بروز ابتکار، نوآوری و تحول اثربخش در مدیریت می‌شود، درگیر کرده و نه تنها در مقابل تغییرات محیطی از خود انعطاف نشان می‌دهند بلکه با پیش‌بینی نیازهای اجتماعی، به فرصت‌آفرینی می‌پردازند.

نتایج ارزیابی‌های انجام شده از خدمت‌رسانی و عملکرد نظام اداری سازمان‌های عمومی و شرکت‌های

^۱ استادیار گروه مدیریت کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

^۲ کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی عضو کمیسیون تحول اداری دانشگاه علوم پزشکی تهران

دوران ما عصر تغییر است، تغییر در تاریخ بشر غیرعادی نبوده اما آنچه که شاید در این زمان متفاوت باشد این است که تغییر می‌بایست مدیریت شود. مدیریت تغییر سازمانی تنها در سازمانهای کسب و کار اتفاق نمی‌افتد و به طور روزافزونی در سازمانهای دولتی نیز در حال ظهور است (۳).

تغییر در بخش دولتی با مکتب مدیریت مرتبط است و با مدیریت نوین دولتی همراه شده و می‌توان ادعا نمود که تغییر و تحول سازمانی بخشی از مدیریت دولتی نوین است.

در حقیقت تحول سازمانی، نوعی راهبرد بهسازی است که در اواخر دهه ۱۹۵۰ مطرح شد. اساس آن بر بینش و آگاهی‌های حاصل از پویایی گروهی طرح عملی مرتبط با تغییر برنامه‌ریزی شده استوار است.

تحول سازمانی در راه تکامل خود به چاره اندیشی منسجم از نظریه‌ها و کاربردها رسیده است که می‌تواند بسیاری از مسائل مهم انسانی موجود در سازمان را حل و فصل کند.

تحول سازمانی، از تشکیلات، سازمان‌ها و همچنین افراد درون آنها و چگونگی کارکردشان و نیز در زمینه تغییر برنامه‌ریزی شده‌ای که منجر به تربیت افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها به کارکرد بهتر می‌شود، سخن به میان آورد. تحول در همه جا متداول بوده و از جمله موضوع‌های ثابت اواخر دهه ۱۹۹۰ و دهه اخیر می‌باشد.

در میان مباحث تغییر و توسعه سازمانی، مناسب است تا از واژه آشنای کارآفرینی نیز بحث شود. در اواسط قرن بیستم نظریه کارآفرین نوآور توسط شومپتر (۱۹۵۲) پایه‌ریزی شد.

طبق این نظریه وظیفه کارآفرین عبارتست از اصلاح و متحول ساختن الگوی تولید با بهره‌برداری از اختراع یا بطور عمومی‌تر امکان فنی امتحان نشده در تولید کالای جدید یا تولید کالای قدیمی به روشی جدید،

دولتی بیانگر بروز مشکلاتی همچون وجود ضعف در زمینه تسهیم و تشریک دانش مدیریتی در بین واحدهای مختلف نظام اداری؛ عدم برخورداری از روحیه ریسک‌پذیری که خود مانع از بروز زمینه‌های نوآوری و بالفعل شدن ظرفیت‌ها و قابلیت‌های سازمان در زمینه کارآفرینی سازمانی می‌شود؛ عدم به‌کارگیری معیارهای مرتبط با یادگیری سازمانی، تغییر و نوآوری در فرآیند ارزیابی شایستگی‌های مدیران و کارکنان؛ بهره‌گیری ناکافی از نظرات و انتقادات سازنده کارکنان، مراجعان، تامین‌کنندگان، رقبا و هم‌تایان استراتژیک سازمانی در مدیریت نظام اداری؛ تلقی کارکنان در رابطه با عدم وجود محرک‌های درونی کافی برای تحریک انگیزه آنها به منظور نوآوری و تغییر در نظام کاری سازمان؛ نارضایتی ذینفعان از عملکرد نظام اداری اعم از مراجعان، مدیران، کارکنان، سیاست‌گذاران و...؛ مهم‌ترین مسائل و گلوگاه‌های عملکردی نظام اداری در دستگاه‌های دولتی و عمومی است که موجب کاهش کارآیی، بهره‌وری و اثربخشی می‌شوند.

عمومیت این مسائل در بخش عمومی و دولتی باعث شد تا این سوال مدنظر قرار گیرد که چرا رویکرد مدیران در نظام اداری، کارآفرینانه نیست و بالاخص در دانشگاه‌های علوم پزشکی که متولی اصلی پشتیبانی در توسعه علم و فناوری سلامت است، این وضعیت چگونه است.

برای پرداختن به این مسأله مهم باید اذعان داشت که در دو دهه گذشته، تغییرات در دورنمای سازمانی به عنوان یکی از نتایج جهانی شدن، نوآوری فنی و نوسان اقتصادی به شناسایی چگونگی طراحی و اجرای تغییرات سازمانی منجر شده است (۲).

مدیریت تغییر، رشته مدیریتی جدیدی است. دیفنباخ و همکاران (۲۰۰۹) اشاره می‌کنند که تمایل عمومی به تغییر به عنوان چیزی که باید مدیریت شود است.

در گذشته در این حوزه‌ها به وجود آمده، ضروری است(۵).

در ساده‌ترین بیان، نوآوری در خدمات دولتی را ایده‌های جدید پیرامون ایجاد ارزش افزوده اجتماعی معرفی شده است.

در تعریفی دیگر می‌توان نوآوری را هر گونه تغییر همراه با ایجاد و انطباق ایده‌های جدید در سطح جهانی، منطقه‌ای، ملی، صنعت یا سازمان تبیین نمود. همین مرجع، بین توسعه نوآوری‌های جدید و انطباق نوآوری‌های ایجاد شده توسط دیگران تمایز قائل است؛ فرآیند نوآوری، طولانی مدت، تعاملی و اجتماعی است؛ افراد زیادی با مهارت‌ها و استعدادها و منابع مختلف گرد هم می‌آیند(۶).

در حقیقت ریشه لاتین نوآوری واژه Innovation به معنای ساختن یک چیز جدید است. شوچیتی اولین کسی بود که نوآوری را در قالب مفهوم علمی آن مطرح کرد.

در حقیقت وی در پی شناخت عوامل موثر بر رشد اقتصادی کشورها بود که در این راستا به نقش و اهمیت حیاتی نوآوری در رشد کشورها پی برد. مارکوس(۱۹۶۹) نیز نوآوری را به عنوان معرفی یک واحد تغییر تکنولوژیک دانسته که در واقع ایجاد یک محصول، خدمت و یا روش جدیدی است(۷).

کارآفرینان تغییر را به عنوان یک هنجار و امری مطلوب پذیرفته اند؛ دائماً به دنبال تغییر بوده و سعی می‌کنند از آن به عنوان فرصت بهره برداری نمایند(۸).
خاستگاه واژه کارآفرینی که هم در مکالمات روزمره و هم به عنوان یک واژه تخصصی در مدیریت و علم اقتصاد، به طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد، در قرن هفدهم در فرانسه است که یک کارآفرین مردی بوده که به او مأموریت داده می‌شد تا پروژه کسب و کار خاصی را بر عهده گیرد.

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 گرفته تا سیستم توزیع جدید و تا روشی برای توسعه ساختار سازمانی جدید(۴).

در دو دهه اخیر مشتری و انتظارات رو به رشد و فزاینده آنان هم در بخش دولتی و هم در بخش خصوصی اهمیت بیشتری پیدا کرده است. این پیشرفت که البته در اصل در بخش خصوصی و با ورود اصول مدیریت کیفیت فراگیر(TQM) شکل گرفته، امروزه بر نگرش‌ها و رفتارهای بخش دولتی نیز تأثیر گذاشته و منتج به حاکمیت کیفیت شده است.

علاوه بر این، با ارائه خدمات ۲۴ ساعته در طول هر ۷ روز هفته توسط بخش خصوصی و از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات، انتظارات عمومی تغییر کرده است. در این شرایط، تلاش‌های مشترکی برای بهبود فرآیند ارائه و نیز برون‌دادهای خدمات دولتی شده است.

اگرچه برخی حوزه‌های کلیدی در خدمات دولتی پیشرفت قابل توجهی داشته است، مانند توسعه آموزش، کاهش جرم و...، ولی کماکان دامنه وسیعی برای بهبود وجود دارد. سیاست‌گذاران اعتقاد زیادی دارند رویکردهای نوآورانه به سیاست‌ها، فعالیت‌ها و تدارک و ارائه خدمات برای پرداختن به مشکلاتی که

اما آنچه در این پژوهش مورد بررسی دقیق قرار گرفته رویکرد مدیریت کارآفرینانه است که در مطالعات گوناگون آن را مفهومی نزدیک و بعضاً مترادف با مدیریت نوین دولتی، تحول و تغییر نیز معرفی نموده‌اند. از اوایل دهه ۱۹۹۰ تحولات بسیاری در بخش دولتی اتفاق افتاده است. پارادایم جدیدی تحت عنوان مدیریت کارآفرینانه، از تغییر و تحول در مدیریت دولتی و ایجاد مدیریت دولتی نوین حمایت می‌کند (۱۰).

کارآفرینی تنها به فعالیت مخاطره‌آمیز مستقل منحصر نمی‌شود، بلکه شامل سازمان کارآفرینانه و مجموعه‌های سازمانی نیز می‌شود (۱۱).

کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع جدید است. جنبش جدید مدیریت دولتی بر نحوه عملکرد نهادهای دولتی متمرکز است. مدیران باید اجازه یابند مدیریت کنند و از کارآفرینان بخواهند تا کارشان را بگونه‌ای انجام دهند که گویی در بخش خصوصی فعالیت می‌کنند. مدیریت کارآفرینانه را سبکی از مدیریت می‌دانند که یک سازمان کارآفرین را به جلو هدایت می‌کند و ویژگی‌های آن (چه در راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید و چه در احیای یک سازمان موجود)، در چهار ویژگی زیر خلاصه می‌شود: تمرکز بر تغییر، تمرکز بر فرصت، گستره دید وسیع و مخاطره‌پذیری.

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. کارآفرینی درون سازمانی می‌تواند پلی بین علم و بازار باشد. در کارآفرینی سازمانی با بکارگیری

تعدادی از مفاهیم از ایده کارآفرینی ناشی شده‌اند، از قبیل کارآفرینانه، کارآفرینی و روند کارآفرینانه. کارآفرینی کاری است که کارآفرین انجام می‌دهد. کارآفرین بودن توصیف صفتی است که چطور فرد کارآفرین متعهد است به کاری که انجام می‌دهد. روند کارآفرینانه که کارآفرین درگیر آن میشود موجب خلق ارزش جدیدی است که نتیجه آن محسوب می‌شود (عمل مخاطره‌آمیز کارآفرینی).

ارائه یک تعریف خاص و بدون ابهام از کارآفرین و کارآفرینی مستلزم چالش و بحث است لیکن این بدان دلیل نیست که تعاریفی در این زمینه وجود ندارد بلکه به دلیل تعدد تعاریف از زوایای مختلف اقتصادی، مدیریتی، جامعه‌شناسی و ... است. مشکل اصلی این جاست که تعدد این تعاریف به دلیل اتفاق نظر نداشتن صاحب‌نظران بر سر خصوصیات و ویژگی‌های کارآفرینان است.

از بین این صاحب‌نظران، ویلیام گارنر (۱۹۹۰) تحقیقات بسیاری در زمینه ویژگی‌های کارآفرینان انجام داده است. او نتیجه گرفت که تفاوت‌های بین کارآفرینان و کارهای مخاطره‌آمیزشان به اندازه تفاوت‌های بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان و بین مؤسسات جدید به ثبت رسیده بزرگ و اساسی است. برخی تعاریف بر اهمیت کارآفرینی در تأمین کارایی اقتصادی که برگشت سرمایه را به حداکثر برساند تأکید دارد. پاداش دادن به سرمایه‌گذار مهم است اما این امر تنها هدفی نیست که کارآفرین تعقیب می‌کند. کارآفرینان مؤثر طوری کار می‌کنند که به همه سهامداران در کارهای مخاطره‌آمیزشان پاداش دهند. ابداع و نوآوری، هم یک عامل حیاتی و مهم است. "ابداع" عامل مهمی در موفقیت همه کسب و کارهاست نه فقط در امور کارآفرینانه؛ و کارآفرینی یک پدیده غنی و پیچیده است (۹).

سوال اصلی پژوهش، ارزیابی وضعیت دانشگاه علوم پزشکی در سطح شهر تهران با استفاده از رویکرد مدیریت کارآفرینانه استیونسون بود که بر اساس آن، ابعاد شش‌گانه مدل و سوالات فرعی پژوهش تنظیم گردید. مولفه‌های پژوهش نیز بر اساس هر یک از ابعاد رویکرد مدیریت کارآفرینانه (گرایش راهبردی و تعهد به فرصت‌ها، تعهد به منابع و کنترل آن، ساختار مدیریتی، رشدگرایی، فلسفه پاداش و فرهنگ سازمانی) تنظیم شد.

قلمرو این پژوهش از نظر زمانی، سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۸۹ و از نظر مکانی، دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران، قبل از ادغام است.

جامعه آماری این مطالعه را کارکنان رسمی، پیمانی، قراردادی و مشمول طرح نیروی انسانی دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران تشکیل می‌دادند. برای برآورد حجم نمونه از روش n کوکران استفاده شد تا از میان کارکنان، گروه هدف را شناسایی و مطالعه کرد. بنابراین جامعه آماری تحقیق (N) شامل ۲۹۵۰۰ نفر بود و حجم نمونه ۳۷۹ نفر محاسبه شد که از این میان، تعداد ۳۲۵ پرسشنامه را تکمیل نمودند.

برای دریافت و جمع‌آوری نظرات کارکنان (در حوزه‌های ستادی و واحدهای محیطی)، از ترجمه فارسی پرسشنامه ساخت‌یافته (۲۲ سوالی) مدل استیونسون استفاده شد. البته پرسشنامه جدید (فارسی) به صورت آزمایشی بین ۳۱ نفر از جامعه آماری (نمونه تصادفی) توزیع و از نظر پایایی مورد بررسی قرار گرفت و با آلفای کرونباخ ۰/۹۴ که بیانگر پایایی عالی آن بود، به تایید رسید.

یافته‌ها

در جدول (۱) نتایج حاصل از مطالعه توصیفی ارزیابی وضعیت دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران با استفاده از الگوی مدیریت کارآفرینانه ارائه شده است.

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 دستور کار خود قرار دهند (۱۲).

استیونسون و همکارانش مدیریت کارآفرینانه را این گونه توصیف می‌کنند: مدیریت کارآفرینانه فرآیند برملا ساختن یا ایجاد یک فرصت برای خلق ارزش از طریق نوآوری و تعقیب فرصت است؛ علیرغم آنکه در آغاز منابع کافی وجود ندارد (۱۳).

الگوی مدیریت کارآفرینانه استیونسون دارای شش بعد است که عبارتند از: گرایش راهبردی و تعهد به فرصت‌ها، گرایش کارآفرینانه و تعهد نسبت به منابع، ساختار کارآفرینانه، پاداش کارآفرینانه، گرایش به رشد و نهایتاً فرهنگ کارآفرینانه. کارسون هم قابلیت‌های کلیدی مرتبط با مدیریت کارآفرینانه را شناسایی نموده که عبارتند از: تجربه کافی هم در صنعت و هم در شغل مورد نظر، دانش لازم در خصوص محصول یا خدمت و بازار و مهارت‌های ارتباطی در هدایت سازمان (۱۴).

روش بررسی

در این مطالعه که از نوع کمی و با رهیافت توصیفی و پیمایشی انجام شده است، وضعیت دانشگاه علوم پزشکی در سطح شهر تهران در ابعاد شش‌گانه مدیریت کارآفرینانه استیونسون مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت.

جدول ۱: وضعیت توصیفی ابعاد مدیریت کارآفرینانه در دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران

ردیف	ابعاد	میانگین	میان	مد
۱	گرایش راهبردی و تعهد به فرصت‌ها	۳/۳۴	۳/۳۳	۳/۶۷
۲	تعهد به منابع و کنترل آن	۳/۱۷	۳/۳۳	۳/۳۳
۳	ساختار مدیریتی	۲/۷۲	۳/۰۰	۳/۰۰
۴	رشدگرایی	۲/۸۴	۳/۰۰	۳/۰۰
۵	فلسفه پاداش	۳/۰۲	۳/۲۵	۳/۲۵
۶	فرهنگ سازمانی	۲/۸۹	۳/۰۰	۳/۳۳
	جمع	۲/۹۹	۳/۱۵	۳/۲۶

برخی دیگر از وضعیت مناسب‌تری برخوردارند، اما تفاوت چندانی به لحاظ مطلوبیت وضعیت هریک از عوامل در میان آن‌ها وجود ندارد.

به منظور بررسی ارتباط بین ابعاد مدیریت کارآفرینانه با عملکرد دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران از آزمون‌های همبستگی اسپیرمن، گاما، کندال و علامت استفاده شد تا علاوه بر بررسی نوع ارتباط بین متغیر وابسته (توسعه نظام اداری) با متغیرهای وابسته (ابعاد شش‌گانه) بتوان آن‌ها را بر اساس شدت ارتباط و نیز اهمیت، اولویت‌بندی نمود.

در جدول (۲) نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن و نیز آزمون گاما برای بررسی ارتباط ابعاد مدیریت کارآفرینانه با عملکرد نظام اداری (بر اساس مدل استیونسون) و اولویت‌بندی آن‌ها ارائه شده است.

وضعیت ابعاد شش‌گانه مدیریت کارآفرینانه که در ارزیابی وضعیت دانشگاه علوم پزشکی شهر تهران به کار رفته است در جدول (۱) به صورت کمی ارائه شده است. میانگین نمره ۲/۹۹ گویای متوسط بودن وضعیت ابعاد مذکور در جامعه مورد مطالعه است (حداقل ۱/۰۰ و حداکثر ۵/۰۰).

بنابراین می‌توان گفت رویکرد مدیریتی در نظام اداری در دانشگاه علوم پزشکی تهران، کارآفرینانه نیست؛ به عبارتی وضعیت کلی دانشگاه علوم پزشکی تهران از منظر ابعاد شش‌گانه مدیریت کارآفرینانه استیونسون، متوسط است. به بیان دیگر هیچ یک از ابعاد مدیریت کارآفرینانه در نظام اداری دانشگاه علوم پزشکی تهران به صورت فعال وجود ندارند. هرچند که برخی از این عوامل (گرایش راهبردی و فرهنگ سازمانی) نسبت به

جدول ۲: آزمون همبستگی ابعاد مدیریت کارآفرینانه با عملکرد در دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	گاما	اولویت
۱	گرایش راهبردی و تعهد به فرصت‌ها		۰/۶۲	۰/۷۶	سوم
۲	تعهد به منابع و کنترل آن		۰/۵۷	۰/۶۹	ششم
۳	ساختار مدیریتی	عملکرد نظام اداری	۰/۷۳	۰/۷۱	اول
۴	رشدگرایی		۰/۶۱	۰/۷۲	چهارم
۵	فلسفه پاداش		۰/۵۹	۰/۷۳	پنجم
۶	فرهنگ سازمانی		۰/۶۵	۰/۷۴	دوم

با متغیر وابسته یعنی عملکرد نظام اداری تأیید می‌شود. همچنین در آزمون گاما که ضریب دقیق‌تری در داده‌های رتبه‌ای می‌باشد، اولویت‌بندی ابعاد شش‌گانه فوق در آزمون همبستگی تأیید شده است. در آزمون علامت (جدول ۳) انجام شده نیز میزان کارآفرینانه بودن وضعیت دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران از نظر ابعاد شش‌گانه مورد بررسی قرار گرفته است. فرض صفر این پژوهش بدین ترتیب بوده است که میانگین نمره عملکردی نظام اداری دانشگاه علوم پزشکی تهران از منظر ۶ بعد مدیریت کارآفرینانه، با نمره متوسط آن اختلاف معناداری ندارد.

همانطور که در آزمون همبستگی مشخص شده است بین ابعاد مدیریت کارآفرینانه با عملکرد نظام اداری رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج آزمون همبستگی:

- ارتباط بین ساختار مدیریتی با عملکرد نظام اداری شدید (۰/۷ تا ۱) است.

- ارتباط بین فرهنگ سازمانی، گرایش راهبردی و تعهد به فرصت‌ها، رشدگرایی، فلسفه پاداش و تعهد به منابع و کنترل آن با عملکرد نظام اداری نیز متوسط (۰/۳ تا ۰/۷) است.

بنابراین وجود ارتباط بین این ۶ بعد مدیریت کارآفرینانه به عنوان متغیرهای اصلی و مستقل پژوهش

جدول ۳ : آزمون علامت ابعاد مدیریت کارآفرینانه

بعد/ابعاد	میانگین	سطح معنی داری	میزان خطا	فرض صفر
مدیریت کارآفرینانه	۳/۰۰	۰/۰	۰/۰۵	پذیرش

علوم پزشکی شهر تهران مورد بررسی قرار گرفت. بدین معنی که بررسی شد آیا بین میزان اثرگذاری هر یک از ابعاد مدیریت کارآفرینانه، تفاوتی وجود دارد یا خیر. فرض صفر این بوده است که بین ابعاد شش‌گانه مدیریت کارآفرینانه، ناهماهنگی وجود دارد.

پس از انجام آزمون این فرض تأیید شد. به عبارت دیگر نمره وضع موجود با وضعیت متوسط، نزدیک به هم است.

در آزمون کندال (جدول ۴) نیز میزان تطابق ابعاد رویکرد مدیریت کارآفرینانه در وضعیت دانشگاه‌های

جدول ۴ : آزمون کندال رویکرد مدیریت کارآفرینانه

متغیر مستقل	متغیر وابسته	سطح معنی داری	ضریب کندال	میزان خطا	فرض صفر
ابعاد مدیریت کارآفرینانه	عملکرد نظام اداری	۰/۰	۰/۰۶۱	۰/۰۵	پذیرش

بنابراین هر کدام از ابعاد شش‌گانه اثر یکسانی بر عملکرد نظام اداری نداشته و بین هر یک از عوامل با دیگری ناهماهنگی وجود دارد.

فرض صفر این آزمون نیز تأیید شد. به عبارتی میزان تأثیر هر یک از ابعاد شش‌گانه مدیریت کارآفرینانه با یکدیگر بر عملکرد نظام اداری، متفاوت است.

بحث

آنچه در این پژوهش مشهود است این است که وضعیت دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران متأثر از مولفه‌های مختلفی است.

این مهم نشان می‌دهد که موضوع نظام اداری و عملکرد مدیریت در این زمینه مقوله‌ای در حوزه علوم انسانی و اجتماعی است و لذا باید به مدیریت در نظام اداری به عنوان هنر و نه فقط علم محض نگریست. این امر در سایر پژوهش‌های سازمانی در بخش دولتی و عمومی نیز اثبات شده است.

از سوی دیگر در عصر حاضر، کارآفرینی موتور محرک توسعه اقتصادی در عصر اطلاعات و دانش است که نقشی محوری در فعالیتهای فردی و سازمانی ایفا می‌کند.

نوآوری و تغییر هم جزء لاینفک کارآفرینی است که نه تنها نیازمند توانایی خلق کردن و مفهومی کردن چیزی است، بلکه نیازمند توانایی درک تمامی نیروهای موجود در محیط نیز هست. کارآفرینی با تغییر، ارتباط تنگاتنگی دارد.

کارآفرینان تغییر را به عنوان یک هنجار و امری مطلوب پذیرفته اند؛ دائماً به دنبال تغییر بوده و سعی می‌کنند از آن به عنوان فرصت بهره‌برداری نمایند.

در مدیریت نوین با عنوان مدیریت کارآفرینانه، که انقلاب کارآفرینانه هم نامیده می‌شود انسان‌ها واقعاً به عنوان پایه و منبع قدرت هستند و زمانی ما می‌توانیم از این منابع استفاده کنیم که از فکر و قدرت ذهن آنها استفاده کنیم.

فرآیند کارآفرینانه به عنوان تمرکز بر کارکردها، فعالیت‌ها و اقدامات همراه با پیش‌بینی فرصت‌ها و ایجاد تیم‌ها و منابع لازم برای تبلور آنهاست.

هرچند که هر یک از عناصر فرآیند کارآفرینانه به نظر عنصر جدا و منفکی به حساب می‌آید لیکن آنها به یکدیگر مرتبط بوده و بخشی از فرآیند زمینه‌ای و پویا

هستند. رفتار مدیریت کارآفرینانه، فرهنگ خلاقیت و ریسک پذیری، ایجاد ساختارهای غیررسمی و افقی، و تدوین استراتژی برای منفعت‌آفرینی از فرصت‌های شناسایی شده را تقویت می‌کند.

به هر ترتیب آنچه که استیونسون (۱۹۸۵) برای مدیریت کارآفرینانه اطلاق داشته است، مجموعه‌ای از فعالیت‌های مدیریتی فرصت‌محور است که سازمان را در ماندگاری کمک نموده و آن را در ارزش‌آفرینی اجتماعی و سازمانی به مشارکت می‌طلبند (۱۵).

نتیجه گیری

در عصر دانش و کارآفرینی، تبدیل نظام اداری دانشگاه‌های علوم پزشکی از حالت سنتی و بوروکراتیک به کارآفرینانه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

با توجه به نتایج حاصله از این پژوهش، به خوبی می‌توان دریافت که دانشگاه‌های علوم پزشکی در کشور ما در مرحله گذر انقلاب کارآفرینانه‌اند و می‌بایست از مزایای کارآفرینی در سازمان‌های خود به خوبی بهره بگیرند، تا رویکرد کارآفرینانه و آنچه تحت لوای آن است در آنها به حد مطلوبی برسد.

مهمترین پیشنهاد برای دستیابی به وضعیت کارآفرینانه در عملکرد نظام اداری، بسترسازی برای عملیاتی نمودن ابعاد مدیریت کارآفرینانه استیونسون است که وضعیت آنها در دانشگاه‌های علوم پزشکی مطلوب نیست و باید مورد توجه ویژه قرار گیرد:

- تقویت تفکر و رویکرد راهبردی در برنامه‌ریزی‌های مدیریتی
- افزایش بهره‌وری منابع در اختیار و تحت مالکیت
- اصلاح ساختار سازمانی با رویکرد تمرکززدایی و کاهش سطوح سازمانی
- توسعه خلاقیت و نوآوری
- ایجاد نظام پرداخت مبتنی بر عملکرد و توسعه

پادشاهی گروهی

تشکر و قدردانی

نویسندگان از کلیه کارشناسان و مدیرانی که در جمع آوری داده‌های این پژوهش همکاری داشته‌اند، خصوصاً رابطین برنامه‌های تحول اداری در دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران و واحدهای تابعه قدردانی می‌نمایند.

- توانمندسازی کارکنان و تقویت فرهنگ سازمانی این سیاست‌ها برای تقویت رویکرد کارآفرینانه مدیریت ضروری است و باید در آن تأملی جدی‌تر و روزافزون نمود.

منابع

1. Mulgan G, Albury D. Innovation in the Public Sector. London: Strategy Unit, Cabinet Office; 2003: 6-7.
2. Borins S. The Challenge of Innovating in Government. Arlington, VA: Pricewaterhouse Coopers Endowment for The Business of Government; 2001: 9-10.
3. Dieffenbach T, Todnem R, Klamer P. A Multi-dimensional Analysis of Managers' Power Functional, Socio-political, Interpretive-discursive, and Socio-cultural Approaches. Management Review 2009, 20(4): 413-431.
4. Hisrcich R, Piterzh M. Entrepreneurship. Translated by Feizbakhsh AR and Taghiyari HR. Iran: Sharif University of Technology Press; 2006: 87-93[Book in Persian].
5. Kamarck EC. Government Innovation around the World, Ash Institute for Democratic Governance and Innovation. Harvard: Kennedy School of Government; 2004: 23.
6. NESTA. Innovation in Government Organizations, Public Sector Agencies and Public Service NGOs. UK: London School of Economics and Political Science; 2008: 7.
7. Ahmadi P, Nasiri N. Determining Organizational Innovation Drivers in IranTransfo Industrial Group. Journal of Management Researches 2009; 7(2): 27-87[Article in Persian].
8. Moghimi SM. Organizational Entrepreneurship Drivers in Public Social and Culture in Iran. Journal of Management Culture 2004; 1(7): 27-78[Article in Persian].
9. Talebi K. Strategic Entrepreneurship. Iran: Tehran University Press; 2006: 100-65[Book in Persian].
10. Moghimi M. A Survey on relation between organizational citizenship and entrepreneurship culture in public organizations. Journal of Management Culture 2006; 4(13): 171-92[Article in Persian].
11. Stoner J, Freeman E, Gilbert D. Management. USA: Prentice- Hall; 1998: 157.
12. Stevenson H, Jarillo JC. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. Strategic Management Journal 1990; 11(4): 17-27.
13. Yadollahi J. Performance Assessment & Management of Organizational Entrepreneurship. Journal of Management Culture 2005; 3(10): 129-50[Article in Persian].
14. Shafeiyan AH. A Survey on the Impacts of Entrepreneurial Management Model on Economic Performance of Tehran Cultural Tourism Organizations. Journal of Islamic Management Lectures 2008; 1(1): 2[Article in Persian].
15. Stevenson H, Gumpert D. The heart of entrepreneurship. USA: Harvard Business Review; 1985: 85-94.