

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده مدیریت و اقتصاد

بخش مدیریت

پایان نامه تحصیلی برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت گرایش
کارآفرینی

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه
موردی دانشگاه علوم پزشکی کرمان)

مؤلف:

افسانه امامی پور

استاد راهنما:

دکتر حسن صفرنیا

استاد مشاور:

دکتر علی ملاحسینی

آبان ۱۳۹۲

تقدیم به:

تقدیم به مهربان فرشتگانی که:

لحظات ناب باور بودن، لذت و غرور دانستن، جسارت خواستن، عظمت رسیدن و تمام تجربه های

یکتا و زیبای زندگیم، مدیون حضور سبز آنهاست.

تقدیم به خانواده عزیزم

تشر و قدردانی:

با سپاس از سه وجود مقدس:

آنان که ناتوان شدند تا ما به توانایی برسیم ...

موهایشان سپید شد تا ما رو سفید شویم ...

و عاشقانه سوختند تا گرمابخش وجود ما و روشنگر راهمان باشند...

پدرانمان

مادرانمان

استادانمان

چکیده:

توجه به کارآفرینی سازمانی زمینه بروز خلاقیت را فراهم می کند و خلاقیت موجب رشد سازمان می شود. پژوهش حاضر به شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمان می پردازد. به علت تنوع و تعدد خدمات بهداشتی درمانی در دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ارائه شده توسط این مرکز و نیز چالش های متعدد در رویکرد و نظام مدیریتی حاکم بر آن از دلایل اصلی انجام این پژوهش می باشند. در این پژوهش از مدل سه شاخگی توسعه کارآفرینی سازمانی استفاده شده است. ابزار مورد استفاده پرسشنامه می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه پرسنل دانشگاه و حجم نمونه براساس جدول کوکران ۱۹۶ نفر از پرسنل دانشگاه علوم پزشکی محاسبه شد. با استفاده از روش سلسله مراتبی AHP به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته می شود و داده های حاصله در نرم افزار EC (Expert Choice) گنجانده شدند. یافته ها نشان داد: از بین عوامل ساختاری زیرمعیار فرهنگ سازمانی با وزن نسبی ۰/۴۳۷، از بین عوامل زمینه ای زیرمعیار ارتباط با ارباب رجوع با وزن نسبی ۰/۵۰۲ و زیرمعیار آموزش از بین عوامل رفتاری با وزن نسبی ۰/۴۰۴ بیشترین رتبه را به خود اختصاص دادند. در نهایت معیار عوامل ساختاری با وزن ۰/۳۶۷ بیشترین رتبه را در بین شاخص های کارآفرینی سازمانی کسب کرد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی - کارآفرینی سازمانی - شاخص های کارآفرینی سازمانی

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱	مقدمه	۲
۱-۲	تشریح و بیان مساله تحقیق	۳
۱-۳	ضرورت انجام تحقیق	۶
۱-۴	اهداف تحقیق	۷
۱-۵	نتایج مورد استفاده پس از انجام تحقیق	۷
۱-۶	جنبه نوآوری طرح	۷
۱-۷	تعریف عملیاتی واژه های تحقیق	۸
۱-۸	قلمرو تحقیق	۸
۱-۹	خلاصه فصل اول	۹
۱-۱۰	مباحث فصول آینده	۹

فصل دوم: مبانی نظری تحقیق

۲-۱	مقدمه	۱۱
۲-۲	ادبیات موضوع	۱۱

- ۱۱-۲-۲ سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی.....
- ۱۵-۲-۲ انواع کارآفرینی
- ۱۶-۲-۲ رویکردهای کارآفرینی
- ۱۷-۲-۲ مفهوم کارآفرینی سازمانی
- ۱۹-۲-۲ تاریخچه کارآفرینی سازمانی
- ۲۰-۲-۲ ضرورت کارآفرینی سازمانی
- ۲۱-۲-۲ مدل های کارآفرینی سازمانی
- ۲۵-۲-۲ شاخص های کارآفرینی سازمانی.....
- ۲۸-۲-۲ مدل سه شاخگی توسعه کارآفرینی.....
- ۲۸-۲-۲ عوامل ساختاری.....
- ۳۰-۲-۲ عوامل زمینه ای
- ۳۲-۲-۲ عوامل رفتاری.....
- ۳۴-۲-۲ دانشگاه علوم پزشکی و نظام اداری حاکم بر آن ها
- ۳۶-۲-۲-۱ دانشگاه علوم پزشکی و کارآفرینی

۳-۲ پیشینه تحقیق ۳۶

۳-۲-۱ مطالعات انجام شده توسط محققین خارجی ۳۶

۳-۲-۲ مطالعات انجام شده توسط محققین داخلی ۳۹

۳-۲-۴ خلاصه فصل دوم ۴۱

فصل سوم: روش تحقیق

۳-۱ مقدمه

43.....

۳-۲ روش تحقیق ۴۳

۳-۳ ابزار جمع آوری اطلاعات ۴۳

۳-۳-۱ تعیین پایایی و روایی ابزار سنجش تحقیق ۴۴

۳-۴ جامعه و نمونه آماری ۴۴

۳-۴-۱ روش نمونه برداری ۴۵

۳-۵ فرایند سلسله مراتبی AHP ۴۵

۳-۵-۱ معرفی فرایند سلسله مراتبی AHP ۴۵

۳-۵-۲ مراحل روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی.....۴۶

۳-۵-۲-۱ مدل سازی مساله تصمیم۴۷

ج
۳-۵-۲-۲ قضاوت ترجیحی (مقایسات زوجی).....۴۸

۳-۵-۲-۳ ادغام وزن های نسبی و محاسبه وزن نهائی.....۴۹

۳-۶ نرخ ناسازگاری.....۴۹

۳-۷ ابزار تجزیه و تحلیل داده

ها.....۵۱

۳-۸ خلاصه فصل سوم۵۱

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته ها

۴-۱ مقدمه۵۳

۴-۲ آمار توصیفی (مشخصات اعضا نمونه).....۵۳

۴-۲-۱ اجنیت۴۹

۴-۲-۲ رده سنی.....۵۳

۴-۲-۳ میزان تحصیلات ۵۴

۴-۳ پاسخ سوال اصلی تحقیق ۵۵

۴-۳-۱ اولویت بندی زیر معیارهای کارآفرینی سازمانی ۵۵

د

۴-۳-۱-۱ شاخص عوامل ساختاری ۵۵

۴-۳-۱-۲ شاخص عوامل زمینه ای ۵۷

۴-۳-۱-۳ شاخص عوامل رفتاری ۵۹

۴-۳-۲ اولویت بندی معیارهای کارآفرینی سازمانی ۶۱

۴-۴ خلاصه فصل چهارم ۶۲

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۵-۱ مقدمه ۶۴

۵-۲ خلاصه تحقیق ۶۴

۵-۳ نتیجه گیری، بحث و بررسی ۶۵

۴-۵ پیشنهادات مبتنی بر نتایج تحقیق ۶۷

۵-۵ پیشنهادات به محققان آینده ۶۹

۶-۵ محدودیت ها و چالش های تحقیق ۷۰

۷-۵ خلاصه فصل پنجم ۷۰

منابع و مآخذ

پیوست ها

الف: پرسشنامه ۸۱

ب: خروجی های نرم افزار Experte Choice ۸۶

و

فصل اول :

کلیات تحقیق

کارآفرینی فرایند ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کار جدید در شرایط مخاطره آمیز از طریق کشف فرصت ها و بهره گیری از منابع می باشد. کارآفرینی تبدیل ایده نو به محصول یا خدمات است که نتایج آن افزایش بهره وری، ایجاد ثروت، رفاه و افزایش اشتغال زایی است. در طول دهه های اخیر تحقیقات کارآفرینی محدود به قلمرو کسب و کار شده است که بیشتر به ویژگی های روان شناختی افراد اشاره دارد در حالیکه به کارگیری این صفات فقط میتواند محدود به زمان استخدام و یا ارتقاء کارکنان به مدیران کمک کند و در برخورد با کارکنان فعلی جهت بروز رفتارهای کارآفرینانه کمک چندانی نمی کند (واکی و همکاران^۱، ۲۰۱۰). رفتارهای کارآفرینانه در ادبیات مدیریتی به مجموعه ای از فعالیت ها و اقدامات گفته می شود که توسط افراد در سطوح مختلف انجام شده است و ترکیب تازه ای از منابع را برای شناخت و پی گیری فرصت ها به کار می گیرد. که دو عامل اصلی سازمانی، بافت ساختاری، افراد و تمایلات آنها با یکدیگر برانگیزاننده کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه هستند (مرزبان و همکاران، ۱۳۸۹). به طور فزاینده ای شرکت های بالغ در جستجوی راههایی برای بقا و افزایش رفتارهای کارآفرینانه کارکنان خود هستند. با توجه به اینکه چشم انداز شرکت ها به سمت تجدید استراتژیک، تمرکز به نوآوری و رقابت های بین المللی رو به تبدیل است. کارآفرینی سازمانی را میتوان نتیجه جستجوی موفق برای فرصت های کارآفرینی ناشی از درک عدم تقارن بازار یا دانش تکنولوژیک دانست که با بهره برداری از این عدم تقارن، سازمانها قادر به استفاده از سود ناشی از کارآفرینی هستند که اغلب فراتر از تلاش های یک مدیر کلیدی است. در واقع با توجه به عواملی از قبیل افزایش رقابت و نوآوری سریع و به دنبال آن افزایش بی اعتمادی در روش های سنتی سازماندهی بروکراتیک دلایل کافی را برای شکست انحصار کارآفرینی در رده های سطوح بالای سازمان فراهم کرده است (واکی و همکاران، ۲۰۱۰). برخی از شواهد اشاره می دارد به نقش مربی گری مدیران در رفتارهای کارآفرینانه کارکنان در این نقش مدیران با دادن دسترسی به منابع و تخصص به کارکنان خود آنها را از حالت کارگزار صرفاً اقدام کننده خارج می سازند. پرورش کارآفرینی سازمانی نیاز به یک رویکرد روشن تر مدیریت دارد؛ از جمله عدم تمرکز اقتدار و اختیار، مشارکت در تصمیم گیری، همکاری، اجتناب از بروکراسی، تشویق، پذیرش خطر و خلاقیت (لاکت^۲، ۲۰۱۲). مطالعات گویای این مطلب است که رفتارهای کارآفرینانه موجود در سازمانها

^۱ Wakkeet al

^۲ Locket

در دراز مدت اثر مثبت بر عملکرد مالی شرکت می گذارد. از دیگر اهدافی که کارآفرینی سازمانی به دنبال دارد می توان به آنها اشاره کرد: یاری رساندن به اعضای سازمان برای درک و فهم بهتر اهداف، کمک به اصلاح و بهبود جریان کار در سازمان، فراهم کردن زمینه های تبادل نظر، مشورت و احساس مسئولیت مشترک، کمک، راهنمایی، حمایت و تقویت اعضا، فراهم کردن فرصتها و امکان بروز استعدادها و خلاقیتها بالقوه کارکنان، برقراری روابط انسانی مناسب و احترام متقابل بین کلیه اعضای سازمان، افزایش کارآمدی و اثربخشی سازمان (کارگر شورکی، ۱۳۸۹). بنابر مطالب ارائه شده این تحقیق بر آن است که عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی را در دانشگاه علوم پزشکی کرمان شناسایی و اولویت بندی نماید.

۱-۲ تشریح و بیان مساله تحقیق

از عمده ترین جریان های حاکم بر حیات بشری در آغاز هزاره سوم میلادی فرایند کارآفرینی است که اساس و بستر تغییر و تحول و دگرگونی است. افراد، سازمان ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پرشتاب همگام کنند دچار توقف، سکون و اضمحلال می شوند (سلیمانی، ۱۳۸۸). کارآفرینی، خلاقیت و کسب و کارهای مخاطره آمیز سوخت موتور اقتصاد پیشرفته را فراهم میکنند. اقتصاد جهانی در شرف تحول و ایجاد تغییرات ژرف و اساسی است و به طبع سازمان ها و صنایع تولیدی و خدماتی از این امر مستثنی نیستند شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت به حدی بی رحم، پیچیده، پویا و نامطمئن است که سازمان ها دیگر نمی توانند تنها با تغییرات رو بنایی مثل تغییر روش ها، سیستم ها، ساختار فناوری و... حیات و بقای خود را تضمین کنند، همچنین آنها نمی توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و یا اجرای چند طرح کارآفرینانه بر رقبای چابک، نوآور، فرصت گرا و کم هزینه فایز آیند. آنها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان روحیه کارآفرینی پیدا کنند و بتوانند به راحتی و مستمر به طور فردی یا گروهی فعالیتهای کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند. وجود فرهنگ منسجم، جامع و معتبر کارآفرینی به عنوان یکی از شاخص های توسعه یافتگی سازمان ها و جوامع مرهون و نیازمند فراهم سازی زیرساختها و بسترهای فرهنگی و... است که خصوصاً در سطح دولتی ایجاد، حفظ و گسترش آنها مایحتاج برنامه ریزی، عزم و حمایتی گسترده محسوب می شود. این مهم مستلزم پیاده سازی پدیده ای تحت عنوان کارآفرینی سازمانی است (احمد پور داریانی، ۱۳۸۶). با اینکه اصطلاح کارآفرینی عمدتاً در ارتباط با بخش خصوصی به کار گرفته شده اما اکنون در ادبیات مدیریت بخش دولتی به وفور دیده می

شود و مباحث زیادی در خصوص ماهیت و کاربرد کارآفرینی در بخش دولتی شکل گرفته است (زامپتاکیس و موستاکیس، ۲۰۰۷). البته با توجه به تفاوت های قابل توجهی که بین سازمان های دولتی و سایر سازمان ها وجود دارد سازمان های دولتی عمدتاً انگیزه سود آوری ندارند در عوض اهداف اجتماعی - سیاسی داشته و به دنبال تحقق اهداف چندگانه و متنوعی هستند که سنجش آنها نیز بسیار دشوار است. این سازمانها کمتر در معرض مسائل بازار وانگیزه های کاهش هزینه و تخصیص کارآمد منابع قرار دارند و منابع موجود بیشتر براساس ملاحظات اجتماعی و فشارهای سیاسی تخصیص می یابد. کارآفرینی در بخش دولتی چیزی فراتر از درآمدزایی است، کارآفرینی در این بخش ابزاری می شود که به وسیله آن موسسات دولتی بتوانند ارتباط جدیدی با عامه مردم برقرار کنند که به آنها خدمات ارائه می کنند و در قبال آنها مسئول هستند و به وسیله آنها ایجاد شده اند (لاکت، ۲۰۱۲). آسیب شناسی نظام اداری کشور گویای آن است که این نظام دیوان سالار دچار عوارض نامطلوبی همچون فقدان روحیه مشارکت جویی و مشارکت پذیری، متمرکزگرایی و انعطاف ناپذیری، کندی و پر پیچ و خم بودن انجام امور، غلبه روحیه بی اعتنایی بر نتیجه کار، مسئولیت ناپذیری و فرافکنی به همراه بهره وری پایین و ناکارآمدی است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۱). کاروانا و همکارانش معتقدند که سازمان های دولتی می توانند از طریق اتخاذ یک رویکرد کارآفرینانه نسبت به منابعی که تحت کنترل دارند ارزش جدیدی را به ذینفعان مختلف خود ارائه دهند. کارآفرینی در این بخش به عنوان راهکاری برای مرتفع ساختن مشکلات مزمن خدمات اداری و دولتی مطرح شده است. به دلیل کمبود منابع مالی از یک طرف و انتظارات متفاوت اجتماعی - اقتصادی، نرخ فزاینده تغییرات و فشارهای وارده بر سازمانها و نیز چالش های فرهنگی از طرف دیگر سازمانها را مجبور کرده به این سمت حرکت کنند. بنابراین در دنیای در حال تحول، کامیابی برای جوامع و سازمان هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معناداری برقرار سازند. کارآفرینی در عرصه سلامت به معنای توسعه کاربرد ایده های نوین در غنا و گسترش تولید محصولات و خدمات در بستری از سازمانهای پیشرو، ارزشی روزافزون یافته در جهت تزریق روح کارآفرینی در موسسات بهداشتی، خدماتی درمانی. این نیاز از آنجایی بیش از پیش مطرح شده است که بسیاری از مدیران کشور در بخش سلامت، این بخش را هزینه بر و سربار اقتصاد کشور تلقی میکنند این طرز تفکر در سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور به خوبی مشاهده می شود. کارآفرینی در حوزه سلامت می تواند راه گذاری از اقتصاد هزینه به سرمایه باشد. پرواضح است که این امر جز با سیاست گذاری های کلان سازمان محقق نمی شود. امروزه نیاز کشور به توسعه کارآفرینی در تمامی عرصه ها و از جمله در

بخش بهداشت و درمان بیش از پیش احساس می شود. در شرایط پیچیده دنیای امروز بخش بهداشت و درمان دستخوش تغییرات مهم و قابل ملاحظه ای شده است. عوامل مهمی محیط ارائه خدمات بهداشتی درمانی را تحت تاثیر قرار داده که می توان به هزینه روزافزون خدمات، رقابت سازمانها در ارائه خدمت با تکنولوژی گران قیمت تر، جمعیت سالمند و تنوع فرهنگی اشاره کرد. سازمان های بهداشت درمانی در مواجهه با هر کدام از این چالش ها پیچیده تر شده و لذا به دنبال راهکارهایی برای بقای دراز مدت خود هستند. از طرفی برای تقابل با کاهش سرمایه ها و منابع مالی در این بخش، حمایت از ایده های خلاقانه و جدید اجتناب ناپذیر است. ضمن این که لازم است برای کسب سرمایه در راستای بهبود ارائه خدمات بهداشتی درمانی تکنیک هایی در عرصه های دیگر و در مراحل مشابه توسعه موفق آمیز بوده اند مورد ملاحظه قرار گیرد. سازمان های ارائه دهنده خدمات بهداشتی درمانی قادرند که کارآفرین شدن را بیاموزند. این سازمان ها نیاز دارند با تجدید ساختار خود در جهت تبدیل به سازمان های نوآور و فرصت جو روابط اعتماد گونه ای با ذی نفعان خود به وجود آورند. به علاوه این سازمان ها لازم است فضایی را ایجاد کنند که تغییرات مورد پذیرش و حمایت واقع شود یک راه برای نگاه کردن به کارآفرینی همانا ارزیابی نقش مدیران کارآفرین در موفقیت کلان این گونه سازمان ها است به طور اختصاصی تر درجه ای که مدیران از فرصت ها بهره گیری می کنند، تغییرات را هدایت می کنند و نوآوری را در این سازمانها به وجود می آورند (ظهیری، ۱۳۸۶). گیو^۱ اولین الگوی توصیف مدیران کارآفرین در سازمان های بهداشتی درمانی را مطرح می کند و تلاش می کند تا اهمیت اقدامات کارآفرینانه را به عنوان فرایندهای ضروری مورد تعهد مدیران کارآفرین به منظور اعمال مدیریت تحول و نوآوری در عرصه بهداشت و درمان نشان دهد. عوامل محی

طی در این الگو به دو دسته تقسیم می شوند:

الف: عوامل محیطی کلان که عبارت اند از عوامل سیاسی - اقتصادی - فرهنگی - اجتماعی، عوامل قانونی و عوامل اخلاقی. هر کدام از این عوامل به طور مستقیم سازمان و نقش هایی که مدیران کارآفرین باید ایفا کنند را تحت تاثیر قرار می دهد.

ب: عوامل محیطی ویژه که شامل عوامل مربوط به محیط اختصاصی بهداشتی درمانی است. محیط خدمات بهداشت درمانی به گونه ای روی سازمان ها و مدیران کارآفرین اثر می گذارد که آن ها دست به انتخاب و استفاده از تئوری های مناسب در راستای اقدامات مدیریت کارآفرینانه بزنند عوامل این دسته عبارتند از: برنامه ریزی و خط مشی گذاری، رقابت، تامین مالی خدمات بهداشت

¹Geeve

- درمان، تکنولوژی، آموزش و پژوهش در این بخش، وضعیت سلامت و ارتقاء آن و بلاخره بهداشت عمومی. پژوهش های انجام شده در حوزه سلامت نشان می دهد که افزایش اندازه، رشد و پیچیدگی صنعت مراقبت های بهداشتی درمانی فرصت های فراوانی را برای نوآوری و کارآفرینی به وجود آورده است همچنین مشخص شده است که هم اکنون در صنعت مدیریت اطلاعات بهداشتی درمانی بیشترین فرصت برای کارآفرینی و نوآوری وجود دارد. به دلیل تنوع و تعدد فعالیت های که در تمامی بخش های خدماتی به ویژه خدمات بهداشتی درمانی وجود دارد می توان کارآفرینی فردی - گروهی و سازمانی را در این عرصه پیاده کرد و بر کارایی منابع و اثربخشی فعالیت ها و در نهایت ارتقا کیفیت و بهبود بهره وری افزود. قلمرو بهداشت درمان در ایران دارای زمینه های کارآفرینی بی شماری برای دارندگان حرفه های بهداشتی و درمانی است. اما مشکل عمده در این رابطه فقدان ادبیات مشترک در میان مدیران و کارگزاران و عدم آشنایی عمیق مجریان و برنامه ریزان با مفاهیم، مضامین، ابعاد و موانع کارآفرینی است، به همین جهت کارآفرینی به مفهوم اصلی و درست آن مورد بهره برداری قرار نگرفته است و در بخش بهداشت و درمان که ویژگی های لازم برای کارآفرینی را دارا است از این امر استفاده مناسبی به عمل نیامده است. لیکن زمانی که انبوه منتظران اشتغال در حرفه هایی مهم از جمله: پزشکی، مامایی و مدیریت خدمات بهداشتی درمانی به تعداد زیاد به چشم میخورند، کارآفرینی می تواند به عنوان یکی از راهکارهای جدی در دستور کار مدیران، برنامه ریزان و سیاستگذاران این حوزه در دانشگاه علوم پزشکی قرار گیرد و نقش مثبت خود را در توسعه بهداشت و درمان به نمایش بگذارد. بنابراین این تحقیق درصدد است به این سوال که مهم ترین شاخص های کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمان به ترتیب اولویت کدامند؟ پاسخ دهد.

۱-۳ ضرورت انجام تحقیق

سازمان ها در معنای وسیع کلمه از شالوده های اصلی اجتماع کنونی اند و سازمان های ارائه دهنده خدمات به واسطه مهم ترین خصوصیات؛ غیر قابل رویت بودن خدمات، غیر قابل مشاهده و لمس بودن آنها و غیر قابل ذخیره شدن مشکلات عمده ای در زمینه اتخاذ استراتژی، مدیریت منابع انسانی، طراحی محصول یا خدمت، بازاریابی، تحقیق و توسعه و نوآوری به همراه دارد (دویس و پالاسیوس^۱، ۲۰۱۲). در این میان دانشگاه های علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی که متولی و مجری طیف وسیعی از مراقبت های سلامتی در سطوح چهارگانه پیشگیری، درمان، بازتوانی و تسکینی هستند و این در حالی است که ماموریت مهم آموزش و پژوهش در سطوح عالی در زمینه

¹Device&Palacios

علوم پزشکی را نیز بر عهده دارند و از سویی دیگر چالش های متعددی در رویکرد و نظام مدیریتی حاکم بر آنها وجود دارد که این موضوع مهم ترین دلیل بر پیچیدگی سازمان و نحوه مدیریت نظام اداری دانشگاه های علوم پزشکی است (دهقان و همکاران، ۱۳۹۱). اهمیت توجه به مقوله کارآفرینی سازمانی که در بخش ارائه دهنده خدمت نسبت به سایر بخش های اقتصادی در رده پایین کانون توجه قرار گرفته چه در مفهوم کارآفرینی سازمانهای دولتی و چه در مفهوم کارآفرینی سازمان های خصوصی، کسب و کارهای جدید و یا فعلی نه فقط به عنوان یک فعالیت کارآفرینانه بلکه به عنوان عاملی برای بقا و حفظ موقعیت در محیط های رقابتی مطرح می شود و در یک حوزه و موضوع نوآورانه، خطرپذیری و پیش فعال عمل میکند و ابزاری ارزشمند برای نوآوری محصولات، خدمات و فرایندها همچنین شکل گیری بنگاه های کسب و کار در سازمان های موجود، احیا و بازسازی این سازمان ها محسوب می شود (کافی، ۱۳۹۱). از طرفی ضرورت توجه به کارآفرینی سازمانی برای این سازمان ها به جهت پیشی جستن از رقبای، پیشرفت سریع دانش و فن آوری، لزوم ریسک پذیری، جلوگیری از خروج بهترین نیروهای کار، تعامل سازمان با تحولات بازار، اثرات متحول گونه به کارگیری طرح های جدید در سازمان، ضرورت ایجاد واحدهای مستقل کاری در سازمان های بزرگ و ... می باشد (اسکوئیان، ۱۳۹۱).

۱-۴ اهداف تحقیق

بررسی و شناسایی مهم ترین فاکتورهای موثر بر کارآفرینی سازمانی.

اولویت بندی فاکتورهای موثر بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمان با استفاده از تکنیک AHP.

۱-۵ نتایج مورد استفاده پس از انجام تحقیق

انتظار میرود که نتایج این پژوهش مورد استفاده برنامه ریزان و مدیران دانشگاه علوم پزشکی قرار گیرد.

۱-۶ جنبه نوآوری طرح

طبق مطالعات انجام شده تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده باشد، به چشم نخورده است، به نظر می آید این کار در ایران جدید می باشد.

۱-۷ تعریف عملیاتی واژه های تحقیق

کارآفرینی: عبارت است از ایجاد ارزش با گردهم آوردن یک بسته منحصر به فرد از منابع به همراه خطرپذیری در کانال های نوآورانه و خلاق بازار و مناطق عمل شرکت جهت بهره برداری از فرصت ها (تاج الدینی^۱، ۲۰۱۰).

کارآفرینی سازمانی: به عقیده ارتور کول^۲ عبارت است از فعالیت های هدفمند در درون سازمان که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. در واقع به کاربرد مفاهیم و تکنیک های مدیریتی، استانداردسازی محصول، بنا نهادن کار بر پایه آموزش (ظهیری، ۱۳۸۶)..

شاخص های کارآفرینی سازمانی: شاخص های کارآفرینی به طور کلی به دو دسته شاخص های درون سازمانی و شاخص های برون سازمانی تقسیم می شوند. شاخص های درون سازمانی شامل ساختار سازمانی، استراتژی سازمان، سبک رفتاری، فرهنگ سازمانی، سیستم های سازمان، افراد و مهارت ها می باشد و شاخص های برون سازمانی شامل محیط اجتماعی- فرهنگی، محیط سیاسی- دولتی و ارتباط با ارباب رجوع می باشد (احمد پور داریانی، ۱۳۹۱، صص ۱۵۹-۱۶۱).

دانشگاه علوم پزشکی: نمادی است اجتماعی که به حسب ضرورت تداوم و حفظ بقاء انسان ها و بازگشت تندرستی به تدریج در زندگی اجتماعی مردم پدیدار گشته. دانشگاه های علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کشور در سه مورد آموزش، پژوهش و ارائه خدمات بهداشتی درمانی دارای وظیفه و رسالتند. برای تضمین و ارتقاء سلامت و افزایش آگاهی های آحاد مردم از جمله وظایفی است که برای این دسته از دانشگاهها تعیین شده است (صدقیانی، ۱۳۸۷).

۱-۸ قلمرو مکانی تحقیق

کلیه پرسنل دانشگاه علوم پزشکی کرمان

۱-۹ خلاصه فصل اول

¹Tajeddini

²Arthur Kul