



نقش خلاقیت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان اداری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران)

نویسنده: معصومه نجفی^۱

۱. نویسنده مسئول: دانشجوی دوره دکتری تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه تهران
تلفن تماس: ۰۹۱۲۲۷۸۴۴۵۰
Email: ma_najafiir@yahoo.com

چکیده

مقدمه: سازمانهای عمومی برای ارتقای میزان خدمات رسانی به مشتریان و حفظ جایگاه خود باید به تدوین و اجرای برنامه های راهبردی بپردازند که از جمله آن، راهبرد کارآفرینی است. این راهبرد مستلزم عوامل و شرایط متعددی است که هدف مطالعه حاضر سنجش نقش خلاقیت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران پرداخته شده است.

روش بررسی: مطالعه حاضر از نوع توصیفی-همبستگی بوده که به شیوه نمونه گیری تصادفی - طبقه ای تعداد ۳۴۷ نفر از کارکنان اداری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران از طریق دو پرسشنامه خلاقیت سازمانی (Dorabjee ۱۹۹۸, et.al) و کارآفرینی سازمانی (Leonidas & Vassillis, ۲۰۰۷) مورد مطالعه قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۷ استفاده شد.

یافته ها: بین خلاقیت سازمانی (و مؤلفه های آن) و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت ($p < ۰/۰۱$). نتایج رگرسیون چندگانه نشان داد که از بین مؤلفه های خلاقیت سازمانی، مؤلفه های چالش، آزادی، اعتماد، خوش خلقی، تضادها و خطرپذیری توان پیش بینی کارآفرینی سازمانی را دارند.

نتیجه گیری: در دنیای پرتلاطم و رقابتی امروزی سازمانها از جمله دانشگاه های علوم پزشکی نیازمند کارآفرینی و کارکنان کارآفرین می باشند که یکی از الزامات تحقق این هدف، گسترش رویکردهای خلاقانه و نوآورانه سازمانی می باشد زیرا این مطالعه نشان داد که با افزایش خلاقیت سازمانی کارکنان، کارآفرینی سازمانی آنان نیز افزایش می یابد.

واژه های کلیدی: خلاقیت سازمانی، کارآفرینی سازمانی، دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران

طلوع بهداشت

دو ماهنامه علمی پژوهشی

دانشکده بهداشت یزد

سال چهاردهم

شماره: چهارم

مهر و آبان ۱۳۹۴

شماره مسلسل: ۵۲

تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۱۰/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۳/۳۱



مقدمه

دو موضوع حائز اهمیت سازمانها به منظور حفظ و بقای خویش در شرایط متحول و ناپایدار امروزی کار آفرینی (Entrepreneurship) و خلاقیت (Creativity) است. با توجه به پیچیده شدن سازمانها، رشد تکنولوژی، نو و بدیع بودن علم سازمانها، مدیران به طور روزافزون تلاش می کنند، که دریابند چگونه سازمانهای خود را کارآفرین و خلاق سازند تا باعث رشد و موفقیت سازمان شوند (۱).

در واقع برای سازمانهای امروز خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی هر کدام به مثابه پله های نردبان ترقی هستند که باید با آگاهی کامل و موفقیت طی شوند (۲).

در سالهای اخیر بسیاری از پژوهشگران، راهکارهای تحول گرایانه ای را به سازمان های دولتی پیشنهاد و چارچوب جدیدی با نام دولت کارآفرین را محور اصلی مدیریت دولتی نوین مطرح کرده اند که می توانند سازمان های دولتی را اثربخش تر و پاسخگو تر سازند.

در این راستا، از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی، تغییر ساختار سلسله مراتبی (Hierarchical structure) و بوروکراتیک اداره امور دولتی که در اغلب سال های سده بیستم پیشتاز بود، به ساختار منعطف و کارآمد تغییر یافت.

این تغییر یک تجدیدنظر ساده و جزئی در مدیریت نیست، بلکه تغییری همه جانبه است که پارادایم جدیدی با عنوان مدیریت کارآفرین (Entrepreneurship Management) از آن حمایت می کند (۳).

در عصر حاضر، مدیران باید به نقشهایی روی آورند که

متناسب با شرایط متغیر محیطی باشد. بطور کلی مدیران به عنوان مهم ترین عامل در سازمانهای صنعتی چهار نقش عمده را ایفا می کنند از جمله نقش تولیدی، نقش اداری، نقش کارآفرین و نقش یکپارچه کننده. در این میان از کارآفرین به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می شود.

در واقع کارآفرینان عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری می باشند و آنها به طور معمول در فرهنگ ها و جوامعی پرورش می یابند که در آن ارزشهایی همچون رقابت، وقت شناسی، کار و سودمحوری از اهمیت بالایی برخوردار است (۴).

کارآفرینی سازمانی (Organizational Entrepreneurship) به معنای توسعه شایستگیها و فرصتها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع است، و به این معنی که سازمان می تواند نوآوری را با تشویق کارکنان توسعه دهد و به آنها برای رسیدن به برنامه هایشان، آزادی و انعطاف پذیری بدهد، بدون اینکه آنها را در بروکراسی اداری غرق کند (۵).

ایجاد و رشد کارآفرینی سازمانی مستلزم عوامل و شرایط مناسب می باشد. می توان این عوامل را به دو دسته اصلی عوامل فردی و عوامل سازمانی تقسیم نمود.

عوامل فردی کارآفرینی دارای سه بعد فرعی:

الف) شخصیتی شامل نیاز به کسب موفقیت، کانون کنترل درونی، ریسک پذیری، گرایش به خلاقیت و نوآوری، استقلال طلبی، تحمل ابهام و قدرت پیش بینی آینده؛ ب) شناختی شامل ارزشهای شخصی، الگوی نقش، مشوقهای اجتماعی و نظام آموزشی؛ ج) مهارتی شامل توان برنامه ریزی، قدرت تصمیم گیری، قدرت برقراری روابط انسانی، قدرت مذاکره، مهارتهای



فردی، مدیریت کسب و کار و مهارت تیم سازی می باشد (۶).
از مهمترین عوامل سازمانی کارآفرینی نیز می توان به حمایت مدیریت عالی، آزادی عمل، قابلیت دسترسی زمان، سیستم پاداش و حد و مرزهای سازمانی (۷)، ارتباطات سازمانی، کنترل و ارزیابی، پایش محیطی، ارزش های مبتنی بر رقابت (۸)، ساختار، کنترل، سیستم پاداش و فرهنگ (۹) اشاره کرد. هم چنین از مهمترین پیامدهای کارآفرینی سازمانی می توان از تعالی عملکرد از قبیل خدمات بهتر، سریع تر، ارزانه تر، روان تر، نوآورانه تر و اطلاع رسانی بهتر، تعالی منابع انسانی از قبیل انگیزه بیشتر، یادگیری سازمانی، پذیرش بهتر تغییرات و انعطاف پذیری بالاتر نام برد که تعالی عملکرد و تعالی منابع انسانی خود منجر به تعالی مشتریان یعنی جلب رضایت آنان می شوند (۱۰).

متغیر دوم مطالعه حاضر خلاقیت سازمانی (Organizational Creativity) است. خلاقیت به معنی توانایی تلفیق ایده ها به شیوه ای منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیرمعمول بین ایده های مختلف می باشد. توجه سازمانها به موضوع خلاقیت سازمانی، از قرن نوزدهم، زمانی که روشهای خلاقیت ابداع شد، بیشتر شد و امروزه اغلب کشورها دارای نظام ملی نوآوری هستند (۱۱) زیرا پذیرفته اند خلاقیت و نوآوری تنها راه نگهداری، تأمین و حفظ مزیت های رقابتی است و می تواند مهمترین ابزار رقابتی مدیران امروزی برای نیل به راه حل های جدید و بهتر در حل مشکلات مشتریان و تجارت باشد (۱۲).
هاشیلد شش خصوصیت آزادی در بیان نظرات جدید، ساختار سازمانی مسطح، مدیریت اطلاعات، آگاهی از تعارضات، نیازمندی های استخدام، شایستگی و مسئولیت را برای سازمانهای

خلاق ذکر کرده است (۱۳).

با وجود محرز بودن اهمیت خلاقیت سازمانی می توان موانع خلاقیت سازمانی را به سه دسته الف) فردی از قبیل ترس از شکست یا ریسک گریزی، عدم تحمل مسائل مبهم، نداشتن هیجان و شور و رقابت پذیری، و ضعف خیال پردازی (۴)؛ ب) گروهی از قبیل اندازه گروه، تنوع گروه، انسجام گروهی، ارتباطات گروهی (۱۴)؛ و ج) سازمانی از قبیل عدم دسترسی به اطلاعات و انحصار اطلاعات سازمانی در سطوح بالا، عدم وجود ارتباطات افقی و عمودی مناسب، اندازه سازمان، فقدان ارتباط مدیران ارشد، افق زمانی کوتاه مدت مدیران برای سودآوری، فقدان یا ضعف سیستم پیشنهادات مؤثر و مفید، فقدان سیستم تشویق و پاداش هدفمند و منعطف، نارضایتی شغلی (۱۵) تقسیم نمود.

در رابطه با ضرورت مطالعه می توان گفت همه سازمانها برای بقا نیازمند اندیشه های نو و نظرات بدیع و تازه اند. افکار و نظرات جدید همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می شوند و آنها را از نیستی و فنا نجات می دهند. در عصر حاضر برای بقا، پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود (۱۶).

کارآفرینی سازمانی نیز باعث فعال و پویا نگه داشتن کارکنان و تفکراتشان، حیاتی دوباره بخشیدن به ساختار سلسله مراتبی سازمان می شود.

هم چنین فرایند جهانی شدن، افزایش فناوری اطلاعات و ارتباطات، توجه به رقابت، کیفیت کالاها و خدمات، مشتری



گویه)، آزادی (۶ گویه)، اعتماد (۳ گویه)، زمان ایده (۶ گویه)، خوش خلقی (۵ گویه)، تضادها (۱۱ گویه)، بحث ها و مذاکرات (۶ گویه)، خطرپذیری (۴ گویه). ب) پرسشنامه کارآفرینی سازمانی (Leonidas & Vassillis, ۲۰۰۷) این پرسشنامه ۱۲ گویه ای است.

پرسشنامه بر اساس مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت تنظیم و شیوه نمره گذاری آن از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) بود. برای تعیین روایی ابزار از روش روایی محتوا استفاده شد و اطمینان حاصل گردید که پرسشنامه همان خصیصه مورد نظر محقق را می‌سنجد. برای تعیین پایایی از آزمون آلفا کرونباخ استفاده شد که ضرایب به دست آمده برای پرسشنامه خلاقیت سازمانی (۰/۸۵۹) و کارآفرینی سازمانی (۰/۷۳۴) بود. این ضرایب نشان دهنده آن است که ابزار مورد استفاده از پایایی لازم برخوردارند. برای تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه با کمک نرم افزار SPSS نسخه ۱۷ استفاده شد.

یافته ها

در مطالعه حاضر تعداد ۳۷۵ آزمودنی از طریق پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفتند که تعداد ۲۸ پرسشنامه به علت عدم عودت یا نقص اطلاعات کنار گذاشته شده، و ۳۴۷ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت و از این تعداد ۶۴/۶ درصد زن، ۹۱/۱ درصد متاهل، ۴۹/۲۷ درصد با تحصیلات کارشناسی، ۴۲/۹۳ درصد با سنوات بالای ۲۰ سال و ۵۶/۷۷ درصد استخدام رسمی بودند (جدول ۱).

مداری، ناکارآمدی دولتها و غیره اداره امور بخش عمومی را در سراسر دنیا و در این عرصه‌ها با چالش‌های جدی روبرو نموده است.

از جمله راهکارهای اثر بخش دولتها برای رویارویی با این چالش‌ها، توسل به کارآفرینی است.

از این رو تجربیات کشورهای پیشرفته در دهه‌های هشتاد به بعد، حاکی از توجه کامل آنها به مقوله کارآفرینی و ترویج آن در جامعه است (۱۷).

از طرف دیگر، همانند اکثر خدمات، کیفیت خدمات دانشگاه های علوم پزشکی نیز زودگذر و زوال‌پذیر است و در نتیجه ضرورت پرداختن به خلاقیت و کارآفرینی سازمانی در این سازمان‌ها به منظور ارائه خدمات بهتر نیز مشهود است.

به همین منظور مطالعه حاضر با هدف سنجش رابطه خلاقیت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران انجام گرفت.

روش بررسی

مطالعه حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری داده ها پژوهشی توصیفی- همبستگی است. در این مطالعه به شیوه نمونه گیری تصادفی- طبقه ای و همچنین بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران، تعداد ۳۷۵ نفر از کارکنان اداری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران در مهرماه ۱۳۹۲ مورد مطالعه قرار گرفتند.

ابزار جمع آوری داده ها دو پرسشنامه استاندارد بود: الف) پرسشنامه خلاقیت سازمانی (Dorabjee et.al, ۱۹۹۸) پرسشنامه دارای ۴۸ گویه و ۸ مؤلفه به شرح زیر است: چالش (۷



جدول ۱: وضعیت دموگرافیکی آزمودنیها

درصد	فراوانی	متغیر	
۶۴/۶	۲۲۴	زن	جنسیت
۳۵/۴	۱۲۳	مرد	
۸/۹	۳۱	مجرد	تاهل
۹۱/۱	۳۱۶	متاهل	
۱۳/۲۵	۴۶	دیپلم	تحصیلات
۲۲/۷۶	۷۹	کاردانی	
۴۹/۲۷	۱۷۱	کارشناسی	
۶/۰۵	۲۱	کارشناسی ارشد	
۱۵/۵۶	۵۴	کمتر از ۵	
۱۴/۹۸	۵۲	۵-۱۰	
۱۵/۴	۵۳	۱۱-۱۵	سنوات خدمت (به سال)
۱۹/۸۸	۶۹	۱۶-۲۰	
۴۲/۹۳	۱۴۹	بالای ۲۰	
۵۶/۷۷	۱۹۷	رسمی	وضعیت استخدامی
۲۸/۲۴	۹۸	پیمانی	
۱۴/۹۸	۵۲	قراردادی	

وجود رابطه بین خلاقیت سازمانی (و مؤلفه‌های آن) و کارآفرینی سازمانی تأیید می‌گردد، به این معنی که با افزایش خلاقیت سازمانی، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد.

برای پیش بینی کارآفرینی سازمانی بر اساس مؤلفه‌های خلاقیت سازمانی از رگرسیون چندگانه استفاده شد که یافته‌های آن در جدول ۵ گزارش شده است.

بر اساس یافته‌های جدول ۳ مقدار ضریب همبستگی متغیرهای پیش‌بین وارد شده با متغیر ملاک $0/682$ می‌باشد. ضریب تعیین (R^2) نیز برابر با $0/465$ می‌باشد، به این معنی که $46/5$ درصد تغییرات متغیر ملاک (کارآفرینی سازمانی) را می‌توان بر اساس متغیرهای پیش‌بین وارد شده تبیین نمود و بقیه متعلق به سایر متغیرهایی است که در این مطالعه لحاظ نگردیده اند. ضرایب (Beta) نیز نشان می‌دهد از بین مؤلفه‌های خلاقیت سازمانی، مؤلفه‌های چالش، آزادی، اعتماد، خوش خلقی،

برای مشخص نمودن وضعیت توصیفی دو متغیر خلاقیت سازمانی و کارآفرینی کارکنان اداری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران از آمار توصیفی استفاده شد که نتایج آن در جدول‌های ۲ و ۳ گزارش شده است.

یافته‌های جدول ۲ و ۳ نشان می‌دهد که وضعیت متغیرهای خلاقیت و کارآفرینی سازمانی کارکنان کمی بالاتر از متوسط قرار دارد و هنوز با شرایط ایده آل فاصله دارد که نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی مسئولان عالی رتبه سازمانی می‌باشد. برای بررسی رابطه بین خلاقیت سازمانی (و مؤلفه‌های آن) با کارآفرینی سازمانی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۴ گزارش شده است.

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که ضرایب همبستگی متقابل بین خلاقیت سازمانی (و مؤلفه‌های آن) و کارآفرینی سازمانی مثبت و معنی‌دار است ($p < 0/01$)، بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر



تضادها و خطرپذیری با تغییرات نمرات کارآفرینی رابطه معنی داری داشت ($p < 0.05$).

جدول ۲: گزارش توصیفی متغیر خلاقیت سازمانی کارکنان و مولفه های آن

مولفه	حداقل میانگین	حداکثر میانگین	میانگین	انحراف استاندارد
چالش	۷	۳۶	۳۰/۰۹	۵/۲۴
آزادی	۶	۳۶	۲۲/۰۳	۵/۶۹
زمان ایده	۹	۳۷	۲۴/۲۷	۴/۰۲
اعتماد	۳	۱۹	۱۰/۹۳	۳/۰۹
خوش خلقی	۵	۲۶	۱۹/۶۷	۳/۸۷
تضادها	۱۳	۵۳	۴۵/۰۸	۷/۲
بحث ها و مذاکرات	۸	۴۵	۲۱/۵۹	۴/۱۷
خطر پذیری	۴	۲۳	۱۶/۹۷	۳/۱
خلاقیت سازمانی کلی	۵۱	۲۳۵	۱۹۰/۶۳	۲۶/۳۱

*N=۳۴۷

جدول ۳: گزارش توصیفی متغیر کارآفرینی کارکنان

مولفه	حداقل میانگین	حداکثر میانگین	میانگین	انحراف استاندارد
کارآفرینی	۳۶	۵۴	۴۳/۶۱	۴/۸۶

*N=۳۴۷

جدول ۴: ضرایب همبستگی متقابل خلاقیت سازمانی (و مولفه های آن) و کارآفرینی سازمانی

متغیر	چالش	آزادی	زمان ایده	اعتماد	خوش خلقی	تضادها	بحثها و مذاکرات	خطر پذیری	خلاقیت سازمانی
کارآفرینی	۰/۴۴۱	۰/۴۳۴	۰/۴۴۶	۰/۴۶۱	۰/۴۴۲	۰/۴۴۳	۰/۴۱۴	۰/۴۱۹	۰/۶۶۵
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

جدول ۵: خلاصه تحلیل رگرسیون برای پیش بینی کارآفرینی سازمانی بر پایه مولفه های خلاقیت سازمانی

متغیر پیش بین	R	R ²	B	β	T	P
مقدار ثابت			۳/۳۳		۱/۳۰۳	
چالش			۰/۲۳	۰/۱۴	۳/۰۳	۰/۰۰۳
آزادی			۰/۲	۰/۱۸	۳/۹۴	۰/۰۰۰
زمان ایده			۰/۰۷	۰/۰۵	۰/۹۲	۰/۳۵۶
اعتماد	۰/۶۸۲	۰/۴۶۵	۰/۶۵	۰/۱۸	۴	۰/۰۰۰
خوش خلقی			۰/۲۲	۰/۱	۲/۱۶	۰/۰۳۱
تضادها			۰/۱۹	۰/۱۷	۳/۶۶	۰/۰۰۰
بحثها و مذاکرات			۰/۱۴	۰/۰۹	۱/۸۲	۰/۰۶۹
خطرپذیری			۰/۳۶	۰/۱۱	۲/۵۲	۰/۰۱۲

کارآفرینی سازمانی: متغیر ملاکی



بحث و نتیجه گیری

مطالعه حاضر با هدف سنجش رابطه بین جو نوآورانه و خلاقانه و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران انجام گرفت. یافته های جدول های شماره ۲ و ۳ نشان داد هرچند دو متغیر خلاقیت و کارآفرینی سازمانی کارکنان بالاتر از متوسط قرار دارد اما نیازمند تامل و برنامه ریزی بیشتر و صحیح تر در این راستا می باشد زیرا شرایط اجتماعی، صنعتی، اقتصادی و فرهنگی کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل های جدید و متفاوتی را طلب می کند. مسائل سازمانهای کنونی کشور با توجه به تحولات پویای محیطی و افزایش پیچیدگی های روز افزون و رقابت شدید، با تدابیر و استراتژی های گذشته حل شدنی نیست، بلکه برای تضمین تداوم حیات و بقایشان نیازمند یافتن راه حل ها و روش های جدیدی هستند که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات یا خدمات، فرآیندها و روش های جدید بستگی دارد. سازمانهای کنونی باید به قدر کافی منعطف باشند تا بتوانند پاسخگوی تمام شرایط ممکن باشند (۲۵) و توجه به رویکردهای خلاقیت و کارآفرینی سازمانی در تمام سازمان ها و به طور خاص دانشگاه های علوم پزشکی در همین راستا است. یافته اصلی این مطالعه نشان داد که بین خلاقیت سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (جدول ۲) به این معنی که با افزایش خلاقیت سازمانی، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می یابد. هم چنین نتایج رگرسیون چندگانه نشان داد که از بین مؤلفه های خلاقیت سازمانی، مؤلفه های چالش، آزادی، اعتماد، خوش خلقی، تضادها و خطرپذیری توان پیش بینی کارآفرینی سازمانی را دارند (جدول ۳). در

مطالعات متعدد نیز به رابطه مثبت خلاقیت و کارآفرینی اشاره شده است (۱۰،۲،۱۸،۱۹،۲۰). موضوع کارآفرینی همیشه با خلاقیت و نوآوری عجین بوده است، به طوری که Druker معتقد است خلاقیت و کارآفرینی، آنچنان لازم و ملزوم یکدیگرند که می توان گفت کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد (۲۱). ریسال در پژوهشی مشاهده کرد که از جمله صفات مؤثر در انتخاب شغل کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری است (۲).

کارلند و دیگران نیز اعتقاد دارند، ویژگی های کارآفرینان مجموعه ای از عوامل شخصیتی را در بر می گیرد که عملکرد نوآورانه خلاق تنها یکی از آنهاست. نتایج هم چنین نشان می دهد کارآفرینان خلاقیت را پایه ای اساسی در کارآفرینی خود معرفی کرده اند (۲۲).

در رابطه با اولویت بندی و اهمیت نقش جو خلاق و نوآورانه در مقایسه با انگیزه های اقتصادی در کارآفرینی سازمانی می توان گفت کارآفرینان اهمیت و برتری خاصی بر جو خلاق و نوآورانه سازمانی نسبت به انگیزه های اقتصادی می دهند به طوری که مطالعات نشان می دهد کارآفرینان انتخاب مشاغل جدید یا تأسیس شرکتها و مؤسسات را نه فقط به دلایل اقتصادی، بلکه اغلب به خاطر علت نوآوری و خلاقیتی که در مشاغل وجود دارد دنبال می کنند. در مطالعه سولومون مشخص شد انگیزه کارآفرینان در شروع به کار، تصمیم به خلق چیزهای نو، بدیع و متفاوت بود و سود اقتصادی انگیزه و محرک اولیه رفتار کارآفرینی نبود (۲۳). همچنین Schein معتقد است که کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می کنند تا انگیزه های اقتصادی (۲۴).



می‌تواند با اختصاص بودجه ای خاص در این راستا، انگیزه کارآفرینی را در کارکنان خود ایجاد و رشد دهد.

از مهمترین محدودیت‌های مطالعه حاضر، کمی بودن مطالعه بود. به همین منظور، انجام چنین مطالعه‌ای به صورت کیفی و یا آمیخته (کمی و کیفی) پیشنهاد می‌شود. از دیگر محدودیت‌های این مطالعه این بود که فقط کارکنان اداری دانشگاه علوم پزشکی دانشگاه شهید بهشتی مورد مطالعه قرار گرفتند و کادر آموزشی مورد مطالعه قرار نگرفت پس در نتیجه گیری و تعمیم داده‌ها رعایت احتیاط ضروری می‌نماید. هر چند در مطالعه حاضر به بررسی نقش یک متغیر (خلاقیت سازمانی) بر کارآفرینی سازمانی پرداخته شد اما بررسی دیگر متغیرهای فردی و سازمانی مؤثر بر کارآفرینی و انجام چنین مطالعاتی در سازمانهای دیگر (خصوصی و دولتی و مقایسه آنها) پیشنهاد می‌گردد.

تقدیر و تشکر

از همه کسانی که با ما در انجام این مطالعه شرکت داشتند خصوصا مسئولین و کارکنان مورد مطالعه دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران که با سعه صدر و شکیبایی به سوالات پاسخ دادند سپاسگزاری می‌نمایم.

References

- 1- Azizade S. Evaluate the effectiveness of creativity training on increasing entrepreneurial attitude unemployed Tehran. [thesis]: Tehran Uni Allameh Tabatabai; 2007. [Persian]
- 2- Taheri A, Shayan Jahromi A, Torabi S A Study of the Relationship between Organizational Entrepreneurship and Creativity (A case Study of Vocational training Organization of Gachsaran). Quarterly J New Approach Edu Administr 2010; 1(4):45-62. [Persian]
- 3- Moghimi SM. Organizational Entrepreneurship Effective Drivers in Public Social and Culture in Iran. J Manag Culture 2004; 2(7): 27-8. [Persian]

سازمانها از جمله سازمانهای آموزشی برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصتهای احتمالی، ناچارند ظرفیتهای توانمندی‌های درونی افراد را بشناسند، ضعفها را ترمیم و قوتها را تقویت کنند. مسائل و مشکلات رفتارهای کارکنان، این پیچیدگی را مضاعف ساخته است.

با چنین اوصافی سازمان‌ها نباید در انتظار موج باشند، بلکه باید خود، منبع موج و تحول شوند و در جهت بهبودی خود بکوشند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای جدید تمدن امروزی باشند که این مسئله نیازمند پشتیبانی کارکنانی خلاق و نوآور است. با توجه به یافته‌های این مطالعه پیشنهاد می‌گردد که مدیریت سازمانها جوئی از خلاقیت و نوآوری را بر سازمان حاکم کنند.

جوئی که از ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه حمایت می‌کند، آنها را به بحث و چالش منطقی می‌گذارد، زمان کافی را برای بررسی و ارائه ایده‌های جدید می‌دهد، با خوش خلقی و خوش بینانه از ایده‌های نو استقبال می‌کند، خطرپذیری و ریسک کردن را خطا نمی‌داند، فرصت ترکیب منابع به صورتهای گوناگون می‌دهد. در چنین شرایطی است که می‌توان انتظار رفتار کارآفرینانه را از سوی کارکنان داشت. هر چند مطالعات قبلی نشان داد که انگیزه اولیه کارآفرینان انگیزه‌های اقتصادی نیست اما مدیریت سازمانها



- 4- Samad Agayi J. Entrepreneur Organization. 3rd ed. Tehran: Institute higher edu research, planning manag; 2004. [Persian]
- 5- Finch Stoner JA, Freeman RE, Gilbert DR. Management. New York: Prentice Hall 1998,:157-59.
- 6- Nasiripour A, Raeissi P, Hosseini Fahraji H. Individual Features Affecting Organizational Entrepreneurship Development in Iranian Public Hospitals. J Rafsanjan University of Medical Sciences 2013, 12(9):681-94. [Persian]
- 7- Hornsby JS, Kuratko DF, Zahra SA. Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing measurement scale. J Business Venturing 2002; 17(3): 253-73.
- 8- Antoncic B, and Hisrich RD (2001). Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation. J Business Ventu 2001; 16 (5): 495-527.
- 9- Kearney C, Hisrich R, Roche F. A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. International Entrepreneur Manag J 2008, 4 (3):295-313.
- 10- Rezvani M., Farsi Yadollahi J., VahedVahdatkar M. Consequences of Corporate Entrepreneurship Strategy on Public & Non-Governmental Organization. J Public Administr Perspec 2010; 1(4):119-42. [Persian]
- 11- Cartwright M., Clark-Carter D., Ellis SJ., & Matthews C. Temporal Lobe Epilepsy and Creativity: A Model of Association. Creat Res J 2004; 16(1): 27-34.
- 12- Mogeli A., Maleki Tabs F. The relationship between organizational culture and organizational innovation in public organizations. J Public Management Research 2010, 2 (6):97-123. [Persian]
- 13- Peter S. Innovation, Creativity, and discovery in modern organizations. Knowledge Manag 2004; 1(3):119-50.
- 14- Mirzaei H., Farhangi S., Mardangahi B. The methods for increasing organizational creativity in Gas Company in the East, West Azarbaijan, Ardabil and Zanjan provinces. J Human Resource Management in the Oil Industry 2011, 2(8): 159-73. [Persian]
- 15- Schmajuk N., Aziz DR., Bates M. Attentional -Associative Interactions in Creativity, Creativity Research J 2009, 21 (1): 92-103.
- 16- Alvani S, Memarzadeh Gh. Organizational behavior. (8 ed). Tehran: Morvarid Press; 2004. [Persian]
- 17- Moghimi SM. Entrepreneurship in civil society institutions (research in NGOs). (2nd ed) Tehran: Tehran University and Tehran University entrepreneurship center publication 2003,:395. [Persian]



- 18- Matthews JH. Creativity and Entrepreneurship: Potential Partners or Distant Cousins? In Chapman, Ross, Eds. Proceedings Managing Our Intellectual and Social Capital: 21st ANZAM Conference, Sydney, Australia; 2007.pp.:1-17.
- 19- Buchholz R., Rosenthal S. The spirit of entrepreneurship and the qualities of moral decision making: toward a unifying framework. *J Business Ethics* 2005, 60 (3):307-15.
- 20- Postigo S Entrepreneurship education in Argentina: The case of Sananders University, in proceedings of the conference entitled, the internationalizing in entrepreneurship education and training, Malaysia 2002.
- 21- Druker P The discipline of innovation. *Harvard Business Review* 1985, 63 (3): 67-72.
- Carland JA., Carland GW., & Stewart WH. Seeing what's not there: the enigma of entrepreneurship. *J Small Business Strategy* 1996, 7(1):1-20.
- 22- Farsi S. Seeking Entrepreneurial Origins: Are entrepreneurs born or made? [Document on the Internet] available from: <http://www.celcee.edu/>
- 23- Schein EH. Entrepreneurs: what they're really like. *Vocational Education J* 1994, 64(80): 42-4.
- Ahmadpoor Dariani M. *Advanced Entrepreneurship*. (1 ed) Tehran: Rah Dan 2011; 372. [Persian]



The Role of Organizational Creativity on Organizational Entrepreneurship (Case Study: Office Workers of Shahid Beheshti University of Medical Sciences, Tehran)

Najafi M (Ph.D)¹

1. Corresponding Author: Ph.D Student in educational management, Tehran University, Tehran, Iran

Abstract

Introduction: Public organizations to improve customer service levels as well as to maintain their position need to develop and implement strategic plans among which entrepreneurial strategies can be mentioned. Therefore, the present study aimed to assess the role of organizational creativity on organizational entrepreneurship in Shahid Beheshti University of Medical Sciences.

Methods: In this descriptive-correlational study, 347 office workers of Shahid Beheshti University of medical sciences were selected via stratified random sampling method. The study instrument entailed two questionnaires of organizational creativity (Dorabjee et.al, 1998) and organizational entrepreneurship (Leonidas & Vassillis, 2007) and the study data were analyzed using the Pearson correlation coefficient and multiple regressions via SPSS software (ver. 17).

Results: There was a significant positive correlation between organizational creativity (and its dimensions) and organizational entrepreneurship ($p < 0/01$). Multiple regression results showed that challenge, freedom, trust, humor, conflicts and risk dimensions of the organizational creativity can predict organizational entrepreneurship.

Conclusion: In today's competitive and turbulent world, organizations including medical universities, necessitate to have entrepreneurship as well as entrepreneurial staffs. In order to achieve this goal, developing creative and innovative approaches are required, since the findings of the current study revealed that an increase in organizational creativity leads organizational entrepreneurship to rise, as well.

Keywords: Organizational creativity; Organizational entrepreneurship; Shahid Beheshti University of Medical Sciences