

مطالعه و بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی با کارایی کارکنان شهرداری شهر قم

علی درخشان مهر*

دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، گروه علم و اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم، قم، ایران

چکیده

این پژوهش اثر ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان بر کارایی را در مدیران و کارمندان شهرداری شهر قم بررسی می‌کند. تحقیق حاضر از نظر هدف، از نوع کاربردی است و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد. این تحقیق به لحاظ بررسی رابطه بین دو یا چند متغیر، تحقیق همبستگی نیز خوانده می‌شود. نتایج با استفاده از نرم‌افزار SPSS 20 تحلیل گردیده. در این تحقیق از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف، آزمون t-test، رگرسیون چندگانه و ضریب همبستگی استفاده شده است. نتایج تحقیق، دال بر وجود رابطه معنی‌دار بین خلاقیت، قدرت‌طلبی، توفیق‌طلبی و کنترل درونی و استقلال‌طلبی با کارایی کارکنان شهرداری‌های شهر قم می‌باشد ولی رابطه بین ریسک‌پذیری و کارایی کارکنان شهرداری‌های شهر قم رد شده است. آزمون t یک نمونه‌ای نشان می‌دهد که تمامی ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان دارای وضعیت مطلوب در میان کارکنان شهرداری‌های شهر قم می‌باشد. در این تحقیق با استفاده از نرم‌افزار LIZREL و تحلیل عاملی تأییدی به بررسی مدل پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق را کارمندان شهرداری شهر قم تشکیل می‌دهند. در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان تمام سؤالات به جز سؤال ۵۱۳، ۲۹ و ۳۰ t-value شان در حد قابل قبول می‌باشند که این سؤال حذف می‌شود و در تحلیل عاملی مرتبه اول کارایی تمام سؤالات t-value در حد قابل قبول می‌باشند و مقدارهای x^2/df و RMSEA تحلیل‌های عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان و مرتبه اول و دوم کارایی حاکی از مناسب بودن مدل می‌باشد و با توجه به مقدار x^2/df و RMSEA و t-value مدل ساختاری تحقیق نیز پس از انجام اصلاحات لازم مناسب می‌باشد.

کلیدواژه: ویژگی شخصیتی کارآفرینان، کارایی کارکنان

مجله مطالعات نوین در
اقتصاد، مدیریت و
حسابداری

دوره: ۳

شماره: ۱

بهار ۱۴۰۰

صفحه: ۲۴-۴۸

Journal of New Studies
in Economics,
Management and
Accounting

Vol: 3

No.: 1

Spring-2021

Page: 24-48

مقدمه

در حال حاضر، با توجه به نقش کارآفرینان در رشد و شکوفایی صنعتی و اقتصادی کشورها و نیز با عنایت به مسائل و تنگناهایی که از نظر اقتصادی و توسعه صنعتی و به خصوص بیکاری وجود دارد، ضرورت ایجاد می‌کند تا به ترویج کارآفرینی و فرهنگ آن در جامعه پرداخته شود (Ardichvili et al, 2003) در این راستا ایجاد فضا و بستر مناسب در سازمان‌ها از طرف مدیران برای رشد و پرورش کارآفرینی کارکنان از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا در هر سازمان، گروهی از افراد وجود دارند که از منابع انسانی، مالی و فناورانه بهتر از دیگران استفاده می‌کنند. مدیران باید بکوشند این گروه از افراد را شناسایی، تشویق و حمایت کنند و به آن‌ها امکان رشد و فعالیت بدهند؛ به عبارت دیگر، در هر سازمانی کارآفرینان بالقوه وجود دارند، ولی باید کوشید توانایی‌های آن‌ها فعلیت یابند؛ و مهم‌تر از همه این‌که ساختارهای موجود اجازه دهند، کارآفرین ابزار وجود کند و بتواند توانایی‌هایش را به کار بندد. در اینجا نقش مدیران سازمان از اهمیت بسزایی موجود، موجب پرورش و تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان شوند (پرداختچی و همکاران، ۱۳۸۹، ۵۴) در این زمینه ساختار و منابع قدرت مدیران به دلیل تأثیر مستقیم بر فعالیت‌های سازمان و کارکنان از اهمیت خاصی برخوردار است، زیرا مدیران می‌توانند با به‌کارگیری مناسب از ابزار و منابع قدرت، زمینه رشد خلاقیت و کارآفرینی در کارکنان فراهم آورند؛ اما باید دید مدیران با چه ابزار و منابع قدرتی می‌توانند موجب پرورش کارآفرینی کارکنان در سازمان‌ها گردند.

در جهانی که شکل تغییرات آن از مقیاس زمانی قرن به ثانیه تبدیل شده است، مهم‌ترین اصل برای سازمان‌ها بقا و توسعه است. تنوع و سرعت تغییرات به حدی است که سرعت بخشیدن به تولید فکر و ارتقای شیوه‌های تفکر از یک‌سو و داشتن نیروهای خلاق و کارآفرین از سوی دیگر، به‌منظور هماهنگی با این تغییرات و تحولات نو، دارای اهمیت فراوانی است. بنابراین شیوه تفکر و عملکرد کارآفرینانه و خلاقانه مقوله‌های مهمی برای تطابق افراد با عصر جدید است. در این زمینه، برخورداری مدیران از این ویژگی‌ها، زمینه‌ساز پرورش و تقویت روحیه کارآفرینی در سازمان‌ها به‌خصوص نظام آموزشی است که متناسب با شیوه فکری مدیران از شدت و ضعف برخوردار است. (پوروقاز و همکاران، ۱۳۹۰) کارآفرین بودن، یعنی درهم آمیختن ویژگی‌های شخصی، ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار؛ که بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی را می‌توان پرورش داد و

به کمک آن در کسب و کار به موفقیت دست یافت (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳). تامسون (۱۳۹۹) معتقد است کارآفرینی یک فرایند مدیریتی است که این امکان را به فرد می‌دهد تا به‌طور مستمر حداکثر استفاده از فرصت‌های موجود را به عمل آورده، ایده جدیدی ارائه دهد و آن را به کار گیرد. مک لند نیز کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه بلکه یک شیوه زندگی تعبیر می‌نماید (به نقل از سعیدی کیا، ۱۳۸۵) داگلاس لوبر (۱۹۹۸) از صاحب‌نظران کارآفرینی، بر این باور است که سه دسته عوامل باعث توسعه کارآفرینی سازمانی می‌شوند که عبارت‌اند از: عوامل درون‌سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی. در مطالعات کارآفرینی محققان دیگر عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه را به سه دسته عوامل اجتماعی، محیطی و فردی تقسیم‌بندی کرده‌اند که مدل عوامل فردی به‌طور گسترده به‌عنوان مدل ویژگی‌ها شناخته‌شده و بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان تمرکز می‌کند. (کایرد، ۲۰۰۶) گرول و آتسان ویژگی‌های کارآفرینان را داشتن شم خوب برای کسب و کار، تمایل به پذیرش خطرات، توانایی شناخت فرصت‌های کسب و کار، توانایی اصلاح اشتباهات و توانایی دستیابی به فرصت‌های سودآور معرفی کرده است. (به نقل از ترجمان و آقا بابایی، ۱۳۹۵، ص ۲۸) صاحب‌نظران علم مدیریت نیز ویژگی شخصیت را عامل تأثیرگذار در موفقیت سازمان تلقی نموده و آن را در کنار عوامل سازمانی و عوامل محیطی مورد توجه قرار داده و بر این باورند که کارکنان باید واجد دو ویژگی مهم باشند: یکی ساخت تخصصی که به معنای داشتن دانش و تخصص کافی است و دیگری ساخت شخصیتی که به معنای داشتن ویژگی‌های شخصیتی مانند: اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، کنون. (دیگمن، ۲۰۰۲، ۳)

ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی

در سیر تبیین مفهومی کارآفرینی، ویژگی‌ها، کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به افراد کارآفرین نسبت داده شده است. مطالعات انجام‌شده در این زمینه به شکل‌گیری رویکرد ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینیه منجر شد. در رویکرد ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینیه، اعتقاد بر این است که برخی ویژگی‌ها شخصیتی تعریف‌شده وجود دارد که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه روحیه کارآفرینی در انسان باشد؛ بنابراین یکی از مقوله‌هایی که طی سال‌های اخیر پژوهش‌های بسیاری در ارتباط با آن صورت پذیرفته است، بررسی ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرین‌ها است (جلالی‌فر و پورا احمد، ۱۳۹۴، ص ۱۴۸).

الف. خلاقیت

خلاقیت به معنای ایده‌ها و فنون جدیدی است که به‌عنوان راه‌حلی مورد استفاده قرار می‌گیرند تا به توانند مشکلات شناخته‌شده را حل کنند. کارول (۱۹۹۳) اشاره می‌کند که خلاقیت هم شامل سلامت (توانایی خلق ایده‌ها) و هم ابتکار (پاسخ‌های جدید و غیرعادی) هست (فورمن و باچتیر^۱، ۲۰۰۸، ص ۶۱۵).

خلاقیت، همانا توانایی خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها ممکن است به محصولات یا خدمات جدید نیز منجر شوند. تورنس (۱۹۷۴) فرایند «حساس شدن به مسائل، نقص‌ها، پیدا کردن نقاط مبهم در معلومات، مشخص نمودن مشکل، جست‌وجو برای راه‌حل، حدس زدن و صورت‌بندی فرضیه‌ها درباره نواقص، آزمون فرضیه‌ها، تغییر در فرضیات و آزمون فرضیه‌ها، تغییر در فرضیات و آزمون مجدد آن‌ها و درنهایت اتصال عناصر مختلف به یکدیگر» را خلاقیت می‌شمارد. برای ارائه تعریف دقیق از خلاقیت، باید ابتدا جایگاه نوآوری را مشخص کرد. نوآوری همانا ارائه محصول، فرایند و خدمات جدید به بازار می‌باشد و خلاقیت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است.

ب. مخاطره پذیری

تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرین خواه زن باشد خواه مرد، شخصی است میانه‌رو که حساب‌شده مخاطره می‌کند. او لزوماً در پی فعالیتی نیست که مخاطره آن زیاد باشد، بلکه مایل است مقدار متوسطی از مخاطره را که برای شروع فعالیت اقتصادی «معمولی» تلقی می‌شود، بپذیرد و در این حد حاضر می‌شود تا پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به مخاطره اندازد. «برکهاوس» پس از تحقیقات خود، مخاطره‌پذیری را این‌گونه تعریف می‌کند: احتمال دریافت پاداش در نتیجه موفقیت فعالیت پیشنهادی که شخصی قبل از اینکه خود را در معرض پیامدهای ناشی از شکست قرار دهد، آن را تعیین می‌نماید.

مخاطره‌پذیری به شخصیت فرد و تجارب گذشته وی بستگی دارد. کارآفرینی اعتدال در خطرپذیری را ترجیح می‌دهند و اموری را دنبال می‌کنند که علاوه بر چالش‌انگیز بودن، نه خیلی سهل‌الوصول و نه غیرممکن باشد (همان منبع).

1. Furnham & Bachtiar

پ. کانون کنترل

کانون کنترل یکی از ویژگی‌ها مهم شخصیتی کارآفرینیه و از موضوعات بسیار حائز اهمیت در حوزه مدیریت و سازمان محسوب می‌شود و به معنای آن است که شخص چگونه منبع نتایج مثبت یا منفی را به خود یا دیگران نسبت می‌دهد. این ویژگی شخصیتی کارآفرینانه مشتمل بر سه بعد کانون کنترل درونی، بیرونی و درونی بیرونی است. منظور از کانون کنترل درونی آن است که فرد رویداد خاصی را ناشی از رفتار یا ویژگی‌ها به نسبت پایدار خود می‌داند. کانون کنترل بیرونی به این معنا است که فرد نوعی تقویت مثبت یا منفی را که به دنبال رفتار خاصی آمده، معلول رفتار خود نداند؛ بلکه آن را نتیجه تصادف و اتفاق و شانس تلقی کند و با طرح عوامل محیطی، امکان پیش‌بینی آن را نفی کند. هنگامی که فرد هم‌زمان از دو ویژگی کنترل درونی و بیرونی برخوردار بوده یا وضعیتی متوسط داشته باشد، کانون کنترل درونی بیرونی خطاب می‌گیرد (جلالی‌فر و پوراحمد، ۱۳۹۴، ص ۱۴۸).

ت. قدرت طلبی

توانایی اثرگذاری بر یک گروه برای دستیابی به اهداف و نفوذ در دیگران به منظور انجام دادن کاری که مورد نظر است. از آنجاکه اقدامات کارآفرینانه معمولاً نیاز به همکاری بیش از یک نفر دارد، کارآفرین باید از درجات قدرت‌طلبی بیشتری برای به ثمر رساندن آن اقدام با مشارکت دیگران، برخوردار باشد. از طرفی هم در بیشتر جوامع، فعالیت‌های کارآفرینانه موفق برای کارآفرین آن ثروت، شهرت و قدرت می‌آورد (مصلح شیرازی، ۱۳۹۱).

ث. توفیق طلبی

به مفهوم نیاز به کسب موفقیت، انگیزه مشخص بشری که از دیگر نیازهای انسانی متمایز است. کارآفرینی که با به‌کارگیری انگیزه و محرک درونی خود دست به رقابت و چالش می‌زنند، به‌نوعی نیاز به توفیق یافتن و مطرح‌شدن را احساس می‌کنند (ملک‌احمدی و پوربهرام، ۱۳۹۲، ص ۲۱۱). افرادی که از توفیق طلبی بالایی برخوردارند، ترجیح می‌دهند تا به‌طور شخصی مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آن‌ها را از طریق تلاش شخصی خود بر عهده گیرند. این افراد در کارهای چالش‌برانگیز کارایی بیشتری از خود نشان

می‌دهند و در زمینه یافتن راه‌های جدیدتر و بهتر جهت بهبود عملکردشان خلاق می‌باشند (گورول و آتسان^۱، ۲۰۰۶، ص ۲۸).

نیاز به توفیق طلبی عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی، جهت پیش گرفتن از رقبا و تعیین استاندارد توسط خود فرد. در حوزه تحقیقات مربوط به خصوصیات شخصیتی و کارآفرینی مفهوم نیاز به موفقیت توجه زیادی را به خود جلب کرده است. مطالعات «مک کله لند» (۱۹۶۲) مفاهیم اولیه نیاز به موفقیت را مورد بررسی قرار داده‌اند «مک کله لند» معتقد است که انگیزه موفقیت بالا با برخی از جنبه‌های عملکرد مخاطره‌آمیز مرتبط می‌باشد. وی همچنین بیان می‌دارد که نیاز به توفیق در افرادی که فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز نمایند، بالاتر می‌باشد. این افراد مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل‌دسترس و همچنین نسبت به عملکرد خود، بازخورد مکرر و منظم زمانی نیاز دارند. این افراد ترجیح می‌دهند تا شخصاً مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاشی شخصی خود بر عهده گیرند. به‌طور خلاصه وی استدلال می‌نماید افرادی که نیاز به توفیق بسیار زیادی دارند، دارای ویژگی‌ها ذیل می‌باشند:

۱. مسئولیت شخصی برای تصمیم‌گیری را ترجیح می‌دهند.

۲. مخاطره‌پذیری آنها متوسط است.

۳. به دریافت بازخورد از نتایج تصمیمات خود علاقه‌مند می‌باشند.

«مک کله لند» (۱۹۶۲) در تحقیقات خود نتیجه‌گیری می‌نماید که نیاز به توفیق، انگیزه اصلی توسعه اقتصادی در کشورها بوده و در تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین شدن تأثیر بسزایی دارد.

ج. استقلال طلبی

از نظر مک کران و فلانینگان (۱۹۹۶) استقلال نیروی برانگیزاننده که فرد با این ویژگی احساس می‌کند که بر سرنوشت خودکنترل دارد، کاری را برای خود انجام می‌دهد و آقای خودش است. استقلال طلبی (به‌عبارت‌دیگر، بی‌علاقگی به کار کردن برای دیگران) همانند نیرویی است که باعث می‌شود که کارآفرین تمام مخاطره‌ها و ساعت‌های طولانی کار خسته را برای ایجاد فعالیت کارآفرینانه نوپا به جان بخرد. نیاز به

1. Gurol & Atsan

استقلال طلبی همانند نیاز به موفقیت از ویژگی‌ها افراد کارآفرین تلقی می‌شود، نیاز به استقلال طلبی به عنوان تمایل به مستقل بودن و خود هدایتی تعریف می‌شود، نیاز به استقلال طلبی به عنوان یک انگیزه اساسی برای دانشجویانی که ممکن است علاقه‌مند به کار کردن در شرکت‌های کوچک‌تر باشند، پیشنهاد می‌شود. نیاز به استقلال طلبی عنصر محوری مورد علاقه کارآفرین می‌باشد. نیاز به استقلال ویژگی‌هایی است که به عنوان یک نیروی انگیزشی مهم برای کارآفرینان بر آن تأکید شده است. در واقع، نیاز به استقلال را نمی‌توان با عباراتی نظیر «کنترل داشتن بر سرنوشت خویش» «کاری را برای خود انجام دادن» و «رئیس خود بودن» تعریف کرد. در واقع نیاز به استقلال، عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند. البته داشتن استقلال، یک زندگی راحت را تضمین نمی‌نماید. بیشتر کارآفرینان ساعات زیادی را در روز کار می‌کنند، علی‌رغم محدودیت‌های اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند، کارها را به شیوه خود انجام می‌دهند، طبق برنامه خود عمل می‌نمایند و سودی که خود ایجاد نموده‌اند را برداشت می‌کنند و آنچه حاصل می‌شود، رضایت آن‌هاست.

نیاز به استقلال از ویژگی‌هایی است که به عنوان نیروی بسیار برانگیزاننده مورد تأکید واقع شده است. استقلال طلبی را می‌توان به صورت عباراتی مانند کنترل داشتن بر سرنوشت خود، کاری را برای خود انجام دادن و آقای خود بودن تعریف کرد (احمدپورداریانی و مطلبی، ۱۳۹۰، ص ۲۶).

ج. اعتماد به نفس

اعتماد به نفس دیدگاهی است که به فرد اجازه می‌دهد تا از خود تصویری مثبت و واقعی داشته باشند. داشتن اعتماد به نفس به این معنی نیست که فرد قادر به انجام همه کاری هست. افراد با اعتماد به نفس انتظارات واقع‌گرایانه دارند. حتی وقتی که بعضی از انتظاراتشان برآورده نمی‌شود، دیدگاه مثبتشان را حفظ می‌کنند و خودشان را قبول دارند (احمدپورداریانی و مطلبی، ۱۳۹۰، ص ۲۶).

ح. آینده‌نگری

کارآفرینی می‌دانند که کجا می‌خواهند بروند. آن‌ها تصور و دیدگاهی از آینده سازمان خود دارند. گرچه شاید کارآفرین مجبور به برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و قطعی باشد، ولی داشتن چنین دیدگاهی می‌تواند این برنامه‌های کوتاه‌مدت را در یک جهت برای رسیدن به هدف هماهنگ نماید (جلالی‌فر و پوراحمد، ۱۳۹۴، ص ۱۴۹).

به زبانی دیگر می توان گفت. افراد کارآفرین دارای طرز تفکر مبتنی بر کشف فرصت‌ها هستند و افراد غیر کارآفرین به موانع و مشکلات می‌اندیشند. یک فرد کارآفرین به تغییرات محیطی به‌عنوان فرصت نگاه می‌کند تا از آن طریق موقعیت‌های جدید را کشف کند ولی افراد غیر کارآفرین تغییرات را مانع و خطری برای جستجوی کار تلقی می‌کنند؛ بنابراین آنچه گفته شد به‌طور خلاصه افراد کارآفرین کسانی هستند که دارای ویژگی‌ها زیر می‌باشند:

- ۱- کنجکاو نسبت به محیط خود و جستجوگر اطلاعات
- ۲- دارای انگیزه بالا برای پیشرفت
- ۳- دارای انگیزه بالا برای نوآوری
- ۴- متکی به‌خود و مستقل
- ۵- مسئولیت‌پذیر
- ۶- قدرت درک فرصت‌ها به‌جای موانع
- ۷- توان استفاده از تغییرات به‌عنوان یک فرصت
- ۸- دارای اطلاعات کافی درباره مشاغل و فرصت‌های شغلی
- ۹- دارای پشتکار
- ۱۰- دارای هدف‌های عالی و کنار گذاشتن لذت‌های زودگذر
- ۱۱- اعتماد به‌نفس و خودکارآمدی در حل مشکل.
- ۱۲- دارای توان حل مسئله.
- ۱۳- توان استفاده از اطلاعات کسب‌شده.
- ۱۴- دارای مرکز کنترل درونی.
- ۱۵- تمایل به چالش.
- ۱۶- نوآور و خلاق.

- ۱۷- جدی و بلندهمت.
- ۱۸- دارای تحمل در شرایط مبهم.
- ۱۹- اهل خطر کردن.
- ۲۰- تمایل به رشد و خود شکوفایی.
- ۲۱- جستجوگر فرصت‌ها
- ۲۲- از ارزش‌های خود آگاه‌اند
- ۲۳- اهل یادگیری سریع و فعالانه‌ای هستند. (هیسریچ و پتر، ۱۹۹۱؛ مارچ، ۱۹۸۴؛ واتس، ۲۰۰۰؛ ماتلی و میترا، ۱۹۹۹؛ چارمی و لیبکاپ، ۲۰۰۶؛ کلینچ و همکاران، ۱۹۹۸)
- سایر ویژگی‌ها کارآفرینی عبارت‌اند از: آینده‌نگری، عزم، اراده، پشتکار، فرصت‌طلبی، رهبری، مسئولیت‌پذیری، هدف‌گرایی و...

ده ویژگی شخصیتی کارآفرینان از نظر «بایگرو»

۱. رویا (Dream)
۲. عمل‌گرایی (Doers)
۳. وقف (Dedication)
۴. توجه به جزئیات (Details)
۵. افزایش درآمد (Dollars)
۶. قاطعیت (Decisiveness)
۷. اراده (Determination)
۸. عشق (Devotion)
۹. کنترل سرنوشت (Destiny)
۱۰. توزیع ثروت (Distribute)

مفهوم کارایی از دیدگاه‌های مختلف

مفهوم کارایی در نظریه هنری گانت: تأکید «هنری گانت» بر روی مسائلی چون عناصر انسانی در سازمان بیشتر بوده است؛ زیرا او به جنبه روانی کار و کارکنان و همچنین به درجه کارایی انفرادی آن‌ها توجه خاصی معطوف داشته است. او در مورد شناخت ارزش واقعی عناصر انسانی که در پژوهش‌های وی دیده می‌شود، به این نتیجه رسیده بود که اثر انجام صحیح در نزد کارکنان حاصل انگیزه‌های خودآگاه درونی آن‌هاست. او همچنین معتقد بود که اگر در سازمان‌ها به ایجاد کاری جدید مبادرت شود بایستی کارگران را به کار جدید گماشت تا در آن‌ها انگیزه به کار جدید به وجود آید؛ این امر باعث می‌شود تا آن‌ها بتوانند به خاطر دریافت پاداش‌های بیشتر تا جایی که امکان دارد کوشش کنند تا کار را به‌خوبی انجام داده و در کار خود موفقیت کسب کنند.

کارایی در نظریه ماکس وبر: بخش عمده نظریه کلاسیک مربوط به سازمان را، می‌توان در نظریه‌های ماکس وبر یافت. او اولین نظریه جامع در مورد سازمان‌های بوروکراتیک ارائه داد. در واقع وبر، به‌جای استفاده از سازمان از لغت بوروکراسی استفاده کرد و منظور وی از این کار نظم ایده آل برای ساختار رسمی بود. به نظر او هر چه سازمان بتواند از لحاظ وظایف مشخص شغلی، نظارت مربوط به هماهنگی، فنون مربوط به واپایش و برنامه، رسمی‌تر باشد، در نیل به اهدافش کارا تر خواهد بود. ضعف نظریه او در این است که به جنبه‌های غیرانسانی مستتر در دیوان‌سالاری توجه نکرده است.

کارایی در نظریه رنسیس لیکرت: بر اساس پژوهش‌هایی که به‌وسیله این دانشمند صورت پذیرفته، است برای اولین بار تلفیق مکاتب مدیریت علمی روابط انسانی تحت عنوان تئوری ساخت‌گرایان ارائه شد. بررسی‌ها و کاوش‌های این دانشمند درباره انسان و رابطه انگیزش با تولید و کارایی است. لیکرت در پژوهش خود رابطه افزایش تولید و کارایی با انگیزش سطح را در چهار سطح مختلف مورد بررسی قرار داد (جعفری قوشچی، ۱۳۸۱).

کارایی در نظریه مایو: در آزمایش‌هایی که به آزمایش هاثورن شهرت یافت، بررسی اثر مختلف محیط کار بر روی کارایی کارکنان را مورد پژوهش قرار داد و به نتایج شگفت‌انگیزی در آن زمان دست یافت. این نتایج عبارت است از:

نتایج مرحله اول آزمایش هاثورن: عامل روحی و روانی بیش از عوامل فیزیکی محیط کار در افزایش یا کاهش تولید مؤثرند. مرحله دوم: شناخت ارزش و اهمیت وجود از طرف کادر مدیریت یکی از پدیده‌های مهم ازدیاد تولید است به گونه‌ای که بدون اینکه تغییر فیزیکی در محل کار ایجاد کند، فقط با توجه خاص به شخصیت هر یک از افراد امکان ازدیاد تولید را میسر می‌سازد. مرحله سوم: در این دوره توجه مستقیماً بر روی تفکر روابط انسانی معطوف شد و افزایش کارایی در آزمایش‌ها، نه به علت شرایط فیزیکی محیط کار، بلکه نشانگر جنبه‌های روانی کار در تأثیر افزایش کارایی بوده است. مرحله چهارم: در این مرحله کارکنان مورد آزمایش، در مقابل پاداش مادی و واپایش و نظارت شدید حین انجام کار، نسبت به افزایش کارایی به عامل محرک و ایجاد انگیزش در آنان، اذعان داشته‌اند: پاداش مادی نقش محرک نداشته و بدون اینکه واپایش و نظارت حین انجام کار در مورد آن‌ها اجرا شود، آزادی عمل به‌عنوان عامل محرک در افزایش تولید کارکنان شناخته شد. با شرح این دوره‌ها در آزمایش هاثورن ثابت شد که انگیزه کارکنان سازمان‌ها، در افزایش یا کاهش تولید صرفاً مادی نبوده بلکه جنبه‌های معنوی سرشت آن‌ها نیز مؤثر است. (جعفری قوشچی، ۱۳۸۱)

ابعاد کارایی

ابعاد کارایی را می‌توان به چهار دسته اصلی تساوی، همسویی، سرعت در کار، استفاده از تجهیزات و امکانات دسته‌بندی کرد که به شرح مختصر آن‌ها می‌پردازیم. (حاجی‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۱۲۳).

الف. تساوی

در بعد تساوی به بررسی احساس رضایت کارکنان از این‌که عضو سازمان هستند پرداخته می‌شود و این‌که چه میزان علاقه‌مند به همکاری با دیگر کارکنان هستند و علی‌رغم وجود اختلاف فردی احساس یگانگی در سازمان دارند و درنهایت تا چه اندازه از بودن در سازمان احساس رضایت می‌کنند؟ (حاجی‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۱۲۳).

ب. همسویی

در بعد همسویی به بررسی میزان رابطه‌ی میان کارکنان و مدیران پرداخته می‌شود، این‌که مدیران تا چه اندازه کارکنان را در انجام وظایفشان حمایت می‌کنند و این‌که کارکنان تا چه اندازه صحبت‌های مافوق خود را

قبول دارند و درنهایت تا چه اندازه مدیران در تصمیم‌گیری و انجام امور واحداشان از کارکنان نظرخواهی می‌کنند؟ (حاجی‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۱۲۳).

پ. سرعت در کار

در بعد سرعت در کار مهارت، تجربه و توانمندی کارکنان سازمان جهت سرعت بخشیدن به امور سنجیده می‌شود و همین‌طور میزان لازم جهت انجام کارهای معمول سازمان چه قدر است و انگیزه کارکنان سازمان جهت سرعت بخشیدن به امور به چه میزان است؟ و درنهایت میزان دسترسی به امکانات و تجهیزات لازم جهت سرعت بخشیدن به فعالیت‌ها در شرکت به چه میزان است؟ (حاجی‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۱۲۳).

ث. استفاده از تجهیزات و امکانات

در بعد استفاده از تجهیزات و امکانات به بررسی میزان محیط کاری و امکانات موجود در افزایش روحیه کارکنان برای انجام بهتر فعالیت‌های شغلی‌شان می‌گردد و این‌که کارکنان سازمان به چه میزان از امکانات و تسهیلات موجود در شرکت به‌طور درست و مناسب جهت انجام بهتر مشاغل خود استفاده می‌کنند هم‌چنین تا چه اندازه مدیران سازمان امکانات و تسهیلات مناسبی را برای انجام بهتر امور در این شرکت مهیا نموده‌اند و درنهایت تا چه اندازه امکانات و تجهیزات شرکت منجر به افزایش انگیزه کارکنان برای فعالیت بهتر می‌شود؟ (حاجی‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۱۲۳).

کارایی در شهرداری‌ها

سیاست‌های توسعه شهری نیازمند توجه ویژه به مدیریت هزینه است به عبارتی مدیریت در شهرداری‌ها یک مدیریت دووجهی است که هم عهده‌دار درآمد و هم عهده‌دار مدیریت هزینه می‌باشند و این‌گونه می‌توان اقتصاد مقاومتی را در جامعه نهادینه کرد. بدین‌جهت به‌منظور جلوگیری از اتلاف منابع و مدیریت هزینه بایستی به اندازه‌گیری و تحلیل کارایی شهرداری‌ها پرداخت.

انسان در همه قرون و اعصار با مشکلی به نام محدودیت منابع و امکانات تولید مواجه بوده به‌گونه‌ای که حتی در شرایط کنونی و با توسعه روزافزون علوم و فنون هنوز هم محدود به امکانات موجود می‌باشد. کوشش‌های اقتصادی انسان نیز همواره معطوف بر آن بوده که حداکثر نتیجه را از امکانات و عوامل موجود به دست آورد و این همان تمایل انسان برای دستیابی به کارایی بالاتر می‌باشد. بدون افزایش کارایی هیچ

اقتصادی نمی‌تواند انتظار اعتلای سطح زندگی مردم خود را داشته باشد زیرا که یکی از عوامل تعیین‌کننده رفاه جوامع، میزان برخورداری افراد از امکانات محدود جامعه است (امامی میبیدی، ۱۳۸۴) شهرداری‌ها یکی از نهادهایی هستند که نقش زیادی در اداره شهر و خدمت‌رسانی به شهروندان دارند و عملکرد بهینه و کارایی آن‌ها نقش مؤثری در توسعه و افزایش رفاه شهروندان خواهد داشت، به عبارت دیگر شهرداری‌ها نقشی محوری در جهت بالا بردن کیفیت زندگی در محیط‌های شهری، فراهم نمودن امکانات، ارائه خدمات و مواردی از این قبیل را ایفا می‌کنند. شهرداری یک مؤسسه مستقل و عمومی است که به منظور اداره امور محلی از قبیل عمران، آبادی، بهداشت شهر، تأمین رفاه و آسایش اهالی شهر به عنوان زیستگاهی مطلوب برای شهروندان تأسیس شده است و مردم در اداره این امور مستقیماً شرکت و دخالت دارند. (به نقل از بیدرام، ۱۳۸۲) (جمشیدزاده، ۱۳۹۰، ۲۹) به عبارتی شهرداری با استفاده از درآمدهای حاصله از شهروندان وظیفه عرضه خدمات و کالاهای عمومی را بر عهده دارد. هدف این سازمان و سیستم مدیریت شهری تقویت فرآیند توسعه شهری است به نحوی که در سطح متعارف جامعه و متناسب با ویژگی‌ها اقتصادی و اجتماعی، محیط مناسبی برای زندگی راحت شهروندان فراهم شود. به دنبال گسترش شهرها و افزایش جمعیت و به تبع آن تنوع نیازها و احتیاجات شهروندان، وظایف و فعالیت‌های شهرداری‌ها نیز تنوع و گسترش بیشتری یافته به گونه‌ای که امروزه از شهرداری‌ها به عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین سازمان خدمات شهری نام‌برده می‌شود

بدین منظور محاسبه و بررسی عوامل مؤثر بر کارایی این سازمان و ارائه راهکارهایی جهت افزایش آن می‌تواند نقش به‌سزایی در استفاده بهینه از منابع موجود و ارتقاء سطح خدمات به شهروندان را داشته باشد به عبارتی برای برنامه‌ریزی و عملکرد بهتر شهرداری‌ها، اندازه‌گیری کارایی و مدیریت هزینه در مدیریت شهری ضروری به نظر می‌رسد.

متدولوژی تحقیق

از آنجاکه در این تحقیق به دنبال بهبود و بهینه‌سازی می‌باشیم و در پی شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری‌دادن به فرایند تصمیم‌گیری هستیم تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری

داده‌ها از نوع تحقیقات همبستگی می‌باشد که همبستگی مثبت است و به روش پیمایشی انجام می‌شود و به‌طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری^۱ است.

«مدل معادلات ساختاری» یک رویکرد آماری جامعی برای آزمون فرضیه‌های درباره روابط بین متغیرهای «مشاهده‌شده» و «متغیرهای مکنون» است. از طریق این رویکرد می‌توان قابل قبول بودن مدل‌های نظری را در جوامع خاص آزمون کرد. از آنجاکه اگر متغیرهای موجود در تحقیقات مدیریتی به صورت مکنون یا پوشیده هستند، ضرورت استفاده از این مدل‌ها روزبه‌روز بیشتر خواهد شد (سرمد و دیگران، ۱۳۸۱)

جامعه آماری

جامعه آماری در این پژوهش کلیه مدیران و کارشناسان سازمان بازرسی کل کشور می‌باشد برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده خواهیم کرد.

در این تحقیق برای سنجش پایایی پرسشنامه ابتدایی ۳۵ عدد پرسشنامه توزیع و جمع‌آوری گردید و با استفاده از نرم‌افزار SPSS ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) برای متغیرهای مستقل و وابسته محاسبه گردید؛ که مقدار آن برابر ۰/۸۴. محاسبه شده است که از پایایی مناسبی برخوردار است.

سپس ۲۵۰ عدد پرسشنامه توزیع شده که به علت نبودن کارشناسان داخل سازمان و سبک‌کاری‌شان در بیرون از سازمان ۱۳۹ عدد پرسشنامه جمع‌آوری شده است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات

مطالعات کتابخانه‌ای

در این مرحله برای کسب داده‌های ثانویه (داده‌های که قبلاً تولید شده و در منابع موجود قابل دسترسی است) به بررسی کتاب‌ها، مجلات، پایان‌نامه‌ها، مقالات و سایر مستندات موجود در کتابخانه پرداخته، با توجه به کمیابی منابع کتابخانه‌ای در مورد موضوع پژوهش، مهم‌ترین منبع مورد استفاده اینترنت بوده است که اینترنت بوده است که این مسئله بر اهمیت پژوهش و به‌روز بودن پژوهش می‌افزاید.

1. Structural Equation Modeting (SEM)

پژوهش‌های میدانی

در این قسمت برای کسب داده‌های اولیه برای تجزیه و تحلیل از پرسش‌نامه استفاده شده است. بدین ترتیب که از پرسشنامه استاندارد ویژگی‌ها کارآفرینی دکتر سید محمد مقیمی (۱۳۹۰) با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۴ و پرسشنامه استاندارد کارایی حامد حاجی‌زاده (۱۳۸۴) با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ استفاده می‌شود.

سپس از تحلیل عاملی جهت بررسی روایی پرسشنامه (مفهوم روایی به این پرسش پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد خصیصه موردنظر را می‌سنجد به عبارتی دیگر آیا نتایج تحقیق پاسخگوی سؤالات تحقیق است؟) و پس از تأیید روایی، پرسشنامه را در بین کارمندان شهرداری شهر قم توزیع شده و به منظور اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه (پایایی به این سؤال پاسخ می‌دهد که آیا اندازه‌گیری مکرر در شرایط مشابه نتایج همسانی به دست می‌آید یا خیر؟) از روش آلفای کرونباخ (در نمونه مقدماتی از نظر پایایی آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۴ محاسبه شده است که از پایایی مناسبی برخوردار است) و با استفاده از آخرین ویرایش نرم‌افزار spss می‌باشد.

پرسشنامه ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرین شامل ۳۰ سؤال می‌باشد. این ۳۰ سؤال خلاقیت، مخاطره‌پذیری، قند طلبی، توفیق طلبی، کنترل درونی و استقلال‌طلبی را می‌سنجد؛ و پرسشنامه کارایی کارکنان شامل ۱۶ سؤال می‌باشد و ابعاد تساوی، همسویی، سرعت در کار، استفاده از تجهیزات و امکانات را می‌سنجد.

جامعه آماری

جامعه آماری در این پژوهش کلیه کارمندان شهرداری‌های شهر قم می‌باشد. و برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شده است؛ که تعداد نمونه بر اساس فرمول کوکران محاسبه شده است. ۷۰۰ عدد پرسشنامه در سازمان توزیع گردید که ۲۴۰ عدد پرسشنامه صحیح و قابل استفاده جمع‌آوری گردید.

ویژگی‌ها جمعیت شناختی نمونه آماری

در نگاره زیر وضعیت نمونه‌ی آماری از لحاظ متغیرهای جمعیت شناختی هم چون جنسیت، وضعیت تأهل، مدرک تحصیلی، سابقه کار و پست سازمانی ارائه شده است.

وضعیت نمونه آماری از منظر متغیرهای جمعیت شناختی

داده گمشده	زن				مرد		جنسیت
	۱,۵ درصد	۱۰ درصد				۸۸,۵ درصد	
	مجرد				متاهل		وضعیت تأهل
۴,۱ درصد	۱۰,۸ درصد				۸۵,۱ درصد		
	فوق لیسانس و دکتری		لیسانس		فوق دیپلم	دیپلم	تحصیلات
۲,۱ درصد	۲۷ درصد		۴۴,۸		۱۴,۵ درصد	۱۱,۶ درصد	
	بیش از ۲۶ سال	۲۱ الی ۲۵ سال	۱۶ الی ۲۰ سال	۱۱ الی ۱۵ سال	۵ الی ۱۰ سال	کمتر از ۵ سال	سابقه کاری
۲,۹ درصد	۱۴,۱ درصد	۱۰ درصد	۱۴,۵ درصد	۱۶,۶ درصد	۳۶,۹ درصد	۵ درصد	
	کارشناس		رئیس اداره		معاون	مدیر	پست سازمانی
۸,۳ درصد	۷۴,۷ درصد		۱۱,۶ درصد		۴,۶ درصد	۸ درصد	

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این تحقیق ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی به‌عنوان متغیر مستقل و کارایی کارکنان شهرداری‌های شهر قم و ابعاد آن به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

در راستای تعیین مسیر تحلیل‌های آماری (پارامتریک یا ناپارامتریک) ابتدا نرمال بودن سازه‌های تحقیق با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفته و به‌منظور تحلیل روابط بین متغیرهای مورد بررسی و اثبات فرضیات تحقیق از آزمون رگرسیون، ضریب همبستگی پیرسون، آزمون مقایسه میانگین دو جامعه و آزمون مقایسه میانگین چند جامعه (ANOVA) استفاده می‌گردد؛ و در آخر با استفاده از نرم افزار LISREL به تحلیل عاملی تأییدی و بررسی مدل تحقیق پرداخته شده است.

در جدول زیر به بررسی فرضیات تحقیق که به دلیل نرمال بودن متغیرها از طریق آزمون همبستگی پیرسون پرداخته شده است.

جدول ضرایب همبستگی پیرسون فرضیات تحقیق

نتیجه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری (sig)	فرضیات
تائید	۰/۲۴۵	۰/۰۰۱	بین خلاقیت و کارایی کارکنان رابطه مثبتی وجود دارد.
رد	۰/۰۷۶	۰/۳۲۸	بین ریسک‌پذیری و کارایی کارکنان رابطه مثبتی وجود دارد
تائید	۰/۲۱۸	۰/۰۰۲	بین قدرت‌طلبی و کارایی کارکنان رابطه مثبتی وجود دارد
تائید	۰/۴۲۵	۰/۰۰۰	بین توفیق‌طلبی و کارایی کارکنان رابطه مثبتی وجود دارد
تائید	۰/۳۰۴	۰/۰۰۰	بین کنترل‌درونی و کارایی کارکنان رابطه مثبتی وجود دارد
تائید	۰/۲۴۷	۰/۰۰۱	بین استقلال‌طلبی و کارایی کارکنان رابطه مثبتی وجود دارد

همان‌طور که جدول بالا نشان می‌دهد بین خلاقیت، قدرت‌طلبی، توفیق‌طلبی و کنترل‌درونی و استقلال‌طلبی با کارایی کارکنان شهرداری‌های شهر قم رابطه مثبتی وجود دارد. ولی بین ریسک‌پذیری و کارایی کارکنان شهرداری‌های شهر قم رابطه‌ای وجود ندارد.

جهت بررسی تأثیر ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان بر کارایی کارکنان شهرداری‌های شهر قم از رگرسیون چندگانه استفاده شد. ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان به‌عنوان متغیر مستقل و کارایی کارکنان به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. بر اساس جدول زیر ضریب تعیین ۰/۲۴۲ محاسبه شده است.

جدول ضرایب همبستگی

مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	خطای معیار تخمین
۱	۰/۴۹۲	۰/۲۴۲	۰/۲۱۳	۰/۵۵۶۲۸

آزمون فرض:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0 \\ H_1: \text{دست کم یکی از } \beta \text{ ها صفر نیستند} \end{array} \right.$$

با استفاده از این آزمون به این نتیجه می‌رسیم که حداقل یکی از ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان با کارایی کارکنان شهرداری‌های شهر قم در ارتباط است.

جدول تحلیل واریانس (ANOVA)

سطح معناداری (sig)	F آماره	میانگین توان دومها (MS)	درجه آزادی (df)	مجموع توان دومها (SS)	مدل
۰/۰۰	۸/۱۹۷	۲/۵۳۷	۶	۱۵/۲۱۹	بین گروهها
		۰/۳۰۹	۱۵۴	۴۷/۶۵۴	درون گروهها
			۱۶۰	۶۲/۸۷۴	کل (T)

با توجه به این که میزان معنی داری کمتر از ۰/۰۵ می باشد بنابراین می توان گفت که حداقل یکی از متغیرهای مستقل دارای رابطه خطی با متغیر وابسته است. جدول ضرایب رگرسیون و مقدار ثابت را نشان می دهد.

جدول ضرایب رگرسیون

sig	t	مقادیر استاندارد نشده		مدل
		Beta	خطای معیار B	
۰/۰۰۰	۴/۳۱۲		۰/۲۷۲	مقدار ثابت
۰/۰۰۲	۱/۱۳۹	۰/۰۸۸	۰/۰۸۳	خلاقیت
۰/۱۴۴	-۱/۴۶۸	۰/۱۱۴	۰/۰۷۴	ریسک پذیری
۰/۷۹۹	-۰/۲۵۶	-۰/۰۲۱	۰/۰۹۵	قدرت طلبی
۰/۰۰۰	۴/۸۰۱	۰/۳۷۱	۰/۰۸۴	توفیق طلبی
۰/۰۰۱	۱/۳۲۶	۰/۱۱۶	۰/۱۰۷	کنترل درونی
۰/۰۲۸	۲/۲۱۶	۰/۱۶۹	۰/۰۷۰	استقلال طلبی

با توجه به اینکه معنی داری ریسک پذیری و قدرت طلبی بیشتر از ۰/۰۵ است رابطه خطی بین این ویژگیها با کارایی کارکنان رد می شود و خلاقیت، توفیق طلبی، کنترل درونی و استقلال طلبی دارای رابطه خطی با کارایی کارکنان می باشند.

بنابراین معادله رگرسیون به این صورت می باشد:

$$Y = 1.173 + 0.095X_1 + 0.402X_4 + 0.142X_5 + 0.155X_6$$

بنابراین با استفاده از رگرسیون چندگانه به این نتیجه می رسیم که از میان ویژگیها شخصیتی کارآفرینی، خلاقیت، توفیق طلبی، کنترل درونی و استقلال طلبی تأثیر مستقیمی بر کارایی کارکنان دارند که استقلال طلبی تأثیر بیشتر و خلاقیت تأثیر کمتری دارند.

تحلیل عاملی

در این بخش، نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی هر یک از متغیرهای پژوهش توسط نرم‌افزار LISREL به صورت جداگانه برای هر متغیر آورده شده است. لازم به ذکر است به منظور کاهش متغیرها و در نظر گرفتن آن‌ها به عنوان یک متغیر مکنون، بار عاملی باید بیشتر از $0/3$ باشد. (مومنی و فعال قیوم، ۱۳۸۶) در بررسی هر کدام از مدل‌ها سؤال اساسی این است که آیا این مدل‌های اندازه‌گیری مناسب است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی X^2 (کای دو) و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد. بدین صورت که مدلی مناسب است دارای حالت‌های بهینه ذیل باشد. آزمون کای دو هر چه کمتر باشد بهتر است، زیرا این آزمون اختلاف بین داده و مدل را نشان می‌دهد. پائین بودن این شاخص نشان‌دهنده تفاوت اندک میان مدل مفهومی با داده‌های مشاهده شده در پژوهش می‌باشد. آزمون RMSEA هر چه کمتر باشد بهتر است؛ زیرا این میانگین مجذور خطاهای مدل است (لاو، ۱۹۹۸) حد مجاز RMSEA $0,08$ است.

با توجه به این مطلب که مقدار قابل قبول برای t-value بالاتر از $1,96$ و پایین‌تر از $-1,96$ می‌باشد. در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان تمام سؤالات به جز سؤالات ۱۳، ۲۹ و ۳۰ t-value شان در حد قابل قبول می‌باشد که این سؤالات حذف می‌شوند. در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان تمام ابعاد مقدار t-value شان در حد قابل قبول می‌باشد.

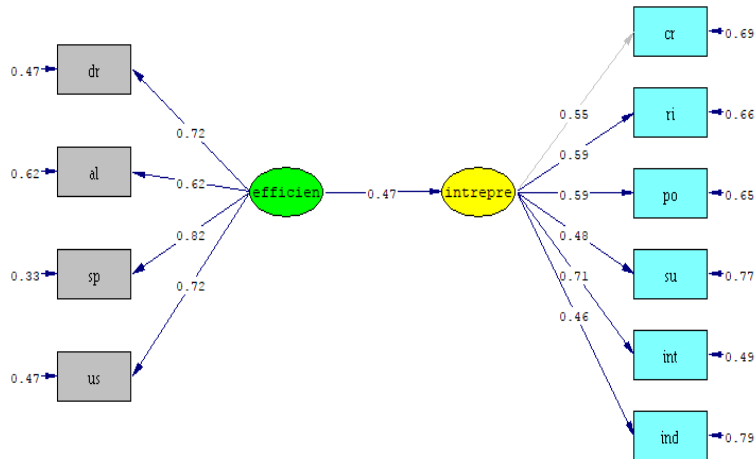
در تحلیل عاملی مرتبه اول کارایی تمام سؤالات مقدار t-value شان در حد قابل قبول می‌باشد. در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم کارایی تمام ابعاد مقدار t-value شان در حد قابل قبول می‌باشد.

جدول مقایسه‌ی مدل‌های اندازه‌گیری

RMSEA	X^2/df	درجه آزادی	کای مربع	نوع تحلیل عاملی تأییدی	مدل اندازه‌گیری
۰,۰۶۲	۱,۵۷	۳۰۹	۵۹۰,۵۴	مرتبه اول	ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان
۰,۰۶۲	۱,۹۳	۳۱۸	۶۱۵,۰۹	مرتبه دوم	
۰,۰۷۳	۲,۲۷	۹۸	۲۲۲,۸۹	مرتبه اول	کارایی کارمندان
۰,۰۷۹	۲,۴۹	۱۰۰	۲۴۹,۴۳	مرتبه دوم	
۰,۰۷۹	۲,۸۹	۳۴	۹۸,۵۶		اثر ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان بر کارایی کارمندان

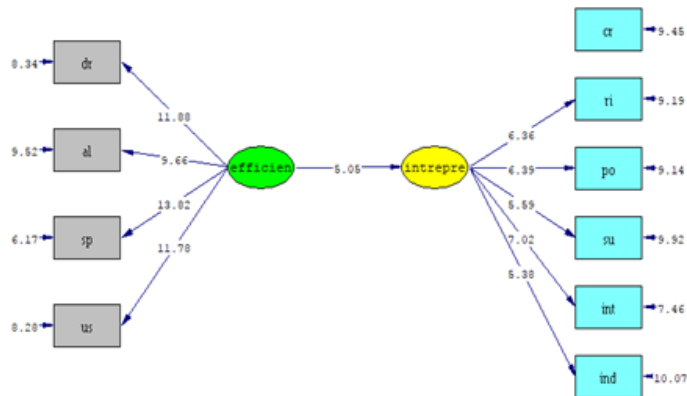
جدول نتایج تحلیل عاملی مدل ساختاری تحقیق

t-value	بارهای عاملی استاندارد شده	بارهای عاملی استاندارد نشده	متغیر مستقل	متغیر وابسته
۵,۰۵	۰,۴۷	۰,۴۷	کارایی کارمندان	ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینان



Chi-Square=98.56, df=34, P-value=0.00000, RMSEA=0.079

نمودار مدل مفهومی اصلاحی در حالت تخمین استاندارد



Chi-Square=98.56, df=34, P-value=0.00000, RMSEA=0.079

نمودار مدل مفهومی اصلاحی در حالت اعداد معناداری

بحث و نتیجه گیری

همان طوری که ملاحظه می‌گردد مدل از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت مناسبی به سر می‌برد. در مورد روابط بین اجزای مدل این نتایج به دست آمده است.

هم‌راستایی ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی و کارایی کارمندان دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰,۴۷ می‌باشد. بدین معنا سازمان‌هایی که دارای کارکنانی با ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی باشند افزایش کارایی را شاهد خواهند بود.

همان‌طور که در نمودار مدل مفهومی اصلاحی در حالت تخمین استاندارد مشاهده می‌شود کنترل درونی بیشترین تأثیر (با بار عاملی ۰,۷۱) را در ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی میان کارکنان شهرداری شهر قم دارد و ریسک‌پذیری و قدرت‌طلبی با بار عاملی ۰,۵۹ دارای اولویت‌های بعدی و سپس خلاقیت، توفیق‌طلبی و استقلال‌طلبی به ترتیب با بار عاملی ۰,۵۵، ۰,۴۸ و ۰,۴۶ در اولویت‌های بعد ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی کارکنان هستند.

از طرف دیگر بیشترین تأثیر بر کارایی کارکنان سرعت در کار با بار عاملی ۰,۸۲ و کمترین تأثیر همسویی کارکنان بر کارایی آن‌ها با بار عاملی ۰,۶۲ به دست آمده است. تساوی و استفاده از تجهیزات و امکانات بعد از سرعت در کار کارکنان با بار عاملی ۰,۷۲ اولویت‌های بعدی در کارایی کارکنان شهرداری شهر قم بوده‌اند.

بنابراین بدین نتیجه می‌رسیم که می‌توان با ارتقاء ویژگی‌ها کارآفرینی (بخصوص کنترل درونی که دارای بیشترین اثر بود) کارکنان باعث بهبود کارایی آن‌ها گردید.

در پایان آن چیزی که یک نوآوری را از دیگر کارها جدا می‌سازد، ویژگی‌ها نوآوری است. سازمان‌های ثبت اختراع، نوآوری و ابتکار ویژگی‌ها خاصی را برای پذیرفتن یک نوآوری در نظر می‌گیرند.

آلتشولر معتقد است که ۳۲ درصد از نوآوری‌ها در واقع راهکارهای ارائه شده در حوزه تخصصی هستند و استفاده از فنون مهندسی و دانش تخصصی، یکی از ویژگی‌ها نوآوری است.

به‌طور کلی کارآفرینان دارای یک ویژگی مشترک می‌باشند و آن اینکه مخاطره پذیرند البته، مخاطره‌ای که لازمه هر فعالیت اقتصادی است. ضرورت ریسک‌پذیری از آنجا سرچشمه می‌گیرد که تصمیم‌گیری به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین وظایف، در بسیاری از اوقات باید در شرایط عدم اطمینان و ناآگاهی اتخاذ گردد. در این حالت،

تصمیم‌گیری احتیاج به ریسک‌پذیری بالایی دارد. بخصوص در شرایط محیطی امروز که بسیار رقابتی، پیچیده، پویا و نامطمئن می‌باشد. درحالی‌که هرگونه نتیجه‌ای که ریسک‌پذیری کارآفرینان به دنبال داشته باشد، خواه مالی باشد، خواه اجتماعی یا روانی، در درجه اول متوجه خود آن‌ها بوده و خود مسئولیت آن را بر عهده خواهند گرفت.

این‌یک واقعیت است که در ایران، تنها تعدادی از افراد به این نتیجه می‌رسند که باید کسب‌وکاری را به‌صورت مستقل، برای خود داشته باشند و اداره آن را مستقلاً به عهده بگیرند؛ اما در اینجا یک سؤال مطرح می‌شود: چرا عده‌ای مادام‌العمر خود را عضو کوچکی در یک مجموعه می‌دانند و سعی نمی‌کنند که خود صاحب یک مجموعه باشند؟ شاید یک دلیل برای این مسئله آن باشد که این‌گونه افراد می‌ترسند حقوق ماهیانه خود را از دست بدهند، آن‌ها نمی‌توانند ریسک، عدم اطمینان و فکر بی‌پولی را تحمل کنند دلیل دیگری که باعث می‌شود افراد کمی برای خود به‌صورت مستقل کار کنند، نبود سرمایه اولیه برای شروع کار است.

اکثر کارآفرینان رمز موفقیت خود را تلاش و پشتکار قوی می‌دانند. اکثر مردم می‌توانند به هدف‌هایی برسند که مشابه همان چیزی که می‌خواهند انجام دهند؛ اما کارآفرین کسی است که می‌تواند خود را برانگیزاند تا در کار خود بازدهی چنان بالایی داشته باشد که باید داشته باشند.

کارآفرینان نیز نیازمند انگیزه توفیق‌طلبی در سطح بالایی می‌باشند زیرا این نیاز، کارآفرین را تحریک می‌کند با آینده‌نگری شرکت‌های جدیدی تأسیس و به‌سوی رشد هدایت شوند. بر طبق نظر واینر و رابین نیز، نیاز زیاد به توفیق و نیاز به قدرت، با عملکرد بالای شرکت‌ها در ارتباط می‌باشد. همچنین تحقیقات انجام‌شده توسط مک کلند نشان می‌دهد، کسانی که دارای انگیزه قدرت بالاتری هستند، فعال‌ترند. (به نقل از پور داریانی، ۱۴۲: ۱۳۸۳-۸۳)

طبق نظریات مک کلند، افراد توفیق‌طلب، در راه رسیدن به اهداف و نسبت به عملکرد خود، به بازخورد مکرر و منظم زمانی، نیاز دارند و همچنین در موقعیت‌هایی که در آن‌ها، مسئولیت شخصی وجود دارد، بهتر کار می‌کنند (احمد پور داریانی، ۸۲: ۱۳۸۳؛ یارایی، ۱۳۸۳).

دراثر معتقد است که نیاز به پیشرفت با اعتقاد به منبع کنترل درونی رابطه دارد. فرضیه او این بود، افرادی که منبع کنترل درونی دارند، پیشرفت گراتر از کسانی هستند که منبع کنترل بیرونی دارند (به نقل از عابدی، ۱۳۸۴).

در حقیقت افرادی که دارای نیاز به توفیق بالا هستند، به توانایی خود برای تحت کنترل درآوردن نتایج تلاش‌هایشان اعتقاد دارند. کالیز و مور نیز معتقد می‌باشند که فردی که مخاطره سرمایه خود را بر عهده می‌گیرد، ضرورتاً یک کارآفرین نیست، بلکه یکسرمایه‌گذار می‌باشد؛ اما در مقابل فردی که شهرت، حیثیت و آبرو یا بخشی از یک سازمان بزرگ را در نتیجه فعالیت‌های کارآفرینانه خود، به خطر بیندازد، بعضی از پیش‌شرط‌های کارآفرینی را دارا می‌باشد.

مایرز نیز می‌گوید: رفتار کارآفرینی با تأسیس سازمان یا شرکت پایان می‌یابد و کارآفرین طی مراحل رشد، بلوغ و افول شرکت، نقش‌های دیگری را می‌پذیرد و یا اینکه کنترل سرمایه را به مدیریت حرفه‌ای می‌سپارد که این مسئله خود، رشد بیشتر را تضمین می‌کند. برای رشد بیشتر، شرکت به رهبری جدید همراه با انگیزه کاری بالاتر نیاز دارد (احمد پور داریانی، ۱۹: ۱۳۸۳-۲۴).

بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که افرادی که در ایران به‌عنوان کارآفرین کسب‌وکار جدیدی را بنیان‌گذاری می‌نمایند و مدیریت آن را عهده‌دار می‌شود، در اصل دارای همه ویژگی‌ها کارآفرینی نمی‌باشد. کارآفرینی برای آن‌ها تنها تا مرحله تأسیس شرکت معنی پیدا می‌کند درحالی‌که مسئله مهم، ادامه فرایند کارآفرینی و تقویت روحیه کارآفرینی می‌باشد. بدین معنی که تنها به دلیل برخورداری از انگیزه ریسک بالا و در اختیار داشتن سرمایه مالی لازم جهت راه‌اندازی یک کسب‌وکار، به این امر اقدام نکنند. ادامه فرایند کارآفرینی و تقویت آن یعنی، همواره در جستجوی فرصت‌ها بودن به‌منظور خلق و ایجاد ارزشی جدید؛ و پی تمام این‌ها افزایش و ارتقای سطح عملکرد و بهبود کارایی کارکنان می‌باشد.

منابع

- ابادری م، بابالحوائجی ف، نوشین فرد ف، ابادری ز، ۱۳۹۲، مطالعه متغیرهای جمعیت شناختی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی و تأثیر آن بر ویژگی‌ها روان‌شناختی کارآفرینی از دیدگاه مکتب انسان‌گرایانه، مطالعه موردی: واحدهای جامع دانشگاه آزاد اسلامی، فصلنامه دانش‌شناسی (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات) سال ۶، شماره ۲۱، تابستان ۱۳۹۲، ۳۵-۴۷
- احمدپور داریانی م، ۱۳۸۴. کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. انتشارات شرکت پردیس، چاپ پنجم، تهران: ۱۲۰ صفحه
- امامی میبیدی، ع، ۱۳۸۴، اصول اندازه‌گیری کارایی و بهره‌وری (علمی کاربردی)، چاپ دوم، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران، ص ۲۹۰
- پرداختچی، م، ۱۳۸۵، درآمدی بر کارآفرینی سازمانی، تهران: انتشارات ارسباران
- جلائی فر م؛ پورا احمد ع، ۱۳۹۴، بررسی رابطه ویژگی‌ها شخصیتی کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه‌های شهر بیرجند با دیدگاه آنان در خصوص جو کارآفرینی در کتابخانه، پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، سال ۵، شماره ۲، ۱۶۲-۱۴۴
- حاجی‌زاده ح، ۱۳۸۴. بررسی تأثیر ارتباطات اثربخش بر کارایی کارکنان گروه صنعتی فارس، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران
- درخشان مهر، علی و ابادری، محمدرضا و عظیمی خبازان، فنوش ۱۳۹۷، مطالعه و بررسی رابطه بین ویژگی‌ها شخصیتی کارآفرینی با کارایی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم، دانش‌شناسی، شماره ۴۰، بهار ۹۷، ۷۰-۵۸
- شاه‌حسینی، س، ۱۳۹۳. بررسی تأثیر ابعاد توانمندسازی بر یادگیری سازمانی کارکنان اداره کل بیمه تأمین اجتماعی استان آذربایجان غربی. کنفرانس بین‌المللی مدیریت اطلاعات و مهندسی صنایع
- مصلح شیرازی ع، ۱۳۹۱، بررسی تأثیر به‌کارگیری سیستم‌های مدیریت فرایندهای کسب‌وکار در سیستم‌های اطلاعات مدیریت سازمان‌های مدیریت بحران کشور، دومین کنفرانس ملی مدیریت
- ملک‌احمدی پ، پوربهرام ب، ۱۳۹۲. ارزیابی مقایسه‌های ویژگی‌ها روان‌شناختی مؤثر بر نگرش‌های کارآفرینی دانشجویان کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور. مجله کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۶(۱): ۲۲۴-۲۰۹.

- Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003), A theory of entrepreneurial opportunity identification and development, *Journal of Business Venturing*, 18(1),pp. 105-23
- Furnham, A., Bachtiar, V. (2008). Personality and intelligence as predictors of creativity, *Personality and Individual Differences*, 45 (7),pp. 613-617
- Gurol, Y., Atsan, N. (2006). "Entrepreneurial characteristics amongst university students some insights for entrepreneurship education and training in Turkey", *Education & Training* 48(1),pp.25-38
- Hisrich, R., Peters, M. (1998). *Entrepreneurship* (Forth Edition), New York: Mc Graw hill
- Hisrich, R.D. and Peters, M.R (1998), *Entrepreneurship*, 4th ed., Irwin McGraw-Hill, Boston, MA. Hoogenboom, R. and De Jong, K. (1993), "Stimulation of entrepreneurship in professional higher education in The Netherlands", paper presented at the Internationalising Entrepreneurship Education and Training Conference, Vienna, 5-7 July
- McKeran, D., Flannigan, E. (1996). *Shaping the entrepreneurial company*, Chalford: Management Books. Ltd