

بررسی رابطه‌ی منابع قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان

امین محمدی**

دکتر عبدالوهاب پورقاز*

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی رابطه‌ی منابع قدرت مدیران با کارآفرینی کارکنان می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان ۳۲ شعبه بانک ملی (حدوداً ۲۵۰ نفر) شهر زاهدان است، که از بین آنان ۱۵۵ نفر با روش خوشه‌ای - تصادفی انتخاب گردیدند. به منظور گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه‌ی سنجش منابع قدرت هینکین و شرایخیم (۱۹۸۹) و پرسشنامه‌ی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی که اقتباس شده از پرسشنامه‌ی استاندارد شده‌ی بین‌المللی مرکز کارآفرینی دانشگاه "دارهام" می‌باشد استفاده گردید. پایایی پرسشنامه‌ها با آلفای کرونباخ به ترتیب برابر با ۰/۸۲ و ۰/۷۴ محاسبه گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از میانگین، انحراف استاندارد، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شد. بررسی توصیفی داده‌ها حاکی از این است که منبع قدرت غالب در بین مدیران بانک ملی از دیدگاه کارکنان، قدرت مرجعیت است. همچنین در بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان نیز بالاترین میانگین مربوط به توفیق‌طلبی می‌باشد. تحلیل استنباطی داده‌ها نشان داد که بین منبع قدرت پاداش مدیران با تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و مرکز کنترل درونی کارکنان رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین بین منابع قدرت قانون و تخصص مدیران با خلاقیت و تحمل ابهام کارکنان؛ منبع قدرت مرجعیت مدیران با خلاقیت و توفیق‌طلبی کارکنان؛ و قدرت اجبار مدیران با استقلال‌طلبی کارکنان رابطه‌ی مستقیم و معناداری مشاهده شد. یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که منبع قدرت پاداش مدیران بیشترین نقش را در پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان دارد.

واژه‌های کلیدی: منابع قدرت، کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی، مدیران، کارکنان

* نویسنده مسئول - استادیار دانشگاه سیستان و بلوچستان

** کارشناس ارشد مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان

مقدمه

در عصر حاضر، پیشرفت‌های سریع در علم و فناوری، تحول‌ها و دگرگونی‌های زیادی در نظام‌های اجتماعی-اقتصادی به وجود آورده‌اند و موجب رویارویی سازمان‌ها با تحول‌های گسترده‌ای شده‌اند. این تحول‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهایی را پدید آورده‌اند که مواجهه با آنها نیازمند راه‌حل‌های خلاقانه است (ناظم، ۱۳۸۶). کارآفرینی قابلیت‌هایی است که می‌تواند نظام‌های امروزی را در این برهه حساس نجات داده و بقای آنها را تضمین کند (پرداختچی، ۱۳۸۵: ۱۲). از نقش کارآفرینی به عنوان موتور حرکت توسعه و پیشرفت اقتصادی یاد می‌شود. در واقع کارآفرینی عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های امروزی است؛ بطوری که در اکثر کشورهای توسعه یافته، سازمان‌ها در حال انتقال از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی هستند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰: ۲).

امروزه نیاز به مدیریت و رهبری، در همه زمینه‌های فعالیت‌های اجتماعی، محسوس و حیاتی است (علاقه‌بند، ۱۳۸۵). رهبری به عنوان یکی از وظایف کلیدی و مهم مدیریت به حساب می‌آید، زیرا سایر اجزای مدیریت نیز، باید در پرتو فکر، کار، ابداع و ابتکار آن شکل گیرند و پیاده شوند (اصغری، ۱۳۸۸). مدیر در نقش رهبر بر عملکرد گروهی تأثیر بسزایی دارد و به عنوان یک رکن اساسی در پیشبرد اهداف سازمان مطرح است. بدون شک قدرت یکی از راه‌هایی است که با آن رهبر و مدیر می‌توانند در رفتار پیروان خود نفوذ کنند. در واقع قدرت، ویژگی اساسی نقش یک مدیر بوده و زمینه اثربخشی او را در سازمان فراهم می‌سازد. مدیران در سازمان‌ها، واضعان خط‌مشی و صاحبان قدرت هستند و عملکرد سازمان‌ها با قدرت آنان در ارتباط است. مدیران با بکارگیری منابع قدرت می‌توانند زمینه رشد و تعالی یا زمینه انحراف و فساد سازمان را فراهم آورند و این امر به ماهیت وجودی و چگونگی استفاده از قدرت و منابع آن بستگی دارد (حقیقی، ۱۳۸۰: ۴۰۲).

بیان مسأله

در حال حاضر، با توجه به نقش کارآفرینان در رشد و شکوفایی صنعتی و اقتصادی کشورها و نیز با عنایت به مسایل و تنگنانهایی 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 & Cardozo & Ray, 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 را فعالیت یابند؛ و مهم‌تر از همه این که ساختارهای موجود اجازه دهند، کارآفرین ابزار وجود کند و بتواند توانایی‌هایش را به کار بندد. در این جا نقش مدیران سازمان از اهمیت بسزایی برخوردار است، چرا که مدیران سازمان می‌توانند با تاکید بر نوآوری و خلاقیت در روندهای موجود، موجب پرورش و تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان شوند (پرداختچی و همکاران، ۱۳۸۷). 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؟ بنابراین پژوهش حاضر به دنبال این است که رابطه منابع قدرت مدیران را با متغیرهایی همچون ویژگی‌های کارآفرینی کارکنان مورد ارزیابی و سنجش قرار دهد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

کارآفرینی در طی ۳۰ سال گذشته به یک رفتار مطلوب اجتماعی تبدیل شده است، به طوری که امروزه هدف بسیاری از کشورها، برنامه‌ریزی برای توسعه آن به‌عنوان یک تغییر اجتماعی است. ترویج کارآفرینی به دو دلیل مساله اصلی سیاست‌گذاران است: " تأثیر اقتصادی " و " ایده کارآفرینان به عنوان عاملان تغییر، رشد و نوآوری " (زاللی و همکاران، ۱۳۸۶). از نقش کارآفرینی به‌عنوان موتور حرکت توسعه اقتصادی یاد می‌شود و آن را عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری می‌دانند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰: ۲).

قدرت یکی از عمده‌ترین مفاهیمی است که ضمن معطوف ساختن تلاش‌های نظری و بنیادی، در تمام سطوح مدیریت و منابع انسانی از اهمیت زیادی برخوردار شده است (شمس، سموعی و پورریاحی، ۱۳۸۹). قدرت، به‌عنوان یکی از ابزارهای اساسی و عملی هر سازمان، محور درک رفتار سازمانی و فردی می‌باشد (Drea & Bruner & Hensel, 1993). در واقع، اهمیت قدرت از آن جا ناشی می‌شود که برای ایجاد هماهنگی در فعالیت‌های انسانی و

سازمان‌ها، عنصری مؤثر به شمار می‌آید (قاسمی، ۱۳۸۲: ۳۴۰). هرسی و بلانچارد^۱ قدرت را مسأله دنیای واقعی می‌دانند و رهبرانی که قدرت را می‌شناسند و می‌دانند چگونه آن را به کار ببرند از کسانی که نمی‌دانند یا آن را به کار نمی‌برند، اثربخش‌تر می‌دانند. از طرفی رهبر یا مدیر برای تأثیرگذاری بر افکار و اعمال دیگران ناگزیر به استفاده از قدرت است. با وجود درک اهمیت قدرت در نظریه و عمل مدیریت، هنوز هم دانش و شناخت بشر در مورد آن محدود و گاهی مبهم است. این مسأله به علت عدم شناخت کافی در مورد ماهیت موضوع قدرت و عوامل مرتبط با آن در سازمان است. با وجود این چون قدرت نقش عمده‌ای در مراوده‌ها و روابط موجود در جریان زندگی سازمانی دارد نمی‌توان از تأثیر آن در کنش‌های سازمانی به سادگی گذشت (استونر و همکاران^۲، ۱۳۸۹).

مروری بر پیشینه پژوهش

قدرت، توان بالقوه‌ای است که هر فرد دارا است تا به وسیله‌ی آن بر فرد یا افراد دیگر و همچنین توان تصمیم‌گیری آن‌ها اثرگذار باشد به گونه‌ای که افراد مجبور می‌شوند کاری را انجام دهند (Dunham & et al, 2002). فرنچ و روان^۳ قدرت را به عنوان توانایی یا توان بالقوه یک عامل (مدیر) برای تغییر رفتار، تمایلات، نگرش‌ها، عقاید و عواطف یا ارزش‌های یک هدف (کارکنان) تعریف می‌کنند (Cho, 2006) مهمترین تحلیل در ارتباط با مبانی قدرت به وسیله فرنچ و روان ارائه شده است. آنها پنج منبع قدرت در محیط‌های سازمانی شناسایی کرده‌اند که شامل: قدرت قانونی، قدرت پاداش، قدرت اجبار، قدرت مرجعیت و قدرت تخصص می‌باشد (مورهد و گریفین، ۱۳۸۶: ۳۸۲).

قدرت قانونی^۴؛ این قدرت از منصب سازمانی نشات می‌گیرد و بر جایگاه رسمی فرد تکیه دارد. بنابراین افرادی که می‌توانند به‌طور عمده و به علت برخورداری از اختیارات رسمی، همکاری دیگران را جلب نمایند، قدرت قانونی دارند (رضائیان، ۱۳۸۶: ۲۴). بنابراین، منشأ ایجاد این قدرت، سازمان است و میزان قدرت قانونی برحسب نوع سازمان تغییر می‌کند (مورهد و گریفین، ۱۳۸۶: ۳۸۲).

1- Hersy & Blanchard

2- Stoner & et al

3-French & Raven

4- Legitimate Power

قدرت مرجعیت^۱؛ ادراک افراد، از جاذب بودن تعامل با فرد خاص را قدرت مرجعیت آن فرد گویند. هرگاه کارکنان، ویژگی‌های خوبی مانند صداقت، امانت و رازداری را به رئیس خود نسبت دهند، گفته می‌شود، رئیس قدرت مرجعیت دارد (رضائیان، ۱۳۸۵: ۴۰۴).

قدرت تخصص^۲؛ قدرت تخصص یا مهارت، عبارت از توان کنترل رفتار دیگری از طریق داشتن دانش، تجربه یا قضاوتی است که وی ندارد، ولی نیاز دارد (رضائیان، ۱۳۸۵: ۴۰۴). هر قدر اطلاعات با اهمیت‌تر و منبع جایگزین برای کسب آن اطلاعات محدودتر باشند، قدرت تخصص بیشتر خواهد بود (مورهد و گریفین، ۱۳۸۶: ۳۸۵).

قدرت پاداش^۳؛ عبارت از توان فراهم آوردن چیزهایی است که افراد دوست دارند داشته‌باشند (رضائیان، ۱۳۸۵: ۴۰۵). این قدرت، برحسب درجه کنترل یک شخص بر پاداش‌هایی که برای دیگران با ارزش هستند، سنجیده می‌شود (مورهد و گریفین، ۱۳۸۶: ۳۸۴).

قدرت اجبار^۴؛ قدرت تنبیه یا اجبار، زمانی به‌وجود می‌آید که شخصی از توانایی تنبیه و یا وارد آوردن لطمه‌ی جسمی یا روانی به شخص دیگر برخوردار باشد. بنابراین، می‌توان گفت که این قدرت، بر پایه‌ی ترس و وحشت کارکنان قرار دارد و مبنای آن ترس یا تهدید است (رابینز، ۱۳۸۶: ۲۴۶).

واژه کارآفرینی^۵ ابتدا در زبان فرانسه ابداع شد (کریاسی و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۷) و از اصطلاح و کلمه فرانسوی "Entreprendre" به معنای «واسطه و دلال» و یا اصطلاح انگلیسی "To undertake" به معنای «متعهد شدن» اقتباس شده‌است (احمدپور داریانی و عزیز، ۱۳۸۳: ۴). هر چند اصطلاح کارآفرینی برای نخستین بار توسط "کانتیلیون"^۶ در قرن شانزدهم تعریف شده است، ولی شومپتر^۷ (۱۹۳۴) کاربرد عام اصطلاح کارآفرینی را در حوزه اقتصادی به "جان استوارت میل"^۸ (۱۸۴۸) نسبت می‌دهند. بعد از استوارت میل، شومپتر (۱۹۳۴) از منظر دیگری به کارآفرینی توجه داشته است وی به نوآوری و نقش آن در پویایی نظام‌های اقتصادی تاکید می‌کند (رعدی/افسوران، ۱۳۸۸).

- 1- Referent Power
- 2- Expert Power
- 3- Reward Power
- 4- Coercing Power
- 5- Entrepreneurship
- 6- Cantillon
- 7- Schumpeter
- 8- John Stewart Mill

در مطالعات کارآفرینی محققان عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه را به سه دسته عوامل اجتماعی، محیطی و فردی تقسیم‌بندی کرده‌اند. مدل عوامل اجتماعی، عواملی چون سابقه شخصی، سابقه فAMILI، طبقه‌ی شغلی، تجربیات اخیر زندگی، محیط رشد و ... را مهم می‌داند. در حالی که مدل عوامل محیطی به عوامل زمینه‌ای از قبیل ارزش پول، کاهش مالیات و مزایای غیر مستقیم، زمان‌بندی فرصت در فرایند مسیر شغلی و تأثیر شرایط بازار، تحول اجتماعی، حمایت اجتماعی و فرهنگ اقتصادی توجه دارد. از سوی دیگر، مدل عوامل فردی، که بطور گسترده به‌عنوان مدل ویژگی‌ها شناخته می‌شود، بر روی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان تمرکز می‌کند (Guroi & Atsan, 2006).

پیشینه‌ی مطالعات کارآفرینی نشان می‌دهد که مطالعات تجربی که مفروضات مکتب ویژگی‌های روانشناختی و مدل ویژگی‌هایش را دنبال می‌کنند در مقایسه با سایر مکاتب کارآفرینی رواج بیشتری داشته‌اند (Kruzic & Pavic, 2010). رویکرد ویژگی‌ها بر روی این فرض تأکید می‌کند که کارآفرینان دارای ویژگی‌ها، دیدگاه‌ها و ارزش‌هایی هستند که یک نیروی محرک برای آن‌ها فراهم می‌کنند و آن‌ها را از دیگران متمایز می‌سازند (Guroi & Atsan, 2006). در واقع، رویکرد ویژگی‌ها سعی در شناسایی توانایی‌های بالقوه‌ی کارآفرینان از طریق ارزیابی قابلیت‌های شخصی، ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه‌های کارآفرینانه دارد (Haase & Lautenschlager, 2010).

در پژوهش حاضر پس از بررسی جامع پیشینه‌ی مطالعات کارآفرینی از دیدگاه‌های مختلف، بویژه از منظر رویکرد ویژگی‌های شخصیتی ویژگی‌های زیر به‌عنوان مولفه‌های شخصیت کارآفرین انتخاب شدند:

- ۱- خلاقیت: خلاقیت هم شامل سلاست (توانایی خلق ایده‌ها) و هم ابتکار (پاسخ‌های جدید و غیرعادی) می‌باشد (Furnham & Bachtiar, 2008). ۲- توفیق‌طلبی: عبارت‌است از میل برای انجام کارهای سخت، سرآمد و برتر بودن، و بهتر عمل کردن نسبت به سایرین به‌منظور دستیابی به یک احساس پیشرفت شخصی (Cools & Broeck, 2008). ۳- مرکز کنترل درونی: عبارت‌است از عقیده فرد نسبت به این‌که رویدادها و وقایع زندگی‌اش، نتیجه مهارت‌ها، ویژگی‌ها و رفتارهای خودش و نه عوامل محیطی همچون شانس و تقدیر می‌باشد (Arslan & Dilmac & Hamarta, 2009).
- ۴- ریسک‌پذیری: عبارت‌است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند اشاره دارد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰: ۱۴). ۵- تحمل ابهام:

توانایی واکنش مثبت به موقعیت‌های مبهم و تصمیم‌گیری تحت شرایط مبهم و اطلاعات ناکافی می‌باشد (Gurol & Atsan, 2006). ۶- استقلال طلبی: استقلال طلبی را می‌توان به صورت عباراتی نظیر "کنترل داشتن بر سرنوشت خود"، "کاری را برای خود انجام دادن" و "آقای خود بودن" تعریف کرد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰: ۱۷).

نتایج پژوهش ترابیان (۱۳۸۵) نشان داد که منابع قدرت مدیران بر جو سازمانی تأثیر بسزایی دارد. همچنین نتایج نشان دادند که قدرت مرجعیت و تخصص دو منبع قدرت مهم برای مدیران محسوب می‌شوند. در این پژوهش منابع قدرت مدیران به ترتیب میزان استفاده عبارت بودند از: مرجعیت، تخصص، پاداش، قانون و اجبار.

یافته‌های پژوهش نوربخش و محمدی (۱۳۸۲) نشان دادند که قدرت غالب مدیران، قدرت تخصص است و منابع قدرت قانونی، مرجعیت، اجبار و پاداش به ترتیب در رده‌های بعد قرار دارند. فرنچ و روان از مطالعات خود نتیجه‌گیری کردند که زیردستان احتمالاً نسبت به سرپرستانی که قدرت تخصص، مرجعیت و قانونی را مورد استفاده قرار می‌دهند واکنش مثبتی نشان می‌دهند (Arthur, 2003).

لوتانز^۱ (۱۹۹۵) در تحقیقات خود به این نتیجه رسید که منابع قدرت مدیران با رضایت خاطر و عملکرد زیردستان ارتباط مستقیم دارد (سهرابی و همکاران، ۱۳۸۸).

در پژوهشی به منظور تأثیر توسعه مؤلفه‌های کارآفرینی (استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزه‌ی پیشرفت، مرکز کنترل درونی، اعتماد به نفس و خلاقیت) بر کارآفرینی، نتایج پژوهش نشان داد که رابطه‌ی مستقیمی بین این مؤلفه‌ها و توانایی کارآفرینی افراد وجود دارد (Howard, 2004).

سوال‌های پژوهش

- ۱- وضعیت منابع قدرت مدیران و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان چگونه است؟
- ۲- آیا بین منابع قدرت مدیران و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۳- آیا منابع قدرت مدیران، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان را پیش بینی می‌کند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر، از نوع "کاربردی" و با توجه به ماهیت موضوع و هدف‌های پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. با توجه به اینکه در این پژوهش، منابع قدرت مدیران از دیدگاه کارکنان بانک ملی بررسی می‌شود، لذا کلیه کارکنان لیسانس و بالاتر ۳۲ شعبه بانک ملی شهر زاهدان ($N = 250$) جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای-تصادفی تعداد ۱۵۵ نفر جهت بررسی انتخاب گردیدند. حجم نمونه آماری با فرمول کرجسی و مورگان^۱ برآورد شد.

به‌منظور گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه استفاده شد: ۱- پرسشنامه‌ی منابع قدرت: برای سنجش منابع قدرت مدیران از پرسشنامه هینکین و شرایخیم^۲ (۱۹۸۹)، که منابع قدرت مدیران را از دیدگاه کارکنان تحت نظر آنها مورد سنجش قرار می‌دهد، استفاده شد. سوال‌های این پرسشنامه ۵ منبع قدرت فرنج و روان را در قالب ۲۰ پرسش و بر روی یک مقیاس لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی موافق تا خیلی مخالف مورد سنجش قرار می‌دهد. پرسشنامه‌ی مذکور توسط حسین عابدی (۱۳۸۵) در پژوهشی اجرا و همبستگی نتایج حاصله از آزمون مجدد با آزمون اولیه با استفاده از ضریب گشتاوری پیرسون مورد بررسی قرار گرفت. ضریب پایایی برای هر یک از منابع قدرت، قانونی ۰/۸۳، تخصص ۰/۷۹، مرجعیت ۰/۸۹، اجبار ۰/۷۵ و پاداش ۰/۷۸ بدست آمد. در پژوهش حاضر، اعتبار پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید و آلفا برابر با ۰/۸۲ بدست آمد، همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از منابع قدرت پاداش ۰/۶۷، قانونی ۰/۷۱، تخصص ۰/۷۸، مرجعیت ۰/۷۴ و اجبار ۰/۶۷ محاسبه گردید. ۲- پرسشنامه‌ی سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی: برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان از پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه با اقتباس از پرسشنامه‌ی استاندارد شده‌ی بین المللی مرکز کارآفرینی دانشگاه "دارهام" که در کشورهای مختلف هند، مالزی و انگلیس آزمون شده و در رساله‌ی دکترای احمدپور داریانی (۱۳۷۷) در دانشگاه تربیت مدرس مورد استفاده قرار گرفته و با بهره‌گیری از نظر صاحب‌نظران این رشته طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۲۴ سوال است که ۶ ویژگی شخصیتی کارآفرینان را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و پاسخ هر سوال روی یک مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای از خیلی زیاد (۵) تا خیلی کم (۱) نمره‌گذاری می‌شود. در

1- Krejcie & Morgan

2- Hinkin & Schriesheim

این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۴، محاسبه گردید و مقدار آلفا برای هر یک از ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت ۰/۶۶، ریسک‌پذیری ۰/۷۶، توفیق‌طلبی ۰/۵۳، استقلال‌طلبی ۰/۶۳، مرکز کنترل‌درونی ۰/۶۵ و تحمل ابهام ۰/۷۴ می‌باشد.

در پژوهش حاضر، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، متناسب با سوال‌های پژوهش از روش‌های آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آزمون‌های استنباطی (آزمون t تک گروهی، ضریب همبستگی و رگرسیون چند متغیره گام به گام) استفاده گردید. درضمن تمام محاسبات آماری با کمک نرم افزار spss انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

سوال اول: وضعیت منابع قدرت مدیران و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان چگونه است؟

در جدول (۱)، خلاصه‌ای از توزیع آماری میانگین و انحراف استاندارد نمرات حاصل از منابع قدرت مورد استفاده‌ی مدیران ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که قدرت مرجعیت (۱۷/۲۴) بیشترین و قدرت اجبار (۷/۹۹) کمترین میانگین را در بین منابع قدرت مورد استفاده‌ی مدیران به خود اختصاص داده است. با توجه به میانگین‌های بدست آمده منابع قدرت مدیران به ترتیب از بیشترین به کمترین عبارت است از: مرجعیت، قانونی، تخصص، پاداش و اجبار. نتایج جدول همچنین حاکی از این است که میانگین منابع مرجعیت، مشروع، تخصص و پاداش بصورت معناداری در سطح ۹۹ درصد بالاتر از متوسط یعنی نمره ۱۲ بوده، اما منبع اجبار در همین سطح بصورت معناداری از متوسط پایین تر می‌باشد ($P < 0.01$).

جدول ۱: نتایج آزمون t تک گروهی در ارتباط با منابع قدرت مورد استفاده‌ی مدیران

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	df	Sig.
قانونی	۱۵۵	۱۶/۹۶	۱/۴۵	۴۲/۶۶	۱۵۴	۰/۰۰۰
پاداش	۱۵۵	۱۴/۰۰۴	۲/۰۷	۱۲/۰۴	۱۵۴	۰/۰۰۰
اجبار	۱۵۵	۷/۹۹	۱/۶۲	-۳۰/۸۴	۱۵۴	۰/۰۰۰
تخصص	۱۵۵	۱۶/۷۴	۱/۸۲	۳۲/۴۵	۱۵۴	۰/۰۰۰
مرجعیت	۱۵۵	۱۷/۲۴	۱/۶۳	۳۹/۹۲	۱۵۴	۰/۰۰۰

test value = ۱۲

در جدول (۲)، خلاصه‌ای از توزیع آماری میانگین و انحراف استاندارد نمرات حاصل از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که در بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان، توفیق‌طلبی (۱۶/۳۵) بیشترین و استقلال‌طلبی (۱۱/۱۷) کمترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به میانگین‌های بدست آمده ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی در کارکنان به ترتیب از بیشترین به کمترین عبارتند از: توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، خلاقیت، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و استقلال‌طلبی. نتایج جدول همچنین حاکی از این هستند که میانگین ویژگی‌های شخصیتی توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، خلاقیت و ریسک‌پذیری بصورت معناداری در سطح ۹۹ درصد بالاتر از متوسط یعنی نمره ۱۲ بوده و ویژگی استقلال‌طلبی در همین سطح بصورت معناداری از متوسط پایین‌تر می‌باشد ($P < 0.01$). اما در ویژگی تحمل ابهام در سطح ۹۵ درصد معنا دار نبود ($P < 0.05$)، یعنی این ویژگی در حدود متوسط نمره تست یعنی ۱۲ می‌باشد.

جدول ۲: نتایج آزمون t تک گروهی در ارتباط با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	df	Sig.
خلاقیت	۱۵۵	۱۴/۸۲	۲/۳۱	۱۵/۲۲	۱۵۴	۰/۰۰۰
ریسک‌پذیری	۱۵۵	۱۵/۱۹	۲/۷۵	۱۴/۴۴	۱۵۴	۰/۰۰۰
توفیق‌طلبی	۱۵۵	۱۶/۳۹	۲/۳۰	۲۳/۵۹	۱۵۴	۰/۰۰۰
استقلال‌طلبی	۱۵۵	۱۱/۱۷	۳/۷۰	-۲/۷۸	۱۵۴	۰/۰۰۶
کنترل درونی	۱۵۵	۱۵/۳۷	۲/۵۰	۱۶/۷۹	۱۵۴	۰/۰۰۰
تحمل ابهام	۱۵۵	۱۲/۲۵	۲/۸۰	۱/۰۹	۱۵۴	۰/۲۷۷

test value = ۱۲

سوال دوم: آیا بین منابع قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان رابطه‌ی وجود دارد؟ در جدول (۳) نتایج مربوط به آزمون همبستگی بین منابع قدرت مورد استفاده‌ی مدیران با کارآفرینی کارکنان‌شان و ویژگی‌های آن نشان داده شده‌اند.

جدول ۳: نتایج آزمون ضریب همبستگی بین منابع قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان

متغیرها	قدرت پاداش		قدرت قانونی		قدرت تخصص		قدرت مرجعیت		قدرت اجبار	
	<i>sig</i>	<i>r</i>	<i>sig</i>	<i>r</i>	<i>sig</i>	<i>r</i>	<i>sig</i>	<i>r</i>	<i>sig</i>	<i>r</i>
خلاقیت	۰/۰۵۶	۰/۱۵۴	۰/۰۰۵	۰/۲۲۵	۰/۰۰۲	۰/۲۴۵	۰/۰۰۱	۰/۲۷۲	۰/۲۲۰	-۰/۰۹۹
ریسک‌پذیری	۰/۰۰۰	۰/۳۰۷	۰/۰۵۲	۰/۱۵۶	۰/۰۶۴	۰/۱۴۹	۰/۰۸۱	۰/۳۱۵	۰/۰۹۲	-۰/۱۳۶
توفیق‌طلبی	۰/۰۰۱	۰/۲۵۶	۰/۰۷۳	۰/۳۶۴	۰/۱۹۲	۰/۱۰۵	۰/۱۶۰	۰/۰۴۷	۰/۲۲۶	-۰/۰۹۸
استقلال‌طلبی	۰/۰۶۵	۰/۱۴۹	۰/۰۰۹	۰/۹۱۴	۰/۰۴۱	۰/۶۱۵	۰/۱۲۲	۰/۱۳۱	۰/۰۱۵	۰/۱۹۴
کنترل‌درونی	۰/۰۰۲	۰/۲۴۸	۰/۱۰	۰/۲۱۶	۰/۰۶۵	۰/۴۲۱	۰/۱۲۶	۰/۱۱۹	۰/۸۱۸	۰/۰۱۹
تحمل ابهام	۰/۰۰۰	۰/۳۴۶	۰/۰۴۹	۰/۱۵۸	۰/۰۳۸	۰/۱۶۷	۰/۱۴۰	۰/۰۸۲	۰/۵۷۸	۰/۰۴۵

N = ۱۵۵

نتایج آزمون همبستگی حاکی از این است که بین منبع قدرت پاداش مدیران با ویژگی‌های شخصیتی تحمل ابهام با ($r = ۰/۳۴۶$)، ریسک‌پذیری کارکنان با ($r = ۰/۳۰۷$)، توفیق‌طلبی با ($r = ۰/۲۵۶$) و مرکز کنترل درونی کارکنان با ($r = ۰/۲۴۸$)، در سطح ۰/۹۹ ($p < ۰/۰۱$) رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. درحالی‌که بین قدرت پاداش مدیران با ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت و استقلال‌طلبی رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد (جدول ۳).

بر مبنای نتایج آزمون همبستگی بین منبع قدرت قانونی مدیران با ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت با ($r = ۰/۲۲۵$)، در سطح ۰/۹۹ ($p < ۰/۰۱$) و تحمل ابهام با ($r = ۰/۱۵۸$) در سطح ۰/۹۵ ($p < ۰/۰۵$) رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. درحالی‌که بین قدرت قانونی مدیران با سایر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد (جدول ۳).

بر مبنای نتایج آزمون همبستگی بین منبع قدرت تخصص مدیران با ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت با ($r = ۰/۲۴۵$)، در سطح ۰/۹۹ ($p < ۰/۰۱$) و تحمل ابهام با ($r = ۰/۱۶۷$) در سطح ۰/۹۵ ($p < ۰/۰۵$) رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. درحالی‌که بین قدرت تخصص مدیران با سایر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد (جدول ۳).

بر مبنای نتایج آزمون همبستگی بین منبع قدرت مرجعیت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت کارکنان با ($r = ۰/۲۷۲$) در سطح ۰/۹۹ ($p < ۰/۰۱$) و توفیق‌طلبی با

($r = 0/160$) در سطح ۹۵٪ ($p < 0/05$) رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. درحالی‌که بین قدرت مرجعیت مدیران با سایر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد (جدول ۳).

بر مبنای نتایج آزمون همبستگی بین منبع قدرت اجبار مدیران با ویژگی‌های شخصیتی استقلال‌طلبی کارکنان با ($r = 0/194$)، در سطح ۹۵٪ ($p < 0/05$) رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. درحالی‌که بین قدرت اجبار مدیران با سایر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد (جدول ۳).
سوال سوم) آیا منابع قدرت مدیران، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان را پیش‌بینی می‌کند؟

به منظور پاسخگویی به این سوال از تحلیل رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام بهره گرفته شد. نتایج جدول (۴) در بررسی اولویت متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ی ویژگی شخصیتی خلاقیت کارکنان نشان می‌دهد که از بین منابع قدرت فقط، منبع قدرت مرجعیت مدیران توانسته خلاقیت کارکنان را پیش‌بینی کند. ضریب تعیین $0/068$ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که $6/8$ درصد از تغییرات خلاقیت کارکنان (متغیر ملاک) توسط منبع قدرت مرجعیت تبیین می‌شود. رابطه‌ی منبع قدرت مرجعیت مدیران با ویژگی شخصیتی خلاقیت کارکنان در سطح ۹۹٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده $0/272$ می‌باشد.

جدول ۴: نتایج رگرسیون چند متغیره گام به گام برای پیش‌بینی خلاقیت کارکنان

گام	متغیر	R	R^2_{Adj}	F	Sig	Beta	t	Sig
اول	قدرت مرجعیت	0/272	0/068	12/25	0/001	0/272	4/32	0/000

در جدول (۵) در بررسی اولویت متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ی ویژگی شخصیتی ریسک‌پذیری کارکنان مشاهده می‌شود که منبع قدرت پاداش مدیران، توانسته ویژگی ریسک‌پذیری کارکنان را پیش‌بینی کند. ضریب تعیین $0/088$ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که $8/8$ درصد از تغییرات ریسک‌پذیری (متغیر ملاک) توسط منبع قدرت پاداش تبیین می‌شود. رابطه‌ی منبع قدرت پاداش مدیران با ریسک‌پذیری کارکنان در سطح ۹۹٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده $0/307$ می‌باشد.

جدول ۵: نتایج رگرسیون چند متغیره گام به گام برای پیش‌بینی ریسک‌پذیری کارکنان

گام	متغیر	R	R^2_{Adj}	F	Sig	Beta	t	Sig
اول	قدرت پاداش	۰/۳۰۷	۰/۰۸۸	۱۲/۲۵	۰/۰۰۰	۰/۳۰۷	۶/۵۵	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره (۶) در بررسی اولویت‌های متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ی ویژگی شخصیتی توفیق‌طلبی کارکنان نشان داد که منبع قدرت پاداش مدیران ویژگی توفیق‌طلبی کارکنان را پیش‌بینی کرده است. ضریب تعیین ۰/۰۵۹ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که ۵/۹ درصد از تغییرات توفیق‌طلبی (متغیر ملاک) توسط قدرت پاداش تبیین می‌شود. رابطه‌ی منبع قدرت پاداش مدیران با توفیق‌طلبی کارکنان در سطح ۹۹٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده ۰/۲۵۶ می‌باشد.

جدول ۶: نتایج رگرسیون چند متغیره گام به گام برای پیش‌بینی توفیق‌طلبی کارکنان

گام	متغیر	R	R^2_{Adj}	F	Sig	Beta	t	Sig
اول	قدرت پاداش	۰/۲۵۶	۰/۰۵۹	۱۰/۶۹	۰/۰۰۱	۰/۲۵۶	۱۰/۰۹	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره (۷) در بررسی اولویت‌های متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ی ویژگی شخصیتی استقلال‌طلبی کارکنان نشان می‌دهد که در گام اول منبع قدرت اجبار مدیران بیشترین پیش‌بینی را از استقلال‌طلبی کارکنان داشته است. ضریب تعیین ۰/۰۳۱ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که ۳/۱ درصد از تغییرات استقلال‌طلبی (متغیر ملاک) توسط منبع قدرت اجبار تبیین می‌شود. رابطه‌ی منبع قدرت اجبار مدیران با استقلال‌طلبی کارکنان در سطح ۹۵٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده ۰/۱۹۴ می‌باشد. در گام دوم، منبع قدرت مرجعیت مدیران، وارد الگوی پیش‌بینی استقلال‌طلبی کارکنان شده است. ضریب تعیین ۰/۰۸۰ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که ۸/۰ درصد از تغییرات استقلال‌طلبی توسط منابع قدرت اجبار و مرجعیت مدیران، تبیین می‌شود. یعنی منبع قدرت مرجعیت مدیران توانسته به تنهایی ۴/۹ درصد به پیش‌بینی تغییرات مؤلفه‌ی استقلال‌طلبی کارکنان کمک کند. رابطه‌ی منبع قدرت مرجعیت مدیران، با استقلال‌طلبی کارکنان در سطح ۹۹٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده ۰/۲۵۹ می‌باشد.

جدول ۷: نتایج رگرسیون چندمتغیره گام به گام برای پیش‌بینی استقلال‌طلبی کارکنان

گام	متغیر	R	R ² _{Adj}	F	Sig	Beta	t	Sig
اول	قدرت اجبار	۰/۱۹۴	۰/۰۳۱	۵/۹۹	۰/۰۱۵	۰/۱۹۴	۵/۱۷	۰/۰۰۰
دوم	قدرت اجبار + قدرت مرجعیت	۰/۳۰۳	۰/۰۸۰	۷/۶۷	۰/۰۰۱	۰/۳۰۹	۳/۵۸	۰/۰۰۰
						۰/۲۵۹	۳/۰۰۵	۰/۰۰۳

در جدول شماره (۸) در بررسی اولویت‌های متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ی ویژگی شخصیتی مرکز کنترل درونی کارکنان مشاهده گردید که از بین منابع قدرت تنها، منبع قدرت پاداش مدیران توانسته مرکز کنترل درونی کارکنان را پیش‌بینی کند. ضریب تعیین ۰/۰۵۵ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که ۵/۵ درصد از تغییرات مرکز کنترل درونی (متغیر ملاک) توسط منبع قدرت پاداش، تبیین می‌شود. رابطه‌ی منبع قدرت پاداش مدیران، با مرکز کنترل درونی کارکنان در سطح ۰/۹۹٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده ۰/۲۴۸ می‌باشد.

جدول ۸: نتایج رگرسیون چندمتغیره گام به گام برای پیش‌بینی مرکز کنترل درونی کارکنان

گام	متغیر	R	R ² _{Adj}	F	Sig	Beta	t	Sig
اول	قدرت پاداش	۰/۲۴۸	۰/۰۵۵	۱۰/۰۳	۰/۰۰۲	۰/۲۴۸	۸/۳۵	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره (۹) در بررسی اولویت‌های متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ی ویژگی شخصیتی تحمل ابهام کارکنان نشان می‌دهد که در گام اول منبع قدرت پاداش مدیران بیشترین پیش‌بینی را از تحمل ابهام کارکنان داشته است. ضریب تعیین ۰/۱۱۴ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که ۱۱/۴ درصد از تغییرات تحمل ابهام (متغیر ملاک) توسط منبع قدرت پاداش تبیین می‌شود. رابطه‌ی منبع قدرت پاداش مدیران با تحمل ابهام کارکنان در سطح ۰/۹۹٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده ۰/۳۴۶ می‌باشد. در گام دوم، منبع قدرت اجبار مدیران، وارد الگوی پیش‌بینی تحمل ابهام کارکنان شده است. ضریب تعیین ۰/۱۳۶ بین دو متغیر ملاک و پیش‌بین نشان دهنده‌ی این است که ۱۳/۶ درصد از تغییرات تحمل ابهام توسط منابع قدرت پاداش و اجبار مدیران، تبیین می‌شود. یعنی منبع قدرت اجبار مدیران توانسته به تنهایی ۲/۲ درصد به پیش‌بینی تغییرات

مولفه‌ی تحمل ابهام کارکنان کمک کند. رابطه‌ی منبع قدرت اجبار مدیران، با تحمل ابهام کارکنان در سطح ۹۹٪ معنی‌دار و مقدار بتای محاسبه شده ۰/۱۷۴ می‌باشد.

جدول ۹: نتایج رگرسیون چند متغیره گام به گام برای پیش بینی تحمل ابهام کارکنان

گام	متغیر	R	R ² Adj	F	Sig	Beta	t	Sig
اول	قدرت پاداش	۰/۳۴۶	۰/۱۱۴	۲۰/۸۶	۰/۰۰۰	۰/۳۴۶	۴/۵۷	۰/۰۰۰
	قدرت پاداش+	۰/۳۸۳	۰/۱۳۶	۱۳/۱	۰/۰۰۰	۰/۴۰۲	۵/۰۸	۰/۰۰۰
	قدرت اجبار					۰/۱۷۴	۲/۱۹۶	۰/۰۳۰

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اساسی پژوهش حاضر، بررسی رابطه‌ی منابع قدرت مدیران و کارآفرینی کارکنان بانک ملی می‌باشد. در زمینه‌ی منابع قدرت مورد استفاده مدیران، یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که از پنج منبع قدرت مورد مطالعه، قدرت مرجعیت، قانونی و تخصص، منابع قدرت غالب و مسلط می‌باشند. به عبارت دیگر، قدرت مرجعیت که ناشی از فرهمنندی یا جاذبه شخصی مدیر می‌باشد و اغلب با اعتماد، تشابه، پذیرش، محبت، میل به تقلید و تعلق‌های روحی از سوی مرئوسان همراه است، بیش از سایر منابع قدرت، توسط مدیران مورد استفاده قرار می‌گیرد. قدرت قانونی که در آن مدیر با استفاده از قانون به جهت‌دهی رفتار و نفوذ در مرئوسان می‌پردازد، و قدرت تخصص که با کاردانی و مهارت مدیر همراه است، نیز دو منبع قدرتی هستند که پس از قدرت مرجعیت، بیشتر مورد استفاده‌ی مدیران قرار می‌گیرند. بطور کلی، از دیدگاه کارکنان منابع قدرت مورد استفاده مدیران به ترتیب اولویت شامل: مرجعیت، قانونی، تخصص، پاداش و اجبار می‌باشند. در تایید نتایج فوق، یافته‌های پژوهش ترابیان (۱۳۸۵) نشان داد که قدرت مرجعیت و تخصص دو منبع مهم برای مدیران محسوب می‌شوند. همچنین یافته‌های پژوهش نوربخش و محمدی (۱۳۸۲) نشان دادند که قدرت غالب مدیران، قدرت تخصص است و منابع قدرت قانونی، مرجعیت، اجبار و پاداش به ترتیب در رده‌های بعد قرار دارند.

یافته‌های پژوهش در زمینه ویژگی‌های کارآفرینی کارکنان نشان داد که در بین ویژگی‌های کارآفرینی، توفیق‌طلبی بالاترین میانگین را به خود اختصاص داده است. این نشان می‌دهد که اغلب کارکنان جامعه مورد بررسی از توفیق‌طلبی بالایی برخوردار هستند. بدین معنی که آنها ترجیح می‌دهند تا به طور شخصی مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی خود برعهده گیرند. این افراد در کارهای چالش برانگیز کارآیی بیشتری از خود نشان می‌دهند و در زمینه‌ی یافتن راه‌های جدیدتر و بهتر جهت بهبود عملکردشان

خلاق می‌باشند. نتایج همچنین نشان می‌دهد که پس از ویژگی توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است. به این معنی که کارکنان جامعه مورد بررسی اغلب تمایل دارند تا پیامدهای وقایع را به نتایج مهارت‌ها، ویژگی‌ها و رفتارهای خود و نه شرایط بیرونی چون شانس و تقدیر نسبت می‌دهند. نتایج پژوهش همچنین نشان می‌دهند که کارکنان جامعه مورد بررسی از تحمل ابهام و به‌ویژه استقلال‌طلبی پایینی برخوردار هستند. بدین معنی که اغلب کارکنان، توانایی لازم را برای شناسایی و تحلیل وضعیت‌های مبهم و ساخت‌نیافته ندارند و اغلب تمایل دارند تا موقعیت مبهم را به عنوان یک تهدید و خطر تفسیر کنند و با آن به شیوه کلیشه‌ای برخورد کنند. میانگین پایین ویژگی استقلال‌طلبی نیز نشانگر این است که کارکنان جامعه مورد بررسی اغلب تمایل دارند تا در انجام کارها از دیگران کمک بگیرند و علاقه ندارند که خودشان کارها را به تنهایی به سرانجام برسانند. آنها همچنین تمایل به پیروی و دنبال کردن دستورات کاری ابلاغی و خود رای نبودن دارند. در واقع این رفتارها بیانگر آن است که به دلایل مختلف، از جمله فرهنگ حاکم بر جامعه، کارکنان به صورت افراد وابسته و نه مستقل پرورش یافته و بزرگ می‌شوند.

با استناد به یافته‌های پژوهش در زمینه‌ی رابطه‌ی بین منابع قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان آشکار شد که:

- ۱- بین منبع قدرت پاداش مدیران و ویژگی‌های شخصیتی تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و مرکز کنترل درونی کارکنان رابطه‌ی معنادار و مستقیمی وجود دارد. بنابراین، کارکنانی که مدیران آنها اغلب از قدرت پاداش و تشویق استفاده می‌کنند از تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و مرکز کنترل درونی بالایی برخوردار می‌باشند.
- ۲- بین منبع قدرت قانونی و قدرت تخصص مدیران با ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت و تحمل ابهام کارآفرینانه کارکنان رابطه‌ی معنادار و مستقیمی وجود دارد. لذا، کارکنانی که مدیران آنها از قدرت قانونی و قدرت تخصص استفاده می‌کنند از خلاقیت و تحمل ابهام بالایی برخوردار می‌باشند.
- ۳- بین منابع قدرت مرجعیت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت و توفیق‌طلبی کارکنان رابطه‌ی معنادار و مستقیمی وجود دارد، یعنی اینکه مدیرانی که اغلب از قدرت مرجعیت استفاده می‌کنند کارکنانشان از خلاقیت و توفیق‌طلبی بالاتری برخوردار هستند.
- ۴- بین منبع قدرت اجبار مدیران با ویژگی‌های کارآفرینی استقلال‌طلبی کارکنان را رابطه‌ی معنادار و مستقیمی وجود دارد، بدین معنی که کارکنان مدیرانی که اغلب از قدرت اجبار استفاده می‌کنند از استقلال‌طلبی بالایی برخوردار هستند.

یافته‌های حاصل از رگرسیون گام به گام نشان داد که منابع قدرت مدیران، قدرت پیش بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان را دارند. در این میان منبع قدرت پاداش مدیران، بیشترین نقش را در پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان داشته است، بطوری که این منبع قدرت به تنهایی ویژگی‌های شخصیتی تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، توفیق-طلبی و مرکز کنترل درونی کارکنان را پیش‌بینی می‌کند. بعد از این منبع، قدرت مرجعیت مدیران بیشترین نقش را در پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان داشته است و توانسته ویژگی‌های شخصیتی خلاقیت و استقلال‌طلبی کارکنان را پیش‌بینی کند. نتایج همچنین نشان می‌دهد که منبع قدرت اجبار مدیران، توانسته ویژگی‌های استقلال‌طلبی و تحمل ابهام کارکنان را پیش‌بینی کند.

امروزه سازمان‌ها برای بقاء و توسعه خود و دستیابی به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت خود نیاز به افراد خلاق و کارآفرین دارند. سازمان‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که مدیران و کارکنان خلاق و کارآفرین دارند، چرا که افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی به عهده داشته و منشاء تحولات بزرگ در زمینه‌های علمی، صنعتی و خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌گردند. در چنین شرایطی، ایجاد فضا و بستر مناسب برای رشد و پرورش کارآفرینی در سازمان 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. در این زمینه ساختار و منابع قدرت مدیران به دلیل تأثیر مستقیم بر فعالیت‌های سازمان و کارکنان از اهمیت خاصی برخوردار است. لوتانز^۱ (۱۹۹۵) در تحقیقات خود به این نتیجه رسید که منابع قدرت مدیران با عملکرد کارکنان ارتباط مستقیم دارد. در تأیید نتیجه فوق یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان داد که منابع قدرت مورد استفاده مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان مرتبط است. بنابراین مدیران می‌توانند با به کارگیری مناسب ابزار و منابع قدرت زمینه رشد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان را فراهم و به تبع آن به ایجاد و گسترش کارآفرینی در سازمان کمک نمایند.

منابع فارسی

- ۱- احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۰). کارآفرینی «تعاریف، نظریات و الگوها»، تهران: انتشارات پردیس.
- ۲- احمد پورداریانی، محمود و محمد عزیزی (۱۳۸۳). «کارآفرینی»، تهران: مؤسسه فرهنگی و انتشارات محراب قلم.
- ۳- استونر جیمز ای. اف؛ فری من آر. ادوارد و گیلبرت دانیل، آر. (۱۳۸۹). مدیریت: سازماندهی، رهبری و کنترل، سید محمد اعرابی و علی پارسائیان (مترجم)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۴- اصغری، جمشید (۱۳۸۸). مبانی سازمان و مدیریت، تهران: انتشارات اشراقی.
- ۵- پرداختچی، محمدحسن (۱۳۸۵). درآمدی بر کارآفرینی سازمانی، تهران: انتشارات ارسباران.
- ۶- پرداختچی، محمدحسن؛ حیدری، محمود و شفیع‌زاده، حمید. (۱۳۸۷). بررسی اثربخشی مدیریت در زمینه‌سازی برای بروز و پرورش کارآفرینی. پیام مدیریت، شماره ۲۶، ۷۱-۱۰۰.
- ۷- ترابیان، سارا (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین منابع قدرت مورد استفاده مدیران و جو سازمانی در دبیرستان‌های دولتی دخترانه شهر کرمان از دیدگاه دبیران. پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید بهشتی.
- ۸- حقیقی، محمد علی (۱۳۸۰). مدیریت رفتار سازمانی، تهران: نشر ترمه.
- ۹- رابینز، استیفن پی (۱۳۸۶). مبانی رفتار سازمانی، ترجمه: علی پارسایان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۱۰- رضاییان، علی (۱۳۸۶). مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته)، تهران: سمت، چاپ دوم.
- ۱۱- رضاییان، علی (۱۳۸۵). مبانی مدیریت رفتار سازمانی، تهران: سمت، چاپ هفتم.
- ۱۲- رعدی افسوران، نقی (۱۳۸۸). مطالعه استعداد‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی و توسعه منطقه‌ای، زاهدان.
- ۱۳- زالی، محمدرضا؛ مدهوشی، مهرداد؛ کردنائیج، اسدالله (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران)، فصلنامه مدرس علوم انسانی (ویژه- نامه مدیریت)، ۱۱(۳)، صص ۸۱-۱۱۲.

- ۱۴- سهرابی، نفیسه؛ شاه‌طالبی، بدری و احمدی غلامرضا (۱۳۸۸). رابطه بین منابع قدرت مدیر و انواع فرهنگ سازمانی در مدارس متوسطه و راهنمایی شهر خمین. فصلنامه دانش و پژوهش در علوم تربیتی، ۶(۲۱)، صص ۷۹-۱۰۰.
- ۱۵- شمس، اسداله؛ سموعی، راحله و پورریاحی، حبیبه (۱۳۸۹). بررسی رابطه‌ی بین میزان مشارکت کاری کارکنان و منابع پنج‌گانه قدرت مدیران در بیمارستان‌های دولتی شهر اصفهان، مدیریت اطلاعات سلامت، ۷(ویژه‌نامه)، صص ۵۷۷-۵۸۵.
- ۱۶- عابدی، حسین (۱۳۸۵). بررسی رابطه هوش هیجانی و منابع قدرت مدیران متوسطه شهرستان نیشابور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- ۱۷- علاقه‌بند، علی (۱۳۸۵). مبانی نظری و اصول مدیریت آموزشی، تهران: نشر روان، چاپ هیجدهم.
- ۱۸- قاسمی، بهروز (۱۳۸۲). تئوری‌های رفتار سازمانی، تهران: هیأت، چاپ اول.
- ۱۹- کرباسی، علی؛ ولدخانی، محمد؛ شرافت، مهرداد و عظیم‌زادگان، حامد. (۱۳۸۱). مروری بر ادبیات کارآفرینی. فصلنامه صنایع، شماره ۳۳، صص ۲۷-۳۲.
- ۲۰- مورهد، گری‌گوری و گریفین، ریگی (۱۳۸۶). رفتار سازمانی، ترجمه: سیدمهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، تهران: مروارید، چاپ یازدهم.
- ۲۱- ناظم، فتاح. (۱۳۸۶). کارآفرینی مدیران و مولفه‌های آن در مناطق مختلف دانشگاه آزاد اسلامی. فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، ۲(۲)، ۱۱-۳۳.
- ۲۲- نوربخش، مهوش و محمدی، سردار (۱۳۸۲). بررسی رابطه سبک‌های رهبری با منابع قدرت در مدیران دانشکده‌های تربیت بدنی کشور از دیدگاه اعضای هیئت علمی، نشریه حرکت، شماره ۱۹، صص ۱۰۹-۱۲۴.
- ۲۳- هرسی، پال و بلانچارد، کنت (۱۳۸۰). مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه: قاسم کبیری، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.

منابع انگلیسی

- 1-Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), pp. 105-23.
- 2-Arslan, C., Dilmac, B., Hamarta, E. (2009). Coping with stress and trait anxiety in terms of locus of control: a study with Turkish university students. *Social behavior and personality*, 37(6), pp. 791-800.

- 3-Arthur, A. L. (2003). An ethnographic study of the relevance of social desirability bias on the social power scale studies that focus on motivational stimulus in the workplace. Dissertation for the Degree Doctor of Philosophy in Business Administration, North central University.
- 4-Cho, S. (2006). The Power of Public Relations in Media Relations: A National Survey of Health Practitioners. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(3),pp. 563-580.
- 5-Cools, E. , Broeck, H.V. (2008). "The Hunt for the heffalump continues: can trait and cognitive characteristic predict entrepreneurial orientation?", *Journal of Small Business Strategy*, 18(2),pp. 23-41.
- 6-Drea, J. T.; Bruner, G. C. ; Hensel, P. J. (1993). Comparing alternative measures of the French and Raven power bases. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, 13(4),pp. 73- 80.
- 7-Dunham, R.B., et al. (2002). Individual and organizational strategies for coping with organizational power, *Academy of management*, (21).
- 8-Furnham, A. , Bachtiar, V. (2008). Personality and intelligence as predictors of creativity, *Personality and Individual Differences*, 45 (7),pp. 613–617.
- 9-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.
- 10-Haase, H. & Lautenschlager, A. (2010). The teach ability dilemma of entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1).
- 11-Hinkin.T.R & Schriesheim C.A (1989). "Development and application of new scales to measure the French and Raven (1959) Bases of social power" *journal of applied psychology*, 74 (4),pp.561-567.
- 12-Howard, S. (2004); "Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effects Entrepreneurial Education and Venture Creation"; *University of South Florida Repot*, pp. 3-17
- 13-Kruzic, D. & Pavic, I. (2010). Students' Entrepreneurial Characteristics: Empirical Evidence from Croatia. *The Business Review Cambridge*, 14(2),pp. 216-221.