

بررسی ارتباط عملکرد مدیریت منابع

انسانی اثربخش بر کار آفرینی سازمانی

(مورد کاوی شرکت ها و صنایع اراک)

دکتر مرتضی قاسمی
عضو هیات علمی دانشگاه آزاد
اسلامی اراک
ناصر شیخی مهر آبادی
کارشناس ارشد مدیریت دولتی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

دردنیای کنونی اکثر مدیران خواهان کارکنانی هستند که بیش از وظایف شرح شغل خود فعالیت می کنند. آنها به دنبال کارکنانی هستند که به فراسوی انتظارات می روند، به میل و خواست خود به رفتارهایی دست می زنند که جزو وظایف رسمی شغلی شان نیست. به طور کلی، آن دسته از رفتارهای شغلی کارکنان که تأثیر زیادی بر اثربخشی عملیات سازمان دارد، توجه محققان و مدیران زیادی را به خود جلب کرده است. لذا هدف آن است که ارتباط عملکرد منابع انسانی اثربخش بر کار آفرینی سازمانی بررسی شود. در این پژوهش، روش تحقیق کاربردی، توصیفی و از نوع همبستگی استفاده شده است. برای جمع آوری اطلاعات آن از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری کلیه شرکتهای کار آفرینی می باشد که بین ۵ تا ۵۰ کارمند دارند برای پایایی و روایی پرسشنامه از نظر صاحب نظران و آلفای کرونباخ استفاده شده است. به منظور تنظیم و طرح چارچوب نظری از مدل های عملکرد منابع انسانی، رفتار شهروندی سازمانی و کار آفرینی مؤسسه با بهره برداری از متون تخصصی استفاده شده است. سه فرضیه اصلی این پژوهش عبارتند از:

- ۱- عملکرد منابع انسانی اثر بخش ارتباط مثبتی با رفتار شهروندی سازمانی دارد.
- ۲- عملکرد منابع انسانی اثر بخش ارتباط مثبتی با کار آفرینی سازمانی دارد.
- ۳- رفتار شهروندی ارتباط مثبتی با کار آفرینی سازمانی دارد.

در این تحقیق مشخص شد: بین عملکرد منابع انسانی، رفتار شهروندی با کار آفرینی سازمان رابطه معناداری وجود دارد و بین عملکرد منابع انسانی و رفتار شهروندی نیز رابطه معناداری وجود دارد. توجه به خلاقیت افراد در ایجاد کار آفرینی به همراه رفتار شهروندی سازمانی با تأکید بر کارمندان با عملکرد بالا از جمله عواملی است که باید در هر سازمان پویا در نظر گرفته شود.

واژگان کلیدی: رفتار شهروندی سازمانی، کار آفرینی، منابع انسانی اثربخش

بیان مسأله

در حال حاضر رقابتهای جهانی، نوآوری، خلاقیت و تأثیر پذیری، تعیین کننده موفقیت های دراز مدت سازمانی به خصوص در مورد شرکتهای می باشد؛ این موفقیت که توسط فعالیت های ابتکاری بوجود می آید از سازمانها در برابر محیط در حال تغییر محافظت می کند. به منظور توسعه و ادامه حیات شرکتهای عوامل زیادی همچون دانش کارشناسی و توانایی های استفاده از تکنولوژی کارکنان دخیل می باشد. در آینده شرکتهای بیشتر به مشتریان وابسته خواهند بود که با وجود نیازمندیهای رایج شغلی، سعی در ارائه نقشهای سازمانی مؤثر دارند. بنابراین رفتارهای اضافه بر وظایف سازمان کارکنان مانند رفتار شهروندی سازمانی OCB بسیار مهم تر و حیاتی تر می شوند که این فعالیت ها منجر به ادامه حیات سازمان گردد.

یک سؤال مهم در مورد صنایع این است که چگونه می توان بهترین منابع انسانی را به منظور ایجاد یک شرکت کار آفرینی (CE) به کار برد تا بتوان فرامین های رقابتی را افزایش داد و در نتیجه به یک پیشرفت دراز مدت دست یافت.

صنایع دارای شاخصه های خاصی همچون فناوری پیشرفته، سرمایه گذاری کلان، خط فکری دراز مدت مشارکت ریسک پذیری و سود بالقوه می باشند و قابلیت های تشکیلاتی به کیفیت و کمیت خروجی و بازده فناوری و دانش کارکنان بستگی دارد بنابراین تمرکز روی ویژگی های

بررسی رابطه رویکردهای منابع انسانی با کارآفرینی سازمان از طریق افزایش رفتار شهروندی سازمانی پرداخته می شود.^۸

چارچوب نظری تحقیق

مدل مورد پژوهش از سه قسمت به شرح ذیل تشکیل شده است **عملکرد منابع انسانی:** به تمام عملکردهای مدیریتی که شامل طرح ریزی استخدام، انتخاب، توسعه، مصرف، پاداش دهی و به حداکثر رساندن عامل بالقوه منابع انسانی در یک سازمان می شود مرتبط است. از نقطه نظر دیگری به عنوان فرایندی برای توسعه توانایی ها و نگرش افراد تعریف شده است که منجر به رشد فردی و واقع بینی می شود و می تواند به فرد کمک کند تا اهداف سازمان را برآورده سازد.

در این قسمت عواملی چون انتخاب کارکنان، آموزش، پویایی داخلی سازمان، ایمنی شغلی، شرح شغلی، ارزیابی وظیفه مدار، پاداش و میزان مشارکت کارکنان اندازه گیری می گردد.

رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری اختیاری و فرا وظیفه ای است که در افزایش عملکرد اثربخش سازمان مؤثر است و به طور مستقیم یا غیرمستقیم به وسیله سیستم پاداش رسمی سازمان سازماندهی نمی شود. اگر همه کارکنان بتوانند رفتار شهروندی سازمانی را ایفا نمایند، آن گاه ارائه خدمات با کیفیت بالا و راضی نمودن مشتری با کمترین چالشی روبرو نخواهد شد (باتمان و ارگان^۹، ۱۹۸۳، ۵۸۷).

اگر چه محققان دیدگاههای مختلفی در مورد ابعاد رفتار شهروندی سازمانی دارند ولی آنها به طور کلی بر این نکته توافق دارند که رفتار شهروندی سازمانی، ساختاری چند بُعدی است. با این وجود، در مورد ابعاد رفتار شهروندی سازمانی، با یکدیگر اختلاف نظر دارند.

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی با استفاده از دو روش طبقه بندی شده است: بر اساس نوع رفتارها؛ یا بر اساس اهداف رفتار شهروندی.

برای روش اول، ارگان^۱ چارچوب پنج بُعدی از رفتار شهروندی سازمانی ارائه نموده است که به طور گسترده از آن استفاده می شود. ابعاد رفتار شهروندی سازمانی که توسط ارگان ارائه شده عبارتند از: (۱) نوع دوستی^{۱۱}، گونه ای از رفتار که نشان از خود گذشتگی و نگرانی برای رفاه دیگران دارد؛ (۲) وجدان^{۱۲}، تعهد انجام و اجرای کار از نظر کیفی در سطح بالا و فراتر از الزامات؛ جوانمردی^{۱۳}، شکیبایی در برابر موقعیت های مطلوب و مساعد، بدون اعتراض، نارضایتی و گلایه مندی؛ (۴) ادب و نزاکت^{۱۴}، انجام اقداماتی برای جلوگیری از وقوع مشکلات، یا انجام اقدامات پیشگیرانه که به کاهش مشکل کمک کند؛ (۵) فضیلت^{۱۵} مدنی، تطبیق با وضعیت مسئول، دخالت سازنده در روند سیاسی یا حکومتی سازمان. (ارگان و همکاران^{۱۶}، ۲۰۰۶، ۲۴).

دانش و فناوری کارکنان باعث ایجاد استراتژی های مدیریتی مؤثر می شود. بنابراین استفاده های کامل از خلاقیت های دانش و فناوری کارکنان و خلاقیت های بالقوه آنها بزرگترین مشکل پیش روی یک سازمان می باشد.

در طول دهه گذشته نظریه مدیریت منابع انسانی سعی در احاطه بر روی همکاری خود با عملکرد های سازمانی می باشد (هایتون^۱، ۲۰۰۴، لارسون^۲، ۲۰۰۲، سوتریس^۳، ۱۹۹۶، توی و هاریس^۴، ۲۰۰۰)

موریسون و فیلیپس (۱۹۹۹) نیز چنین ذکر کرده اند که موفقیت امروزی سازمان، به خصوص شرکتهای فناوری بستگی به بهبود عملکرد کارکنان دارد. عملکرد خوب منابع انسانی شامل مجموعه ای از تمرین های منظم می باشد که توانایی کارکنان، OCB، تصمیم گیری و تشویق به منظور تلاش های احتیاطی را بالای می برد (بایلی و همکاران^۵، ۲۰۰۰).

وی در سال ۲۰۰۲ پیشنهاد داد که عملکرد های بالای منابع انسانی همکاری نزدیکی با فواید رقابتی قابل تحمل دارد. به دلیل تغییرات در مواردی چون تکنولوژی، جهانی سازی و کرانه های صنعتی یک شرکت باید توانایی رقابت بالاتری نسبت به رقبای خود داشته باشد تا بتواند به موفقیت دست یابد. این گونه توانایی رقابتی شامل تشخیص راه های جدید تجارت، توسعه فناوری و محصولات جدید و همچنین وارد کردن بازار در فرم های سازمانی می باشد.

کلوین و اسلوین در سال ۱۹۹۱ به تمامی رفتارهای بالا به عنوان شرکت های کارآفرین^۶ اشاره کرده اند. در طول سه دهه گذشته بدنه در حال رشد سازمانها با تأکید بر روی همکاری بین رویکرد های مدیریت منابع انسانی و کارآفرینی شرکت ها پدید آمده است. با این حال مطالعات محدودی در زمینه تأثیر مدیریت منابع انسانی بر روی کارآفرینی مؤسسات جامع صورت گرفته است.

رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یک راه حل ممکن برای این چالش ارائه شده است چون کارکنان سازمان اغلب تمایل دارند در راستای جلب رضایت مشتری خدماتی بالاتر و فراتر از انتظارات آنان ارائه نمایند. شهروندان سازمانی می توانند به عنوان نماینده مدیران سازمان باشند که با مشتری سر و کار داشته و با به کارگیری مراقبتهای خاص، از مشتریان همانند یک بیمار مراقبت نمایند؛ با این حال نتیجه تحقیقات نشان می دهد، تمام کارکنان سازمان مایل به انجام وظیفه فراتر از الزامات خواسته شده از آنها هستند. سؤالی که در اینجا مطرح می گردد این است که چه چیزی موجب انگیزه کارکنان برای مشارکت در رفتار شهروندی سازمانی می شود؟ (ما و کیو^۷، ۲۰۱۱، ۶۸۱).

این پژوهش تلاش می کند که رویکرد مدیریت منابع انسانی را بر کارآفرینی سازمانها بررسی نماید. بنابراین سوال تحقیق ما این است که آیا رویکرد های منابع انسانی واقعاً در صنایع اهمیت دارند؟ لذا به

- 9- Bateman & organ
- 10- Organ
- 11- Altruism
- 12- Conscience
- 13- Sportsmanship
- 14- Courtesy
- 15- Civic virtue
- 16- Organetal

- 1- Haitun
- 2- Larson
- 3- Sutres
- 4- To 8 Haris
- 5- Baily etal
- 6- CE
- 7- Ma & Qu
- 8- OCB

تحقیقاتی که تمرکز آن بر روی اهداف رفتار شهروندی سازمانی است محدودتر است. اسمیت و همکارانش (۱۹۸۳) به کمک تحلیل عاملی بر روی صفات رفتار شهروندی سازمانی تحقیقاتی را انجام دادند، و دو عامل را ارائه نمودند: نوع دوستی و رعایت تعمیم، ویلیامز و اندرسون (۱۹۹۱) دو عامل دیگر را اضافه نمودند: (۱) رفتار شهروندی درون سازمانی، که اشاره به رفتار شهروندی سازمانی که در کل به نفع سازمان می باشد و (۲) رفتار شهروندی سازمانی میان فردی، به رفتار شهروندی سازمانی که به طور عمد به طور مستقیم بین افراد (کارکنان) در درون سازمان وجود دارد اشاره دارد. در واقع، روش ارائه شده توسط ویلیامز و اندرسون (۱۹۹۱) تلفیقی از روش آرگان و اسمیت و همکارانش می باشد. به عنوان مثال، ابعاد رفتار شهروندی درون سازمانی شامل ابعاد وجدان، جوانمردی و فضیلت مدنی چارچوب آرگان (۱۹۸۸) است، در حالی که رفتار شهروندی سازمانی میان فردی شامل ۲ بُعد باقیمانده، یعنی نوع دوستی، ادب و نزاکت می باشد (ویلیامز و اندرسون، ۱۹۹۱، ۶۰۲-۶۰۱).

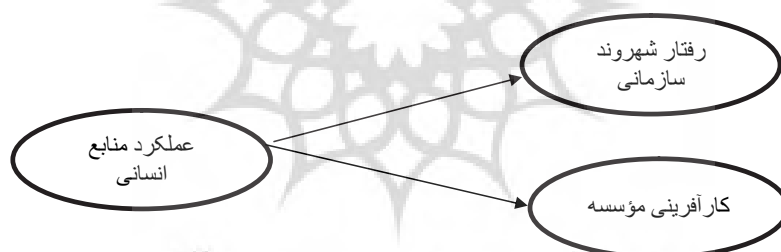
کار آفرینی سازمانی

به بهره جویی از فرصت های محیطی، نیازهای مردم، نوآوریهای سازمانی، فنی و منابع مالی پراکنده جهت راه اندازی یک شغل جدید و ابتکاری که خطر پذیر باشد اطلاق می گردد (بهزاد، ۱۳۸۵، ۲۳). در این قسمت میزان خطر پذیری، ابداعات و نوآوری، بازآفرینی، خلاقیت در جهت تولید محصولات جدید، خلاقیت در ایجاد فرآیندهای جدید تولیدی و روشهای سازمانی جدید، مخاطره پذیری در ایجاد بازار جدید، تغییر در حیطه کاری و رقابتی مد نظر می باشد.

مدل مفهومی تحقیق

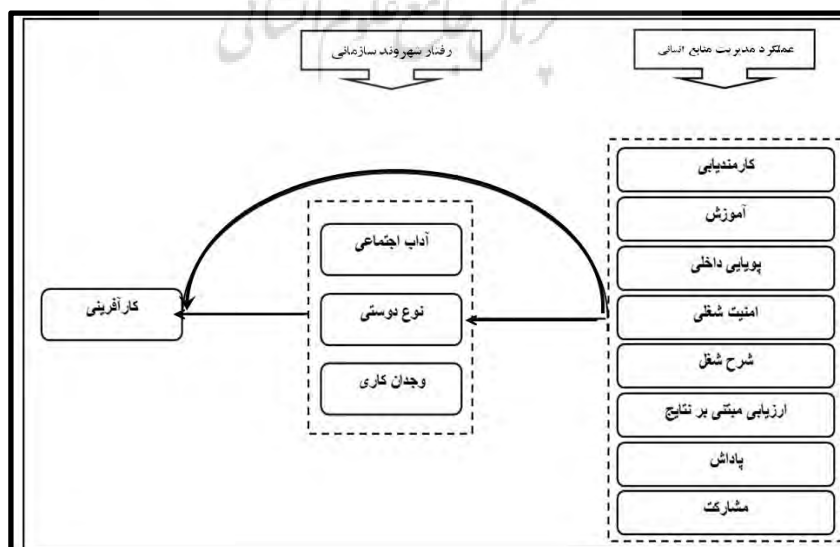
با توجه به مرور ادبیات، مدل مفهومی و فرضیه های زیر پیشنهاد شده است:

شکل: مدل تحلیلی تحقیق



مدل تفصیلی به شرح زیر است:

نمودار: مدل تفصیلی



منبع: (زانگ و همکاران، ۲۰۰۸، ۲)

فرضیات تحقیق

فرضیات اصلی تحقیق

- ۱- عملکرد منابع انسانی اثر بخش ارتباط مثبتی با رفتار شهروند سازمانی دارد.
- ۲- عملکرد منابع انسانی اثر بخش ارتباط مثبتی با کار آفرینی سازمان دارد.
- ۳- رفتار شهروندی ارتباط مثبتی با کار آفرینی سازمان دارد.

فرضیات فرعی تحقیق

- ۱- بین کارمندیابی و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.
- ۲- بین آموزش و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.
- ۳- بین بویایی داخلی و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.
- ۴- بین امنیت شغلی و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.
- ۵- بین شرح شغل و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.
- ۶- بین ارزیابی مبتنی بر نتیجه و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.
- ۷- بین پاداش و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.
- ۸- بین مشارکت و رفتار شهروندی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.

اهداف تحقیق

هدف کلی

بررسی ارتباط عملکرد منابع انسانی اثر بخش بر کار آفرینی سازمان.

اهداف ویژه

- ۱- تعیین ارتباط عملکرد منابع انسانی اثر بخش با رفتار شهروند سازمانی.
- ۲- تعیین ارتباط عملکرد منابع انسانی اثر بخش با کار آفرینی سازمان.

روش تحقیق

تحقیق عبارت است از فرآیند جستجوی منظم برای مشخص کردن یک موقعیت نامعین، بنابراین تحقیق فرآیندی است که از طریق آن می توان درباره ناشناخته ها به جستجو پرداخت و نسبت به آن شناخت لازم را کسب کرد. در این فرآیند از چگونگی گردآوری شواهد و تبدیل آنها به یافته ها تحت عنوان روش شناسی یاد می شود (سرمد، ۲، ۱۳۷۶). روش انجام پژوهش یکی از فاکتورهایی است که بر تحقیق و نتایج حاصله اثر می گذارد و اغلب به هدف پژوهش، ماهیت موضوع، امکانات اجرایی تحقیق و فرضیه های تدوین شده بستگی دارد (بازرگان و همکاران، ۱۳۸۳، ۲۸۰). در پژوهش حاضر روش تحقیق بر اساس سه مبنا طبقه بندی شده است:

این پژوهش از نظر هدف، پژوهشی کاربردی محسوب می شود. پژوهش کاربردی^۱، به پژوهش هایی گفته می شود که در مورد مسائل روزمره زندگی فردی و جمعی، شغلی و اجتماعی انجام می گیرد. هدف این پژوهش ها، آزمون مفاهیم نظری در موقعیت ها و مسائل واقعی جهت بهبود فرآیند یا محصول است (دلور، ۱۳۸۴، ۴۹). همچنین با توجه به این که محقق تلاش دارد تا در پژوهش خود به بررسی ارتباط عملکرد منابع انسانی با رفتار شهروندی و کار آفرینی بپردازد، تحقیق حاضر از نظر ماهیت و روش در دسته تحقیقات همبستگی قرار می گیرد. از سوی دیگر پژوهش ها را با توجه به این که در یک مقطع زمانی یا در چند مقطع صورت می گیرند، می توان به انواع زیر تقسیم کرد.

طولی^۲: پژوهش هایی که در چند مقطع زمانی صورت می گیرند.

مقطعی^۳: طرح های مقطعی برخلاف طرح های طولی، مشتمل بر جمع آوری داده ها در یک نقطه زمانی از یک نمونه تصادفی است که معرف برخی جمعیت های معین در همان زمان می باشد (دلور، ۱۳۸۴، ۷۵). پژوهش حاضر به دلیل این که در فاصله زمانی معین (از خرداد ۱۳۹۱ تا آذر ۱۳۹۱) انجام شده است، از نظر افق زمانی مقطعی می باشد.

1- Applied Research

2- Longitudinal

3- Cross Sectional

روش های گردآوری اطلاعات

گردآوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق یکی از مراحل اساسی آن است و به لحاظ اهمیت آن، گاه به اشتباه روش های گردآوری اطلاعات را روش های تحقیق می نامند.

مرحله گردآوری اطلاعات آغاز فرایندی است که طی آن محقق یافته های میدانی و کتابخانه ای را گردآوری می کند و به روش استقرایی به فشرده سازی آنها از طریق طبقه بندی و سپس تجزیه و تحلیل می پردازد و فرضیه های تدوین شده ی خود را مورد ارزیابی قرار می دهد و در نهایت حکم صادر می کند و پاسخ مسأله را به اتکای آنها می یابد. روش های گردآوری اطلاعات را به طور کلی به دو طبقه می توان تقسیم کرد: روش های کتابخانه ای و روش های میدانی (حافظ نیا، ۱۳۸۷، ۱۲۱).

مهمترین روشهای گردآوری داده ها و اطلاعات در این تحقیق بدین شرح است:

الف) مطالعات کتابخانه ای: برای بررسی ادبیات موضوعی تحقیق از کتب، پایان نامه ها، مقالات فارسی ولاتین استفاده شده است.

ب) تحقیقات میدانی: به منظور جمع آوری داده های مورد نظر، از پرسشنامه استفاده شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات

داده های مورد نیاز این تحقیق با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده اند. پرسشنامه یکی از ابزارهای رایج سنجش بوده و روشی مستقیم برای کسب داده های تحقیق است. پرسشنامه مجموعه سؤالات مکتوبی است که حول متغیرهای یک مسئله تحقیق تنظیم شده و به شکل حضوری یا غیر حضوری، مستقیم یا غیر مستقیم توسط پاسخگو تکمیل می شود (سرمد، ۱۳۷۶، ۱۴۱).

با توجه به این که محقق در مدل طراحی شده با سه متغیر اصلی (عملکرد منابع انسانی، رفتار شهروندی و کارآفرینی سازمانی) روبرو است سؤالات براساس این متغیرها و ابعاد معرفی شده آنها تدوین شده است. به این منظور سؤالات مربوط به عملکرد منابع انسانی با مؤلفه های (کارمندیابی، آموزش پویایی داخلی، امنیت شغلی، شرح شغل، ارزیابی مبتنی بر نتایج، پاداش، مشارکت) با ۲۶ گویه از پرسشنامه های استاندارد (بام برگر و مشولام) طراحی شده اند.

برای بررسی رفتار شهروندی با مؤلفه های (آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری) از پرسشنامه (مکنیک و پوداساکف) با ۱۳ گویه استفاده شده است. همچنین برای بررسی کارآفرینی نیز از پرسشنامه (زاهراس) با ۱۱ گویه استفاده شده است.

پرسشنامه نهایی در دو بخش سؤالات توصیفی شامل ۴ سوال و سؤالات اصلی تحقیق شامل ۵۰ سوال می باشد. سؤالات مطرح شده در بخش پژوهشی با استفاده از طیف پنج گزینه ای لیکرت امتیاز بندی شده اند. ترکیب پرسشنامه ذکر شده در جداول ۱-۳ و ۲-۳ ارائه شده است.

ترکیب پرسشنامه تحقیق در بخش سؤالات توصیفی

نوع سؤالات	متغیر	ابعاد
سؤالات توصیفی	سن	۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۰ تا ۴۰ سال، ۴۰ تا ۵۰ سال، بیشتر از ۵۰ سال
	سابقه کار	کمتر از ۱۰ سال، ۱۰ تا ۲۰ سال، بیشتر از ۲۰ سال
	سطح تحصیلات	زیر دیپلم، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس
	جنسیت	زن - مرد

ترکیب پرسشنامه تحقیق در بخش سوالات پژوهشی

شماره سوالات	تعداد سوالات	ابعاد	متغیر	نوع سوالات
۱ تا ۴	۴ سوال	کارمندیابی	عملکرد منابع انسانی	سوالات پژوهشی
۵ تا ۸	۴ سوال	آموزش		
۹ تا ۱۱	۳ سوال	پویایی داخلی		
۱۲ تا ۱۵	۴ سوال	امنیت شغلی		
۱۶ تا ۱۷	۲ سوال	شرح شغل		
۱۸ تا ۲۰	۳ سوال	ارزیابی مبتنی بر نتایج		
۲۱ تا ۲۳	۳ سوال	پاداش		
۲۴ تا ۲۶	۳ سوال	مشارکت		
۲۷ تا ۳۰	۴ سوال	آداب اجتماعی		
۳۱ تا ۳۴	۴ سوال	نوع دوستی		
۳۵ تا ۳۹	۵ سوال	وجدان کاری		
۴۰ تا ۵۰	۱۱ سوال	-----	کارآفرینی	

بررسی روایی و پایایی پرسشنامه

پایایی آزمون به دقت اندازه گیری، ثبات و پایایی آن اطلاق می گردد و دارای دو معنای متفاوت می باشد یک معنای پایایی، ثبات و پایایی نمرات آزمون در طول زمان است. بدین معنا که اگر یک آزمون چند بار درباره یک آزمودنی اجرا شود، نمره وی در همه موارد یکسان باشد. معنای دوم پایایی به همسانی درونی آن اشاره دارد و مفهوم آن این است که سؤلهای آزمون تا چه اندازه با هم همبستگی متقابل دارند. اگر ضریب پایایی درونی آزمون کم باشد بدان معناست که سؤلهای مختلف آزمون، متغیر واحدی را اندازه گیری نمی کنند. از نقطه نظر تخصصی، آزمون دارای پایایی است اگر عاری از خطای اندازه گیری غیر نظام دار باشد. خطاهای اندازه گیری غیر نظام دار که بر نمره های آزمون تأثیر می گذارند، غیر قابل پیش بینی بوده و پایایی تست را کاهش می دهند. این خطاها به طور عمد ناشی از نمونه خاص سؤلهای آزمون، شرایط اجرا، و انگیزه افراد در پاسخ دادن به سؤلهای آزمون می باشد. برای بررسی پایایی (اعتماد پذیری) از تکنیکهای متفاوتی استفاده می شود یکی از این تکنیکها آلفای کرونباخ می باشد که بر اساس سنجش سازگاری درونی پرسشنامه شکل گرفته است. اگر انحراف معیار سوالات یک باشد، این روش بر مبنای متوسط همبستگی میان سوالات مقایسه را انجام می دهد و در غیر این صورت بر مبنای متوسط کوواریانس بین سوالات تصمیم گیری می شود. اگر سوالات موجود، با یکدیگر همبستگی مثبتی نداشته باشند انتظار نداریم در صورت تکرار این پرسشنامه بر روی افراد نمونه دیگر، نتایج مشابهی بدست آید و در واقع پایایی پرسشنامه کاهش می یابد. اگر تغییر پذیری بین افراد تقریباً نزدیک به هم باشد، فرمول معیار آلفا به صورت زیر پیشنهاد می شود:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_{sum}^2} \right)$$

که در آن si^2 واریانس سوال i ام و s^2sum واریانس مجموع سؤالات است، k تعداد اقلام سؤال است اگر امتیاز واقع d به سؤالات داده نشود و پاسخها d افراد کاملاً به هم b ارتباط باشند، α به سمت صفر میل می کند اگر تمام اقلام سؤال قابل اعتماد باشند و یک نتیجه را نشان دهند ضریب α یک خواهد شد. اگر سؤالات به گونه ای استاندارد شود که هم واریانس باشند، ضریب α به شکل زیر ساده می شود:

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1 + (k-1)\bar{r}}$$

که در آن \bar{r} ، متوسط ضریب همبستگی بین سؤالات است و برابر است با:

$$\bar{r} = \frac{2 \sum_i \sum_j r_{ij}}{k(k-1)}$$

ضریب همبستگی بین سؤالات i ام و j ام است. بنابراین α به تعداد سؤالات و میزان همبستگی بین آنها بستگی دارد. یعنی با افزایش تعداد سؤالات می توان اعتماد پذیری را افزایش داد.

در این تحقیق به منظور سنجش و اندازه گیری پایایی در مراحل اولیه تحقیق نسبت به جمع آوری اطلاعات از ۳۳ پرسشنامه اقدام گردید، سپس برای تعیین اعتبار از نرم افزار SPSS۱۶ استفاده شد و مقدار ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای ۵۰ سؤال پرسشنامه برابر ۰/۹۴۷ تعیین شد و با توجه به این که بیشتر از ۰/۷ می باشد. بنابراین پرسشنامه تحقیق از اعتبار کافی برخوردار است.

بررسی پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ

متغیر	ابعاد	تعداد سؤالات	شماره سؤالات	آلفای کرونباخ
عملکرد منابع انسانی	کارمندیابی	۴ سوال	۱ تا ۴	۰/۷۸۱
	آموزش	۴ سوال	۵ تا ۸	۰/۷۵۲
	پویایی داخلی	۳ سوال	۹ تا ۱۱	۰/۸۴۱
	امنیت شغلی	۴ سوال	۱۲ تا ۱۵	۰/۹۳۱
	شرح شغل	۲ سوال	۱۶ تا ۱۷	۰/۸۵۱
	ارزیابی مبتنی بر نتایج	۳ سوال	۱۸ تا ۲۰	۰/۸۷۲
	پاداش	۳ سوال	۲۱ تا ۲۳	۰/۸۴۴
	مشارکت	۳ سوال	۲۴ تا ۲۶	۰/۸۱۵
	رفتار شهروندی	آداب اجتماعی	۴ سوال	۲۷ تا ۳۰
نوع دوستی		۴ سوال	۳۱ تا ۳۴	۰/۸۱۰
وجدان کاری		۵ سوال	۳۵ تا ۳۹	۰/۷۷۷
کارآفرینی	-----	۱۱ سوال	۴۰ تا ۵۰	۰/۸۵۱
کل پرسشنامه		۵۰ سوال	۱ تا ۵۰	۰/۹۴۷

دریک تعریف، روایی آزمون میزان کارایی ابزار سنجش (پرسشنامه، تست و...) برای اندازه گیری خصیصه ای مورد نظر محقق اطلاق می گردد کاپلان و ساکوزو، روایی را توافق بین نمره آزمون با صفت یا خصیصه ای که آزمون برای اندازه گیری آن ساخته شده است تعریف کرده اند روایی بر حسب هدف آزمون و روشهای برآورد روایی انواع مختلفی دارد. از نظر حافظ نیا، منظور از روایی تحقیق این است که مقیاس ابزار یا سئوالات مندرج در ابزار دقیقاً متغیرها و موضوع مورد مطالعه را بسنجد؛ یعنی این که هم داده های گردآوری شده از طریق ابزار مزاد بر نیاز تحقیق نباشد و هم این که بخشی از داده های مورد نیاز در رابطه با سنجش متغیرها در محتوای ابزار حذف نشده باشد یا به عبارت دیگر، عین واقعیت را به خوبی نشان دهد (حافظ نیا، ۱۳۸۷، ۸۸). به منظور بررسی روایی پرسشنامه تحقیق، در جهت نیل به روایی محتوایی از نظر اساتید راهنما، روش های متعددی برای تعیین روایی آزمون مورد استفاده قرار می گیرد در این تحقیق از روش منطقی و از شاخه محتوایی استفاده شده است. در این حالت کمیت و کیفیت سئوالات از نظر خبرگان مورد بررسی قرار می گیرد به طور کلی برای سنجش روایی این تحقیق مراحل زیر طی شده است:

- طراحی پرسشنامه اولیه با استفاده از منابع ذکر شده. (ارائه شده در بخش ۳-۴ با عنوان ابزار گردآوری اطلاعات)
- ارائه پرسشنامه طراحی شده به اساتید راهنما و مشاور و اعمال نظرات اصلاحی ایشان.
- پخش پرسشنامه اصلاح شده به تعداد ۳۳ عدد در بین نمونه آماری و خبرگان به منظور بررسی روایی پرسشنامه و اخذ نظر پاسخ دهندگان در مورد سئوالات طراحی شده.
- اعمال اصلاحات نهایی در پرسشنامه.

جامعه آماری

جامعه (آماري)، عبارت است از مجموعه کامل اندازه های ممکن یا اطلاعات ثبت شده از یک صفت کیفی، در مورد واحدهایی که می خواهیم استنباط هایی راجع به آن انجام دهیم. جامعه آماج تحقیق است، و منظور از عمل گردآوردن داده ها، استخراج نتایج درباره جامعه می باشد. یا به بیان ساده تر، در هر بررسی آماری، مجموعه عناصر مورد نظر را جامعه می نامند. یعنی جامعه، مجموعه تمام مشاهدات ممکن است که می توانند با تکرار یک آزمایش حاصل شوند (سهل آبادی، ۱۳۸۹، ۹۲). جامعه آماری این تحقیق شامل تعداد ۵۲۱ شرکت که دارای ۷۷۰۵ نفر نیروی شاغل می باشند و بین ۵ تا ۵۰ نفر نیروی انسانی شاغل دارند؛ می باشد. در استان مرکزی سه قطب اصلی صنعت در قطب سه را خمین، قطب ایبک آباد، و قطب خیر آباد قلمرو مکانی پژوهش می باشد.

تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری

در طرح ریزی بررسی نمونه ای، اخذ تصمیم درباره حجم نمونه از نظر تأمین دقت نتایج نمونه گیری و صرفه جویی در میزان وقت و هزینه آن، از اهمیت خاصی برخوردار است. بدیهی است بزرگ بودن حجم نمونه موجب صرف هزینه و وقت زیاد و کوچک بودن آن موجب عدم دقت کافی برآورد گرهاست. به منظور تعیین حجم نمونه و با توجه به محدود بودن جامعه آماری از فرمول کوکران برای جامعه محدود استفاده شده است:

$$n = \frac{N \times z^2 \frac{\alpha}{2} \times \delta^2}{[(N-1) \times \epsilon^2] + (z^2 \frac{\alpha}{2} \times \delta^2)}$$

n = حجم نمونه آماری

N = حجم جامعه آماری

Z = مقدار متغیر نرمال متناظر با سطح اطمینان مورد نظر برای فاصله اطمینان ۹۵ درصد که برابر ۱/۹۶ می باشد.

σ = واریانس جامعه است که در این پژوهش از روش نمونه پیش آزمون مقدار واریانس محاسبه شده که برابر با (۰/۲) می باشد (حسینی، ۱۳۸۷، ۱۰۴).

ϵ = مقدار خطای مجاز که برابر (۰/۰۵) می باشد.

نمونه آماری بدست آمده بوسیله فرمول کوکران برابر با ۲۹۵ نفر می باشد که به منظور اطمینان از جمع آوری پرسشنامه به میزان کافی، تعداد ۳۲۰ پرسشنامه توزیع گردید. از تمام پرسشنامه های توزیع شده تعداد ۳۱۰ پرسشنامه قابل استفاده بود و تجزیه و تحلیل های فصل چهارم براساس همین تعداد نمونه انجام شده است.

روش نمونه گیری با استفاده از نمونه گیری چند مرحله ای انجام شده است؛ ابتدا شرکت های ۵۰-۵ نفر انتخاب؛ سپس از بین آنها به صورت خوشه ای (ایبک آباد، خیرآباد، قطب صنعتی) و با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده، افراد انتخاب شده اند.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

تجزیه و تحلیل داده ها فرآیندی است که طی آن داده هایی که از طریق بکارگیری ابزارهای جمع آوری در نمونه (جامعه) آماری فراهم آمده اند، خلاصه، کدبندی و دسته بندی... و در نهایت پردازش می شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل و ارتباط ها بین این داده ها به منظور آزمون فرضیه ها فراهم آید. در این فرآیند داده ها هم از لحاظ مفهومی و هم از جنبه تجربی پالایش می شوند و تکنیک های گوناگون آماری نقش بسزایی در استنتاج ها و تعمیم ها بعهده دارند. تجزیه و تحلیل نتایج حاصل در این پژوهش با استفاده از نرم افزار آماری SPSS۱۶ در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. بر اساس فرضیه های پژوهشی، در سطح توصیفی از جداول فراوانی و نمودارها و در سطح آمار استنباطی برای تعیین میزان همبستگی بین متغیرهای مطرح شده در مدل از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شده است.

نتیجه گیری

با توجه به بررسی های به عمل آمده در آزمون فرضیه ها در این تحقیق مشخص شد که عملکرد منابع انسانی ارتباط مثبتی با کارآفرینی دارد، بین رفتار شهروندی و کارآفرینی نیز رابطه معناداری وجود دارد، بین عملکرد منابع انسانی و رفتار شهروندی نیز رابطه معناداری وجود دارد. از سوی دیگر مقایسه نتایج بدست آمده از این تحقیق با نتایج مقاله کلیدی (ژانگ، ون، ژیا، ۲۰۰۸) حاکی از انطباق نتایج از نظر کلی می باشد.

منابع:

۱. احمدی، م، ۱۳۸۲، مبانی سازمان و مدیریت، تهران،
۲. آذر، ع و منصور مؤمنی، ۱۳۸۰، «آمار و کاربرد آن در مدیریت»، انتشارات سمت، جلد دوم.
۳. آرمسترانگ، م، ترجمه: محمد اعرابی و داود ایزدی، ۱۳۸۱، مدیریت استراتژیک منابع انسانی، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۴. بهزاد، ع، ۱۳۸۵، کلید طلایی، کانون کارآفرینی استان مرکزی.
۵. بیرو، آ، ساروخانی، ب، ۱۳۶۶ فرهنگ علوم اجتماعی، کیهان.
۶. جواهری کامل، م، ۱۳۸۸، تاثیر عدالت سازمانی، رابطه رهبر- عضو، اعتماد و توانمندسازی روان شناختی بر رفتارهای شهروندی سازمانی توسعه انسانی پلیس- شماره
۷. حافظ نیا، م، ۱۳۸۸، روش تحقیق در علوم انسانی، سمت.
۸. حسنی کاخکی، ا، او آرین قلی پور، ۱۳۸۶، رفتار شهروندی سازمانی: گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد سازمان در قبال مشتری، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۵، زمستان، ۱۴۵-۱۱۵.
۹. دسلر، گ، ترجمه: علی پارسائیان، سید محمد اعرابی، ۱۳۸۰، مبانی مدیریت منابع انسانی، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران، ص ۱۶ تا ۲۱.
10. Becker, B. and Gerhart, B. (1997), "The impact of human resource management on organizational performance: progress and prospects", *Academy of Management Journal*, Vol.39, No.4, pp.779-801.
11. Bell Simon & Menguc Bulent (2002), "The employee - organization relationship, organizational Citizenship behaviours and superior service quality", *Journal of Retailing*, N. 78, pp. 131, 146
12. Bienstock, C.C., DeMoranville, C.W. & Smith R.K., (2003), "Organizational citizenship behavior and service quality", *Journal of Service Marketing*, Vol. 17, No. 4-5, pp.357-378.
13. Castro, C.B., Armario, E.A., & Ruiz, D.M., (2004), "The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15, No. 1, pp.27-53.
14. Chen, X. P., and Fahr, J.L. (2001). "Transformational and transactional leader behaviors in Chinese organizations: differential effects in the people's republic of china and Taiwan", *Advances in Global Leadership*, Vol 2, pp 101 - 126.
15. Cohen, A., Kol, Y., (2004), "Professionalism and organizational citizenship behavior: An empirical examination among Israeli nurses", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 19, No. 4, pp.386-405.
16. Subject:
17. To investigate the relationship between the effective human resource management and entrepreneurship of institute
18. (Case study: Companies and industries of Arak)