

ابعاد مؤثر بر عملکرد کارکنان در چارچوب ویژگی های شخصیتی کارآفرینان

محمد رضا حسین زاده مقدم^{۱*}، فاطمه خویینی^۲، مرتضی فرجی^۳.

۱- دانشجویی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

Faranak_ghahremani4@yahoo.com

۲- عضو هیأت علمی واحد فیروزکوه، استادیار گروه مدیریت، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

Fa.khoyeeni@yahoo.com: نویسنده مسئول

۳- عضو هیأت علمی واحد فیروزکوه، دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

f.828.gh@gmail.com

خلاصه

در جهان امروز کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان امری اجتناب ناپذیر است. تغییر و تحول در شرایط و نیازهای جامعه موجب تغییر در رسالت سازمان های امروزی و تغییر جهت آن ها به سمت کارآفرینی شده است. امروزه اکثر کشورهای توسعه یافته در حال انتقال از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی می باشند، از همین روی شناسایی و پرورش ویژگیهای مربوط به کارآفرینی بخصوص در کارکنان از اهمیت ویژه برخوردار است. شخصیت و ویژگی های شخصی هر فرد از مسائلی بوده است که همواره مورد توجه اندیشمندان مختلف بوده است.

هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر ویژگیهای شخصی کارآفرینانه بر عملکرد کارکنان است. روش پژوهش از نظر نتیجه، کاربردی است، از نظر هدف توصیفی و از لحاظ نوع داده ها کمی است. جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق ۴۲۰ نفر از کارکنان شاغل در شبکه بهداشت و درمان شهرستان بهارستان می باشد که براساس نمونه گیری تصادفی ساده، ۲۰۱ نفر با استفاده از فرمول کوکران و جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش، شامل دو پرسشنامه ویژگیهای شخصی کارآفرینانه و عملکرد کارکنان می باشد. داده ها توسط نرم افزار SPSS و معادلات ساختاری لیزرل ۸،۸ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش آمار توصیفی از میانگین و انحراف معیار استفاده شد و در بخش آمار استنباطی از آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای تشخیص نرمال بودن داده ها استفاده شد. یافته های پژوهش نشان داد که خطرپذیری، کانون کنترل درونی، نیاز به موفقیت و تحمل ابهام بر عملکرد کارکنان تاثیر مثبت و معنی دار دارند. که این روابط در سطح آلفای ۰،۰۵ معنی دار است.

کلمات کلیدی: ویژگیهای کارآفرینان، شخصیت و عملکرد کارکنان.

۱- *دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران