

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فصلنامه

مدیریت بهره‌وری

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز
سال هفتم - شماره بیست و پنجم
تابستان ۱۳۹۲

صاحب امتیاز :

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

مدیر مسئول :

دکتر سلیمان ایران زاده

سردبیر :

دکتر ناصر میرسیاسی

مدیر داخلی :

دکتر هوشنگ تقی زاده

هیات تحریریه :

دکتر ناصر میرسیاسی

استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر ابوالحسن فقیهی

استاد دانشگاه علامه طباطبایی

دکتر علی اکبر فرهنگی

استاد دانشگاه تهران

دکتر احمد جعفر نژادچقوشی

استاد دانشگاه تهران

دکتر سلیمان ایران زاده

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

دکتر ناصر فقهی فرمند

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

دکتر هوشنگ تقی زاده

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

دکتر محمود فیروزیان

دانشیار دانشگاه تهران

دکتر فرج الله رهنورد

دانشیار موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی

ویراستار انگلیسی:

مهتاج چهره (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

مشاور آمار و ویراستار علمی :

دکتر حسین بیورانی (دانشیار گروه آمار دانشگاه تبریز)

صفحه آرایی، حروفچینی، طراحی جلد:

مهدی مهدی پورمقدم (کارمند دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

مدیر اجرایی:

فریبا تقی پور (کارشناس انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

دوره هفتم :

شماره ۲۵- تابستان ۱۳۹۲

تاریخ ارسال برای چاپ:

تابستان ۱۳۹۲

شمارگان :

۵۰۰ نسخه

قیمت :

۱۰۰۰۰ ریال

نشانی :

تبریز- دروازه تهران - نرسیده به نمایشگاه بین المللی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز- دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری

تلفن و نمابر :

۰۴۱۱-۳۳۹۶۰۸۰

صندوق پستی :

۵۱۸۶-۵۱۵۷۵

پست الکترونیکی :

product_m92@yahoo.com

❖ مقالات رسیده برگردانده نمی شود .

❖ نقل مطالب با ذکر نام نشریه بلامانع است .

❖ این مجله مسئول آراء و نظرات مندرج در مقالات نمی باشد .

مجوز این فصلنامه طبق نامه شماره ۸۷/۷۰۵۱۰ مورخ ۸۶/۳/۱۹ دفتر گسترش تولید علم دانشگاه آزاد اسلامی صادر شده و مطابق نامه ی شماره ۸۷/۲۶۰۹۵۷ مورخ ۸۷/۶/۲۷ و رای چهل و نهمین جلسه کمیسیون بررسی و تایید مجلات علمی دانشگاه آزاد اسلامی و نیز رای پنجاه و نهمین جلسه مورخ ۸۸/۸/۴، دارای رتبه علمی-پژوهشی است. همچنین مجوز انتشار طبق نامه شماره ۱۲۴/۱۹۴۴ مورخ ۸۸/۴/۲۱ از وزارت ارشاد صادر شده است. ضمناً طبق نامه شماره ۲/۳/۱۲۰۵۹ مورخ ۹۲/۲/۴، عنوان مجله فراسوی مدیریت به مدیریت بهره وری تغییر یافته است.

این فصلنامه

در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)

و

پایگاه علوم جهاد دانشگاهی (SID)

نمایه شده است.

اسامی داوران مقالات

دکتر رویا	آل عمران
دکتر سلیمان	ایران زاده
دکتر خلیل	اسماعیل پور
دکتر علی نقی	اقدسی
دکتر نادر	بهلولی
دکتر حسین	بیورانی
دکتر علیرضا	بافنده زنده
دکتر محمد	پاسبان
دکتر هوشنگ	تقی زاده
دکتر فرج الله	رهنورد
دکتر سید داود	حسینی نسب
دکتر ناصر	فقهی فرهمند
دکتر ابوالحسن	فقیهی
دکتر علی اکبر	فرهنگی
دکتر ناصر	میرسپاسی
دکتر محمد رضا	ناهدی

فهرست مطالب

صفحه	نویسنده	عنوان
۱۵-۳۲	دکتر فرج اله رهنورد دکتر محمود آفاحسینعلی شیرازی فرهاد فیصری	شناخت عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری در سطح مدیران حرفه ای سازمان های دولتی شهرستان اهواز
۳۳-۵۲	وریا قادری مهناز ابروانی دکتر محمدعلی فرنی	بررسی رابطه‌ی بین هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن شهرستان ارومیه
۵۳-۶۶	صمد عالی دکتر علیرضا بافنده زنده	بررسی موانع ارتقای بهره‌وری در بخش دولتی
۶۷-۸۰	دکتر سلیمان ایران‌زاده عبدالوحید طاحونی	بررسی رابطه بین ابعاد کیفیت زندگی کاری با بهره‌وری کارکنان
۸۱-۱۰۶	دکتر فرهاد نژاد ایرانی کمال عزیزی یوسف بیگ زاده	بررسی تأثیر مهندسی ارزش بر عملکرد سازمان مطالعه موردی: اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی
۱۰۷-۱۲۶	علی اصغر انواری رستمی سید سپهر قاضی نوری امیر خراسانی	ارزیابی کارایی اطلاعاتی شرکت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در بورس تهران
۱۲۷-۱۴۲	رضا خدایی محمودی نادر بهلولی پیمان غنیمت	بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی (Traits) با کارآفرینی
۱۴۳-۱۶۶	دکتر محمد فاریابی محمود محمودی	سنجش کیفیت خدمات و بررسی رابطه آن با سهم بازار بر اساس مدل سروکوال (مطالعه موردی: بانک صادرات شهر تبریز)
۱۶۷-۱۷۴		چکیده مقالات به زبان انگلیسی

شرایط تنظیم و تدوین مقاله

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز مقاله های علمی- پژوهشی در زمینه مدیریت را به زبان فارسی منتشر می کند. از صاحبان مقاله درخواست می شود جهت تسریع در اعلام نتایج ارزیابی، شرایط زیر را در تدوین مقاله رعایت فرمایند. مقاله ها باید روی کاغذ A4 (یک رو) با فاصله و حاشیه مناسب تایپ شود و در سه نسخه به دفتر فصلنامه ارسال گردد. نامها و اصطلاحات خارجی شامل نام اشخاص، محلها، علائم اختصاری، واژه های علمی و غیره در متن به فارسی نوشته شود و در زیرنویس همان صفحه با ذکر شماره به زبان اصلی آورده شود.

تذکرات:

- * مسئولیت محتوی مقاله بر عهده نویسنده / نویسندگان است.
- * هیأت تحریریه در قبول یا رد و ویرایش مقاله ها آزاد است.
- * مقاله ها پس از وصول و پذیرش مسترد نخواهد شد.
- * مقتضی است از ارسال همزمان مقاله به نشریات دیگر خودداری شود.
- * مقالات ارسالی در ۱۸ صفحه و با فونت Bmitra و سایز ۱۳ باشد.

شرایط پذیرش و راهنمای تهیه مقالات

- (۱) عنوان مقاله باید کوتاه و گویا باشد و از ۱۵ واژه تجاوز نکند.
- (۲) هر مقاله باید دارای یک برگ مشخصات مقاله شامل نام و نام خانوادگی نویسنده (گان)، مرتبه علمی و نشانی به هر دو زبان فارسی و انگلیسی، شماره تلفن، فاکس و پست الکترونیکی باشد.
- (۳) چکیده باید محتوای مقاله را بازگو نماید و با تاکید بر روش ها، نتایج و اهمیت کاربرد نتایج بوده و تمام آن در یک پاراگراف و حداکثر در ۱۵ سطر (حدود ۲۵۰ واژه) نوشته شود. چکیده انگلیسی باید ترجمه کامل چکیده فارسی باشد.

- (۴) واژه‌های کلیدی حداقل ۳ حد اکثر ۷، واژه بلافاصله بعد از چکیده‌های فارسی و انگلیسی آورده شود.
- (۵) مقدمه باید شامل بیان مسئله، ضرورت مسأله، مبانی نظری و پیشینه تحقیق، اهداف مطالعه به طور شفاف در انتهای مقدمه ذکر گردد، موارد فوق می‌باید بدون تیترو شماره بندی باشد.
- (۶) ابزار و روش شامل جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری، ابزار گردآوری داده‌ها، طرح آماری، روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و شیوه اجرای پژوهش باید مشخص و روشن بیان شود. موارد فوق می‌باید بدون تیترو و شماره بندی باشد.
- (۷) یافته‌ها شامل یافته‌های توصیفی و یافته‌های استنباطی (آزمون فرضیه‌های تحقیق) است. شکل‌ها و جداول در نتایج و بحث نباید دارای اطلاعات مشابه یا تکراری باشند. داده‌های جدول نباید به صورت منحنی یا نمودار (به استثنای نقشه) تکرار شوند. عنوان جدول با ذکر شماره در بالای جدول و عنوان شکل با ذکر شماره در زیر آن آورده شود و در صورت لزوم نیز منبع مربوطه ذکر گردد.
- (۸) نتایج و بحث شامل نتیجه‌گیری، پیشنهادات و پیشنهادات برای تحقیقات آتی (در صورت لزوم) باشد.
- (۹) در صورت ضرورت، تشکر و قدردانی از موسسات و افراد زیر عنوان "سپاسگزاری" قبل از منابع آورده شود.
- (۱۰) متن مقاله باید به صورت یک ستون، یک خط درمیان و با رعایت حاشیه ۲/۵ سانتی‌متر از لبه‌ها، تایپ شده باشد. تایپ مقالات در نرم افزار word2003 میکروسافت توصیه می‌شود. بنابراین از ارسال مقاله بصورت فایل PDF خودداری فرمایید.
- (۱۱) عکس‌ها باید دارای مقیاس باشند و در صورت اقتباس از منبع دیگر باید ذکر گردد.
- (۱۲) مسئول مکاتبه هر مقاله لازم است توسط نویسندگان مقاله قبل از ارسال به این دفتر مشخص گردد. لذا هر گونه مسئولیتی در رابطه با مقاله مربوط به شخص مکاتبه کننده است.
- (۱۳) دانشجویان دوره کاشناسی ارشد و دکترا لازم است قبل از ارسال مقاله هماهنگی و مشاوره لازم در خصوص مقاله را با استاد راهنما حتماً به عمل آورند.

شیوه نوشتن منابع در تدوین مقاله

۱- داخل مقاله

الف) منابع فارسی: (نام خانوادگی نویسنده، سال چاپ، شماره صفحه یا صفحات) ✓
در مواردی که از کتاب یا مقاله ترجمه شده به فارسی و همچنین منبع اصلی تالیف شده به زبان فارسی استفاده می‌گردد و منبع مربوطه حداکثر دو نویسنده دارد، نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان (نه مترجم)، به زبان فارسی ذکر گردد.

به صورت:

(نام خانوادگی نویسنده به زبان فارسی، سال چاپ کتاب ترجمه شده در ایران، شماره صفحه یا صفحات)

مثال: برای منبعی با یک نویسنده (رابینز، ۱۳۸۱، ۵۴-۵۸)

برای منبعی با دو نویسنده (رابینز و فریمن، ۱۳۸۰، ۲۵۵)

✓ در مواردی که کتاب یا مقاله ترجمه شده به فارسی، دارای بیش از سه نفر نویسنده بود باید صرفاً نام خانوادگی نویسنده اول (نه مترجم) ذکر گردد و سپس از واژه ((و دیگران)) استفاده گردد.

به صورت:

(- و دیگران، سال چاپ کتاب ترجمه شده در ایران، شماره صفحه یا صفحات)

مثال: (توماسون و دیگران، ۱۳۸۱، ۵۴-۵۸)

✓ در مواردی که یک منبع فارسی برای مرتبه دوم و ... به صورت متوالی در متن مقاله تکرار می‌گردد از روش زیر استفاده می‌شود.

به صورت:

(همان منبع، شماره صفحه یا صفحات)

مثال: (همان منبع، ۷۵)

ب) منابع انگلیسی (Last Name, year, p)

✓ در مواردی که از کتاب یا مقاله به زبان اصلی استفاده می‌گردد و منبع مربوطه حداکثر دو نویسنده دارد، باید نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان به زبان انگلیسی ذکر گردد.

به صورت: (Last Name, year, p)

مثال: برای منبعی با یک نویسنده (Robbins, 2001, 85-88)

برای منبعی با دو نویسنده (Stoner & Friman, 2002, 253)

✓ در مواردی که کتاب یا مقاله به زبان اصلی، دارای بیش از سه نفر نویسنده بود، باید صرفاً نام خانوادگی نویسنده اول ذکر گردد و سپس از واژه ((& et al)) استفاده شود.

به صورت: (Last Name & et al, year, p)

مثال: (Thomason & et al, 2000, 214, 229)

✓ در مواردی که یک منبع انگلیسی برای مرتبه دوم و ... به صورت متوالی در متن مقاله تکرار می‌گردد از روش زیر استفاده می‌گردد.

به صورت: (Ibid, p)

مثال: (Ibid, 38)

منابع انگلیسی در داخل متن به زبان فارسی نوشته شود و معادل انگلیسی آن در همان صفحه به فرم پاورقی آورده شود.

۲- صفحه منابع مقاله

تمام منابع ذکر شده در متن مقاله، ابتدا به ترتیب الفبایی حرف اول نام خانوادگی نویسنده اول (هم در مورد کتاب و هم مقاله)، منظم گردیده و سپس کلیه منابع فارسی و پس از آن کلیه منابع انگلیسی به ترتیب یاد شده آورده شود.

برای ذکر کامل آدرس منابع و به منظور یکسان سازی آدرس دهی در صفحه منابع، از

روش زیر استفاده شود:

♦ کتاب به زبان اصلی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک (سال انتشار کتاب)، (عنوان کتاب)، ناشر، محل نشر، نوبت چاپ، شماره جلد، شماره صفحه یا صفحات.

♦ مقاله به زبان اصلی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک (سال انتشار مجله)، (عنوان مقاله)، نام مجله، شماره مسلسل تک‌شماره، ناشر، ماه یا فصل انتشار تک‌شماره، شماره صفحه یا صفحات.

♦ کتاب تالیفی یا ترجمه شده به فارسی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک، ((عنوان کتاب))، نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت تالیفی بودن این قسمت حذف می گردد)، ناشر، محل نشر، تاریخ انتشار، نوبت چاپ، شماره جلد، شماره صفحه یا صفحات.

♦ مقاله از مجلات تخصصی فارسی:

نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک، ((عنوان مقاله))، نام مجله، ناشر، شماره مسلسل تکشماره، ماه یا فصل انتشار، شماره صفحه یا صفحات.

توجه:

در صورت وجود چند نویسنده (در مورد کتاب و یا مقاله) پس از نوشتن نام خانوادگی و نام اولین نویسنده، برای هر یک از نویسندگان دیگر، ابتدا نام و سپس نام خانوادگی آنها نوشته خواهد شد. قبل از نوشتن نام نویسنده آخر، در منابع فارسی حرف ((و))، و در منابع خارجی علامت ((&)) خواهد آمد.

در صورت استفاده از منابع اینترنتی در مقاله، در صفحه منابع از الگوهای زیر استفاده نمایید:

♦ کتاب الکترونیکی:

نام خانوادگی، نام مولف ((عنوان کتاب))، محل نشر، ناشر، تاریخ انتشار، تاریخ آخرین ویرایش (در صورت موجود بودن) > نشانی دسترسی به سایت اینترنتی به طور کامل < .
[تاریخ مشاهده]

♦ مقالات الکترونیکی:

نام خانوادگی، نام مولف، ((عنوان مقاله))، نام نشریه، دوره، شماره، ماه، سال، شماره صفحه (در صورت موجود بودن) [Online]. > نشانی دسترسی به سایت اینترنتی به طور کامل < . [تاریخ مشاهده]

♦ پایان نامه یا رساله الکترونیکی:

نام خانوادگی، نام نویسنده ((عنوان پایان نامه))، مقطع تحصیلی و رشته، دانشگاه، سال دفاع از پایان نامه یا رساله [Online]. > نشانی دسترسی به سایت اینترنتی به طور کامل < . [تاریخ مشاهده]



راهنمای اشتراک فصلنامه « مدیریت بهره وری »

- خواهشمندیم قبل از پر کردن برگه درخواست اشتراک به نکات زیر توجه فرمایید:
 ۱. کلیه مکاتبات خود را با ذکر شماره اشتراک انجام دهید.
 ۲. نشانی خود را کامل و خوانا و با ذکر کد پستی بنویسید.
 ۳. بهای اشتراک سالانه ۴۰۰۰۰ ریال و بها تک شماره ۱۰۰۰۰ ریال است.
 ۴. در صورت نیاز به خرید تک شماره لطفاً بطور دقیق شماره های درخواستی را قید نمایید.
 ۵. وجه اشتراک را به حساب جاری ۰۱۰۵۷۶۴۲۰۴۰۰۲ به نام دانشگاه آزاد اسلامی تبریز نزد بانک ملی شعبه دانشگاه آزاد اسلامی تبریز واریز کرده و فیش بانکی را به همراه فرم اشتراک تکمیل شده به آدرس دفتر مجله پست نمایید تا مجله های مورد نظر برای شما ارسال گردد.
 ۶. هرگونه انتقاد و پیشنهادی دارید با ما در جریان بگذارید.
 ۷. اشتراک بصورت آونمان از جدیدترین شماره به بعد پذیرفته میشود و شماره های قدیمی مجله را میبایست به قیمت تکفروشی تهیه فرمایید.
- آدرس: تبریز - دروازه تهران - نرسیده به نمایشگاه بین المللی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز - دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری
 تلفن و نمابر: ۳۳۹۶۰۸۱
 صندوق پستی: ۵۱۵۷۵-۵۱۸۶

برگ درخواست اشتراک فصلنامه « مدیریت بهره وری »

قبلاً مشترک بوده ام قبلاً مشترک نبوده ام شماره اشتراک.....

اشتراک کتابخانه نام کتابخانه:

اشتراک شرکت، سازمان، نهاد نام سازمان:

اشتراک تخصصی نام و نام خانوادگی:

نشانی دقیق استان: شهرستان:

کد پستی..... تلفن.....

به پیوست رسید بانکی شماره..... به مبلغ..... ریال بابت اشتراک دوره سال

یا خرید تک شماره های.....

از هر شماره..... نسخه..... شروع اشتراک از شماره.....

تاریخ و امضاء:

باسمه تعالی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، معاونت پژوهش و فناوری

فصلنامه مدیریت بهره‌وری
(نحوه تنظیم و صفحه‌آرایی مقاله)



«مدیریت بهره وری»

سال هفتم _ شماره ۲۵ _ تابستان ۱۳۹۲

ص ص ۳۲ - ۱۵

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۰۸/۰۴

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۳/۲۶

شناخت عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری در سطح مدیران حرفه ای سازمان های دولتی شهرستان اهواز

دکتر فرج اله رهنورد^۱

دکتر محمود آفاحسینعلی شیرازی^۲

فرهاد قیصری^۳

چکیده

در پژوهش حاضر به منظور شناخت عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری در سطح مدیران حرفه ای شهرستان اهواز سه سؤال تدوین گردیده است. سؤال اول به دنبال کشف عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری بوده است، سؤال دوم اهمیت رتبه ای هر یک از عوامل بازدارنده را جستجو می کند و در نهایت سؤال سوم درصد تعیین روابط ساختاری بین عوامل بازدارنده و نظام شایسته سالاری می باشد. بر مبنای روش تحقیق تحلیل عاملی اکتشافی در جامعه آماری ($N=10377$) و با استفاده از جدول نمونه گیری مورگان، حجم نمونه ($n=384$) تعیین شده است. همچنین برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه ی محقق ساخته با دو بخش، بخش اول، شناخت درجه استقرار نظام شایسته سالاری و بخش دوم، شناخت عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری به ترتیب با ضریب پایایی $0/93$ و $0/83$ بر حسب آلفای کرونباخ استفاده شده است. داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و سایر ابزارها در حوزه آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر اساس یافته های پژوهش می توان نتیجه گیری کرد که سه عامل پارتی بازی، عدم برابری فرصت و سطحی نگری عوامل بازدارنده می باشند. ضمن اینکه پارتی بازی در رتبه اول، عدم برابری فرصت در رتبه دوم و سطحی نگری در رتبه سوم اهمیت قرار دارند. همچنین بین سه عامل بازدارنده و استقرار نظام شایسته سالاری رابطه ی آماری معنی داری وجود دارد.

واژه های کلیدی: نظام شایسته سالاری، مدیر حرفه ای، تجزیه و تحلیل عاملی

^۱ - عضو هیات علمی (دانشیار) موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی f.rahnvard@imps.ac.ir

^۲ - عضو هیات علمی (استادیار) دانشگاه شهید بهشتی، تهران، گروه مدیریت، تهران-ایران m-shirazi@sbu.ac.ir

^۳ - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رامهرمز، مکاتبه کننده f_shab2007@yahoo.com

مقدمه

سرمایه‌ی انسانی سازمان و محیط‌های کاری تعهدهای متقابل نسبت به یکدیگر دارند. تعهدهای افراد نسبت به محیط‌های کاری خود شامل انجام درست وظایف محوله، احترام به فرهنگ و ارزش‌های حاکم بر سازمان، تلاش مستمر برای تحقق اهداف سازمان است. متقابلاً سازمان‌ها در راستای برآوردن نیازهای افراد و ارتقای جو و شرایط انسانی محیط کار، باید نسبت به تعهداتی چون گمارش و تخصیص شغل مناسب به افراد، کاهش و به حداقل رساندن احساس تبعیض در سازمان و ایجاد فرصت‌های بیشتر برای افراد سطوح پایین‌تر پاسخگو باشند (ایبلی، ۱۳۸۵، ۱).

بنابراین به خوبی قابل مشاهده است که شالوده و زیربنای هر سازمانی نیروی انسانی آن است و داشتن یک زیربنای اثربخش یعنی قرار گرفتن شایسته‌ترین افراد در مناسب‌ترین موقعیت‌های شغلی، پیش شرط اساسی برای موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود. از سوی دیگر باید به این نکته نیز توجه کرد که امروزه سازمان‌ها و بنگاه‌ها برای بقای خود و ضرورت حضور در عرصه‌ی فعالیت‌های جهانی نیز، نیاز به شایسته‌سالاری را نسبت به گذشته بیشتر احساس می‌کنند. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که اکثر سازمان‌های دولتی به دلیل عدم رعایت نظام شایسته‌سالاری و لیاقت، در انتخاب و انتصاب مدیران و کارکنان، عملکرد رضایت‌بخشی نداشته‌اند (کبریایی و دیگران، ۱۳۸۵، ۴۰۳).

مطابق تبصره‌ی ۴ ماده ۵۴ قانون مدیریت خدمات کشوری مدیران ذکر شده در ماده ۷۱ این قانون، مدیران سیاسی و بقیه‌ی مدیران حرفه‌ای تلقی می‌گردند. بر طبق ماده ۷۱ قانون مدیریت خدمات کشوری سمت‌های ذیل مدیریت سیاسی محسوب شده و به عنوان مقام شناخته می‌شوند:

۱- رؤسای سه قوه

۲- معاون اول رئیس‌جمهور، نواب رئیس مجلس شورای اسلامی و اعضای شورای

نگهبان

۳- وزرا، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و معاونین رئیس‌جمهور

۴- استانداران و سفرا

۵- معاونین وزرا

حال اگر مدیری حرفه ای که برای یک پست یا موقعیت بر اساس شایسته سالاری ناقص انتخاب شود باید نسبت به مکانیزم یا افرادی که او را برای آن پست یا موقعیت پیشنهاد کرده اند فرمان بردار باشد (کاراینیز^۱، ۲۰۰۱، ۲۴۴).

بی تردید متغیرهایی هستند که مانع استقرار نظام شایسته سالاری در سطح مدیران می شوند. گام مهم اولیه، شناخت این موانع و درجه اهمیت آنها و سپس برنامه ریزی برای رفع یا کاهش آن هاست. لذا، پژوهش حاضر در پی آن است تا با شناخت عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری در سازمان های دولتی، راهکارهایی برای همه گیر شدن این نظام در سطح سازمان ها ارائه کند.

استقرار نظام شایسته سالاری در سطح مدیران به طور اخص از این جهت حائز اهمیت است که کیفیت کار مدیران یکی از مهمترین عوامل موفقیت مداوم سازمان است از این رو، استفاده از یک راه نظام مند برای انتخاب مدیران و تشخیص و برگزیدن مناسب ترین افراد برای پست مورد نظر از میان متقاضیان داخلی و یا خارجی امری ضروری می باشد (نظری منش، ۱۳۸۵، ۲۰۹).

راب موری^۲ بیان می کند که شایسته سالاری سیستمی است که به افراد اجازه می دهد تا به واسطه ی توانایی هایشان موقعیت اجتماعی به دست آورند، به جای این که صرفاً به ایجاد یک حادثه و اتفاق استناد کنند (لیو^۳، ۲۰۰۷، ۹).

در کتاب الفبای جامعه شناسی لاوسون و گارود نظام شایسته سالاری نظامی تعریف شده است که در آن مزایا و موقعیت های شغلی تنها بر اساس شایستگی و نه بر اساس جنسیت، طبقه ی اجتماعی، قومیت یا ثروت به افراد تفویض می شود. بیلتون در کتاب مبانی جامعه شناسی بیان می کند که، شایسته سالاری دیدگاهی است که براساس آن شهروندان از طریق نظام آموزشی مدرسه ای و دانشگاهی و با تلاش و کوشش فراوان استعدادهای خود را شکوفا کرده و در نهایت در جامعه ی فارغ از طبقه اجتماعی، ثروت، نژاد، قومیت و جنسیت برای تصدی مناصب مختلف تنها بر اساس شایستگی ذاتی برگزیده می شوند (قربان پناه، ۱۳۸۷، ۱).

براساس تعریف های مختلفی که از شایسته سالاری می شود، فرآیندهای مختلفی نیز برای آن بیان می کنند که در این جا دو نمونه ذکر شده است:

¹- Karayiannis

²-Rob Moore

³-liu

فرآیند هشت مرحله‌ای شایسته‌سالاری که شامل موارد ذیل است:
 شایسته‌خواهی: در شایسته‌خواهی بهره‌گیری از شایستگان و ارج نهادن بر آنان به عنوان یک عزم ملی و ارزش خدشه‌ناپذیر سازمانی مورد تأکید قرار می‌گیرد. در چنین فرهنگی، عدول از بهره‌گیری از افراد شایسته در مشاغل نوعی تخلف و گناه تلقی می‌شود (ایبلی، ۱۳۸۵، ۳).

شایسته‌شناسی: این مرحله به عنوان یک محور در فرآیند جذب نیروهای مورد نیاز سازمان‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد در این مرحله سازمان‌ها باید از مؤثرترین روش‌های اطلاع‌رسانی و کارآمدترین روش‌های جستجو و به شیوه‌ای انگیزاننده برای یافتن افراد شایسته بالقوه بهره‌گیرند (همان منبع، ۱۳۸۵، ۳).
 شایسته‌سنجی: لازم است آن دسته از افرادی که فکر می‌کنند توانمندی شایستگان را دارند، بر اساس توانمندی‌های عمومی و تخصصی، آزمون‌ها و مصاحبه‌های تخصصی باز شناخته شوند. این مرحله نیازمند بازخوانی آموزه‌های دینی و اخلاقی، فرهنگی و اجتماعی و مقولات مدیریتی و اجرایی برای تعریف معیارهای سنجش می‌باشد.

شایسته‌گزینی: این مرحله دارای دو بخش است. بخش اول مربوط به ارزیابی و تحلیل نتایج مراحل قبل است و بخش دوم به تخصیص شایستگان به جایگاه‌های درخور آن‌ها مربوط می‌شود.

شایسته‌گیری: شایسته‌گیری به معنای جلب و جذب مدیران شایسته است. با توجه به رقابتی شدن فضای فعالیت‌ها در سال‌های آینده، دولت باید برای جذب مدیران شایسته در یک فضای رقابتی مدیران شایسته مورد نیاز خود را از بخش‌های دولتی، غیردولتی و دانشگاه‌ها جذب نماید (قربان پناه، ۱۳۸۷، ۱).

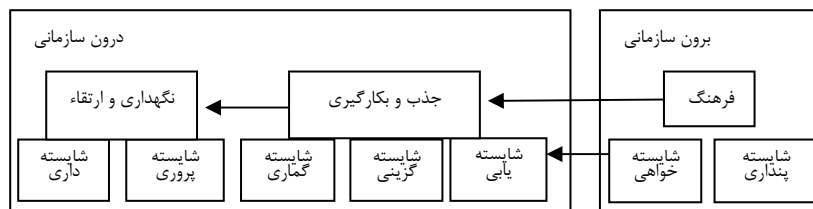
شایسته‌گماری: شایسته‌گماری به این معنا است که با حفظ تناسب شغل و شاغل، افراد در جایگاهی گمارده شوند که در آن حداکثر کارایی را دارند. اگرچه یک‌گزینش صحیح نیز غالباً با همین انتظار صورت می‌گیرد اما از آنجا که غالباً گزینش‌ها به صورت جمعی و برای رده‌های مختلف مدیریتی، کارشناسی و کارمندی انجام می‌گیرد، در مرحله‌ی گزینش عمدتاً ویژگی‌های کلی رده‌ها مورد توجه است. همچنین در این مرحله توجه به ویژگی‌های شخصیتی افراد گزینش‌شده ضروری خواهد بود (ایبلی، ۱۳۸۵، ۳).

شایسته داری : جذب و انتخاب شایستگان کار ساده ای است، ولی نگهداری آنان مشکل و نیازمند طراحی سازوکارهای علمی، انسانی و منطقی بوده تا ساختارها بتوانند افراد شایسته را وفادار به سازمان کنند(سلطانی، ۱۳۸۵، ۴۱۳).

شایسته پروری : نظام شایسته سالاری با فراهم نمودن زمینه های پرورش مدیران بالفعل و بالقوه از طریق آموزش های کوتاه مدت و بلند مدت، آنان را به مراتب بالاتر از بینش، آگاهی و توانمندی سوق می دهد. به موازات این نظام بستر پذیرش مسئولیت های سنگین تر و ایفای اثربخش وظایف را ایجاد می کند(بدون ذکر نام نویسنده، ۳، ۱۳۸۴).

فرآیند دو بعدی شایسته سالاری که شامل دو بعد ذیل می باشد:

این فرآیند، نظام شایسته سالاری را در قالب دو بعد درون سازمانی و برون سازمانی بیان می کند. در بعد برون سازمانی فرهنگ شایسته سالاری و در بعد درون سازمانی جذب و بکارگیری، نگهداری و ارتقاء مطرح می شود.



شکل ۱: فرآیند دو بعدی شایسته سالاری

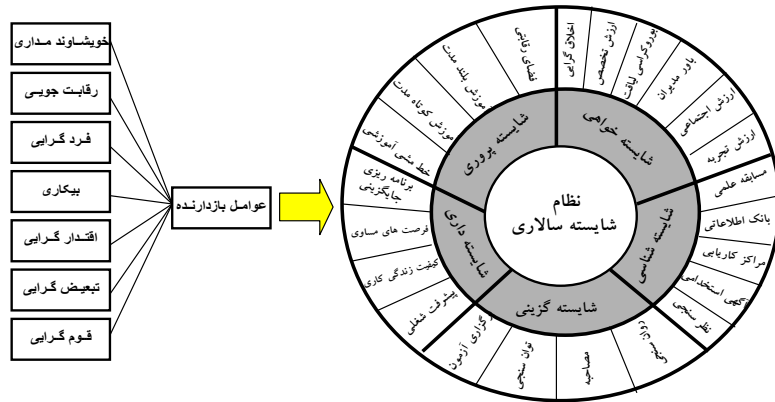
علاوه بر فرآیندهای شایسته سالاری عواملی نیز موثر بر شایسته سالاری هستند که عبارتند از: کارمند یابی(شایسته یابی)، انتخاب(شایسته گزینی) و انتصاب (شایسته گماری). اجرای این عملیات بدون تجزیه و تحلیل شغل و تنظیم شرح شغل و شرایط احراز شغل در طبقات مختلف سازمان امکان پذیر نیست. به همین دلیل ابتدا باید کلیه مشاغل لازم برای اجرای فعالیت ها در جهت حصول هدف های سازمان مشخص و شرایط احراز هر شغل تعیین شود. تا امکان جذب نیروی انسانی مناسب فراهم گردد و زمینه ی لازم برای اجرای عملیات استخدام تحقق یابد.

بعد از انتصاب فرد در جایگاه مناسب خویش مرحله‌ی بعدی که سازمان‌ها دنبال می‌کنند ارتقاء افراد شایسته در سازمان و شایسته‌پروری است. از طرف دیگر به منظور استقرار شایسته‌پروری در سازمان و نگهداری شایستگان باید فضای رقابتی لازم در اختیار آن‌ها گذاشته شود. علاوه بر موارد بالا شایسته‌خواهی و شایسته‌داری نیز از جمله می‌باشند که در قسمت فرآیندهای شایسته‌سالاری توضیح داده شده‌اند.

جدول شماره ۱: عوامل موثر بر نظام شایسته‌سالاری (محقق ساخته)

عوامل	شاخص‌های فرعی	منابع
شایسته‌شناسی (کارمند‌یابی)	شرح شغل شرایط احراز شغل منابع داخلی منابع خارجی عوامل محیطی	ناصر میر سیاسی (۱۳۸۴) طاهره فیضی (۱۳۷۷) اسفندیار سعادت (۱۳۸۶)
شایسته‌گزینی (انتخاب)	روش انتخاب روایی و پایایی روش انتخاب تبعیض نسبت انتخاب معیارهای انتخاب	حسین صفرزاده (۱۳۸۴) لیلا نظری منش (۱۳۸۵) سید حسین ابطحی (۱۳۷۷)
شایسته‌داری	برنامه ریزی جایگزینی تأمین فرصت‌های مساوی پیشرفت شغلی	خدایار ایبلی (۱۳۸۵) رئوف رابطی (۱۳۸۰)
شایسته‌پروری	آموزش بلند مدت آموزش کوتاه مدت خط مشی آموزشی	خدایار ایبلی (۱۳۸۵) محمد تصدیقی (۱۳۸۵) اقتصاد ایران (۱۳۸۴)

با توجه به مطالب، اصول و مدل های بیان شده برای نظام شایسته سالاری و با توجه به اینکه یکی از اهداف پژوهش ارائه مدل می باشد، می توان مدل ذیل را به عنوان مدل عمومی پژوهش در نظر گرفت:



شکل ۲: مدل عمومی پژوهش

این پژوهش به منظور پاسخ گویی به سه سوال زیر طراحی شده که عبارتند از :

۱. عوامل بازدارنده ی استقرار نظام شایسته سالاری در سطح مدیران حرفه ای کدامند؟
۲. اهمیت رتبه ای هر یک از عوامل بازدارنده چگونه است؟
۳. روابط ساختاری بین عوامل بازدارنده و نظام شایسته سالاری چگونه است؟

علاوه بر سه پرسش فوق در این پژوهش چهار هدف ذیل دنبال می شود:

۱. ارائه ی یک مدل ساختاری مرتبط با موضوع پژوهش
۲. ارزیابی نقش هر یک از عوامل بازدارنده در عدم استقرار نظام شایسته سالاری
۳. تعیین کردن درجه استقرار زیرسیستم های نظام شایسته سالاری
۴. ایجاد زمینه ای برای انجام پژوهش های آتی در زمینه ی مذکور

ابزار و روش :

این پژوهش به لحاظ روش از نوع مطالعات توصیفی و اکتشافی و با در نظر گرفتن نتایج آن، از نوع کاربردی نیز هست. جامعه آماری در این پژوهش، ۱۰۳۷۷ نفر از مدیران حرفه‌ای و کارشناسان سازمان‌های دولتی شهرستان اهواز بوده است که با توجه به شرط استفاده از تکنیک آماری تحلیل عاملی حجم نمونه ۳۸۴ نفر انتخاب شده است.

- در این پژوهش از پرسش‌نامه محقق ساخته با دو بخش اصلی استفاده شده است.
۱. جهت شناخت درجه استقرار نظام شایسته سالاری از بخش اول پرسش‌نامه که دارای ۲۹ گویه است استفاده شده است و ضریب پایایی آن برابر ۰/۹۳ بدست آمد.
 ۲. به منظور شناخت عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری از بخش دوم پرسش‌نامه که دارای ۳۸ گویه بوده استفاده شده است و ضریب پایایی آن ۰/۸۳ است.

یافته‌ها:

در این پژوهش برای پاسخ به سوال اول از تحلیل عاملی اکتشافی و روش تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی^۱ (PCA) و در نهایت چرخش واریماکس^۲ و برای پاسخگویی به سوال دوم از تحلیل عاملی اکتشافی و استفاده از قسمت ارزش ویژه^۳ هر عامل و در نهایت از رگرسیون چند متغیره و تحلیل آن با راهبرد گام به گام^۴ به منظور پاسخگویی به سوال سوم استفاده شده است.

در روش تحلیل عاملی اکتشافی شش مفروضه باید مد نظر قرار گیرد. مفروضه‌ی اول حداقل داده‌های از دست رفته^۵ کمتر از ۰/۰۲ در هر آزمودنی و در هر متغیر است (حسینیان، ۱۳۸۱، ۱۷)، مفروضه‌ی دوم KMO^6 مبین کفایت نمونه‌ها (۰/۹۴۸) است (گلدسته و همکاران، ۱۳۷۷، ۴۲)، مفروضه‌ی سوم آزمون کرویت بارتلت برای سنجش اینکه همبستگی کافی بین متغیرها وجود دارد و ماتریس همبستگی داده‌ها صفر نیست،

¹- Principal Component Analysis

²- Varimax

³- Eigenvalue

⁴- Stepwise

⁵-Missing

⁶-Kaiser- Meyer- Olkin Measure Of Sampling Adequacy

سطح معنی داری آزمون کرویت بارتلت ($0/001$) نشانه آن است که شرط بکارگیری تحلیل عاملی برقرار است (علمداری، ۱۳۸۵، ۱۸).

جدول شماره ۲: شاخص کفایت حجم نمونه

تفسیر	میزان KMO
حجم نمونه مکفی، بسیار مناسب و ایده آل است	۰/۹۴۸

جدول شماره ۳: بررسی میزان کرویت

تفسیر	سطح معنی داری	درجه آزادی	میزان تقریب مجذور خی	آزمون کرویت
کرویت کامل (توزیع نرمال چندمتغیری بدست آمده است)	۰/۰۰۱	۶۳۰	۵۲۸۳/۹۶۲	آزمون بارتلت

مفروضه ی چهارم، میزان اشتراک هر سؤال با کل آزمون بیش از $0/30$ می باشد (همان منبع، ۱۹). البته باید توجه کرد که گویه های پنجم و هجدهم به دلیل داشتن مقادیر کمتر از $0/30$ حذف شده اند.

جدول ۴: جدول اشتراکات

Communalities		
	Initial	Extraction
F1	1.000	.669
F2	1.000	.610
F4	1.000	.281
F5	1.000	.185
F6	1.000	.483
F7	1.000	.417
F8	1.000	.374
F10	1.000	.399
F11	1.000	.297
F12	1.000	.448
F13	1.000	.503
F14	1.000	.407
F15	1.000	.398
F16	1.000	.372
F17	1.000	.396
F18	1.000	.199
F19	1.000	.415
F20	1.000	.360
F21	1.000	.453
F22	1.000	.427
F23	1.000	.440
F24	1.000	.560
F25	1.000	.504
F26	1.000	.472
F27	1.000	.458
F28	1.000	.450
F29	1.000	.507
F30	1.000	.459
F31	1.000	.415
F32	1.000	.442
F33	1.000	.461
F34	1.000	.353
F35	1.000	.406
F36	1.000	.303
F37	1.000	.334
F38	1.000	.358

Extraction Method: Principal Component Analysis.

پنجمین مفروضه، واریانس تبیین شده بالاتر از $0/30$ می‌باشد. از این رو، در فرآیند استخراج عوامل، با تأکید بر ۳۶ گویه، حداقل واریانس تبیین شده باید $0/30$ باشد. با استفاده از روش واریماکس با چرخش داده‌ها، ۳۶ گویه روی سه عامل سوار شدند. در مفروضه ی آخر برای هر عامل یک نام انتخاب می‌شود. نام گذاری هر عامل باید با در نظر گرفتن معنای مشترک متغیرهایی به دست آید که در آن عامل دارای بار عاملی معنی دار هستند (ساروخانی، ۱۳۸۲، ۲۱۶).

جدول ۵: عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته سالاری (نتایج آماری پژوهش)

عامل			شاخص های عوامل
۳	۲	۱	
سطحی نگری	عدم برابری فرصت	پارتهی بازی	
		۰/۶۵	۱. انتصاب مبتنی بر توصیه نمایندگان
		۰/۶۵	۲. عدم پاسخگویی مقامات مسئول در برابر انتصاب افراد
		۰/۶۴	۳. انتصاب بر اساس توصیه مقامات مجلی
		۰/۶۳	۴. ملاحظات خوشاوندسالاریدر انتصاب افراد
		۰/۶۰	۵. ملاحظات سیاسی در انتصاب مدیران حرفه ای
		۰/۵۷	۶. فقدان سیستم نظارتی داخلی و خارجی بر انتصاب افراد
		۰/۵۷	۷. عدم اعتقاد مدیران عالی به شایسته سالاری
		۰/۵۷	۸. انتصاب افراد بر مبنای توصیه های دوستانه.
		۰/۵۶	۹. انتصاب افراد بر اساس معیارهای غیرشفاف
		۰/۵۵	۱۰. انتصاب مبتنی بر سلائق فردی مقام عالی سازمان
		۰/۵۵	۱۱. توجه به زبان و گویش در انتصاب افراد
		۰/۵۵	۱۲. حاکمیت بوروکراسی حزبی در بخش دولتی
		۰/۵۴	۱۳. وجود تعارض بین افراد شایسته و مدیران ارشد
		۰/۵۳	۱۴. انتصاب بر اساس تملق و چاپلوسی
		۰/۵۳	۱۵. قومیت گرایی در انتصاب افراد
		۰/۵۰	۱۶. انتصاب افراد بر اساس هم شهری بودن
		۰/۴۸	۱۷. باند بازی درون سازمانی در انتصاب افراد
		۰/۴۸	۱۸. وجود دوره های بسته در انتصاب افراد.
		۰/۴۷	۱۹. انتصاب مبتنی بر اطاعت از مافوق
		۰/۴۷	۲۰. اولویت دهی به منافع فردی در انتصاب افراد
		۰/۴۷	۲۱. حاکمیت فرهنگ قبیله ای و عشیره ای در سازمان
		۰/۳۸	۲۲. نگرش منفی برخی از مدیران نسبت به افراد یا گروههای خاص در سازمان
	۰/۶۵		۱. کم توجهی به اصل تامین فرصت های اشتغال مساوی (EEO)
	۰/۶۳		۲. حاکمیت فرهنگ قانون گریزی در سازمان
	۰/۶۰		۳. تثبیت جایگاه مدیران نالایق در رأس سازمان
	۰/۵۷		۴. فقدان فرهنگ شایسته خواهی و شایسته گماری در بین مسئولان سازمان
	۰/۵۶		۵. تسلط باندهای قدرت بر سازمان
	۰/۵۶		۶. حاکمیت سبک مدیریت آمرانه در سازمان
	۰/۵۵		۷. ضعف شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی برای شناخت افراد شایسته
	۰/۵۳		۸. اولویت دهی به گروههای خاص (مانند رزم دیدگان) در انتصاب ها
۰/۵۶			۱. در دسترس نبودن افراد شایسته در منطقه تحت پوشش سازمان
۰/۵۲			۲. هزینه بر بودن فرآیند شایسته یابی
۰/۵۰			۳. اولویت دهی بر زادگاه در انتصاب افراد
۰/۴۰			۴. اولویت دهی به تأهل در انتصاب افراد
۰/۳۹			۵. انتصاب صرف بر مبنای اعتقادات مذهبی
۰/۳۸			۶. اولویت دهی بر ویژگی ظاهری فرد در انتخاب و انتصاب
۱/۹۱	۵/۳۸	۷/۷۱	ارزش ویژه
۵/۳۱	۱۴/۹۵	۲۱/۶۳	درصد واریانس
۴۱/۷۰	۳۶/۳۸	۴۳/۲۱	درصد تجمعی

از طرف دیگر با توجه به اینکه یکی از اهداف پژوهش تعیین کردن درجه استقرار زیرسیستم های نظام شایسته سالاری در سازمان های دولتی می باشد نتایج حاصل از بخش اول پرسش نامه در جدول شماره (۶) آمده است.

جدول ۶: شاخص‌های آماری مرتبط با زیر سیستم‌های نظام «شایسته‌سالاری»

ردیف	خرده‌مقیاس	تعداد	حداقل نمره	حداکثر نمره	میانگین	انحراف معیار
۱	شایسته‌خواهی	۳۸۴	۱	۴/۸۳	۱/۹۰	۰/۷۱
۲	شایسته‌شناسی	۳۸۴	۱	۴/۶۷	۲/۰۵	۰/۶۷
۳	شایسته‌گزینی	۳۸۴	۱	۴/۶۰	۲/۱۵	۰/۷۲
۴	شایسته‌داری	۳۸۴	۱	۴/۸۳	۱/۸۸	۰/۷۱
۵	شایسته‌پروری	۳۸۴	۱	۵	۲/۱۴	۰/۶۳
کل	شایسته‌سالاری	۳۸۴	۱	۴/۴۱	۲/۰۳	۰/۵۷

با توجه به جدول (۶)، در خرده مقیاس «شایسته‌سالاری» حداقل نمره ۱ و حداکثر نمره ۴/۴۱ می‌باشد و میانگین ۲/۰۳ است. لازم به ذکر است، انحراف معیار ۰/۵۷ می‌باشد.

جدول ۷: رگرسیون چندمتغییری

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بینی کننده	میزان B	ضریب بتا	میزان F	سطح معنی‌داری
شایسته‌سالاری	پارتی‌بازی	-۰/۳۷	-۰/۶۵	-۱۶/۸۵	۰/۰۰۱
	پارتی‌بازی	-۰/۳۷	-۰/۶۵	-۲۰/۲۰	۰/۰۰۱
شایسته‌سالاری	عدم برابری فرصت	-۰/۳۴	-۰/۴۱	-۱۲/۹۶	۰/۰۰۱
	پارتی‌بازی	-۰/۳۷	-۰/۶۵	-۲۰/۴۱	۰/۰۰۱
شایسته‌سالاری	عدم برابری فرصت	-۰/۳۴	-۰/۴۱	-۱۳/۰۹	۰/۰۰۱
	سطحی‌نگری	-۰/۰۵	-۰/۰۹	-۲/۹۸	۰/۰۰۱

جهت تعیین روابط ساختاری بین عوامل بازدارنده و نظام شایسته‌سالاری می‌توان به جدول (۷) مراجعه نمود. که در سطح $\alpha=0/001$ معنی‌دار است، می‌توان مطرح نمود که توان پیش‌بینی نظام شایسته‌سالاری از طریق عوامل بازدارنده وجود دارد.

یافته‌ها:

سوال اول: عوامل بازدارنده استقرار نظام شایسته‌سالاری در سطح مدیران حرفه‌ای کدامند؟

با توجه به جدول شماره (۵)، سه عامل بازدارنده مشخص گردید. این سه عامل بنا به نظر پژوهشگر به ترتیب «پارتی‌بازی»، «عدم برابری فرصت» و «سطحی‌نگری» نام گذاری شده‌اند.

سوال دوم: اهمیت رتبه‌ای هر یک از عوامل بازدارنده چگونه است؟
 به منظور پاسخ به این پرسش از ارزش ویژه هر عامل واقع در جدول (۵) استفاده شده است. بر این اساس عامل اول «پارتی بازی» دارای بالاترین ارزش ویژه (۷/۷۱) بوده، عامل دوم «عدم برابری فرصت» دارای ارزش ویژه (۵/۳۸) می‌باشد و عامل سوم «سطحی‌نگری» دارای ارزش ویژه (۱/۹۱) می‌باشد.

سوال سوم: روابط ساختاری بین عوامل بازدارنده و نظام شایسته‌سالاری چگونه است؟
 بر اساس جدول (۷)، عامل پارتی بازی با ضریب رگرسیون (-۰/۳۷)، پس از آن عامل عدم برابری فرصت با ضریب رگرسیون (-۰/۲۴) و سپس عامل سطحی‌نگری با ضریب رگرسیون (-۰/۰۵) توان تأثیرگذاری بر استقرار نظام شایسته‌سالاری را دارند. همچنین شایان ذکر است که بر اساس جدول (۶) زیر سیستم‌های نظام شایسته‌سالاری به ترتیب با میانگین‌های ۲/۱۴ و ۱/۲، ۸۸/۲، ۱۵/۱، ۰۵/۹۰ در سطح نامطلوبی قرار دارند.

نتیجه‌گیری و بحث:

یافته‌های این پژوهش با موانعی که اصغری و همکاران (۱۳۸۳) برای توسعه شایسته‌سالاری در سه گروه مطرح کرده‌اند همخوانی دارد. از سوی دیگر نتیجه تحقیق حاضر تأیید کننده‌ی نتیجه تحقیقی است که از سوی آذربایجانی و عطارفر (۱۳۷۶) انجام گرفته است.

یافته‌های جدول شماره (۵) نشان می‌دهد که ۳۶ گویه بخش دوم پرسش‌نامه پس از انجام مراحل تحلیل عاملی روی سه عامل اصلی قرار گرفته‌اند. که نام گذاری هر عامل با در نظر گرفتن معنای مشترک متغیرهایی که در آن عامل دارای بار عاملی معنی دار هستند انجام شد، که بر این اساس برای ۲۲ گویه عامل اول نام پارتی بازی، برای ۸ گویه عامل دوم نام عدم برابری فرصت و جهت ۶ گویه عامل سوم نام سطحی‌نگری انتخاب شد.

همچنین بر اساس همین جدول، عامل پارتی بازی با ارزش ویژه ۷/۷۱ با اهمیت‌ترین عامل بازدارنده، پس از آن عامل عدم برابری فرصت با ارزش ویژه ۵/۳۸ در

رتبه دوم اهمیت و در نهایت عامل سطحی نگری با ارزش ویژه ۱/۹۱ در رتبه سوم اهمیت است.

بر اساس جدول شماره (۷)، در سطح معنی داری ۰/۰۰۱ هر سه عامل ارتباط منفی معنی داری را با متغیر ملاک (نظام شایسته‌سالیاری) نشان می‌دهند. ضمن اینکه نتایج بدست آمده از جدول شماره (۶) بیانگر این است که شایسته خواهی، شایسته‌شناسی، شایسته‌گزینی، شایسته‌داری و شایسته‌پروری به عنوان زیر سیستم‌های نظام شایسته‌سالیاری در سازمان‌های دولتی شهرستان اهواز از وضعیت نامطلوبی برخوردارند.

پیشنهادهای مبتنی بر نتایج:

با توجه به یافته‌های پژوهش و همچنین اهمیت موضوع پژوهش، پیشنهادهایی به سازمان‌های دولتی شهرستان اهواز به صورت ذیل ارائه می‌گردد:

۱. با توجه به این که مهمترین عامل بازدارنده‌ی استقرار نظام شایسته‌سالیاری پارتی‌بازی می‌باشد بنابراین توصیه می‌شود که در سازمان‌ها انتصاب بر اساس توصیه‌ی مقامات محلی به حداقل رسیده و ملاحظیات خویشاوندمداری و سیاسی در انتصاب افراد لحاظ نشود و در این میان توصیه می‌شود که از مقام‌های مسئول در سازمان نسبت به انتصاب‌ها پاسخگویی لازم خواسته شود.

۲. با توجه به اینکه دومین عامل بازدارنده‌ی استقرار نظام شایسته‌سالیاری عدم برابری فرصت در سازمان می‌باشد، بر این اساس پیشنهاد می‌شود که به اصل تأمین فرصت‌های اشتغال مساوی در سازمان توجه شده و به وجود فرهنگ قانون‌مداری، شایسته‌خواهی و شایسته‌گماری در بین مسئولان سازمان توجه شود و چنین فرهنگی بین آن‌ها ترویج شود.

۳. عامل سطحی‌نگری به عنوان یکی از عوامل بازدارنده در رتبه‌ی سوم اهمیت قرار دارد بر این اساس توصیه می‌شود که در انتصاب مدیران تنها به منافع کوتاه مدت توجه نکرده و جهت‌شناسایی افراد شایسته‌بودجه‌های لازم در نظر گرفته شود و به متغیرهایی مانند زادگاه، تأهل و ویژگی‌های ظاهری فرد در انتصاب‌ها کمتر توجه گردد.

۴. این پژوهش نشان می‌دهد که شایسته خواهی در استقرار نظام شایسته سالاری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد بنابراین توصیه می‌شود که مدیران ارشد سازمان‌ها به اهمیت و ضرورت انتخاب افراد شایسته به عنوان مدیر در جهت گیری‌های راهبردی سازمان خود توجه داشته و آن را به عنوان یک ارزش سازمانی در سازمان گسترش دهند و در انتصاب افراد به تجربه، تخصص‌های مرتبط و بی‌طرفی سیاسی آن‌ها توجه داشته باشند.

۵. با توجه به این که شایسته شناسی به عنوان یکی از زیرسیستم‌های شایسته سالاری در سطح نامطلوبی قرار دارد. بنابراین توصیه می‌شود که جهت شناسایی و یافتن افراد مناسب از بانک اطلاعات سازمانی (در صورت وجود) استفاده شده و به منظور گرفتن نتایج بهتر در این زمینه به انتشار آگهی استخدامی، برگزاری آزمون‌های علمی - تخصصی و رجوع به مراکز کاریابی توجه شود.

۶. این پژوهش نشان می‌دهد که شایسته‌گزینی نیز در جهت استقرار نظام شایسته سالاری در سطح مطلوبی قرار ندارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود که در انتصاب افراد به عنوان مدیر و سایر رتبه‌های سازمانی به شایستگی‌های اخلاقی، روحی و توانایی‌های جسمی آن‌ها در ارتباط با شغل مورد نظر توجه شود. در ضمن به برگزاری مصاحبه‌ها و آزمون‌های تخصصی در انتخاب افراد اهمیت داده شود.

۷. با توجه به یافته‌های پژوهش مشخص گردید که شایسته‌داری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. به همین دلیل توصیه می‌گردد که به عدالت سازمانی و فرصت‌های مساوی در ارتقاء و دست‌یابی به مشاغل مدیریتی توجه شده و نظام پاداش‌دهی مناسب در سازمان مستقر گردیده و به عواملی که باعث ارتقاء کیفیت زندگی کاری افراد در سازمان شده و آن‌ها را نسبت به سازمان علاقه‌مند می‌کنند توجه گردد. در نهایت نظام برنامه‌ریزی جانشینی به عنوان یک برنامه بلندمدت در سازمان مستقر شده و به مدیران فرصت زمانی لازم جهت اعمال برنامه‌های خود داده شود.

۸. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شایسته‌پروری در سطح سازمان‌های دولتی شهرستان اهواز با میانگین ۲/۱۴ در وضعیت نامناسبی قرار دارد. بر این اساس توصیه می‌گردد راهبردهای شایسته‌پروری در نظام مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های دولتی تدوین گردد و دوره‌های آموزشی متناسب جهت ارتقاء عملکرد مدیران و سایر منابع انسانی در سازمان‌ها برگزار گردد و در این دوره‌ها به انتقال تجربه‌ها و دانش

در بین افراد توجه شود. سرانجام به منظور این که شایسته پروری در سازمان نهادینه گردد پیشنهاد می شود که فضای رقابتی به منظور رسیدن به پست های مدیریتی ایجاد شده و در ارزیابی عملکرد مدیران به شاخص های متناسب توجه گردد.

۹. با توجه به یافته های پژوهش وجود رابطه ی منفی بین عوامل «پارتنری بازی» ، «عدم برابری فرصت» و «سطحی نگری» با استقرار نظام شایسته سالاری مشخص شده است. بنابراین توصیه می شود، متغیرهایی را که باعث بروز چنین پدیده هایی در سازمان های دولتی می شوند به حداقل خود رسانده و از بین ببرند و در جهت اصلاح آن ها اقدام شود.

منابع:

- آذربایجانی، کریم؛ عطا، علی (۱۳۸۰)، بررسی میزان شایسته سالاری در انتخاب مدیران بخش دولتی و خصوصی، تهران، ماهنامه دانش مدیریت، شماره ۵۴
- ایلی، خدایار (۱۳۸۵)، ضرورت بحث درباره توسعه شایسته سالاری در سازمان ها، مقالات مدیریت، تهران
- بشارت، علی رضا؛ صادقیور، ابوالفضل (۱۳۵۸)، نظریه هایی درباره بوروکراسی یا سازمان های بزرگ اداری، تهران، انتشارات دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی
- بدون ذکر نام نویسنده (۱۳۷۷)، شایسته سالاری و ارزش های فرهنگی مدیریتی، تهران، ماهنامه تدبیر، شماره ۸۳
- حسینیان، سیدرضا (۱۳۸۱)، بررسی عوامل مؤثر و تعیین شاخص های مهم افت تحصیلی دبیرستان های دولتی شهرستان کهگیلویه و بویر احمد با استفاده از تجزیه عاملی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم ریاضی و کامپیوتر دانشگاه چمران
- رونق، یوسف (۱۳۸۸)، قانون مدیریت خدمات کشوری، تهران، انتشارات فرمنش
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۲)، روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، نشر دیدار
- سلطانی، ایرج (۱۳۸۵)، سازوکار استقرار شایسته سالاری در سازمان های صنعتی و دولتی، مجموعه مقالات مدیریت، تهران
- علمداری، مسعود (۱۳۸۵)، بررسی تحلیل عاملی نیرومند و مطالعه افت تحصیلی دانشجویان دانشگاه شهید چمران از دیدگاه دانشجویان مشروطی ورودی های ۸۱-۸۳، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم ریاضی و کامپیوتر دانشگاه چمران
- قربان پناه، جاوید (۱۳۸۷)، نظام شایسته سالار، www.aftab.ir
- کبریایی، علی؛ رخس خورشید، عطاءاله؛ اصغری، حسین (۱۳۸۵)، اولین همایش توسعه شایسته سالاری در سازمان ها، تهران، نشر شیوه
- گلدسته، اکبر و همکاران (۱۳۷۷)، راهنمای نرم افزار spss 6، تهران، انتشارات شرکت آمار پردازان تهران
- نظری منش، لیلا (۱۳۸۵)، شاخص های انتخاب و انتصاب مدیران با رویکرد شایسته گزینی، مجموعه مقالات، تهران
- Anastassios Karayiannis, (2001), Imperfect Meritocracy And Inefficiency , Vol 2

-
- Amy Liu, (2007), The Myth Of Meritocracy And Its Implicatio For Higher Education , University Of California , Los Angele.

«مدیریت بهره‌وری»

سال هفتم _ شماره ۲۵ _ تابستان ۱۳۹۲

ص ۵۲ - ۳۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۰۹/۰۱

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۴/۰۶

بررسی رابطه‌ی بین هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن شهرستان ارومیه

وریا قادری^۱

مهناز ایروانی^۲

دکتر محمدعلی فرنیآ^۳

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی رابطه‌ی بین هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن شهرستان ارومیه بوده است. روش تحقیق حاضر از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل کلیه‌ی مدیران و کارکنان شعب بانک مسکن شهرستان ارومیه است. تعداد شعب ۱۷ شعبه می‌باشد. از آنجایی که جامعه‌ی مورد مطالعه در این پژوهش محدود می‌باشد، برای گردآوری اطلاعات از روش شمارش کامل (سرشماری) استفاده شده است. اطلاعات لازم به وسیله‌ی پرسشنامه‌های هوش فرهنگی و بهره‌وری گردآوری شده است. بدین منظور به ازای هر مدیر، پرسشنامه‌ی بهره‌وری مدیران در بین ۴ کارمند توزیع شد. تحلیل‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق، شامل آمار توصیفی (نمودارهای دو متغیره) و آمار استنباطی (همبستگی پیرسون) می‌باشد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که بین هوش فرهنگی مدیران و مؤلفه‌های آن (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) با بهره‌وری شعب رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

واژه‌های کلیدی:

هوش فرهنگی، بهره‌وری، بانک مسکن، مدیران

^۱. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز (w.ghaderi@gmail.com)

^۲. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ارومیه

^۳. عضو هیات علمی (استادیار) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، تبریز-ایران

مقدمه

سال‌های پایانی سده‌ی بیستم و سال‌های آغازین هزاره‌ی سوم میلادی با بحث‌های داغ و مناقشه‌برانگیز جهانی‌شدن همراه بوده است. پدیده‌ی «جهانی‌سازی»^۱ در عصر حاضر، با حذف فاصله‌ها و از میان برداشتن مرزها به ظاهر، جهانی کوچک‌تر و مسطح‌تر ایجاد کرده است. برخی از صاحب‌نظران بر این اعتقادند که جهانی‌شدن، تمایزات فرهنگی را از بین می‌برد و جهان به سمت یکپارچگی پیش می‌رود. آنچه مسلم است آن است که جهانی‌سازی پدیده‌ای تک بعدی نبوده و فرایندی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... می‌باشد و هر چه جهان به سمت انسجام پیش می‌رود اهمیت درک تفاوت‌های فرهنگی افزایش می‌یابد. عده‌ای دیگر بر این اعتقادند که کم‌رنگ شدن مرزهای جغرافیایی نه تنها تفاوت‌های فرهنگی بین ملت‌ها را کم نمی‌کند، بلکه به شکلی پررنگ‌تر نمایان خواهد شد. ایجاد شرکت‌های چند ملیتی و ضرورت حضور رهبران در کلاس جهانی بر اداره‌ی سازمان‌های چند ملیتی، و وجود چالش‌هایی که چنین شرکت‌ها، تیم‌ها و رهبران با آنها مواجه شده‌اند، حاکی از وجود قطعی تفاوت‌های فرهنگی می‌باشد. این مسأله نیاز به داشتن قابلیت جدیدی برای کارکنان، مدیران و بطور کلی منابع انسانی در سراسر جهان بوجود آورده است که از آن به عنوان «هوش فرهنگی» یاد می‌کنیم (آنگ و همکاران^۲، ۲۰۰۶).

از آنجائی که بسیاری از سازمان‌های قرن بیست و یکم، چند فرهنگی هستند، می‌توان انواع کارکنان با فرهنگ‌های متفاوت را مشاهده نمود. این در حالی است که ممکن است در یک کشور، محصولی طراحی، در ۱۰ کشور تولید و در بیش از ۱۰۰ کشور به فروش برسد. این واقعیت سبب پویایی فراوانی روابط در محیط‌های چند فرهنگی شده است، به نحوی که تفاوت در زبان، قومیت، ارزش‌ها، هنجارها و در یک بیان فرهنگ‌های متفاوت می‌تواند به عنوان منابع تعارض بالقوه ظهور کند و در صورت نبود درک صحیح، توسعه روابط کاری مناسب را با مشکل مواجه سازد (تریاندیس^۳، ۲۰۰۶).

نظر به رشد روز افزون تعاملات و مبادلات بین‌المللی و ناهمگونی نیروی کار، بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت توجه خود را به شناسایی و تقویت قابلیت‌هایی که به

^۱- Globalization

^۲- Ang & et al.

^۳- Triandis

حضور اثر بخش در محیط‌های بسیار پیچیده و پویا بینجامد، معطوف ساخته‌اند. در میان این قابلیت‌ها، هوش فرهنگی مهم‌ترین توانمندی است که می‌توان برای مواجهه مناسب با موقعیت‌های چند فرهنگی به کار گرفت. هوش فرهنگی کمک می‌کند با درک سریع و صحیح مؤلفه‌های فرهنگی مختلف، رفتاری متناسب با هر یک از آن‌ها بروز دهیم.

بهبود بهره‌وری در سازمان تابع و نتیجه کارایی مدیریت است که با مدیریت خوب مترادف است. افزایش بهره‌وری و حفظ رشد آن، هدف و مسئولیت اصلی مدیریت است. در واقع ایجاد شرایط مناسب برای سطح کارکرد بالاتر، اساس مدیریت بهره‌وری است. در عین حال، بهبود بهره‌وری یک فرایند تغییر است. بنابراین، برای افزایش بهره‌وری لازم است که مدیریت تغییر، برقرار گردد. این امر به مفهوم ایجاد انگیزه، تحرک و تغییر است و مهم است که مقیاس و سرعت تغییر را در تمام عناصر سازمان که شامل افراد و ساختار نیروی انسانی است، طرح‌ریزی و هماهنگ کنیم. تغییرات مزبور، طرز نگرش‌های مثبت و فرهنگ سازمانی را که برای بهبود بهره‌وری و نیز تغییر تکنولوژی مناسب خواهد بود، بوجود می‌آورد (طاهری، ۱۳۸۵).

امروزه سازمان‌ها بدنبال مدیرانی هستند که بتوانند از توانایی تطبیق مستمر با افرادی از فرهنگ‌های مختلف و توانایی اداره ارتباطات بین فرهنگی برخوردار باشند. محیط کار امروز، نیاز به افرادی دارد که به فرهنگ‌های مختلف آشنا باشند و بتوانند با افراد سایر فرهنگ‌ها، ارتباط مناسب برقرار کنند. برای این منظور، افراد نیاز به هوش فرهنگی دارند. توانایی فرد برای تطبیق با ارزش‌ها، سنت‌ها و آداب و رسوم متفاوت از آنچه به آن‌ها عادت کرده است و کارکردن در یک محیط متفاوت فرهنگی، معرف هوش فرهنگی است (هادیزاده مقدم و حسینی، ۱۳۸۶).

هوش از جمله مواردی است که بسیار مورد توجه روان‌شناسان بوده و در طول تاریخچه‌ی روان‌شناسی، تلاش بر این بوده است که ماهیت هوش، انواع آن، تغییر پذیری آن و ... مورد بررسی قرار گیرد. وقتی درباره‌ی هوش صحبت می‌شود، ویژگی‌هایی چون یادگیری سریع، زیاد، محاسبات دقیق و فوری و راه‌حل‌های جدید به ذهن خطور می‌کند (فاطمی، ۱۳۸۵). از زمانی که پدیده‌ای به نام هوش توسط آلفرد بینه^۱ در فرانسه به صورت عدد و رقم نمود کمی پیدا کرد و اصطلاح بهره‌ی هوشی توسط

^۱ Alfred Biene

ترمن^۱ معرفی شد، نزدیک به یک قرن می‌گذرد. از آن زمان تاکنون بسیاری از روان‌شناسان، تعاریف و طبقه‌بندی‌های مختلفی از هوش به دست داده و بر آن اساس به تهیه ابزارهایی پرداخته‌اند که مدعی سنجش این کیفیت ذهنی هستند. به‌طور کلی هوش عبارت است از ظرفیت فرد برای تفکر، استدلال و حل مسأله به‌طور مولد و سازنده (قلی‌پور، ۱۳۸۶).

فرهنگ^۲ ارزش‌ها، ایده‌ها، نگرش‌ها و نمادهای آگاهانه‌ای است که رفتار انسان را شکل می‌دهد و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (پیتر^۳ و همکاران، ۲۰۰۵). واژه‌ی فرهنگ همواره منبع سوء تعبیر و اختلاف بوده است. مردم‌شناسان، فرهنگ را شیوه‌های زندگی که توسط گروهی از مردم ایجاد می‌شود و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود، می‌دانند. آن‌چه در تمامی تعاریف فرهنگ مشترک می‌باشد، آن است که فرهنگ، قوانین نانوشته‌ای است که در بیش‌تر مواقع به راحتی قابل مشاهده نیست و همین امر کار مدیران را در برقراری ارتباط مؤثر مشکل می‌کند (رایت و درویری^۴، ۲۰۰۶). عده‌ای معتقدند که جهان به سمت نوعی همگون سازی پیش می‌رود، در سوی دیگر گروهی معتقدند که جهان نه تنها به سمت همگون سازی پیش نمی‌رود، بلکه به سمتی حرکت می‌کند که تضاد و تنوع و گونه‌های مختلف در آن وجود خواهد داشت (مشبکی و راموز، ۱۳۸۵). اعلامیه‌ی یونسکو درباره‌ی جایگاه فرهنگی در عصر جهانی‌سازی به این صورت بیان شده است: «درگیری، پذیرش و درک تنوع و تفاوت‌های فرهنگی و ارزش و احترام برای تنوع غنی موجود در فرهنگ‌های مختلف» (نقل از سازمند، ۱۳۸۴).

مفهوم هوش فرهنگی برای نخستین بار توسط ایرلی و آنگ از محققان مدرسه کسب و کار لندن مطرح شد. این دو، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده‌اند (ایرلی و آنگ^۵، ۲۰۰۳).

در تعریفی دیگر، هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی دانسته شده است که از تنوع فرهنگی برخوردارند و با آن دسته

1- Terman

2- Culture

3- Peter & et.al.

4- Wright & Drewery

5- Early & Ang

از مفاهیم مرتبط با هوش سازگار است که هوش را بیش تر یک توانایی شناختی می‌دانند (پیترسون^۱، ۲۰۰۴). هم‌چنین، هوش فرهنگی، بینش‌های فردی را در بر می‌گیرد که برای انطباق با موفقیت‌ها و تعاملات میان‌فرهنگی و حضور موفق در گروه‌های کاری چند فرهنگی مفید است (عباسعلیزاده، ۱۳۸۷).

بر اساس تعریف ایرلی و آنگ، هوش فرهنگی متفاوت از هوش اجتماعی^۲ و عاطفی است. افراد زیادی با داشتن (IQ) بالا و مهارت‌های اجتماعی مناسب، در تعاملات بین‌المللی شکست می‌خورند که علت اصلی آن پایین بودن هوش فرهنگی می‌باشد (استنبرگ^۳، ۱۹۹۹).

ایرلی و آنگ (۲۰۰۳) معتقد بودند در مواجهه با موقعیت‌های فرهنگی جدید، به زحمت می‌توان، علائم و نشانه‌های آشنایی یافت که بتوان از آن‌ها در برقراری ارتباط سود جست. تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی بر می‌آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند.

در این پژوهش با توجه به اهمیت هوش فرهنگی و هم‌چنین موضوع بهره‌وری، به ارتباط بین این دو مقوله جهت غنی شدن ادبیات موجود در این زمینه پرداخته شده است. بر اساس تقسیم‌بندی مرکز مطالعات هوش فرهنگی^۴، هوش فرهنگی به چهار بخش فراشناختی^۵، شناختی^۶، انگیزشی^۷ و رفتاری^۸ تقسیم می‌شود (مرکز مطالعات هوش فرهنگی، ۲۰۰۵).

بعد فراشناختی، شامل تدوین استراتژی پیش از برخورد میان‌فرهنگی، بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل و تغییر نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین است (نائیجی و عباسعلیزاده، ۱۳۸۶). این بعد، تفکر فعال در مورد افراد و موقعیت‌های فرهنگی مختلف را ارتقاء می‌دهد، از خشکی، مفروضات و تفکر محدود فرهنگی جلوگیری می‌کند و افراد را به سمت بازآفرینی

¹- Peterson

²- Social Intelligence

³- Sternberg

⁴- Cultural Intelligence Studies Center

⁵- Meta Cognitive

⁶- Cognitive

⁷- Motivational

⁸- Behavioral

استراتژی‌ها هدایت می‌کند، بنابر این آن‌ها تمایل دارند روابط بین فرهنگی موفق را تجربه نمایند (ایمای و گلفاند^۱، ۲۰۰۷).

بعد شناختی، آگاهی و اطلاع در مورد هنجارها، فعالیت‌ها و قراردادهای فرهنگی‌های مختلف حاصل از تجارب فردی و آموزشی را منعکس می‌کند. این بعد، شامل آگاهی ظاهری در مورد سیستم‌های اجتماعی، قانونی و اقتصادی در فرهنگ‌های مختلف و خرده فرهنگ‌ها است. همچنین شامل دانش رویه‌ای است که می‌تواند از طریق مشاهده و تقلید انجام گیرد. افرادی که دانش هوش فرهنگی بالایی دارند تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی را درک می‌کنند (آنگ و همکاران، ۲۰۰۷).

بعد انگیزشی، توانایی و تمایل به یادگیری و فعالیت در موقعیت‌های فرهنگی مختلف را منعکس می‌کند (آنگ و همکاران، ۲۰۰۶). عنصر روانی و انگیزشی به افراد کمک می‌کند در مقابل موانع پایدار باشند تا بتوانند خود را با فرهنگ دیگران سازگار سازند. گاهی اوقات تعامل افرادی با فرهنگ‌های متفاوت مثل نزدیک شدن دو آهن‌ربا با قطب‌های یکسان است (فیاضی و جانثار احمدی، ۱۳۸۵). انگیزش هوش فرهنگی بیانگر علاقه‌ی فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف است و شامل ارزش درونی افراد برای تعاملات چندفرهنگی و اعتماد به نفسی است که به فرد اجازه می‌دهد در موقعیت‌های فرهنگی مختلف به صورتی اثربخش عمل کند (نائیجی و عباسعلیزاده، ۱۳۸۶).

بعد رفتاری، توانایی انجام رفتار کلامی و غیرکلامی مناسب در هنگام برقراری ارتباط با افرادی از فرهنگ‌های دیگر را منعکس می‌کند. طبق نظر هال، توانایی ذهنی برای درک فرهنگی و انگیزش باید با توانایی انجام رفتار کلامی و غیرکلامی مناسب (کلمات، تن صدا، حالت‌های صورت و حرکات بدن) بر اساس ارزش‌های فرهنگی در موقعیت‌های خاص تکمیل شوند. این رفتار، شامل گستره‌ی وسیعی از رفتارهای قابل انعطاف می‌باشد (آنگ و همکاران، ۲۰۰۷). شناخت و انگیزه بدون انجام یک واکنش مؤثر و مناسب، ارزش خود را از دست می‌دهند به همین دلیل هوش فرهنگی باید در برگزیده توانایی‌ها و مهارت‌های لازم برای نشان دادن واکنش مناسب با آن فرهنگ باشد (فیاضی و جانثار احمدی، ۱۳۸۵).

¹- Imai & Gelfand

بهره‌وری از مسئولیت‌های اصلی مدیران است. یک سازمان بهره‌ور معرف عملکرد شایسته نیروی انسانی آن در امر تولید فرآورده‌ها و یا ارائه خدمات می‌باشد. بهره‌وری در دستیابی به اهداف ملی، بازرگانی، تجاری و شخصی دارای اهمیت است، منافع رشد بهره‌وری بیشتر برای همگان روشن است. کالبد اصلی خوشبختی و کامیابی جوامع در گرو شرکت، وزارتخانه، سازمان، اداره و... است. این امر به نوبه‌ی خود در گرو طرز کار آنها اعم از موسسه، وزارتخانه، سازمان، اداره و ... است و این امر در گرو طرز کار و شیوه اداره مدیرانی است که بر اساس صلاحیت علمی و فنی و استعداد ذاتی انتخاب شده و فعالیت می‌کنند. فنا و بقا همه سازمان‌ها و نتیجه هر جامعه و ملتی وابسته به این است که این واحدهای تبدیل یا سازمان‌ها تا چه حد بتوانند ثروت (ارزش افزوده) تولید کنند یعنی ارزش نتایج بدست آمده (کالاها یا خدمات) بر ارزش کل منابع مصروفه آنها فزونی داشته باشد (نوزادی، ۱۳۷۴).

پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام شده قبلی که تا حدودی مرتبط با موضوع این پژوهش است، به شرح زیر است:

رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۸۸) تحقیقی با عنوان «بررسی میزان تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه‌ای مدیران شعب بانک اقتصاد نوین استان تهران» انجام داده‌اند. یافته‌های حاصل از تحقیق نشان داد که بین هوش فرهنگی و عملکرد وظیفه‌ای مدیران رابطه‌ی مثبت و معنادار وجود دارد. در بررسی روابط بین ابعاد چهارگانه‌ی هوش فرهنگی، نتایج حاکی از رابطه‌ی معنی‌دار بین بعد فراشناختی هوش فرهنگی با بعد رفتار و انگیزش هوش فرهنگی است. همچنین مشخص شد تأثیرگذاری هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه‌ای برخاسته از ابعاد دانش و رفتار هوش فرهنگی است.

پژوهشی با عنوان «بررسی تطبیقی میزان هوش فرهنگی مدیران بانک‌های دولتی و غیردولتی و تأثیر آن بر عملکرد آنان در شهر اصفهان» انجام گردیده است. نتایج حاکی از آن است که:

۱. بین انگیزش هوش فرهنگی مدیران بانک‌های دولتی و غیر دولتی با عملکرد آنان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد
۲. بین استراتژی هوش فرهنگی مدیران بانک‌های دولتی و غیر دولتی با عملکرد آنان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد (نقل از پایگاه اطلاع رسانی رفعت، ۱۳۹۰).

وظیفه دامپرچی و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی نقش هوش‌های چندگانه‌ی کارکنان با بهره‌وری آنان در مؤسسات فرهنگی مغان» نتیجه گرفتند که: بین هوش‌های چندگانه‌ی کارکنان با بهره‌وری آنان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

فیاضی (۱۳۸۵) به این نتیجه رسید که امروزه اکثر سازمان‌ها و افراد، هوش فرهنگی را یک مزیت رقابتی و قابلیت استراتژیک می‌دانند و در محیط و بازار جهانی، هوش فرهنگی، اهرم مورد نیاز رهبران و مدیران تلقی می‌شود. هادی‌زاده مقدم و حسینی (۱۳۸۶) معتقدند که در مجموع بین هوش فرهنگی و همچنین ابعاد شناختی، انگیزشی و رفتاری و اثربخشی گروهی، رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

عباسعلیزاده (۱۳۸۷) بر این باور است که هوش فرهنگی و هر کدام از مؤلفه‌های فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری، تأثیر مثبتی بر روی انگیزه‌ی توفیق‌طلبی مدیران دارند.

کاظمی (۱۳۸۷) به این نتیجه رسید که بین هوش فرهنگی و ابعاد آن (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) و عملکرد، ارتباط وجود دارد.

یوسفی (۱۳۸۷) به این نتیجه رسید که یکی از عواملی که بر ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی اثر چشم‌گیری دارد، بهبود روابط حاکم میان مدیریت و کارکنان است و بکارگیری سبک رهبری صحیح و علمی و نیز توجه مدیریت به مشکلات کاری و زندگی کارکنان از مؤلفه‌های مؤثر بر افزایش بهره‌وری هستند.

تسلیمی و همکاران (۱۳۸۸) سه راه‌کار برای ارتقاء هوش فرهنگی فراشناختی شامل بازنگری دانش فرهنگی خود و در صورت لزوم تعامل با فرهنگ‌های جدید، افزایش دقت هوشیاری در تعاملات میان فرهنگی و همچنین آموزش سبک‌های یادگیری، استدلال قیاسی و نفس تفکر مطرح کردند.

مشبکی و تیزرو (۱۳۸۸) معتقدند که هوش فرهنگی دارای رابطه مثبت با موفقیت رهبران در کلاس جهانی است.

ودادی و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «رابطه‌ی بین هوش فرهنگی و موفقیت مدیران (مورد مطالعه: شرکت ایرانی) انجام داده‌اند. نمونه آماری این تحقیق تعداد ۷۸ مدیر ارشد و میانی شرکت انرژی ایرانی می‌باشد. نتایج تحقیق بیانگر همبستگی بالا

بین هوش فرهنگی و ابعاد مختلف آن (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) با موفقیت مدیران بود.

امیری و همکاران (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که بین مؤلفه‌های هوش فرهنگی شامل فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری و همچنین خود هوش فرهنگی با عملکرد کارکنان، رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

هرسی و بلانچارد^۱ (۱۹۸۳) به این نتیجه رسیدند که فرهنگ قوی سبب به وجود آمدن احساس بهتر در کارکنان و انجام دادن بهتر کارها می‌شود. همچنین، چنین فرهنگی موجب افزایش تعهد افراد به سازمان و ایجاد هم‌سویی میان اهداف کارکنان و اهداف سازمانی می‌شود و این مهم، عاملی مؤثر در افزایش بهره‌وری است.

آنگ و همکاران^۲ (۲۰۰۶) به این نتیجه رسیدند که بین سازگاری و رفتار فرهنگی، همبستگی مثبت ولی بین ثبات هیجانی و رفتار فرهنگی، همبستگی منفی و معنی‌دار وجود دارد.

تمپلر و تای^۳ (۲۰۰۶) به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت بین مؤلفه‌های انگیزشی هوش فرهنگی با هر سه نوع سازگاری عمومی، سازگاری بین فرهنگی و سازگاری شغلی وجود دارد.

آنگ و داین^۴ (۲۰۰۷) معتقدند که توسط استراتژی و دانش فرهنگی، می‌توان عوامل قضاوت فرهنگی و فاکتور تصمیم‌گیری را پیش‌بینی کرد. همچنین عامل سازش فرهنگی توسط انگیزش و رفتار فرهنگی و کارایی توسط استراتژی و رفتار قابل پیش‌بینی است.

ابزار و روش

روش پژوهش حاضر، توصیفی و از نوع همبستگی است.

جامعه‌ی آماری این پژوهش را کلیه‌ی مدیران و کارکنان شعب بانک مسکن شهرستان ارومیه تشکیل می‌دهد. حجم نمونه برای مدیران به دلیل محدود بودن جامعه‌ی آماری مدیران بر اساس شمارش کامل (سرشماری) ۳۲ نفر در نظر گرفته شده

^۱- Hersy & Blanchard

^۲- Ang & et.al.

^۳- Templer & Tay

^۴- Dyne

است. حجم نمونه‌ی کارکنان ۶۸ نفر می‌باشد که به ازای هر مدیر ۴ کارکن بر اساس نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده است.

- ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ی استاندارد هوش فرهنگی و پرسشنامه‌ی بهره‌وری بوده است. پرسشنامه‌ی هوش فرهنگی شامل ۲۰ سوال می‌باشد که پاسخ‌های آن در طیف لیکرت ۷ درجه‌ای امتیازدهی شده‌اند. مدیران شعب بانک مسکن به پرسشنامه‌ی هوش فرهنگی پاسخ دادند. پرسشنامه‌ی بهره‌وری شامل ۲۲ سوال بسته پاسخ بود که در طیف لیکرت ۵ درجه‌ای امتیازدهی شده بود و کارکنان به آن پاسخ دادند. پایایی هر دو پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای هوش فرهنگی ۰/۸۷۸ و برای بهره‌وری ۰/۹۰۷ بدست آمد و هم‌چنین روایی پرسشنامه‌های مذکور با نظر داوران بررسی و تأیید شده است. در نهایت با استفاده از نرم افزار آماری SPSS به تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی داده‌ها پرداخته شد.

یافته‌ها

تحلیل رابطه بین عامل فراشناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه

سنجش اثر عامل فراشناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری نشان می‌دهد که بین بعد فراشناختی هوش فرهنگی مدیران و بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه رابطه وجود دارد؛ همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می‌کنیم $Sig=0/02$ از ۰/۰۵ کوچک‌تر است. ضریب همبستگی بین عامل فراشناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب (۰/۵۳) می‌باشد که حاکی از وابستگی بالای این دو متغیر می‌باشد.

جدول (۱): توزیع فراشناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب

بهره‌وری	فراشناختی		
	پایین	متوسط	بالا
پایین	تعداد	۰	۰
	درصد	۰	۶٪
متوسط	تعداد	۲	۲
	درصد	۶٪	۱۵,۶٪
بالا	تعداد	۱	۰
	درصد	۳٪	۰٪
آزمون همبستگی $\text{sig.} = ۰/۰۲۳$ ضریب همبستگی پیرسون $r = ۰/۵۳$			

تحلیل رابطه بین عامل شناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک

مسکن در شهرستان ارومیه

سنجش اثر عامل شناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه رابطه وجود دارد؛ همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌کنیم $\text{Sig} = ۰/۰۴$ از $۰/۰۵$ کوچک‌تر است. ضریب همبستگی بین عامل شناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب ($۰/۲۹$) می‌باشد. که حاکی از وابستگی این دو متغیر می‌باشد.

جدول (۲): توزیع شناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب

بهره‌وری	شناختی		
	پایین	متوسط	بالا
پایین	تعداد	۲	۰
	درصد	۶٪	۰٪
متوسط	تعداد	۱	۲
	درصد	۳٪	۲۸,۱٪
بالا	تعداد	۰	۸
	درصد	۰	۲۵٪
آزمون همبستگی $\text{Sig.} = ۰/۰۴$ ضریب همبستگی پیرسون $r = ۰/۲۹$			

تحلیل رابطه بین عامل انگیزشی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه

سنجش اثر عامل انگیزشی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری نشان می‌دهد که بین بعد انگیزشی فرهنگی مدیران و بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان رابطه وجود دارد؛ همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌کنیم $Sig=0/034$ از $0/05$ کوچک‌تر است. ضریب همبستگی بین عامل انگیزشی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب (۰/۳۷) می‌باشد. که حاکی از وابستگی این دو متغیر می‌باشد.

جدول (۳): توزیع انگیزشی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب

		انگیزشی		
		پایین	متوسط	بالا
پایین	تعداد	۰	۲	۰
	درصد	۰٪	۶٪	۰٪
متوسط	تعداد	۳	۷	۰
	درصد	۹,۳٪	۲۱,۸٪	۰٪
بالا	تعداد	۰	۱۸	۲
	درصد	۰	۵۶,۲٪	۶٪
آزمون همبستگی $Sig. = 0/034$ ضریب همبستگی پیرسون $r = 0/37$				

تحلیل رابطه بین عامل رفتاری هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه

سنجش اثر عامل رفتاری هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری نشان می‌دهد که بین بعد رفتاری فرهنگی مدیران و بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه رابطه وجود دارد؛ همان‌طور که در جدول (۴) مشاهده می‌کنیم $Sig=0/013$ از $0/05$ کوچک‌تر است. ضریب همبستگی بین عامل رفتاری هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب (۰/۶۷) می‌باشد. که حاکی از وابستگی بالای این دو متغیر می‌باشد.

جدول (۴) : توزیع رفتاری هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب

رفتاری		پائین	متوسط	بالا
بهره‌وری				
پایین	تعداد	۲	۱۰	۰
	درصد	٪۶	٪۳۱,۲	٪۰
متوسط	تعداد	۱	۹	۲
	درصد	٪۳	٪۲۸,۱	٪۶
بالا	تعداد	۰	۸	۰
	درصد	۰	٪۲۵	٪۰
آزمون همبستگی		Sig. = ۰/۰۱۳		
ضریب همبستگی پیرسون		r = ۰/۶۷		

تحلیل رابطه بین هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه

سنجش اثر هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری نشان می‌دهد که بین هوش فرهنگی مدیران و بهره‌وری شعب بانک مسکن در شهرستان ارومیه رابطه وجود دارد؛ همان‌طور که در جدول (۵) مشاهده می‌کنیم Sig=۰/۰۰۸ از ۰/۰۵ کوچک‌تر است. ضریب همبستگی بین هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب (۰/۵۶) می‌باشد. که حاکی از وابستگی بالای این دو متغیر می‌باشد.

جدول (۵) : ضریب همبستگی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری شعب

ضریب همبستگی پیرسون	آزمون همبستگی
r = ۰/۵۶۲	sig. = ۰/۰۰۸

بحث و نتیجه‌گیری

مدیران برای بهبود عملکرد خود بایستی به هوش فرهنگی و ابعاد آن توجه نموده و انواع قابلیت‌ها از جمله هوش فرهنگی را در خود پرورش دهند. هرچه هوش فرهنگی مدیران بالا باشد عملکرد آنها نیز بهتر خواهد بود. به عبارت دقیق‌تر یک مدیر هوشمند از نظر فرهنگی قادر است با کمک تجربه‌های بسیار خود همان رفتاری را از خود بروز دهد که بطور کامل، مناسب شرایط موجود باشد که این امر باعث می‌شود مدیران بتوانند

تفاوت‌های فرهنگی را جدا از قضاوت‌های ارزشی، درک کنند و با درک و پذیرش تفاوت‌های فرهنگی به سازگاری فرهنگی نائل شوند. سازگاری فرهنگی نیز بدون برخورداری یا تقویت قابلیت هوش فرهنگی میسر نخواهد شد. در تحقیق حاضر بین بعد فراشناختی هوش فرهنگی مدیران با بهره‌وری سازمانی آنان رابطه‌ی مثبت وجود دارد. بعد فراشناختی بیانگر درک فرد از تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی است و نقشه‌های ذهنی و شناختی فرد از فرهنگ‌های دیگر را نشان می‌دهد، در بعد شناختی این جنبه مشتمل بر شناخت سیستم‌های اقتصادی و قانونی، هنجارهای تعامل اجتماعی، عقاید مذهبی، ارزش‌های زیبایی‌شناختی و زبان فرهنگ‌های دیگر می‌باشد. به نظر می‌رسد مدیرانی که با زبان‌های خارجی و یا رفتارهای غیر کلامی سایر فرهنگ‌ها و باورهای فرهنگی ملل و اقوام دیگر آشنا هستند، عملکرد بهتری نسبت به سایر مدیران خواهند داشت. بعد انگیزشی هوش فرهنگی بیانگر علاقه فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف می‌باشد که شامل ارزش درونی افراد برای تعامل چندفرهنگی و اعتماد به نفسی است که به فرد اجازه می‌دهد در موقعیت‌های فرهنگی مختلف به صورتی اثربخش عمل کند. پس می‌توان پیش‌بینی کرد که مدیرانی که از تعامل با مردم سایر فرهنگ‌ها احساس لذت می‌کنند و فشارهای ناشی از تفاوت‌های فرهنگی را تحمل می‌کنند، توانایی بالاتری نسبت به سایر مدیران خواهند داشت.

بعد رفتاری هوش فرهنگی، قابلیت فرد برای سازگاری با آن دسته از رفتارهای کلامی و غیر کلامی را در بر می‌گیرد که برای برخورد با فرهنگ‌های مختلف مناسب هستند. مدیران دارای بعد رفتاری هوش فرهنگی در سطح بالا، قادر به پاسخ‌گویی رفتاری منعطفی می‌باشند که در موقعیت‌های مختلف بکار می‌برند و با یک تعامل خاص یا موقعیت ویژه از قابلیت اصلاح و تعدیل رفتار خود برخوردارند.

به‌طور کلی نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین هوش فرهنگی مدیران و مؤلفه‌های آن با بهره‌وری شعب همبستگی مثبت و معنی‌دار وجود دارد و در بین این مؤلفه‌ها، مؤلفه‌ی رفتاری هوش فرهنگی دارای بیش‌ترین سهم (۰/۶۷) در افزایش بهره‌وری مدیران در طی دوره پژوهش بوده است.

نتایج این پژوهش در مورد رابطه‌ی هوش فرهنگی با بهره‌وری، هم‌راستا با نتایج پژوهش‌های عباسعلیزاده (۱۳۸۶)، هادی‌زاده‌مقدم و حسینی (۱۳۸۷)، کاظمی (۱۳۸۷)،

تای و تمپلر (۲۰۰۶)، آنگ و همکاران (۲۰۰۷)، امیری همکاران (۲۰۱۰)، ودادی و همکاران (۲۰۱۰) و وظیفه‌دامیرچی و همکاران (۲۰۱۱) است.

نتایج این پژوهش در مورد رابطه‌ی عامل فراشناختی با بهره‌وری، هم‌راستا با نتایج پژوهش‌های رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۸۸)، کاظمی (۱۳۸۷)، مشبکی و تیزرو (۱۳۸۸)، عباس‌علیزاده (۱۳۸۶)، امیری و همکاران (۲۰۱۰)، ودادی و همکاران (۲۰۱۰) آنگ و همکاران (۲۰۰۴)، آلن و هیگینز (۲۰۰۵) و تای و تمپلر (۲۰۰۷) است.

نتایج این پژوهش در مورد رابطه‌ی عامل شناختی با بهره‌وری هم‌راستا با نتایج پژوهش‌های هادیزاده‌مقدم و حسینی (۱۳۸۷)، عباس‌علیزاده (۱۳۸۶)، امیری و همکاران (۲۰۱۰)، ودادی و همکاران (۲۰۱۰) و مغایر با نتایج کاظمی (۱۳۸۷) است.

نتایج این پژوهش در مورد رابطه‌ی عامل انگیزشی با بهره‌وری هم‌راستا با نتایج پژوهش‌های رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۸۸)، هادیزاده‌مقدم و حسینی (۱۳۸۷)، عباس‌علیزاده (۱۳۸۶)، کاظمی (۱۳۸۷)، مشبکی و راموز (۱۳۸۵)، مشبکی و تیزرو (۱۳۸۸)، امیری و همکاران (۲۰۱۰)، ودادی و همکاران (۲۰۱۰)، تای و تمپلر (۲۰۰۶) و آنگ و همکاران (۲۰۰۴) است.

نتایج این پژوهش در مورد رابطه‌ی عامل رفتاری با بهره‌وری هم‌راستا با نتایج پژوهش‌های سلطانی (۱۳۸۵)، هادیزاده‌مقدم و حسینی (۱۳۸۷)، عباس‌علیزاده و نایجی (۱۳۸۶)، کاظمی (۱۳۸۷)، مشبکی و راموز (۱۳۸۵)، امیری و همکاران (۲۰۱۰)، ودادی و همکاران (۲۰۱۰)، وظیفه‌دامیرچی و همکاران (۲۰۱۱) و ارلی و آنگ (۲۰۰۴) است.

پژوهش حاضر دارای محدودیت‌هایی از قبیل محدود بودن ابزار اندازه‌گیری به پرسشنامه و هم‌چنین محدود بودن جامعه آماری به شعب بانک مسکن شهرستان ارومیه می‌باشد. لذا با توجه به نتایج به دست آمده و محدودیت‌های مذکور، به نظر می‌رسد که پیشنهادهای ذیل بتوانند در کاربردی ساختن اهداف پژوهش و افزایش کیفیت تحقیقات آتی مؤثر باشند.

✓ آن‌گونه که نتایج پژوهش حاضر آشکار ساخت، هوش فرهنگی مدیران و مؤلفه‌های چهارگانه‌ی آن (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) با بهره‌وری شعب رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری داشت. با توجه به اکتسابی بودن بخش قابل توجهی از مهارت‌ها و قابلیت‌های هوش فرهنگی، پیشنهاد می‌گردد سازمان‌ها در برنامه‌های آموزش و توسعه مدیران، جایگاه ویژه‌ای برای تقویت این هوش در نظر

بگیرند و با بهره‌گیری از آموزش‌های رسمی و غیر رسمی در جهت بهبود مهارت-
های شناختی و رفتاری مدیران گام بردارند.

✓ از آنجایی که مؤلفه‌ی رفتاری هوش فرهنگی دارای بیش‌ترین سهم در تعیین
بهره‌وری مدیران بوده است لذا پیشنهاد می‌گردد، در هوش فرهنگی تأکید
بیش‌تری بر روی این مؤلفه گردد.

منابع:

- اسدی، حسن (۱۳۸۰)، رابطه فرهنگ سازمانی با بهره‌وری مدیران سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، مجله علمی-پژوهشی حرکت، دانشگاه تهران، شماره ۷.
- احمدی، پرویز (۱۳۸۰)، طراحی مدل بهبود بهره‌وری نیروی انسانی با نگرش مدیریت بهره‌وری، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- پاداش ستوده، سیده فاطمه (۱۳۸۰)، بهره‌وری سازمان تربیت بدنی، انتشارات علم و ورزش، چاپ اول، تهران.
- پایگاه اطلاع رسانی طرح رفعت (۱۳۹۰)، قابل دسترس در: <http://rafat-iut.mihanblog.com/extrapage/04>
- تسلیمی، محمدسعید؛ قلی پور، آرین؛ وردی‌نژاد، فریدون؛ من آل‌آقا، میترا (۱۳۸۸)، ارائه راهکارهایی برای ارتقاء هوش فرهنگی مدیران دولتی در امور بین‌المللی، پژوهش‌های مدیریت، سال دوم، شماره چهارم.
- خدا بخش، عباس (۱۳۷۵)، طراحی الگو و سنجش بهره‌وری در حمل و نقل جاده‌ای کالا. تهران؛ دانشگاه تربیت مدرس.
- رحیم‌نیا، فریبرز؛ مرتضوی، سعید؛ دلارام، طوبی (۱۳۸۸)، بررسی میزان تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه‌ای مدیران (مورد مطالعه: شعب بانک اقتصاد نوین تهران)، نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا، سال هشتم، شماره ۲۲.
- سازمند، بهاره (۱۳۸۴)، فرهنگ و حقوق بشر در پرتو جهانی شدن، فصلنامه راهبرد، شماره ۳۶.
- طاهری، شهنام (۱۳۸۵)، بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها، چاپ یازدهم، تهران؛ نشرهستان.
- عباس‌علیزاده، منصوره (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر انگیزه‌ی توفیق طلبی مدیران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.
- فاطمی، سیدمحسن (۱۳۸۵)، انواع هوش، انجمن روابط عمومی ایران، قابل دسترس در: www.Persianblog.ir
- فیاضی، مرجان (۱۳۸۵)، هوش فرهنگی نیاز مدیران در قرن تنوع، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۷۲.
- فیاضی، مرجان؛ جانثار احمدی، هدی (۱۳۸۵)، هوش فرهنگی نیاز مدیران در قرن تنوع، ماهنامه تدبیر شماره ۱۷۲.
- قلی پور، آرین (۱۳۸۶)، مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی)، تهران: انتشارات سمت.
- کاظمی، معصومه (۱۳۸۷)، بررسی رابطه هوش فرهنگی با عملکرد کارکنان جامعه‌المصطفی العالمیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

- مشبکی، اصغر؛ تیزرو، علی (۱۳۸۸)، تاثیر هوش هیجانی و هوش فرهنگی بر موفقیت رهبران در کلاس جهانی، پژوهش‌های مدیریت، سال دوم، شماره سوم.
- مشبکی، اصغر؛ راموز، نجمه (۱۳۸۵)، هوش فرهنگی اکسیر موفقیت مدیران در کلاس جهانی، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران.
- نائیچی، محمد جواد؛ عباسعلیزاده، منصوره (۱۳۸۶)، هوش فرهنگی؛ سازگاری با ناهمگون‌ها، تدبیر، شماره ۲۳.
- نوزادی، سید رضا (۱۳۷۴). تأثیر نظام اطلاعات مدیریت در بهره‌وری، گروه ملی صنعتی فولاد ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه مدیریت و حسابداری علامه طباطبایی.
- هادی‌زاده مقدم، اکرم؛ حسینی، ابوالحسن (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و اثربخشی گروهی، مرکز نوسازی و تحول اداری، تهران: دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی.
- یوسفی، رضا (۱۳۸۷)، رشد بهره‌وری در شرکت پارس سویچ و مقایسه آن با برنامه چهارم توسعه، هفتمین همایش کیفیت و بهره‌وری در صنعت برق، تهران، خرداد ماه.

- Alon, L. (2005), Global Leadership success through emotional and cultural intelligence, Kelly, school of business, business Horizons, N. 48,501-512.
- Amiri, A. & Moghimi, S.M, Kazemi, M.(2010), Studying the Relationship between Cultural Intelligence and Employees' Performance, European journal of scientific Research. Vol.42, No.3pp 418-427.
- Ang, s.; DYn, L.; koh. (2007), cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on cultural judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task performance.
- Ang, S., Van Dyne, L., & Koh, C. (2006), Personality correlates of the four- factor model of cultural intelligence. Group and organization Management, 31, 100- 123.
- Cultural Intelligence Center (2005), Four Factor Cultural Intelligence.

-
- Early, P.C. and Ang, S.(2003), Cultural Intelligence; Individual Interaction across Culture, Stanford, CA. Stanford business books.
 - Hersy, P. Blanchard, K.(1983), Management or Organization Behavior. Newjersy prentice-Hall.
 - Imai, R & Gelfand M J(2007), The cultural intelligence negotiator: the impact of CQ on intercultural negotiation effectiveness. Dissertation For the degree of doctor of philosophy.
 - Jacobson, Standy a; stiles, Richard L (1985), The Effectiveness of physical education specialist. Eric.No.Ed078068. Journal Research for exercise and sport.Vol, 14.
 - Peter J. Paul and Olson C.Jery (2005), Consumer behavior, Mcgraw-Hill press, p.288.
 - Peterson, B (2004), Cultural intelligence: A guide to working with people from other cultures. Yurmouth, ME. Intercultural Press.
 - Schuiteman J. Anellies. K (1987), an examination of gender differences in scholarly productivity among physical educator. Eric. No.Ej364420. Journal Research for exercise and sport. Vol.58.
 - Sternberg J, Robert (1999), Successful Intelligence: Finding a Balance, Trends in cognitive sciences, vol.3,No.11
 - Templer, K.J., Tay, C., and Chandrasekar, A.(2006), Motivational Cultural Intelligence, realistic job preview realistic living conditions preview and cross-cultural adjustment. Group & organization Management, Vol. 31,pp 154-171.
 - Triandis, C. Harry (2006), Cultural Intelligence in Organizations, Group & Organization Management, Vol.32, No.1, February, pp 20-26.
 - Vazifeh Damirchi, Q. Rahimi, GH. Seyyedi, H (2011), The role of workers multiple intelligence on their productivity in cultural

-
- institution of Moghan. Australian journal of business & management research, Vol.1, No 7: 42-50, October.
- Vedadi. A, Kheiri. B, Abasalizadeh. M (2010), the relationship between cultural intelligence & achievement: a case study in an Iranian company, Iranian of management studies, Vol.3, No.3. Pp: 25-40
 - Wright S.Norman and Drewery P.Glyn (2006), Forming Cohesion in Culturally Heterogeneous Team. Cross Cultural Management, Vol. 13, No. 1, pp.43-53.

بررسی موانع ارتقای بهره‌وری در بخش دولتی

صمد عالی^۱

دکتر علیرضا بافنده زنده^۲

چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر شناخت موانع ارتقای بهره‌وری در بخش دولتی است. در این راستا پس از مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با تنی چند از مدیران باسابقه بخش دولتی در استان آذربایجان شرقی، ۲۸ مورد بعنوان موانع بهبود بهره‌وری بخش دولتی شناسایی شد که بر اساس مطالعات آمونز^۳ تحت سه دسته موانع محیطی، سازمانی و فردی طبقه‌بندی شد و دیدگاه مدیران بخش دولتی استان نسبت به میزان تاثیرگذاری هر یک از آنها در بهره‌وری از طریق پرسشنامه طراحی شده، مورد پرسش واقع شد. نتایج تحقیق نشان داد که بخش دولتی کشور با موانع متعددی در ارتقای بهره‌وری مواجه است که بخش عمده آن به ویژگی‌های شخصیتی، نگرش و مهارت‌های رهبری مدیران دولتی مربوط می‌شود و بخش دیگر آن به مشکلات درون سازمانی و محیطی از قبیل فقدان سیستم مناسب ارزیابی عملکرد، محافظه‌کاری مفرط و گرایش به حفظ وضع موجود، نبود نظام مناسب پاسخگویی، عدم وجود سیستم مناسب حسابرسی هزینه، وجود فشارهای سیاسی تاثیرگذار بر تصمیم‌گیری، کم اهمیت بودن موضوع بهره‌وری در مقابل علایق سیاسی، کمبود کارکنان تحلیلگر، عدم وجود فشارهای رقابتی بازار و فرایند پیچیده بوروکراسی مربوط می‌شود.

واژه‌های کلیدی:

بهره‌وری بخش دولتی، موانع بهره‌وری، موانع محیطی، موانع سازمانی، موانع فردی

^۱ - عضو هیئت علمی (مریی) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، گروه مدیریت صنعتی، تبریز، ایران

^۲ - عضو هیئت علمی (استادیار) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، گروه مدیریت صنعتی، تبریز، ایران

مقدمه

در عصر حاضر مدیریت دولتی همچون سایر نهادها با چالش‌های متعددی در ارتقای بهره‌وری مواجه می‌باشد که ناشی از تحولاتی است که در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ایجاد شده است. ابداعات خارق‌العاده تکنولوژیک، دانشی شدن سازمان‌ها، جهانی شدن، تنوع و تعدد فرهنگی، کاهش اعتماد عمومی به نهادهای دولتی و... از مهم‌ترین تحولاتی است که عملکرد و بهره‌وری مدیریت دولتی را با تردید مواجه ساخته است. آنچه مسلم است در این میان نقش مدیران حساس‌تر از سایر افراد سازمانی است و شاید در چنین شرایطی مهمترین مسئولیتی که بر عهده مدیر قرار دارد انطباق مجموعه تحت مدیریت خود با تحولات محیطی و بهبود بهره‌وری آن در جهت تأمین رضایت و انتظارات شهروندان است. هر مدیر دولتی علاقمند است مجموعه‌ای از علوم و فنون را به بهترین وجه به کار گیرد تا سازمان را اداره کند و تمامی عوامل از جمله انسان، سرمایه، اطلاعات و... را در راستای اهداف سازمان که همانا ارایه خدمات با کیفیت و پاسخگویی به نیازهای شهروندان است، سازماندهی و هدایت کند. ولی این مدیران در خلا عمل نمی‌کند و با فشارها و محدودیت‌های مختلفی مواجه هستند که آنها را در هدایت سازمان و بهبود بهره‌وری با دشواری‌هایی مواجه می‌کند. با این حال، مدیران توانمند می‌توانند با اتخاذ تدابیری تهدیدهای ناشی از تحولات و فشارهای محیطی و محدودیت‌های ساختاری را به حداقل رسانده و عملکرد و بهره‌وری مجموعه تحت مدیریت خود را بهبود بخشند. اینکه موانع ارتقای بهره‌وری در بخش دولتی کدامند؟ و چگونه می‌توان بهره‌وری این بخش تاثیرگذار در اقتصاد کشور را بهبود بخشید؟ سوالاتی هستند که مقاله حاضر در پی پاسخگویی به آنهاست.

مروری بر ادبیات بهره‌وری در بخش دولتی نشان می‌دهد که بهره‌وری بخش دولتی همانند بخش خصوصی برای عملکرد اقتصادی یک کشور از اهمیت بالایی برخوردار است. تونیپل^۱ (۲۰۰۶) در خصوص اهمیت بهره‌وری در بخش دولتی سه دلیل عمده ارائه کرده است. اول اینکه بخش عمده اشتغال در بخش دولتی است. دوم اینکه، بخش دولتی تأمین کننده اصلی خدمات در اقتصاد بویژه خدمات بازرگانی و خدمات اجتماعی است که بر هزینه نهادها و کیفیت نیروی کار بنگاه‌های اقتصادی تاثیر دارد.

^۱-Thornhill

سوم اینکه، بخش دولتی مصرف‌کننده منابع مالیاتی است. تغییرات در بهره‌وری بخش دولتی ممکن است اثرات قابل ملاحظه‌ای بر اقتصاد یک کشور داشته باشد (تونپهل، ۲۰۰۶) اگرچه در بخش دولتی، خدمات در چارچوب قوانین و مقررات دولتی ارائه می‌شود و بعضی از نیازها و انتظارات مشتریان ممکن است با مصالح سیاسی و اقتصادی سازگاری نداشته باشند، اما تغییر شرایط جهانی، بهبود بهره‌وری و افزایش رضایت مشتریان، موفقیت این قبیل سازمان‌ها را الزام‌آور ساخته است. با این حال بخش دولتی، همواره در بهبود بهره‌وری خود با موانع اساسی مواجه بوده است. مروری جامع بر ادبیات مربوط به موانع بهره‌وری در بخش دولتی حاکی از موانعی از قبیل موانع مربوط به منابع داخلی، موانع مربوط به تجربه و دانش، موانع قانونی و موانع مدیریتی و سیاسی است (مورگان و انگلند، ۱۹۹۹؛ آزبورن و پلاسترایک، ۲۰۰۰ و کافمن، ۲۰۰۱)

آمونز (۲۰۰۴) در یک مطالعه فراگیر، موانع بهره‌وری بخش دولتی را در سه دسته طبقه‌بندی کرده است:

- ۱- **موانع و مشکلات محیطی:** این موانع تقریباً در کلیه فعالیت‌های بخش دولتی مشترک می‌باشد و نشأت گرفته از ماهیت فعالیت‌های بخش دولتی است. از جمله این موانع می‌توان به عدم وجود فشارهای بازار رقابتی (انحصاری بودن) وجود فشارهای سیاسی تاثیرگذار بر تصمیم‌گیری، محافظه کاری مفرط و گرایش به حفظ وضع موجود، کم اهمیت بودن موضوع بهره‌وری در مقابل علایق سیاسی، محدودیت منابع دولتی، عمل زدگی و سطحی‌نگری و وجود قوانین و مقررات محدودکننده اشاره کرد.
- ۲- **موانع و مشکلات سازمانی:** موانعی که با درجات متفاوت در اغلب سازمان‌های بخش دولتی وجود دارد و میزان تاثیرگذاری آن‌ها در بهره‌وری از سازمانی به سازمان دیگر فرق می‌کند. این موانع شامل فرایند بروکراسی، فقدان سیستم مناسب پاداش، عدم وجود سیستم حساسی هزینه، کمبود کارکنان تحلیلگر، نبود نظام پاسخگویی، کمبود فعالیت‌های تحقیق و توسعه و ... است.
- ۳- **موانع و مشکلات فردی:** موانعی که از ویژگی شخصیتی، نگرش و رفتار مدیران نشأت می‌گیرد. نمونه‌هایی از این موانع عبارتند از: کنترل ناکافی زمان و کار توسط مدیران، آشفتگی ذهنی مدیران، کافی نبودن تعهد مدیریت نسبت به بهره‌وری و فقدان ریسک‌پذیری مدیران.

با مروری بر ادبیات موجود، موانعی که در اغلب مطالعات و نوشته‌ها بعنوان موانع عمده بهره‌وری در بخش دولتی مطرح شدند، در جدول زیر در سه حوزه محیطی، سازمانی و فردی خلاصه گردیده است.

جدول ۱- موانع بهره‌وری بخش دولتی استخراج شده از مطالعات و ادبیات بهره‌وری

موانع	مطالعات	
موانع محیطی	عدم وجود فشارهای بازار رقابتی (انحصاری بودن)	اُزبورن و پلاستریک ^۱ (۲۰۰۰)؛ ساوس ^۲ (۲۰۰۰)؛ هارلو ^۳ (۱۹۷۷)؛ نیسکانن ^۴ (۱۹۷۱)؛ دوانز ^۵ (۱۹۶۷)
	وجود فشارهای سیاسی تاثیرگذار بر تصمیم‌گیری	اُزبورن و پلاستریک (۲۰۰۰)
	کم حوصلگی افراد در مقابل تغییرات عملیاتی	امونز (۲۰۰۴)
	محافظه کاری مفرط و گرایش به حفظ وضع موجود	ماریس و رین ^۶ (۱۹۷۳)
	نگرش کوتاه مدت مدیران نسبت به مسائل به دلیل عمر کوتاه آنها	امونز (۲۰۰۴)
	کم اهمیت بودن موضوع بهره‌وری در مقابل علایق سیاسی	مورگان و انگلند ^۷ (۱۹۹۹)
	عمل زدگی و سطحی نگری	امونز (۲۰۰۴)
	بی تفاوتی نسبت به کار و اهمیت دادن به جریان شکلی امور	سولومون ^۸ (۲۰۰۱)
	وجود قوانین و مقررات محدودکننده	کافمن ^۹ (۲۰۰۱)؛ گلداسمیت ^{۱۰} (۱۹۹۷)
	محدودیت منابع دولتی	کی توور ^{۱۱} (۲۰۰۱)؛ گور ^{۱۲} (۱۹۹۳)
موانع سازمانی	فرایند پیچیده بوروکراسی	فینس تن و فینس تن ^{۱۳} (۱۹۷۲)
	نیود نظام مناسب پاسخگویی	اسچیک ^{۱۴} (۱۹۹۶)
	فقدان سیستم مناسب پاداش	بریس ^{۱۵} (۱۸۸۸)
	پائین بودن امنیت شغلی	امونز (۲۰۰۴)
	محدودیت برنامه های انگیزشی مادی	امونز (۲۰۰۴)
	میهم بودن اهداف	دراکر ^{۱۶} (۱۹۹۸۰)
	کمبود کارکنان تحلیل گر	لویین ^{۱۷} (۱۹۷۹)
	نیود سیستم مناسب حسابرسی هزینه	گور (۱۹۹۳)؛ گلداسمیت (۱۹۹۷)؛ ساوس (۲۰۰۰)
فقدان سیستم مناسب ارزیابی عملکرد	امونز (۲۰۰۴)؛ کلونین ^{۱۸} (۱۸۸۳)	

¹-Osborne and Plastrik

²-Savas

³-Harlow

⁴-Niskanen

⁵-Downs

⁶-Marris and Rein

⁷-Morgan and England

⁸-Solomon

⁹-Kaufman

¹⁰-Goldsmith

¹¹-Kittower

¹²-Gore

¹³-Fainstein and Fainstein

¹⁴-Schick

¹⁵-Bryce

¹⁶-Drucker

¹⁷-Levine

¹⁸-Kelvin

فقدان فضای مناسب برای ترویج اطلاعات	آمونز و کینگ ^۱ (۱۹۸۳)
تمرکزگرایی در تصمیم‌گیری و اجرا	هیس ^۲ (۱۹۷۲)؛ گورویت ^۳ (۱۹۸۹)؛ زولکوس ^۴ (۱۹۸۹)
کافی نبودن فعالیت‌های تحقیق و توسعه	کی توور (۲۰۰۱)؛ گلد ^۵ (۲۰۰۰)؛ سولومون (۲۰۰۱)
نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه زیاد برای فعالیتهای بهبود بهره‌وری	آمونز (۲۰۰۴)
تاکید بیش از حد بر رویه‌ها و دستورالعمل‌ها	کافمن (۲۰۰۱)؛ آزیورن و پلاسترایک (۲۰۰۰)
وجود مقاومت در برابر نظارت	آمونز (۲۰۰۴)
کنترل ناکافی مدیران بر زمان و کار	آمونز و نول ^۶ (۱۹۸۹)؛ استایلین ^۷ (۱۹۸۲)
آشناگی ذهنی مدیران	بالک ^۸ (۱۹۸۴)
ریسک‌گریزی مدیران	آزیورن و پلاسترایک (۲۰۰۰)
پائین بودن مهارت‌های رهبری مدیران	گور (۱۹۹۳)؛ هایوارد و کوپر ^۹ (۱۹۷۸)
کافی نبودن تعهد مدیریت نسبت به بهره‌وری	آمونز (۲۰۰۴)؛ کافمن (۲۰۰۱)؛ گلداسمیت (۱۹۹۷)
فردگرایی و مشارکت ناپذیری مدیران	بورینز ^{۱۰} (۲۰۰۰)؛ زانتون ^{۱۱} (۱۹۸۱)

ابزار و روش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از حیث روش از نوع تحقیقات توصیفی است که به صورت پیمایش انجام گرفت. بدین منظور پس از مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با تنی چند از مدیران دولتی با سابقه، پرسشنامه‌ای طراحی شد و بین مدیران دستگاه‌های اجرایی در استان آذربایجان شرقی توزیع گردید. به عبارت دقیق‌تر، جامعه آماری مورد مطالعه، کلیه مدیران سطوح عالی و میانی دستگاه‌های اجرایی در استان آذربایجان شرقی است که در دوره‌های مدیریت اجرایی سازمان مدیریت صنعتی آذربایجان شرقی مشغول به تحصیل هستند. تعداد این مدیران ۱۳۸ نفر بود که بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران (با خطای ۰/۰۵ و ضریب اطمینان ۰/۹۵) تعداد ۱۰۲ نفر بعنوان نمونه آماری انتخاب و به سئوالات پرسشنامه تحقیق پاسخ دادند. پرسشنامه طراحی شده شامل ۲۸ سؤال با مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد و خیلی زیاد) است که میزان تاثیرگذاری هریک از ۲۸ موانع را در ارتقای بهره‌وری

¹-Ammons and King

²-Hayes

³-Gurwitt

⁴-Zolkos

⁵-Gold

⁶-Ammons and Newell

⁷-Stillman

⁸-Balk

⁹-Hayward and Kuper

¹⁰-Borins

¹¹-Szanton

اندازه‌گیری می‌کند. در این پرسشنامه موانع بهبود بهره‌وری با الهام از مطالعات آمونز در سه دسته موانع محیطی، موانع سازمانی و موانع فردی تقسیم شده‌اند. برای تایید روایی پرسشنامه از نظرات مدیران دولتی با سابقه و اساتید دانشگاهی صاحب‌نظر در حوزه بهره‌وری و برای آزمون اعتبار پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آزمون آلفای کرونباخ که برای کل پرسشنامه ۰/۹۱ و به ترتیب برای موانع محیطی، ۰/۸۴، موانع سازمانی، ۰/۸۷ و برای موانع فردی ۰/۸۱ می‌باشد که حاکی از تایید اعتبار ابزار اندازه‌گیری تحقیق می‌باشد.

داده‌های جمع‌آوری شده از جامعه آماری، با استفاده از فنون آماری توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های مرکزی نظیر میانگین و نما و در بخش آمار استنباطی، از آزمون ناپارامتریک علامت برای معنی‌داری موانع بهره‌وری و از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی موانع بهره‌وری در بخش دولتی استفاده شد.

یافته‌ها

در این قسمت برای پاسخگویی به سؤالات و تائید یا رد حدس و گمان‌های محقق، اطلاعات جمع‌آوری شده در خصوص موانع سه‌گانه بهبود بهره‌وری در بخش دولتی (موانع محیطی، سازمانی و فردی) مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل انجام شده با استفاده از آزمون علامت در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

تحلیل داده‌های مربوط به موانع محیطی نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری تمامی گویه‌ها به جز گویه شماره ۸ زیر $\alpha = 0/05$ می‌باشد. این موضوع نشان دهنده آن است که تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط دارند. چنانکه مشاهده می‌شود تعداد علامت‌های (تفاوت‌های) مثبت در این گویه‌ها، بیشتر از علامت‌های منفی می‌باشد و این موضوع بیانگر آن است که بیشتر پاسخ‌ها از سوی ارزیابی‌کنندگان بالای متوسط (یعنی گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد) می‌باشند. این در حالی است که سطح معنی‌داری گویه شماره ۸ بالا $\alpha = 0/05$ است که بیانگر آن است که این گویه بعنوان موانع بهره‌وری از سوی پاسخ‌دهندگان، در حد متوسط ارزیابی شده است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که موانع محیطی از دیدگاه مدیران دولتی در بهبود بهره‌وری از اهمیت بالایی برخوردارند.

جدول ۲- آزمون علامت موانع محیطی بهبود بهره‌وری

ردیف	گویه	تعداد	نتایج آزمون علامت					سطح معنی‌داری	
			منفی	مبتنی بر صفر	مثبت	جمع	قاره آزمون		
۱	۱- محافظه کاری مفرط و گرایش به حفظ وضع موجود	۴	۴	۳	۹۰	۹	۱۰۲	-۶/۶۳	۰/۰۰۰
	۲- وجود فشارهای سیاسی تاثیرگذار بر تصمیم‌گیری	۴	۴	۷۲	۲۲	۱۰۲	-۵/۵۳	۰/۰۰۰	
	۳- کم اهمیت بودن موضوع بهره‌وری در مقابل علایق سیاسی	۴	۴	۱۱	۸۱	۱۰	-۵/۱۳	۰/۰۰۰	
	۴- عدم وجود فشارهای رقابتی (انحصاری بودن)	۵	۳	۷۱	۲۱	۱۰۲	-۴/۵۸	۰/۰۰۰	
	۵- عمل زدگی و سطحی نگری	۴	۴	۱۰	۷۲	۲۰	-۴/۶۸	۰/۰۰۰	
	۶- کم‌حوصلگی افراد در مقابل تغییرات عملیاتی	۴	۴	۲۲	۵۹	۲۱	-۲/۸۱	۰/۰۰۰	
	۷- نگرش کوتاه مدت مدیران نسبت به مسائل به دلیل عمر کوتاه آنها	۴	۴	۱۰	۵۱	۴۱	-۲/۴۶	۰/۰۰۱	
	۸- وجود قوانین و مقررات محدود کننده	۴	۴	۳۵	۴۲	۲۵	-۰/۳۲	۰/۷۴۹	
۲	۱- فقدان سیستم مناسب ارزیابی عملکرد	۴	۴	۱	۹۰	۱۱	-۶/۶۳	۰/۰۰۰	
	۲- نبود نظام مناسب پاسخگویی	۴	۴	۱۰	۹۰	۲	-۵/۶	۰/۰۰۰	
	۳- عدم وجود سیستم مناسب حسابرسی هزینه	۴	۴	۱۰	۸۲	۱۰	-۵/۱۶	۰/۰۰۰	
	۴- تاکید بیش از حد بر رویه‌ها و دستورالعمل‌ها	۴	۴	۱۱	۷۷	۱۶	-۴/۸۸	۰/۰۰۰	
	۵- کمبود کارکنان تحلیل‌گر	۴	۴	۱	۷۱	۳۰	-۵/۸۳	۰/۰۰۰	
	۶- فقدان سیستم مناسب پاداش	۴	۴	۸	۵۸	۳۶	-۴/۱۷	۰/۰۰۰	
	۷- فقدان فضای مناسب برای ترویج اطلاعات	۳	۳	۱۰	۴۶	۴۶	-۳/۲۱	۰/۰۰۱	
	۸- مبهم بودن اهداف	۴	۴	۹	۶۱	۳۲	-۴/۰۵	۰/۰۰۰	
	۹- کمبود فعالیت‌های تحقیق و توسعه	۳	۳	۱۵	۴۴	۴۳	-۲/۳۷	۰/۰۱۸	
	۱۰- فرایند پیچیده بوروکراسی	۳	۳	۱۰	۴۲	۵۰	-۲/۹۴	۰/۰۰۳	
	۱۱- وجود مقاومت در برابر نظارت	۴	۴	۲۱	۵۲	۲۹	-۲/۵	۰/۰۱۳	
	۱۲- تمرکزگرایی در تصمیم‌گیری و اجرا	۳	۳	۱۴	۴۴	۴۴	-۲/۶	۰/۰۰۹	
	۱۳- پائین بودن امنیت شغلی	۳	۳	۱۵	۳۷	۵۰	-۰/۸۸	۰/۳۷۷	
	۱۴- نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه زیاد برای فعالیتهای بهبود بهره‌وری	۲	۲	۵۱	۳۱	۲۰	-۰/۵۸	۰/۵۵۶	
۳	۱- فقدان ریسک‌پذیری مدیران	۴	۴	۳	۸۰	۱۹	-۵/۲۴	۰/۰۰۰	
	۲- کنترل ناکافی زمان و کار توسط مدیران	۵	۵	۱۰	۷۱	۲۱	-۴/۵۸	۰/۰۰۰	
	۳- کافی نبودن تعهد مدیریت نسبت به بهره‌وری	۴	۴	۱۰	۷۲	۲۰	-۴/۶۸	۰/۰۰۰	
	۴- فردگرایی و مشارکت‌ناپذیری مدیران	۴	۴	۱۱	۷۸	۲۳	-۴/۲۶	۰/۰۰۰	
	۵- پائین بودن مهارت‌های رهبری مدیران	۴	۴	۱۲	۶۳	۲۸	-۳/۹۴	۰/۰۰۰	
	۶- آشفتگی ذهنی مدیران	۴	۴	۱۹	۴۳	۴۰	-۱/۷۹	۰/۰۷۲	

تحلیل داده‌های مربوط به موانع سازمانی نشان می‌دهد به جز گویه‌های شماره ۱۳ و ۱۴ سایر گویه‌ها در سطح $\alpha = 0/05$ معنی‌دار می‌باشند و این گویه‌ها تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط دارند. چنانکه مشاهده می‌شود در بین متغیرهای مذکور، علامت‌های مثبت همه گویه‌ها بیشتر از علامت‌های منفی آنهاست لذا می‌توان بیان کرد که وضعیت این گویه‌ها از سوی اغلب ارزیابی‌کنندگان بالای متوسط (یعنی گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد) ارزیابی شده است. همچنین، تاثیر گویه‌های شماره ۱۳ و ۱۴ در حد متوسط ارزیابی شده است.

تحلیل داده‌های مربوط به موانع فردی نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری تمامی گویه‌های این موانع به جز گویه شماره ۶ زیر $\alpha = 0/05$ می‌باشد. این موضوع نشان دهنده آن است که تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط دارند. با توجه به اینکه علامت‌های مثبت همه گویه‌ها بیشتر از علامت‌های منفی آنهاست بنابراین می‌توان ادعا کرد وضعیت این گویه‌ها از دیدگاه اغلب پاسخ‌دهندگان بالای متوسط (یعنی گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد) ارزیابی شده است. همچنین، تاثیر گویه‌های شماره ۶ در حد متوسط ارزیابی شده است

به منظور اولویت‌بندی موانع سه گانه مربوط به بهبود بهره‌وری، از آزمون فریدمن استفاده شد. نتیجه این آزمون نشان داد که در سطح معنی‌داری $\alpha = 0/05$ تفاوت معنی‌داری بین میانگین رتبه هر یک از گویه‌های مربوط به موانع محیطی، سازمانی و فردی وجود دارد و اولویت گویه‌ها به ترتیب جدول فوق می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه بهره‌وری بخش دولتی هر کشور را یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه قلمداد می‌کنند و به دلیل اهمیت این موضوع تحقیقات گسترده‌ای در اقصی نقاط جهان در جهت شناسایی مسائل و مشکلات و ارائه راهکارهای اصلاحی در حال انجام است. در سال‌های اخیر این مهم در کشور ما نیز مورد توجه قرار گرفته است و کوشش‌های متعددی در جهت تحول نظام دولتی صورت می‌پذیرد. مقاله حاضر نیز در این راستا بوده و سعی نمود عمده‌ترین موانع ارتقای بهره‌وری بخش دولتی را مورد بررسی قرار دهد. تعمق در نتایج مربوط به موانع محیطی بهبود بهره‌وری در بخش دولتی این واقعیت‌ها را آشکار می‌کند که الف) نظام مدیریت دولتی کشور از کشمکش‌های سیاسی بین گروه‌های مختلف رنج می‌برد و از این ناحیه صدمات زیادی را متحمل شده است. به جای این که هدف نظام مدیریت دولتی خدمت به شهروندان و برآورد نیازهای آنها باشد متأسفانه این نظام در خدمت گروه‌های سیاسی و ارضای نیازهای آنها بوده است. ب) ضعف دوراندیشی و آینده‌نگری، محافظه‌کاری، روزمرگی و سطحی‌نگری از ویژگی‌های بارز فرهنگ عمومی مخصوصاً در امور شخصی است. متأسفانه این موضوع از طریق رفتارها و روحیات مدیران و کارکنان در امور اجرایی تاثیر گذاشته و بعنوان یکی

از ویژگی‌های رفتاری بخش دولتی نمود یافته است که بهره‌وری آن را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد.

آنچه که نتایج مربوط به موانع سازمانی بیان می‌کند این است که نظام کنترل (سیستم ارزیابی عملکرد، نظام پاسخگویی و سیستم حساسی هزینه) در بخش دولتی خیلی ضعیف است و این موضوع بعنوان موانع اساسی در بهبود بهره‌وری محسوب می‌شود. کلیه نظریه‌پردازان مدیریت در این نکته اجماع دارند که انجام هیچ فعالیتی در سازمان‌ها قرین توفیق نخواهد بود مگر آنکه کنترل‌های لازم نسبت به آن اعمال شده باشد. در حال حاضر در بخش دولتی کشور هر گونه کنترل طبق اصول وبر رخ می‌دهد که به موجب آن، هر یک از کارکنان در هر یک از سطوح سلسله مراتب دارای مقام و نقش خاصی است و در برابر مقام بالاتر از خود پاسخگو است. روش‌ها، مقررات، قوانین رسمی و سیستم‌ها به روش عقلانی به وجود آمده و به سمت بالای بوروکراسی پیش رفته است. در رأس این ساختار شخصی به نام مدیر کل قرار دارد که با رهبر سیاسی وزارتخانه یعنی وزیر در ارتباط است. در این نقطه بخش عقلانی و فنی نظام بوروکراتیک در مقابل بخش سیاسی آن قرار می‌گیرد و بعید خواهد بود که کارکردهای فنی با جنبه‌های سیاسی معامله نشود (کوهن و پیترسون، ۱۹۹۷)^۱. به بیان دیگر ممکن است به خاطر مصالح سیاسی بر مشکلات اداری و ضعف‌های اجرایی سرپوش قرار داده شود و به همین دلیل این نظام پاسخ‌گویی فاقد توانایی در کنترل مؤثر خواهد بود.

در سیستم فعلی دولت هرگز راهی برای تشخیص تحقق اهداف وجود ندارد و کارکنان امور دولتی می‌توانند عملکرد نامطلوب خود را از نظارت سیاسی و عمومی دور نگه‌دارند که این موضوع تاثیر بسزایی در ناکارآمدی بخش دولتی دارد.

به هر حال علی‌رغم وجود مشکلات، در بخش دولتی تا حدودی پاسخ‌گویی وجود دارد، ولی این پاسخ‌گویی بسیار محدود است. هر چند در این سیستم پاسخ‌گوی نهایی شناخته شده است، ولی این پاسخ‌گویی بیشتر در مورد خطاها و اشتباهات است تا در مورد عملکردها و هدف آن پرهیز از اشتباهات است (اجتناب از خطا را نمی‌توان معادل تحقق اهداف و نیل به مقاصد دانست)، بنابراین پرهیز از خطرپذیری را ترغیب می‌کند.

از دیگر موانع عمده سازمانی بهبود بهره‌وری بخش دولتی کمبود کارکنان تحلیلی‌گر است که دلایل این موضوع را می‌توان در ضعف نظام جذب، نگهداشت و بهسازی منابع

^۱-Cohen and Peterson

انسانی در بخش دولتی دانست. در چند سال اخیر مشکلات عدیده ناشی از عدم توجه بنیادین به نیازهای نیروی انسانی به‌کرار مطرح شده ولی با این حال مورد توجه قرار نگرفته است. به نظر می‌رسد تا مشکلات ارزشمندترین دارایی سازمان‌ها (نیروی انسانی) که تاثیر فوق‌العادی بر بهره‌وری بخش دولتی دارد به نحو مناسبی حل نشود نباید امید چندانی به بهبود بهره‌وری در این بخش داشت.

در نهایت، آنچه که نتایج مربوط به موانع فردی بیان می‌کند این است که عدم ریسک‌پذیری، عدم کنترل مناسب زمان و کار توسط مدیران و کافی نبودن تعهد مدیریت نسبت به بهره‌وری از مهم‌ترین موانع فردی بهبود بهره‌وری در نظام دولتی محسوب می‌شود. اهمیت و نقش تعیین‌کننده مدیریت در میزان بهره‌وری سازمان غیر قابل انکار و یک امر بدیهی است. اعتقاد راسخ مدیران سازمان به ارتقاء بهره‌وری، تأثیر به‌سزایی در تعهد سایر کارکنان حسن مسئولیت‌پذیری و انگیزش آنها در مسیر بهبود بهره‌وری دارد، بنابراین اعمال او الگوی دیگران قرار خواهد گرفت. همچنین مدیر عالی هر سازمانی نزدیکترین و مهمترین فرد در تصمیم‌سازی است و بر این اساس نقش مهمی در رفع ابهام، هدایت و تعدیل در طول زمان اجرا دارد.

متأسفانه در سازمان‌های دولتی کشور انتصاب افراد در پست‌های مدیریتی بر اساس سابقه سیاسی آنها صورت می‌گیرد و توجه چندانی به شایستگی و توان مدیریتی افراد نمی‌شود. بدون شک وقتی چنین شرایطی در انتصاب مدیران حکم‌فرماست نباید انتظار زیادی از مدیران در جهت ارتقای بهره‌وری داشت. معمولاً در چنین سازمان‌هایی بسیاری از کارکنان با مشکل مواجه هستند و چنین اعتقاد دارند که کار کردن و بهره‌وری فایده‌ای ندارد؛ زیرا اگر به بهره‌وری توجه می‌شد حتماً افرادی را به مدیریت انتخاب می‌کردند که از شایستگی و تخصص لازم برخوردار بود.

در انتها باید اذعان کرد که یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر این است که مدیران دولتی کشور با یک نظام اداری سنتی مواجه هستند که چنین مجموعه‌ای قادر به پاسخگویی موثر به نیازهای جامعه و شهروندان نیست. در شرایطی که روزه‌روز تغییرات فزاینده‌ای در محیط رخ می‌دهد، دیگر مدیران دولتی نمی‌توانند با استفاده از تئوریهای دهه‌های قبل از ۷۰ میلادی به اداره موثر سازمانها بپردازند. تئوریهای جدید بر این تأکید دارند که سازمانهای دولتی بایستی انعطاف‌پذیری لازم برای واکنش موثر به محیط پیرامون را داشته باشند و با احیای تئوری اصیل/ وکیل، پاسخگویی به نیازهای

شهروندان به وجه مهم سازمان‌ها تبدیل شود. این مهم میسر نخواهد شد مگر آنکه سازمانها به سیستمی مجهز شوند که بهبود منابع انسانی و ایجاد سازمان دانش‌محور، مدیریت کیفیت خدمات، تطبیق با تکنولوژی روز، شراکت با شهروندان و بخش غیرانتفاعی و خصوصی، و ارزیابی مستمر عملکرد جزء لاینفک این سیستم باشد. البته تغییر پارادایم‌های نهادینه شده در ساختار بخش دولتی بسیار دشوار است و نیازمند چالشی عظیم هم در گستره تئوریک و هم در عرصه عمل است. با این حال بر اساس یافته‌ها، پیشنهادات ذیل ارایه می‌گردد:

- محدود کردن فعالیتهای دولت و واگذاری آنها به شهروندان و بخش خصوصی
- بهبود کیفیت و افزایش اثربخشی خدمات ارائه شده
- بهبود منابع انسانی از طریق بازنگری اساسی در وضعیت نیروی انسانی (جذب، نگهداشت و بهسازی)
- تلاش برای دانش محور کردن سازمانها از طریق ایجاد ذخایر دانش و استقرار فرایند و فرهنگ مراجعه به ذخایر دانش
- توانمندسازی مدیریت بخش دولتی از طریق بازنگری در نحوه انتصاب مدیران
- طراحی و استقرار سیستم یکپارچه مدیریت اطلاعات و به کارگیری فنآوری‌های نوین اطلاعات
- الزام سازمانها به پاسخ‌گویی کارآمد از طریق تقویت روابط عمومی سازمانها، سنجش مداوم رضایت شهروندان، ممیزی عملکرد و استقرار نظام‌های حسابداری و حسابداری کارآمد

منابع:

- هیوز، آون (۱۳۷۷)، مدیریت دولتی نوین، ترجمه سیدمهدی الوانی و دیگران، انتشارات مروارید
- نایگرو، لویدجی (۱۳۷۵)، تصمیم‌گیری در بخش دولتی، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی
- Ammons, D. N. (2004), Productivity barriers in the public sector. In: Holzer, M., ed. Public Productivity Handbook. New York: Marcel Dekker.
 - Ammons, D. N., & King, J. C. (1983), Productivity improvement in local government: its place among competing priorities. *Public Admin. Rev.* 43(2):113-120.
 - Balk, W. L. (1984), Productivity in government: a legislative focus. *Public Product. Rev.* 8(2):148-161.
 - Borins, S. (2000), Loose cannons and rule breakers, or enterprising leaders? Some evidence about innovative public managers. *Public Admin. Rev.* 60(6):498-507.
 - Bryce, J. (1888), *The American Commonwealth*. Cited in Schiesl, M. J. (1977), *The Politics of Efficiency*. Berkeley: University of California Press.
 - Cohen, J and S. Peterson (1997), *Administrative Decentralization: A New Framework for Improvement*. Governance, Accountability, Performance, Harvard University Press, p 44.
 - Downs, A. (1967), *Inside Bureaucracy*. Boston: Little Brown.
 - Drucker, P. F. (1980), The deadly sins in public administration. *Public Admin. Rev.* 40(2):103-106.
 - Fainstein, N. I., & Fainstein, S. S. (1972), Innovation in urban bureaucracies. *Amer. Behav. Sci.* 15(4):511-531.

-
- Gold, B. M. (Spring 2001), A productivity panacea. *Electron. Govern.* 2(1):26-27.
 - Goldsmith, S. (1997), *The Twenty-First Century City: Resurrecting Urban America*. Washington, D.C.: Regnery Publishing.
 - Gore, A. (1993), *Creating a Government that Works Better and Costs Less: Transforming Organizational Structures*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
 - Gurwitt, R. (1989), Cultures clash as old-time politics confronts button-down management. *Governing* 2(7):42-48.
 - Harlow, L. F. (1977), *Without Fear or Favor*. Provo, UT: Brigham Young University Press.
 - Hayes, F. O'R. (1972), Innovation in state and local government. In: Hayes, F. O'R.
 - Hayward, N., & Kuper, G. (1978), The national economy and productivity in government. *Public Admin. Rev.* 38 (1):2-5.
 - Kaufman, H. (2001), Major players: Bureaucracies in American government. *Public Admin. Rev.* 61(1):18-42.
 - Keehely, P. & ET. al. (1997), *Benchmarking for Best Practices in the Public sector*, San Fransisco: Jossey Bass Publishers, pp 26-28.
 - Kelvin, Lord, as quoted in Lehrer, R. N., ed. (1983), *White collar Productivity*. New York: McGraw-Hill
 - Kittower, D. (2001), Putting technology to work. *Governing*, 15(1):48-54.
 - Marris, P., & Rein, M. (1973), *Dilemmas of Social Reform*. Chicago: Aldine.
 - Mars Holzer (1992), *Public Productivity Handbook*, New York, Marcel Dekker. Inc, pp74-80.
 - Morgan, D. R., England, R. E. (1999), *Managing Urban America*. 5th ed. New York: Chatham House.

-
- Niskanen, W. A. (1971), *Bureaucracy and Representative Government*. Atherton, Chicago: Aldine.
 - Osborne, D., & Plastrik, P. (2000), *The Reinventor's Fieldbook: Tools for Transforming Your Government*. San Francisco: Jossey-Bass
 - *Productivity Measurement in the Public Sector* (2000), Published by the Asian Productivity Organization, pp 83-84.
 - Savas, E. S. (2000), *Privatization and Public-Private Partnerships*. New York: Chatham House.
 - Schick, A. (1996), *The Spirit of Reform, State Services Commission*. New Zealand: Wellington.
 - Stillman, R. J. II. (1982), *Local public management in transition: A report on the current state of the profession*. In International City Management Association.
 - Szanton, P. (1981), *Not Well Advised*. New York: Russell Sage Foundation and Ford Foundation.
 - Thornhill, D. (2006), *Productivity attainment in a diverse public sector*, paper presented at Seminar on Promoting Productivity in a Diverse Public Sector, Dublin, 21 April.
 - Zolkos, R. (1989), *Mississippi counties streamline operations*. *City State* 5:3, 45

«مدیریت بهره‌وری»

سال هفتم - شماره ۲۵ - تابستان ۱۳۹۲

ص ۸۰ - ۶۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۴/۰۳

بررسی رابطه بین ابعاد کیفیت زندگی کاری با بهره‌وری کارکنان (مطالعه موردی)

دکتر سلیمان ایران‌زاده^۱

عبدالوحید طاحونی^۲

چکیده

با توجه به میزان اهمیت بهره‌وری و نیز توجه به متغیرهای سازمانی که بر بهره‌ور بودن یا نبودن یک سازمان ممکن است تاثیر بگذارد، مطالعات مختلفی صورت گرفته است. در یک سازمان بررسی کیفیت زندگی کاری کارکنان یکی از مولفه‌های تاثیرگذار بر بهره‌ور بودن آن سازمان است. لذا بر حسب اهمیت در شرکت قطعه سازی سامان صنعت آذربایجان غربی نسبت به بررسی موضوع فوق اقدام گردید. از ۲۱۰ نفر کل پرسنل این شرکت، ۱۳۶ نفر طبق جدول گرسی و مورگان به عنوان تعداد نمونه انتخاب گردید. برای جمع آوری اطلاعات از دو پرسشنامه استاندارد کیفیت زندگی کاری و بهره‌وری استفاده شد که مقدار آلفای کرونباخ برای دو پرسشنامه به ترتیب برابر ۰/۹۸ و ۰/۸۶ محاسبه گردید. همچنین تعداد ۸ فرضیه بر اساس ابعاد کیفیت زندگی کاری مطرح گردید که در نهایت با توجه به خروجی اطلاعات و تحلیل آنها تعداد هفت فرضیه تأیید و فرضیه ششم پژوهش رد گردید. بر این اساس به غیر از رابطه بین بهره‌وری و توازن بین کار و زندگی در سایر ابعاد رابطه معناداری میان بهره‌وری و کیفیت زندگی کاری کارکنان شرکت قطعه سازی سامان صنعت آذربایجان غربی مشاهده می‌شود.

واژه‌های کلیدی:

بهره‌وری، کیفیت، زندگی کاری، کارکنان.

^۱-عضو هیات علمی (دانشیار) دانشگاه آزاد اسلامی، گروه مدیریت صنعتی، واحد تبریز، تبریز-ایران (Dr.iranzadeh@yahoo.com)

^۲-دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، گروه مدیریت صنعتی، واحد تبریز، تبریز-ایران (vahidtahooni@hotmail.com)

مقدمه

سازمانهای عصر حاضر با نگاه راهبردی به منابع انسانی آن را به عنوان دارایی هوشمند و ارزشمند در نظر دارند و بیش از پیش به ارتقاء کیفیت زندگی و رضایت شغلی کارکنان توجه دارند. بهبود کیفیت زندگی کارکنان مستلزم اهتمام مدیریت سازمان به تدوین سیاستهای حمایت‌گرایانه از منابع انسانی است. بر این اساس استفاده مطلوب از منابع انسانی متکی به تدوین استراتژی‌های منابع انسانی و اقداماتی است که برای صیانت جسم، روح و حفظ کرامت انسانی کارکنان به عمل می‌آید. عوامل زیادی در رشد و پیشرفت کشورها دخالت دارند و چنین برمی‌آید که بهره‌وری یکی از عمده‌ترین آنهاست. کشورهای مختلف هم اکنون برای بالابردن تراز بهره‌وری ملی، صنعتی، بازرگانی و خدماتی خود تلاشی پیگیر دارند و می‌کوشند تا از راه سازوکارهای کارآمد مدیریتی، سازمان خود را به بالابردن تراز بهره‌وری یاری دهند (نازم^۱، ۲۰۰۹). در جهان رقابتی امروز که بهره‌وری در همه زمینه‌ها افزایش یافته است تنها سازمان‌های می‌توانند در این دنیای پر تلاطم باقی بمانند که به بهترین وجه از منابع خود استفاده نموده و بیشترین بهره‌وری را داشته باشند (فرخی، ۱۳۸۶).

اقداماتی که شامل امکانات رفاهی، درمانی، امنیت شغلی، طراحی شغلی، اهمیت شغلی، توسعه و پیشرفت شغلی، آموزش و بهسازی و مواردی از این قبیل می‌باشد، مجموعاً تحت عنوان کیفیت زندگی کاری در نظر گرفته می‌شود. مفهوم کیفیت زندگی کاری امروزه به یک موضوع اجتماعی عمده در سرتاسر دنیا مبدل شده است، در حالیکه در گذشته فقط تأکید بر زندگی شخصی بود، در جامعه امروز بهبود زندگی کاری به عنوان یکی از مهمترین سازمان و کارکنان آن در آمده است. از آنجا که بین اقدامات مدیریت منابع انسانی و کیفیت زندگی کاری رابطه مستقیمی وجود دارد، از این رو، حیات مجدد بخشیدن به کارکنان، از طریق ارتقای کیفیت زندگی کاری، کلید موفقیت هر سازمان محسوب می‌شود (بزاز جزایری و پرداختچی، ۲۰۰۷).

کیفیت زندگی کاری یکی از متغیرهایی است که اخیراً به لحاظ اهمیت، مورد توجه بسیاری از مدیران که درصدد ارتقا کیفیت منابع انسانی خود هستند قرار گرفته است؛ گر چه مطالعه شاخص‌هایی که برای کیفیت زندگی کاری سودمند و یا مضر هستند

^۱-Nazem

تاریخچه‌ای دیرینه دارد (ماو، و همکاران^۱، ۲۰۰۳)، اما منبع دقیق عبارت کیفیت زندگی کاری مشخص نیست و احتمالاً اولین بار در موسسه تحقیق اجتماعی دانشگاه میشیگان در کارهای اولیه لیکرت و رویکرد او برای تغییر سیستمی به کار برده شده است (هود و اسمیت، ۱۹۹۴). بر این اساس و با توجه به اهمیت بسیار زیاد توجه به منابع انسانی در جامعه مورد بررسی نیز به بررسی ارتباط این متغیر با بهره‌وری پرداخته‌ایم.

واژه کیفیت زندگی کاری نخستین بار در سال ۱۹۷۲ در طی یک کنفرانس ارتباطات کاری بین‌المللی در رابطه با مسائل کاری در خانه اردن معرفی شد. کیفیت زندگی کاری توجه بیشتری را بعد از آنکه کارکنان اتومبیل متحده و جنرال موتور شروع به یک برنامه کیفیت زندگی کاری برای بازساخت و رفرم کارکردند به خود اختصاص داد (لاو و می^۲، ۱۹۹۸). ابتدا نگرانی برای کیفیت زندگی کاری در دهه ۱۹۷۰ اوج می‌گیرد. این نگرانی بعد از عواقب حیطه سنتی مدیریت علمی و بوروکراسی ناشی از آن که محیط کاری ضد انسانی، وظیفه محور، غیرشخصی، بدون پاداش و عموماً غیرکارا ایجاد می‌کرد و همه سطوح شان و منزلت شخصی را مورد هتک قرار می‌داد و منابع انسانی را ضایع می‌نمود حاصل شد و بعد از فروکش نمودن در دهه ۱۹۸۰ مجدداً در دهه ۱۹۹۰ غالب می‌شود؛ به عبارتی مفهوم کیفیت زندگی کاری حدود ۳۰ سال قبل به کار رفته است. کیفیت زندگی کاری با واکنش و پاسخ به نیازهای فردی و اشتیاق می‌تواند افزایش یابد (مارتل و دوپویس^۳، ۲۰۰۶؛ تراویس ۱۹۹۵؛ کیمبرلی ۱۹۹۱). روبینز کیفیت زندگی کاری را به عنوان فرایندی که به وسیله آن یک سازمان با گسترش مکانیسم‌هایی به نیازهای کارکنان واکنش نشان می‌دهد تا به آنها اجازه دهد کاملاً در تصمیم‌گیری‌هایی که زندگی شان در کار را طرح می‌ریزد مشارکت داشته باشند تعریف نموده است. کیفیت زندگی کاری سازه چند بعدی است و ممکن است یک سازه جهانی و فناپذیر نباشد (لاو و می ۱۹۹۸). پیشرفت کیفیت در مکان کار مفهومی است که انگاره مدیران و کارکنان را به طور یکسان در بر می‌گیرد. در طی دهه گذشته بسیاری از نوشته‌ها در مورد کیفیت خدمات، تضمین کیفیت، چرخه کنترل کیفیت، کیفیت زندگی کاری مدیریت و کنترل جامع کیفیت بوده است (کول^۴ و تو^۵ به نقل از شانی و همکاران^۱ ۱۹۹۲). در همین راستا

^۱- Ma, Samuels and Alexander

^۲- Lau, May

^۳- Martel, Dupuis

^۴- Cole

^۵-Towe

محیط کاری با کیفیت بالا به عنوان شرط و پیش زمینه اساسی برای توانمندسازی منابع انسانی مورد نیاز سیستم مراقبت بهداشتی شناخته شده است.

در بررسی‌های سازمانی مفهوم کیفیت زندگی کاری از مدل‌های قبلی کار و رفتار انسانی مشتق شده است. کارکنان به عنوان افراد تصمیم‌گیرنده باهوشی در نظر گرفته شده‌اند که جهت کار برانگیخته می‌شوند و به کار براساس بالانس مطلوبی بین پاداشهای داده شده به آنها و انتظاراتی که از آنها می‌رود، می‌نگرند (شانی و همکاران، ۱۹۹۲)؛ محققان مطالعات کیفیت زندگی کاری را روی خصوصیات فیزیکی مکان کار و رفتارهای ظاهری و نگرش‌های افراد کار متمرکز نموده‌اند (همان منبع) در حالی که کیفیت زندگی کاری مشتمل بر جنبه وسیعی از محیط کاری است که روی یادگیری و سلامت کارکنان تاثیر می‌گذارد (کول و همکاران، ۲۰۰۵). از طرف دیگر بهره‌وری کارکنان یکی دیگر از متغیرهای اساسی در دوام و بقای سازمانهای امروزی تلقی می‌گردد. بهره‌وری نیروی انسانی و بررسی عمیق آن یکی از اولویت‌های پیشرفت و توسعه هر سازمانی محسوب می‌شود. بهره‌وری عبارت است از احساس اثربخشی، کارایی، بازدهی و توانمندی فرد در سازمان و به دیگر سخن بهره‌گیری و استفاده بهینه از نیروی کار، توان، استعداد و مهارت نیروی انسانی (سلطانی، ۲۰۰۶). بهره‌وری از جمله عواملی است که دوام و بقای سازمانها را در دنیای پر رقابت فعلی تضمین می‌کند. حاکم شدن فرهنگ بهره‌وری، موجب استفاده بهینه از کلیه امکانات مادی و معنوی سازمانها می‌شود و بدون اضافه کردن فناوری و نیروی انسانی جدید می‌توان از امکانات، شرایط، توان و قابلیت‌های نیروی انسانی موجود با خاصیت زایشی و خلاقیت در تحقق هدف‌های سازمان حداکثر بهره را برد. بهره‌وری مطلوب با تغییر ساختارها، اضافه کردن فناوری، تدوین دستور کار و صدور بخشنامه حاصل نمی‌شود بلکه انسان محور هر نوع بهره‌وری فردی - اجتماعی و سازمانی است. بنابراین باید بیشترین توجه و برنامه ریزی در بهره‌وری سازمانی متوجه عوامل انسانی شود (هنری و همکاران، ۲۰۰۳).

معمارزاده و اسدی (۲۰۰۸) در پژوهشی تأثیر کیفیت زندگی کاری را به عنوان یک عامل درون سازمانی روی بهره‌وری کارکنان مورد بررسی قرار دادند که نتایج تحقیق حکایت از وجود رابطه معنی دار و مستقیم بین کیفیت زندگی کاری و بهره‌وری کارکنان

¹-Shani, Basuray, Scherling, Odell

²-Cole, Robson, Lemieux-Charles, McGuire

سازمان دارد و این رابطه از طریق آزمون همبستگی بین شاخص‌های کیفیت زندگی کاری با بهره‌وری کارکنان تأیید شده است. حسینی و همکاران (۲۰۰۸) پژوهشی را تحت عنوان رابطه کیفیت زندگی کاری و تعهد سازمانی کارکنان اداره تربیت بدنی استان اصفهان انجام دادند، نتایج تحقیقات نشان داد که بین کیفیت زندگی کاری و تعهد سازمانی کارکنان تربیت بدنی استان اصفهان همبستگی مثبت و معنی دار وجود دارد. تحلیل رگرسیونی نشان داد، تعهد عاطفی و تعهد هنجاری تحت تأثیر کیفیت زندگی کاری کارکنان تربیت بدنی استان اصفهان قرار دارد. رحیمی (۲۰۰۶) میزان تأثیر کیفیت زندگی کاری اعضای هیأت علمی و میزان کارآفرینی آنان را در دانشگاه‌های دولتی شهر اصفهان را بررسی نموده و به این نتیجه رسیدند که بین کیفیت زندگی کاری و کارآفرینی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. اما تفاوت معناداری بین میانگین کیفیت زندگی کاری اعضای هیأت علمی برحسب سن، جنسیت، دانشگاه، محل خدمت، رشته تحصیلی و وضعیت استخدامی به دست نیاورد. قاسم زاده (۲۰۰۵) در پژوهشی که در آن به بررسی تأثیر کیفیت زندگی کاری پرستاران بر مراقبت آنها از بیماران و ارتباط آنها با همراهان بیمار پرداخت، به این نتیجه رسید که افزایش کیفیت زندگی کاری پرستاران موجب بهبود مراقبت آنها از بیماران و بهبود برخورد آنها با خانواده‌های بیماران خواهد شد. باسلی و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهشی به بررسی کیفیت زندگی کاری پزشکان خانواده در سازمان‌های بهداشت و سلامت و سیکانسن پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر محیط کاری بر کیفیت زندگی کاری بوده است. در این تحقیق ۱۴۲۸ پرسشنامه توسط پزشکان پر شده است. ۳۹۷ نفر از پزشکان در ۱۸ سازمان مختلف کار می‌کرده‌اند. نتیجه این پژوهش نشان داد که هر کجا اهداف سازمانی با توانمندی پزشکان و اهداف شخصی حرفه‌ای آنها همخوانی بیشتری داشته، هم عملکرد سازمانی و هم کیفیت زندگی کاری پزشکان بهتر بوده است. فتمن (۲۰۰۷) در مطالعات خود با عنوان «بررسی ارتباط بین فضای سازمانی (اصول انسانی حاکم بر سازمان) و بهره‌وری مدیران» با استفاده از روش آماری رگرسیون دریافت فضاهای سازمانی (اصول انسانی حاکم بر سازمان) که در آن تصمیم‌گیری متمرکز است و رفتار کارکنان، تحت نظارت قوانین و رویه‌های زیادی قرار دارد، بهره‌وری، رضایت شغلی و خلاقیت کاهش یافته و نگرش منفی درباره گروه کاری افزایش می‌یابد. پیترسون و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که رابطه مثبت بین مدیریت منابع انسانی و

بهره‌وری وجود دارد برای شرکت‌های با جو مثبت سازمانی و برای سازمان‌های که از استراتژی‌های تمایز استفاده می‌کنند. لاو و ادوارد (۲۰۰۶) دریافتند که آگاهی فرد از نیازهای شغلی، داشتن کنترل بر شغل و برخورداری از شغل با منزلت بالا موجب موجب افزایش بهره‌وری کارکنان می‌شود. موری سون و همکاران (۲۰۰۶) در نتیجه مطالعات خود دریافتند که استقلال افراد در شغل منجر به افزایش فرصت‌های رشد و پیشرفت و افزایش مهارت آنان می‌شود و در نتیجه بهره‌وری آنان به بهبود می‌یابد.

بر این اساس اهداف تحقیق عبارتند از: بررسی رابطه بین روابط انسانی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان؛ بررسی رابطه بین امنیت شغلی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان؛ بررسی رابطه بین پیشرفت شغلی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان؛ بررسی رابطه بین مشارکت در محیط کار و بهره‌وری کارکنان؛ بررسی رابطه بین رعایت حقوق انسانی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان؛ بررسی رابطه بین قوانین بین کار و زندگی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان؛ بررسی رابطه بین تعهد کاری در محیط کار و بهره‌وری کارکنان؛ بررسی رابطه بین مسائل مادی و رفاهی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان.

ابزار و روش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف تحقیقات کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی (همبستگی) است. همچنین برای جمع‌آوری ادبیات نظری از روش کتابخانه‌ای استفاده گردیده است.

جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان شرکت قطعه‌سازی سامان صنعت اذربایجان غربی تشکیل می‌دهد. که متشکل از ۲۱۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه طبق جدول گرسی و مورگان برابر ۱۳۶ نفر تخمین زده شده که بر اساس روش تصادفی ساده به این تعداد افراد پرسشنامه پخش گردیده است.

برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد کیفیت زندگی و پرسشنامه استاندارد بهره‌وری استفاده شده است. پرسشنامه کیفیت زندگی کاری براساس هشت مولفه اصلی کیفیت زندگی کاری توسط قاسم زاده (۱۳۸۴) تهیه شده است که دارای ۸ بعد می‌باشد، همچنین پرسشنامه بهره‌وری توسط هرسی و بلانچارد و گلد اسمیت^۱ (۱۹۹۴) به منظور کمک به مدیران در تعیین علت وجود مشکلات عملکردی در به وجود

^۱-goldesmit

آوردن استراتژی‌های تغییر به منظور حل این مشکلات طراحی شده است که این پرسشنامه دارای ۷ گویه است.

برای سنجش پایایی، ابتدا پرسشنامه در بین ۲۳ نفر از اعضای نمونه آماری توزیع گردید که نتایج زیر حاصل گردید. همچنین جهت تعیین پایایی پرسشنامه‌ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است، که مقدار آن برای پرسشنامه کیفیت زندگی کاری برابر ۰/۹۸ و برای پرسشنامه بهره‌وری ۰/۸۶ بدست آمد که نشان می‌دهد هر دو پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار می‌باشد.

یافته‌ها

برای آزمون نرمال بودن داده‌های بدست آمده برای متغیرهای تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج آزمون در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول (۱): نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای داده‌های تحقیق

سطح معنی داری	آماره Z کولموگروف اسمیرنوف	
۰/۱۲۷	۱/۴۷۸	روابط انسانی در محیط کار
۰/۷۲۸	۰/۶۴۲	امنیت شغلی در محیط کار
۰/۸۰۵	۰/۴۵۶	پیشرفت شغلی در محیط کار
۰/۱۱۴	۱/۳۹۷	مشارکت در محیط کار
۰/۱۱۶	۱/۳۰۳	رعایت حقوق انسانی در محیط کار
۰/۱۱۹	۱/۲۱۶	توازن بین کار و زندگی
۰/۱۶۴	۰/۷۷۷	تعهد کاری در محیط کار
۰/۱۸۹	۰/۸۵۴	مسائل مادی و رفاهی در محیط کار
۰/۱۹۹	۰/۹۴۷	بهره‌وری

در آزمون نرمال بودن داده‌ها فرض صفر چنین است که توزیع داده‌ها از توزیع نرمال تبعیت می‌کند و فرض مقابل بر خلاف این امر دلالت دارد. با توجه به جدول (۱)، سطح معنی‌داری (sig) تمامی داده‌ها بیشتر از ۰/۰۵ بوده است، از این رو می‌توان گفت

که توزیع داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌های تحقیق نرمال است. به همین منظور برای آزمون فرضیه‌ها از آمار پارامتریک می‌توان استفاده نمود. فرضیه اول: بین روابط انسانی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۲): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه اول

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
روابط انسانی در محیط کار	بهره‌وری کارکنان	۰/۸۱۶	۰/۰۰۰	رابطه وجود دارد

با توجه به اطلاعات جدول (۲)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین روابط انسانی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان برابر ۰/۸۱۶ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرض H_0 رد و فرض H_1 یا فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین روابط انسانی در محیط کار و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. فرضیه دوم: بین امنیت شغلی و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۳): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه دوم

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
امنیت شغلی در محیط کار	بهره‌وری کارکنان	۰/۷۸۶	۰/۰۰۰	رابطه وجود دارد

با توجه به اطلاعات جدول (۳)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین امنیت شغلی و بهره‌وری کارکنان برابر ۰/۷۸۶ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین امنیت شغلی و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. فرضیه سوم: بین پیشرفت شغلی و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۴): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه سوم

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
پیشرفت شغلی در محیط کار	بهره‌وری کارکنان	۰/۷۹۹	۰/۰۰۰	رابطه وجود دارد

با توجه به اطلاعات جدول (۴)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین پیشرفت شغلی و بهره‌وری کارکنان برابر $0/799$ و سطح معنی‌داری $0/000$ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود دارد. بنابراین با اطمینان $0/95$ فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین پیشرفت شغلی و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. فرضیه چهارم: بین مشارکت و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۵): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه چهارم

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
مشارکت در محیط کار	بهره‌وری کارکنان	$0/865$	$0/000$	رابطه وجود دارد

با توجه به اطلاعات جدول (۵)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین مشارکت و بهره‌وری کارکنان برابر $0/865$ و سطح معنی‌داری $0/000$ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود دارد. بنابراین با اطمینان $0/95$ فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین مشارکت و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. فرضیه پنجم: بین رعایت حقوق انسانی و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۶): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه پنجم

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
رعایت حقوق انسانی در محیط کار	بهره‌وری کارکنان	$0/811$	$0/000$	رابطه وجود دارد

با توجه به اطلاعات جدول (۶)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین رعایت حقوق انسانی و بهره‌وری کارکنان برابر $0/811$ و سطح معنی‌داری $0/000$ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود دارد. بنابراین با اطمینان $0/95$ فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین رعایت حقوق انسانی و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. فرضیه ششم: بین توازن بین کار و زندگی و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۷): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه ششم

نتیجه آزمون	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	متغیر دوم	متغیر اول
رابطه وجود ندارد	۰/۱۱۲	۰/۱۰۳	بهره‌وری کارکنان	توازن بین کار و زندگی در محیط کار

با توجه به اطلاعات جدول (۷)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین توازن بین کار و زندگی و بهره‌وری کارکنان برابر $0/103$ و سطح معنی‌داری $0/112$ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود ندارد. بنابراین فرضیه تحقیق تأیید نمی‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین توازن بین کار و زندگی و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود ندارد. فرضیه هفتم: بین تعهد کاری و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۸): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه هفتم

نتیجه آزمون	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	متغیر دوم	متغیر اول
رابطه وجود دارد	۰/۰۰۰	۰/۷۴۵	بهره‌وری کارکنان	تعهد کاری در محیط کار

با توجه به اطلاعات جدول (۸)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین تعهد کاری و بهره‌وری کارکنان برابر $0/745$ و سطح معنی‌داری $0/000$ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود دارد. بنابراین با اطمینان $0/95$ فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین تعهد کاری و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. فرضیه هشتم: بین مسائل مادی و رفاهی و بهره‌وری کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول (۹): خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه هشتم

نتیجه آزمون	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	متغیر دوم	متغیر اول
رابطه وجود دارد	۰/۰۰۰	۰/۸۰۸	بهره‌وری کارکنان	مسائل مادی و رفاهی در محیط کار

با توجه به اطلاعات جدول (۹)، ملاحظه می‌شود که ضریب همبستگی پیرسون بین مسائل مادی و رفاهی و بهره‌وری کارکنان برابر $0/808$ و سطح معنی‌داری

۰/۰۰۰ بدست آمده است، لذا همبستگی مثبت معنی‌داری بین دو متغیر فوق وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرضیه تحقیق تأیید می‌گردد و چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بین مسائل مادی و رفاهی و بهره‌وری کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد.

نتیجه‌گیری و بحث

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که یافته‌های تحقیق با یافته‌های تحقیقات پیشین همسو بوده و به نتایج تقریباً مشابهی دست یافتیم. یافته اصلی پژوهش حاضر این است که بین ابعاد کیفیت زندگی کاری و بهره‌وری رابطه معنی‌داری وجود دارد که در این میان بیشترین رابطه مربوط به امنیت شغلی و کمترین رابطه مربوط به مشارکت می‌باشد و هفت فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد. بنابراین مدیران و ذینفعان سازمان بر اساس نتایج مربوطه می‌توانند نسبت به بهبود وضعیت هر یک از ابعاد یادشده اقدام نمایند. همچنین آنها می‌بایستی بکوشند تا با ایجاد توازن بین کار و زندگی در مورد کارکنان اقدامات لازم را از قبیل آموزش‌های لازم و سایر فعالیت‌ها انجام دهند. تا منجر به بهبود وضعیت فعلی گردد. با توجه به نتایج تحقیق و تأیید نقش موثر کیفیت زندگی کاری در افزایش بهره‌وری کارکنان پیشنهاد می‌شود در جهت تقویت بنیادهای کیفیت زندگی کاری در شرکت‌ها مدنظر قرار دادن اولویت‌بندی ارائه شده از تأثیر مولفه‌های کیفیت زندگی کاری بر بهره‌وری کارکنان، تفاوت‌های کارکنان از نظر جنسیت و میزان تحصیلات در این راستا مورد توجه مدیران و برنامه‌ریزان شرکت قرار گیرد. با توجه این که امنیت شغلی موثرترین عامل و ارتقای بهره‌وری کارکنان شناخته شده است لذا تقویت این عامل از طریق اعمال روش‌های زیر در افزایش بهره‌وری کارکنان شرکت موثر خواهد بود: پرداخت منصفانه به کارکنان بر مبنای توجه به کار آنها و نیاز سازمان به نوع کار و مهارت متخصص ایشان و همچنین ارائه پرداخت‌های انگیزشی به آنها برای جبران کاری که در سازمان انجام می‌دهند. به روز کردن اطلاعات کارکنان می‌تواند توانایی آنها را در ایفای نقش آزمایی خود مطابق با تحولات و تغییرات ایجاد شده در محیط بالا ببرد و در تثبیت موقعیت شغلی آنان مفید واقع شود.

منابع:

- فرخی، حسن (۱۳۸۶)، استفاده از مدیریت عملکرد با هدف افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، نشریه جهان اقتصاد
- Bazaz jazayeri, a, pardakhtchi, m, (2007), creating model of assessing quality of life of staffs in organization, management science journal, second year, no 5, page123-151
 - Beasley, J.W., Karsh, B. T. , sainfort, F. , Hagenauer, M. , Mary , E. , Marchand, L. (2005), Quality of worklife of family physicians in wisconsin's health care organizations, a WMJ
 - Cole D.C., Robson L. S., Lemieux-Charles, L., McGuire, W. (2005), Quality of working life indicators in Canadian health care organizations: a tool for healthy, health care workplaces? Occupational Medicine. 55(1):54
 - Fetman, (2007), Thriving on chaos, New York L Knops
 - Ghasemzadeh, a, (2005), review of effect of job consult en quality of job life for the staff of Esfahan, M.A. thesis, job consult
 - Henri.H, Rezayean, A, Kozehchian.H, Ehsani.M, (2003), the relationship between motivation and productivity of man power in the Physical Education
 - Hood, J., Smith, H. (1994), Quality of work life in home care: the contributions of leaders' personal concern for staff. J Nurs Adm. 24(1):40-47
 - Hood, J., Smith, H. (1994), Quality of work life in home care: the contributions of leaders' personal concern for staff. J Nurs Adm. 24(1):40-47
 - Hosseini, s. Naderian,M, Homaye.r., Mosavi.z, (2008), relation between quality of work life and organizational management for staffs of sport office of Esfahan, sport management, no2, page 168-181.

-
- Lau, R S M. May B E. (1998), A win-win paradigm for quality of work life and business performance, Human Resource Development Quarterly, 9(3):211:227
 - Ma, C.C., Samuels, M.E. and Alexander, J.W. (2003), Factors that influence nurses' job satisfaction. Journal of Nursing Administration. 33(5): 293-299.
 - Ma, C.C., Samuels, M.E. and Alexander, J.W. (2003), Factors that influence nurses' job satisfaction. Journal of Nursing Administration. 33(5): 293-299
 - Martel Jean-Pierre, Dupuis Gilles (2006), Quality of Work Life: Theoretical and Methodological Problems, and Presentation of a New Model and Measuring Instrument. Social Indicators Research.77(2):333
 - Memarzadeh, GH, Asadi, a, (2008), review of relation between job life and staffs effectiveness, management and development. 10th year, no38
 - Nazem, Fatah (1999), Productivity management, organizational space and productivity. Azad Official publication of the state Medical society of wiscohsin, 103,50-51
 - Ok para, J. o, Wynn,p. (2008), The impact of ethical climate on job satisfaction, and commitment in Nigeria, Journal of Management Development, 9(27), 935-95
 - Rahimi,hamid,(2006), assessing the rate of effectiveness of quality of job life for scientific board and the rate of their entrepreneurship in governmental university of Esfahan, ma thesis of educational management
 - Shani, A.B., Basuray, M. T., Scherling, S.A., Odell, J.L. (1992), revisiting quality of work life interventions: A cross-cultural pilot study. Journal of Organizational Change Management. 5(4):59-67

-
- Shani, A.B., Basuray, M. T., Scherling, S.A., Odell, J.L. (1992), revisiting quality of work life interventions: A cross-cultural pilot study. *Journal of Organizational Change Management*. 5(4):59-67
 - Soltani, A,(2006), effectiveness of human, Tehran, Ardakan publication. university,Roode hen braneh publication.1St Edition-49-60

«مدیریت بهره وری»

سال هفتم - شماره ۲۵ - تابستان ۱۳۹۲

ص ص ۱۰۶ - ۸۱

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۰۹/۱۱

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۳/۰۱

بررسی تأثیر مهندسی ارزش بر عملکرد سازمان مطالعه موردی: اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی

دکتر فرهاد نژاد ایرانی^۱

کمال عزیزی^۲

یوسف بیگ زاده^۳

چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر بررسی مهندسی ارزش و تأثیر آن بر ابعاد عملکرد سازمان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی و ارائه راهکارهایی برای بکارگیری موفق مهندسی ارزش جهت بالابردن عملکرد سازمانی در اداره مزبور می‌باشد. چارچوب نظری پژوهش براساس مدل عملیاتی مهندسی ارزش اس. آیر و مدل عملیاتی عملکرد سازمانی کاپلان و نورتون می‌باشد. در این راستا یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی طراحی شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی بوده که جمعاً ۳۷۵ نفر می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران ۱۹۰ نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد و پرسشنامه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای در میان نمونه آماری توزیع گردید. قبل از آزمون فرضیه‌ها، به منظور بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها از آزمون کالموگروف اسمیرنوف استفاده شد که نتایج نشان می‌دهد متغیر مهندسی ارزش و عملکرد سازمان با توزیع نرمال تفاوت معنی داری نداشته و دارای توزیع نرمال می‌باشد. لذا در چارچوب آزمونهای آماری پارامتریک از آزمونهای همبستگی پیرسون و ضریب خطی رگرسیون استفاده گردید که حدود ۰/۲۸۷ تغییرات متغیر وابسته (عملکرد سازمان) با چهار بعد (رضایت کارکنان، رضایت مشتریان، اثربخشی سازمانی و نتایج مالی و بازار) توسط تغییرات در متغیر مستقل (مهندسی ارزش) توجیه می‌شود که نشان دهنده رابطه مثبت و هم جهت بین دو متغیر نیز می‌باشد.

واژه‌های کلیدی:

عملکرد سازمان، مهندسی ارزش، رضایت، اثربخشی سازمانی

^۱ - عضو هیأت علمی (استادیار) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران (F.nejhadirani90@yahoo.com)

^۲ - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران (k.azizi.691@gmail.com)

^۳ - عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، گروه مدیریت، بناب، ایران (yosef.beigzadeh@yahoo.com)

مقدمه

چند دهه‌ای است که رشد روزافزون رقابت و وجود محیط‌های پیچیده و دائماً در حال تغییر، سازمانها را ترغیب می‌کند که برای بقای خود در پی جلب هرچه بیشتر رضایت مشتریان بوده و با تلاش مضاعف سعی در نگهداری و افزایش سهم بازار خود را داشته باشند (صدیق و دیگران، ۱۳۸۸، ۲). در این راستا سازمانها در پی یافتن راه کارهای مناسب جهت نیل به این هدف هستند و می‌کوشند با کمترین هزینه محصول مورد نیاز مشتری را تولید کرده یا بهترین نوع خدمات را ارائه نمایند. مهندسی ارزش سعی دارد با کاهش دوباره کاریها و جایگزینی روشهای کم هزینه تر سازمان را در نیل به اهداف خود یاری کند. بدین صورت که ابتدا روشها و عملکردها را براساس معیارهای مشخص ارزیابی کرده و بهترین گزینه را به سازمان پیشنهاد می‌کند. مهندسی ارزش تکنیکی است که با استفاده از ایده‌های خلاق، ریسک‌پذیری، وجود فرهنگ مشاوره، آزمون روشهای جدید، انعطاف‌پذیری، ارتباط و تخصص‌گرائی منجر به افزایش ارزش برای کالا و خدمات می‌شود (قلی‌پور و بیرقی، ۱۳۸۳، ۲۰).

تعداد به نسبت بالایی از سازمان‌های ایرانی اقدام به پیاده‌سازی سیستم مهندسی ارزش^۱ برای سازمانهای خود کرده‌اند. پاسخ به این سؤال که آیا پیاده‌سازی مهندسی ارزش در این سازمانها چگونه اثربخش بوده است یا خیر (چگونه منتج به بهبود عملکرد شده است یا خیر)، موضوعی است که زمینه لازم برای بررسی و پژوهش را فراهم می‌آورد. مطالعات اولیه در این خصوص نشان از شواهد متناقضی از شکست، موفقیت پروژه‌های استقرار این سیستم دارد. این موضوع با توجه به هزینه‌های مادی و غیرمادی آن حائز اهمیت بالایی است و باید مطالعه شود. در واقع می‌توان بیان کرد که نداشتن شناختی درست و همه‌جانبه در مورد سیستم‌ها می‌تواند سازمانها را در تصمیم‌گیری برای استقرار و یا تلاش برای حفظ و بهبود آن دچار مشکل کند. به این ترتیب که ممکن است برخی سازمانها با در نظر نگرفتن شرایط خاص خود، در برخی مواقع با فراهم نکردن بستر مناسب برای پیاده‌سازی اصولی سیستم و در برخی موارد دیگر با انتظارات بیش از حد خود از دستاوردهای یک سیستم، اقدام به پیاده‌سازی آن کنند که این امر سبب شکست آنها و به هدر رفتن منابع سازمان شود. از طرف دیگر ممکن است سازمانی قابلیت پیاده‌سازی سیستم را داشته باشد، اما با آگاهی نداشتن

^۱- Value Engineering

نسبت به مزایای کوتاه مدت و بلندمدت سیستم مهندسی ارزش و تأثیرات آن بر عملکرد سازمانی، اقدام به پیاده سازی سیستم ننماید.

مهندسی ارزش متدولوژی است کارکردگرا و قدرتمند برای بازنگری طرح ها و پروژه‌های عظیم عمرانی و صنعتی با هدف ایجاد صرفه جویی مالی همزمان با حفظ یا ارتقای کیفیت طرح‌ها افزایش رضایت مشتری و افزایش ارزش سرمایه گذاری است. هزینه‌های اجرای پروژه های عمرانی بسیار زیاد است که با انجام فرآیند مهندسی ارزش، علاوه بر کاهش هزینه‌ها، ارزش کل نیز بهبود می یابد (جبل، ۱۳۸۳، ۲۷). به طور معمول هنگام بحث از ارزش هفت سطح متفاوت از ارزش وجود دارند:

۱- اقتصادی، ۲- اخلاقی، ۳- اجتماعی، ۴- مذهبی، ۵- قضائی، ۶- زیبایی شناختی.
مهندسی ارزش معمولاً مرتبط با ارزش اقتصادی است که این چنین تعریف می‌شود: کمترین هزینه برای فراهم کردن وظیفه/ سرویس مورد نیاز در زمان و مکان مطلوب و با کیفیت مورد نظر؛ در ساده ترین شکل ارزش برابر است با بهاء تقسیم بر هزینه.

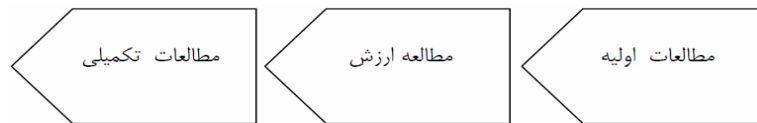
فرآیند مهندسی ارزش، فرآیندی منطقی و ساختار یافته است که در آن از یک گروه کارشناس چند تخصصی برای هدفهای زیر استفاده می شود:

- انتخاب پروژه یا محصول مناسب برای تحلیل با توجه به زمان صرف شده برای مطالعه.
- مشخص کردن و اندازه گیری کردن ارزش جاری یک پروژه و محصول یا اجزای تشکیل دهنده آن با توجه به عملکردهایی که نیازها، هدفها و خواسته‌های یک پروژه را برآورد می سازد.
- تدوین و ارزیابی گزینه های جدید برای تخمین یا ارتقای کیفیت بخشهای وابسته با هزینه کمتر.
- انطباق گزینه جدید با بهترین راه عملی کردن آن (ای ماج، ۱۳۸۸، ۸).

مهندسی ارزش یکی از ابزارهای مؤثر برای دستیابی به اجرای طرح هایی با کمترین هزینه، همراه با اطمینان بخشی طرح، سودمندی، قابلیت تعمیر و نگهداری و حفظ جنبه‌های زیبایی کار است. مهندسی ارزش چون موجب کاهش هزینه‌های اجرایی و صرفه جویی در هزینه‌ها می شود، از این رو کارفرمایان تمایل دارند تا با پرداخت حق

الزَّحْمَه جداگانه‌ای به تحلیل گران ارزش، همواره از حضور و تداوم فعالیت گروه تحلیل گر ارزش در کنار خود، بهره‌مند باشند (نظری، ۱۳۸۵، ۵).

از دیدگاه روش شناسی، مهندسی ارزش کوششی سازمان یافته، کارکردگرا و خلاقیت محور می باشد که با استفاده از ابزارهای مختلف، درصد ایجاد بیشترین ارزش در افق دوره عمر محصول (کالا یا خدمت) یا پروژه، می باشد. برنامه کاری مهندسی ارزش^۱ متشکل از سه مرحله است که براساس استاندارد انجمن بین المللی مهندسی ارزش، به ترتیب عبارتند از: مطالعه اولیه^۲، مطالعه ارزش^۳ و مطالعه تکمیلی^۴ (کریمی، ۱۳۸۴، ۳۴).



شکل ۲-۱: برنامه کاری مهندسی ارزش

در ذیل، هر یک از سه مرحله بطور مختصر تشریح خواهد شد:

الف) فاز مطالعات اولیه

در مرحله مطالعات اولیه، همان طور که از نامش پیداست، مجموعه فعالیت هایی انجام می‌شود که برای برگزاری کارگاه مطالعه ارزش، ضروری هستند. با فرض مشخص بودن پروژه مورد مطالعه، این اقدامات عبارتند از:

- ۱) مشخص کردن نیازها و خواسته های کارفرما، کاربران و مشتریان پروژه.
- ۲) تعیین محدوده مطالعه ارزش.
- ۳) تشکیل تیم مطالعه ارزش.
- ۴) تعیین هدف مطالعه ارزش.
- ۵) گردآوری و مدلسازی داده ها و اطلاعات پروژه.

¹ -SAVE International

² -Pre-Study

³ -Value-Study

⁴ -Post-Study

- ۶) تعیین محدودیت‌های پروژه.
 ۷) تعیین معیارهای ارزیابی ایده‌ها.
 ۸) تعیین برنامه کاری برای اجرای کارگاه مطالعه ارزش.
 ۹) تدوین گزارش نهایی مطالعات مقدماتی (گیلهام، ۱۳۸۴، ۱۲).

ب) فاز مطالعات ارزش

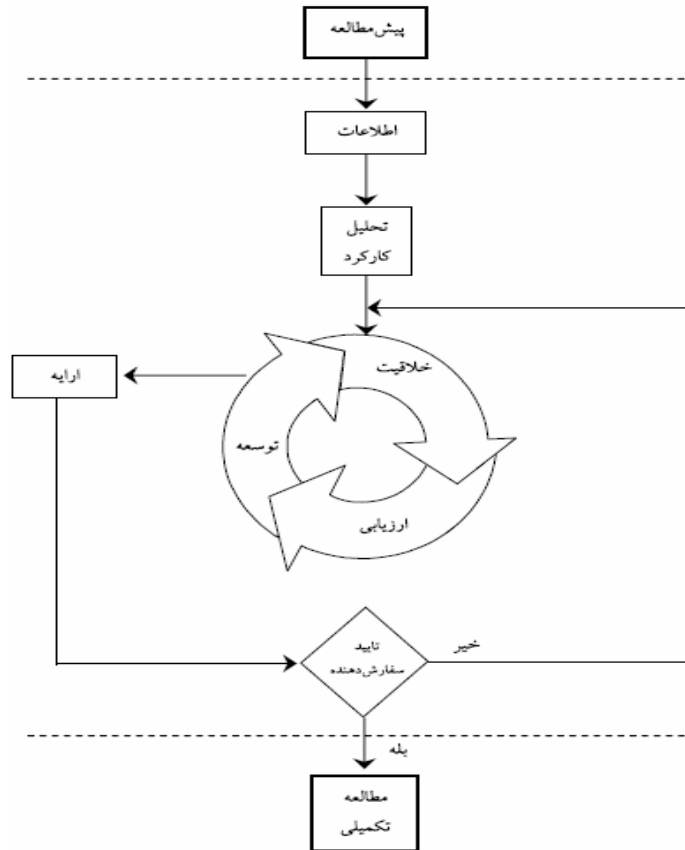
بعد از انجام فاز مطالعات اولیه نوبت به برگزاری کارگاه مهندسی ارزش می‌رسد. هدف از انجام فاز مطالعات اولیه در واقع تأمین خوراک لازم برای برگزاری این کارگاه می‌باشد. در این کارگاه، که بر اساس استاندارد انجمن بین‌المللی مهندسی ارزش ۴۰ ساعت پیوسته می‌باشد، تمامی اعضای تیم گردهم آمده و بر اساس یک برنامه کاری شش مرحله‌ای، مسأله را مورد بحث و بررسی قرار داده و ایده‌هایی را برای بهبود فرایند یا محصول پروژه به ذی‌نفعان آن ارائه می‌دهند (دره شیری و مختاریان پور، ۱۳۸۷، ۳-۴).

بر اساس استاندارد وزارت دفاع و پ. ن. م. ج. ا. ا. برنامه کاری اجرای فاز مطالعات ارزش (ربانی و رضایی و حاجی، ۱۳۸۳، ۵۳) به صورت نشان داده شده در شکل ۲-۲ می‌باشد:



شکل شماره ۲-۲: برنامه کاری کارگاه مهندسی ارزش

این متدولوژی، زمانی اثرات قابل توجهی خواهد داشت که شش فاز (اطلاعات، تحلیل کارکرد، خلاقیت، ارزیابی، توسعه و ارائه) به ترتیب اولویت به کار گرفته شود. در حین پیشرفت مطالعه تیم، ممکن است اطلاعات جدید، منجر به بازگشت گروه به فازها و مراحل بیشتر شود. اما هرگز مجاز نیستیم مرحله یا گامی را حذف کنیم (کریمی، ۱۳۸۷، ۶۲).



شکل شماره ۲-۳: مراحل اجرای مهندسی ارزش

ج) فاز اطلاعات^۱ در مهندسی ارزش

هدف فاز اطلاعات، کامل کردن مجموعه اطلاعاتی است که در مرحله پیش مطالعه گردآوری شده اند. اگر اطلاعات تدارک شده در مرحله قبل، نظر اعضای تیم را به هر دلیلی تأمین نکرده باشد، گروه بر اساس مطالعات و تحقیقات خود در مورد پروژه محوّل شده، به پرسش از نمایندگان سفارش دهنده مطالعه می پردازد. بدین ترتیب می توان کمبودهای اطلاعاتی گروه را تأمین کرد. اگر بازدید از سایت در مرحله پیش مطالعه، انجام نشده باشد، در این فاز، گروه به محل سایت می روند و پروژه و مسأله آن را از نزدیک، بازدید و بررسی می کنند (کریمی، ۱۳۸۷، ۶۵).

حیات سازمان تا حدود زیادی بستگی به مهارتها و آگاهی کارکنان دارد. هر چه این زمینه‌ها به هنگام و بهینه باشند قابلیت سازگاری با محیط متغیر نیز بیشتر می شود، آموزش و توسعه منابع انسانی نه تنها در ایجاد دانش و مهارت ویژه کارکنان نقش بسزایی دارد، بلکه باعث می شود که افراد در ارتقاء سطح کارایی و اثربخشی سازمان سهیم باشند و خود را با فشارهای متغیر محیطی وفق دهند. بنابراین عملکرد یک سازمان و افراد آن وابسته به بسیاری از عوامل از جمله بکارگیری روش‌های نوین مانند مهندسی ارزش در آن سازمان است. این عوامل به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر عملکرد یک سازمان مؤثر هستند. نارضایتی کارکنان، نرخ جایجایی و ترک سازمان را افزایش می دهند و باعث می شود سطح کیفیت، ارائه خدمات و تولید محصول کاهش یابد به ویژه وقتی که رابطه ما با مشتری مستمر و نحوه ارائه خدمات اهمیت داشته باشد. تعجب آور نیست اگر کارکنان به کارشان یا خدماتی که انجام می دهند ایمان داشته باشند در محیط کار احساس شادتری دارند. و این ایجاد ایمان نسبت به کار بوسیله اجرای مهندسی ارزش (به طوری که در هنگام اجرای فازهای مختلف از تمامی سرمایه های انسانی و مالی حتی ذینفعان استفاده شود) در سازمان می تواند اتفاق افتد. همچنین بسیاری از کشورهای در حال توسعه با مشکل اساسی کمبود سرمایه روبرو هستند. که این امر بازارهای مالی را تحت تأثیر قرار می دهد و از آنجا که انباشت سرمایه یکی از مهمترین منابع رشد مداوم اقتصادی یک کشور به شمار می رود مهندسی ارزش می تواند با اجرایی شدن خود در یک سازمان باعث صرفه جویی در سرمایه و بهبود عملکرد آن سازمان شود. که این امر نیز بر اساس اجرایی شدن کامل

¹ - Information Phase

فازهای (۱- فاز عمومی، ۲- فاز اطلاعات، ۳- فاز عملکرد، ۴- فاز خلاقیت، ۵- فاز ارزیابی، ۶- فاز بررسی و توسعه، ۷- فاز توصیه) می‌تواند عملی شده و تأثیر خود را بر عملکرد کلی سازمان گذارد (دره شیری، ۱۳۸۷، ۸۱).

مسئلاً سازمان‌ها برای متعالی شدن و رسیدن به سازمانی با عملکرد بالا، نیازمند طرح ریزی و عملیاتی کردن برنامه‌های ساختار یافته هستند. به عبارت دیگر سازمان‌ها برای رویارویی با دنیای پر تلاطم اطراف خود نیازمند ساز و کاری هستند تا به حرکت آنها جهت دهد و در مسیر چشم انداز سازمان هدایت کند.

عملکرد سازمان عبارت است از، عملکرد نتایج قابل اندازه‌گیری، تصمیمات و اقدامات سازمانی است که نشان دهنده میزان موفقیت و دستاوردهای کسب شده است. هزینه‌ها بخش محوری از عملکرد محسوب می‌شود، در عین حال عملکرد تقریباً هر هدف رقابتی و تعالی غیر مادی نظیر قابلیت اطمینان، انعطاف پذیری، کیفیت و سرعت را نیز در بر می‌گیرد (تانگن^۱، ۲۰۰۴، ۵).

در تعریفی می‌توان گفت عملکرد سازمان عبارت است از، عملکرد نتایج قابل اندازه‌گیری، تصمیمات و اقدامات سازمانی است که نشان دهنده میزان موفقیت و دستاوردهای کسب شده است. هزینه‌ها بخش محوری از عملکرد محسوب می‌شود، در عین حال عملکرد تقریباً هر هدف رقابتی و تعالی غیرمادی نظیر قابلیت اطمینان، انعطاف پذیری، کیفیت و سرعت را نیز در بر می‌گیرد.

شاخصهای ارزیابی عملکرد سازمان چهار مورد به قرار زیر می‌باشند:

- ۱- رضایت مشتریان: تکرار خرید به وسیله مشتریان، اعتماد مشتریان به محصولات سازمان، تحویل به موقع محصولات به مشتریان، میزان ارائه خدمات ویژه به مشتریان، ارزش پولی که مشتریان برای محصولات سازمان پرداخت می‌کنند.
- ۲- رضایت کارکنان: نسبت جابه‌جایی کارکنان، میزان وفاداری کارکنان یا میل به ماندن در سازمان، تعداد پیشنهادات دریافتی از کارکنان، نمرات عملکردی کارکنان.
- ۳- اثربخشی سازمان: هزینه تمام شده محصول، شاخص‌های بهره‌وری، مدت زمان انجام کار در سازمان، تعداد ضایعات، نمرات عملکرد تأمین‌کنندگان.

^۱-Tangen

۴- نتایج مالی و بازار: سهم بازار محصولات ارائه شده به وسیله سازمان، سود کسب شده، نرخ بازگشت سرمایه، موقعیت کلی رقابتی سازمان، تعداد محصولات جدید معرفی شده به بازار (محقق و دیگران، ۱۳۸۹، ۷).

با توجه به این که در هر دو متغیر کاهش هزینه و افزایش کیفیت و کارایی مشترک است بررسی تأثیر مهندسی ارزش بر عملکرد سازمان می تواند نتایج خوبی را به دست دهد.

افزایش پیوسته هزینه های اجرایی و توسعه روز افزون فن آوری، حذف آن بخش از هزینه ها را که نقشی در ارتقای کیفیت ندارند و از لحاظ اجرایی نیز غیرضروری می باشند، الزامی ساخته است. به کارگیری مهندسی ارزش در پروژه های اجرایی با توجه به پیچیدگی کارها به ویژه در طرح های بزرگ اجرایی، می تواند به ابزار بی چون و چرای مدیریت در کنترل هزینه ها تبدیل شود. هدف این روش، از میان برداشتن یا اصلاح هر چیزی است که موجب تحمیل هزینه های غیرضروری می شود، بدون آنکه آسیبی به کارکردهای اصلی و اساسی طرح وارد آید. مهندسی ارزش، مجموعه ای متشکل از چندین روش فنی است که با بازنگری و تحلیل اجزای کار، قادر خواهد بود، اجرای کامل طرح را با کمترین هزینه و زمان تحقق بخشد. هزینه طرح در این مقوله نه فقط هزینه های طراحی و اجرا بلکه هزینه های مالکیت شامل بهره برداری، تعمیر و نگهداری و هزینه های مصرف در سراسر دوره عمر مفید طرح را نیز شامل می شود.

روشهای مهندسی ارزش می تواند موجب اصلاح و ارتقای کیفیت فرایندهای تولید صنعتی و انجام طراحی های جدید در هر مرحله از یک پروژه اجرایی گردد. برخلاف آنچه که در صنایع تولیدی مرسوم است و می توان یک روش اصلاحی را همواره در مراحل بعدی تولید یک محصول خاص نیز اجرا کرد، در پروژه های ساختمانی که هر سازه دارای شرایط ویژه ای است، حدود به کارگیری یک روش اصلاحی مهندسی ارزش، محدود به همان پروژه است گذشته از این، امکانات صرفه جویی در هزینه های یک پروژه اجرایی نیز در مراحل مختلف آن تفاوت های بسیار پیدا می کند. با آنکه روش مهندسی ارزش را می توان در تمام مراحل یک پروژه اجرایی به کار گرفت، بیشترین مزایای آن زمانی حاصل می شود که در نخستین مراحل برنامه ریزی و طراحی به کار گرفته شود. نوآوری و جنبه های کاربردی مهندسی ارزش، این روش را از روشهای

سنتی و متعارف کاهش هزینه‌ها، متمایز می‌گرداند. روش‌های سنتی کاهش هزینه‌ها، عموماً از تجربیات گذشته، نگرشها و عاداتی که جنبه تکرار به خود گرفته است، تبعیت می‌کند و اثری از خلاقیت در آنها دیده نمی‌شود. مهندسی ارزش برعکس، گردآوری اطلاعات، شناسایی عرصه‌های مشکل‌دار، پیشنهاد و تدوین روشها و طرح‌های ابتکاری، پرورش اندیشه‌های نو و تلفیق همه جانبه دیدگاه‌هایی را که قرار است توصیه شود، مطرح می‌سازد.

بمنظور بررسی ادبیات نظری و پیشینه تحقیق در چارچوب تحقیقات خارجی و داخلی به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

- محمدرضا درّه شیری و مجید مختاریان پور در تحقیقی با عنوان توانمندسازی نظام مدیریت پروژه از طریق متدولوژی مهندسی ارزش (مطالعه موردی صنایع دفاعی) که هدف این تحقیق بررسی نقش و تأثیر پیاده‌سازی مهندسی ارزش در صنایع دفاعی بر توسعه مدیریت پروژه در این صنایع بوده است. نتایج مطالعه نشان داد که اجرای مهندسی ارزش روی پروژه‌ها در این صنایع منجر به بهبود در مدیریت ارتباطات، مدیریت کیفیت، مدیریت ریسک، مدیریت هزینه، مدیریت زمان، مدیریت یکپارچگی، مدیریت تدارکات و بالأخره بهبود در مدیریت منابع انسانی خواهد شد. همچنین نتایج این مطالعه نشان داد اجرای مهندسی ارزش علاوه بر موارد فوق از طریق بهبود مدیریت دانش نیز منجر به بهبود کارایی اجرای پروژه‌ها در صنایع دفاعی خواهد گشت. لذا، بر اساس نتایج این مطالعه می‌توان استنباط نمود که اجرای مهندسی ارزش روی پروژه‌ها در صنایع دفاعی منجر به بهبود چشم‌گیری در مدیریت پروژه‌ها خواهد گشت (درّه شیری، ۱۳۸۷).

- یاسر گلدوست جویباری در تحقیقی با عنوان شناسایی عوامل کلیدی در انجام مطالعات مهندسی ارزش با هدف شناسایی عوامل کلیدی در انجام مطالعات مهندسی ارزش در ایران از مدل ماورو و پوکتاس بهره گرفته است. این دو مدل ۳۴ متغیر را به عنوان عوامل اصلی مؤثر در انجام مطالعات مهندسی ارزش معرفی کردند. جامعه آماری این پژوهش، ۳۷ سازمان تولیدی و خدماتی استان تهران و نمونه‌ی آماری

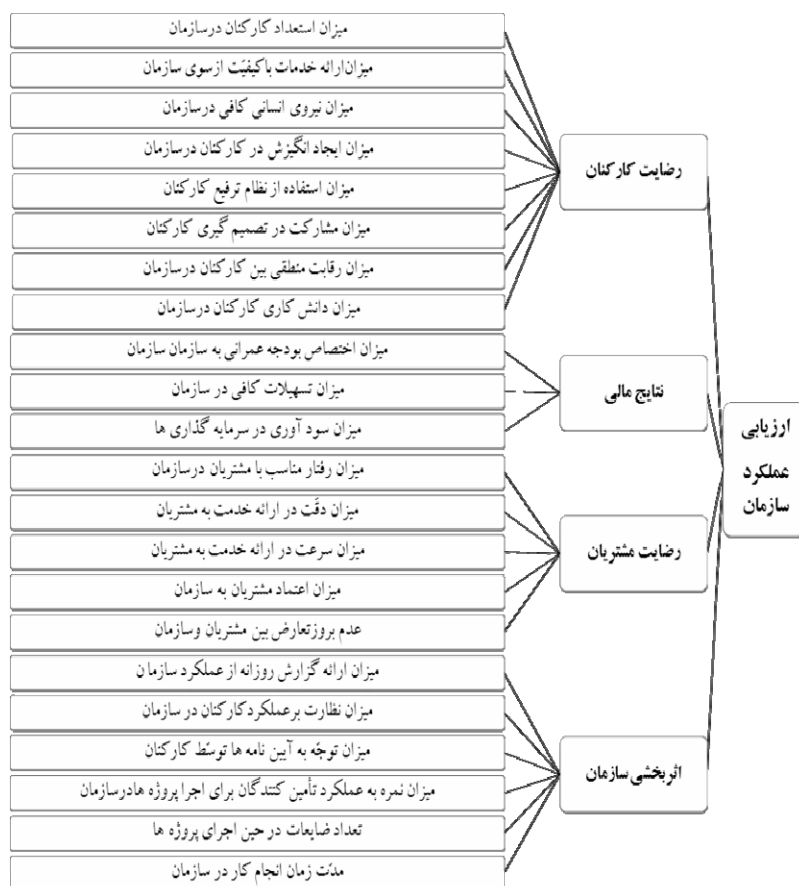
۲۵۰ نفر از افراد درگیر، فعال و یا مرتبط با موضوع مطالعات مهندسی ارزش این سازمانها بودند. بر اساس داده های گردآوری شده از پرسش نامه ها و با استفاده از روش های آماری آزمون دو جمله ای و تحلیل عاملی، در نهایت هشت عامل کلیدی در قالب سه گروه اصلی از بین ۳۴ متغیر بر آمده از ادبیات تحقیق به عنوان عوامل اصلی موقّعیّت در انجام مطالعات مهندسی ارزش، در شرایط کنونی سازمانهای تولیدی و خدماتی استان تهران شناسایی شد (گلدوست، ۱۳۸۷).

- هاید متقی در تحقیقی با عنوان ارائه مدل تلفیقی از مهندسی ارزش (VE) و تکنیک تحلیل سلسله مراتبی (AHP) به منظور طراحی نمای ظاهری خودروی سمند. این تحقیق با تمرکز بر محصول سمند و در شرکت ایران خودرو انجام شده است. معمولاً ارائه یک محصول جدید به بازار با دو محدودیت فوریت انجام این کار و نیز ناکافی بودن منابع مالی همراه است. در نهایت با انجام این تحقیق و با توجه به محدودیت بودجه ای پیش روی شرکت، قطعاتی که در نتیجه طراحی مجدد آنها بهترین و زیباترین طرح نمای خودروی سمند طراحی خواهد شد، مشخص شدند که به ترتیب اولویت شامل چهار قطعه سپرها (جلو و عقب)، چراغ ها (جلو و عقب)، آینه بغل و زه های دور بدنه می باشد (متقی، ۱۳۸۶).

براساس چارچوب نظری تحقیق، مدل عملیاتی و فرایند شاخص‌سازی متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق به صورت زیر ارائه می‌شود:



شکل ۱: مدل عملیاتی مهندسی ارزش



شکل ۲: مدل عملیاتی عملکرد سازمانی

هدف اصلی تحقیق حاضر بهبود عملکرد سازمانی اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی با تأکید بر مهندسی ارزش می باشد و در این راستا اهداف فرعی تأثیر متغیرهای رضایت کارکنان، رضایت مشتریان، اثربخشی سازمانی و نتایج مالی و بازار بر بهبود عملکرد سازمان دنبال می شود.

ابزار و روش

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی به تعداد ۳۷۵ نفر می‌باشد. برای انتخاب نمونه آماری از روش تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه آماری ۱۹۰ نفر برآورد گردید. سپس به تعداد ۲۲۲ پرسشنامه بین کارکنان توزیع و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. پرسشنامه‌ها بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بین کارکنان اداره آب و فاضلاب آذربایجان غربی توزیع و جمع‌آوری گردید. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات و آزمون فرضیه‌ها از پرسشنامه‌ی محقق ساخته براساس مؤلفه‌های مربوط به متغیرهای عملکرد سازمان و مهندسی ارزش، تدوین و ارائه شد. برای تعیین روایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات از روایی نمادین یا ظاهری استفاده شد. بدین ترتیب که پرسشنامه اولیه تنظیم شده ابتدا در اختیار چند نفر از اساتید و کارشناسان قرار داده شد سپس نظرات آنها در پرسشنامه لحاظ و تغییرات لازم در سؤالات به وجود آمد. برای تعیین پایایی پرسشنامه نیز ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و برای پرسشنامه عملکرد سازمان ۰/۸۲ و برای پرسشنامه مهندسی ارزش ۰/۷۸ بدست آمد. قلمرو زمانی تحقیق حاضر ۷ ماه می‌باشد که از تیر ماه ۱۳۹۱ آغاز و تا دی ماه ۱۳۹۱ خاتمه یافته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از آمار توصیفی برای نشان دادن فراوانی، درصد فراوانی و نمودارها و از آمار استنباطی (آزمونهای کالموگروف اسمیرنوف، همبستگی پیرسون و ضریب خطی رگرسیون) استفاده گردید.

یافته‌ها

قبل از آزمون فرضیه‌ها ابتدا برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها از آزمون کالموگروف اسمیرنوف استفاده شد که نتایج آن نشان می‌دهد متغیر مهندسی ارزش ۰/۷۸ در سطح معنی‌داری ۰/۶۹۲ و عملکرد سازمان ۰/۸۴۱ در سطح معنی‌داری ۰/۵۸۴ با توزیع نرمال تفاوت معنی‌داری نداشته و دارای توزیع نرمال می‌باشد. بنابراین در چارچوب آزمونهای پارامتری برای آزمون فرضیه‌ها از آزمونهای همبستگی پیرسون و ضریب خطی رگرسیون به شرح زیر استفاده گردیده است.

فرضیه اصلی: مهندسی ارزش بر عملکرد سازمان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیر دارد.

جدول ۱: تحلیل آماری فرضیه اصلی با استفاده از آزمون رگرسیون

تعداد (N)	متغیرها	R ²	β	R	سطح اطمینان	سطح معنی داری	شیب خط
۱۹۰	عملکرد سازمان و مهندسی ارزش	۰/۲۸۷	۰/۱۶۳	۰/۴۳۲	۰/۹۵	۰/۰۰۰	۱/۱۲۱

با توجه به یافته های جدول شماره ۱: از آنجا که سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $\rho=۰/۰۰۰$ که کمتر از $(\alpha=۰/۰۵)$ می باشد لذا می توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می باشد. بنابراین با ۹۵٪ اطمینان می توان گفت که مهندسی ارزش بر عملکرد سازمان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیرگذار می باشد.

- فرضیه فرعی اول:

مهندسی ارزش بر رضایت کارکنان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیر دارد.

جدول ۲: تحلیل آماری فرضیه فرعی اول با استفاده از آزمون رگرسیون

تعداد (N)	متغیرها	R ²	β	R	سطح اطمینان	سطح معنی داری	شیب خط
۱۹۰	مهندسی ارزش و رضایت کارکنان	۰/۱۸۷	۰/۱۷۲	۰/۳۲۴	۰/۹۵	۰/۰۰۰	۰/۳۶۵

با توجه به یافته های جدول شماره ۲: چنانچه ملاحظه می گردد سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $\rho=۰/۰۰۰$ که کمتر از $(\alpha=۰/۰۵)$ می باشد لذا می توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می باشد. بنابراین با ۹۵٪ اطمینان گفت که مهندسی ارزش بر رضایت کارکنان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیرگذار می باشد.

- فرضیه فرعی دوم:

مهندسی ارزش بر رضایت مشتریان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیر دارد.

جدول ۳: تحلیل آماری فرضیه فرعی دوم با استفاده از آزمون رگرسیون

تعداد (N)	متغیرها	R ²	β	R	سطح اطمینان	سطح معنی داری	شیب خط
۱۹۰	مهندسی ارزش و رضایت مشتریان	۰/۱۵	۰/۱۰	۰/۳۲	۰/۹۵	۰/۰۰۰	۰/۴۶

با توجه به یافته‌های جدول شماره ۳: از آنجا که سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $p = ۰/۰۰۰$ که کمتر از $(\alpha = ۰/۰۵)$ می‌باشد لذا می‌توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می‌باشد. بنابراین با ۹۵٪ اطمینان گفت که مهندسی ارزش بر رضایت مشتریان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیرگذار می‌باشد.

- فرضیه فرعی سوم:

مهندسی ارزش بر اثربخشی سازمانی در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیر دارد.

جدول ۴: تحلیل آماری فرضیه فرعی سوم با استفاده از آزمون رگرسیون

تعداد (N)	متغیرها	R ²	β	R	سطح اطمینان	سطح معنی داری	شیب خط
۱۹۰	مهندسی ارزش و اثربخشی سازمانی	۰/۰۹۴	۰/۰۹	۰/۲۳	۰/۹۵	۰/۰۰۰	۰/۲۷

با توجه به یافته‌های جدول شماره ۴: چنانچه ملاحظه می‌گردد سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $p = ۰/۰۰۰$ که کمتر از $(\alpha = ۰/۰۵)$ می‌باشد لذا می‌توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می‌باشد. بنابراین با ۹۵٪ اطمینان گفت که مهندسی ارزش بر اثربخشی سازمانی در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیرگذار می‌باشد.

فرضیه فرعی چهارم:

مهندسی ارزش بر نتایج مالی و بازار در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیر دارد.

جدول ۵: تحلیل آماری فرضیه فرعی چهارم با استفاده از آزمون رگرسیون

تعداد (N)	متغیرها	R ²	β	R	سطح اطمینان	سطح معنی داری	شیب خط
۶۸	مهندسی ارزش و نتایج مالی و بازار	۰/۱۸۴	۰/۲۱۸	۰/۳۵۲	۰/۹۵	۰/۰۰۰	۰/۲۶۴

با توجه به یافته‌های جدول شماره ۵: از آنجا که سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $\rho = ۰/۰۰۰$ که کمتر از $(\alpha = ۰/۰۵)$ می‌باشد لذا می‌توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می‌باشد. بنابراین با ۹۵٪ اطمینان گفت که مهندسی ارزش بر نتایج مالی و بازار در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیرگذار می‌باشد.

نتایج

براساس نتایج و یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق همه‌ی فرضیه‌های اصلی و فرعی تحقیق تأیید شده و مشخص شد که مؤلفه مهندسی ارزش به ترتیب با هفت فاز (اطلاعات، عمومی، عملکرد، خلاقیت، ارزیابی و ارایه) بر عملکرد سازمانی با چهار بعد رضایت کارکنان، رضایت مشتریان، اثربخشی سازمان و نتایج مالی و بازار در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی تأثیرگذار می‌باشد.

فرضیه اصلی تحقیق به وسیله ۲۲ سؤال مربوط به عملکرد سازمان و ۱۹ سؤال مربوط به مهندسی ارزش اندازه‌گیری شده است. نتایج حاصل از آزمون I پیرسون، در سطح معنی داری دو دامنه‌ای، سطح معنی داری آزمون I پیرسون ۰/۰۰۰ و این سطح از حداقل سطح معنی داری ۰/۰۵ کوچکتر بوده و نیز باتوجه به مقدار I محاسبه شده که ۰/۱۷۲ می‌باشد و این مقدار از مقدار بحرانی پیرسون با درجه آزادی ۱۸۹ که ۰/۱۱۶ می‌باشد بزرگتر است، لذا بین مهندسی ارزش و عملکرد سازمان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین ضریب خطی رگرسیون که

سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $0/000$ که کمتر از $(0/05)$ می باشد لذا می توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان 95% معنی دار می باشد بنابراین فرض H_0 رد می شود و H_1 تایید می شود، ضمناً ضریب تشخیص R_2 که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل $0/287$ می باشد، می توان بیان نمود که حدود 28 درصد تغییرات متغیر وابسته (عملکرد سازمان) توسط تغییرات در متغیر مستقل (مهندسی ارزش) توجیه می شود. لذا با توجه به ضریب تشخیص β $0/163$ این رابطه مثبت و هم جهت می باشد.

نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر بنیان‌های بازاریابی رابطه مند بر عملکرد سازمان در بانک‌های دولتی شهرستان خوی (۱۳۹۱) توسط ملکی همسو و هم جهت می باشد ولی با این تفاوت که در تحقیق ملکی حدود $0/422$ تغییرات متغیر وابسته توسط تغییرات در متغیر مستقل با چهار بعد توجیه می شود که نشان دهنده بالا بودن این تأثیر در تحقیق وی است. همچنین با تحقیق جبل (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان جایگاه مهندسی ارزش در مدیریت پروژه، نشان می‌دهد که تحقیق حاضر با تحقیق وی هم سو بوده با این تفاوت که جبل تغییرات را در دو حالت (بدون استفاده از مهندسی ارزش) و (با استفاده از مهندسی ارزش) بررسی کرد ولی میزان تغییرات را اعلام نکرد ولی در این تحقیق میزان تغییرات $0/287$ اعلام گردید که با اینکه کم هست ولی با توجه به تازه بودن مهندسی ارزش نشان از رغبت مدیران نسبت به استفاده از این متغیر در بالا بردن عملکرد سازمانی است. بنابراین این رابطه ریاضی تأثیر مهندسی ارزش بر عملکرد سازمان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی به صورت $Y = 24/984 + 1/121 X$ خواهد بود و می توان بیان نمود که یک واحد افزایش در مهندسی ارزش باعث $1/121$ واحد افزایش در عملکرد سازمان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی می شود. پس می توان نتیجه گرفت مدل رگرسیونی این آزمون از لحاظ آماری معنی دار می باشد و متغیر مهندسی ارزش بر عملکرد سازمان تأثیر دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده در سطح معنی داری دو دامنه‌ای فرضیه فرعی اول، سطح معنی داری آزمون F پیرسون $0/000$ و این سطح از حداقل سطح معنی داری $0/05$ کوچکتر بوده و نیز باتوجه به مقدار F محاسبه شده که $0/179$ می باشد و این مقدار از مقدار بحرانی پیرسون با درجه آزادی 189 که $0/116$ می باشد بزرگتر است، لذا

رابطه معنی داری بین مهندسی ارزش و رضایت کارکنان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی وجود دارد و همچنین آزمون ضریب خطی رگرسیون که سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $0/000$ که کمتر از $(0/05)$ می باشد لذا می توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان 95% معنی دار می باشد بنابراین فرض H_0 رد می شود و H_1 تأیید می شود، ضمناً براساس ضریب تشخیص R_2 که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل $0/187$ می باشد، می توان بیان نمود که حدود 19% درصد تغییرات متغیر وابسته (رضایت کارکنان) توسط تغییرات در متغیر مستقل (مهندسی ارزش) توجیه می شود. لذا با توجه به ضریب تشخیص β $0/172$ این رابطه مثبت و هم جهت می باشد.

نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیق محمدرضا دره شیری و مجید مختاریان پور (۱۳۸۷) با عنوان توانمندسازی نظام مدیریت پروژه از طریق متدولوژی مهندسی ارزش (مطالعه موردی صنایع دفاعی) که هدف این تحقیق بررسی نقش و تأثیر پیاده سازی مهندسی ارزش در صنایع دفاعی بر توسعه مدیریت پروژه در این صنایع بوده است. هم سو و هم جهت است. همچنین مدل رگرسیونی بین مهندسی ارزش به عنوان متغیر مستقل با رضایت کارکنان به عنوان متغیر وابسته در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی به صورت $Y=12/452 + 0/365 X_1$ خواهد بود. پس می توان بیان نمود که یک واحد افزایش در متغیر مهندسی ارزش باعث افزایش در متغیر رضایت کارکنان به میزان $0/365$ در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی می شود. پس می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی این آزمون از لحاظ آماری معنی دار می باشد. در بیان نتایج بدست آمده فرضیه فرعی دوم تحقیق در سطح معنی داری دو دامنه ای، سطح معنی داری آزمون F پیرسون $0/000$ و این سطح از حداقل سطح معنی داری $0/05$ کوچکتر بوده و نیز باتوجه به مقدار F محاسبه شده که $0/203$ می باشد و این مقدار از مقدار بحرانی پیرسون با درجه آزادی 189 که $0/116$ می باشد بزرگتر است، لذا رابطه معنی داری بین مهندسی ارزش و رضایت مشتریان در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی وجود دارد و آزمون ضریب خطی رگرسیون که سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $0/000$ که کمتر از $(0/05)$ می باشد لذا می توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان 95% معنی دار می باشد بنابراین H_1 تأیید می شود، ضمناً ضریب تشخیص R_2 که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط

متغیر X به تغییرات کل، $0/15$ می‌باشد. می‌توان بیان نمود که حدود ۱۵ درصد تغییرات متغیر وابسته (رضایت مشتری)، توسط تغییرات در متغیر مستقل (مهندسی ارزش) توجیه می‌شود. لذا با توجه به ضریب تشخیص بتا $0/1$ این رابطه مثبت و هم جهت می‌باشد. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیق هوارد ولوی (۲۰۱۰) به بررسی ارتباط عدالت آیین نامه ای نظام شناختی و اعتقادات بر عملکرد سازمانی پرداختند تحقیقات قبلی نشان داده بودند که عدالت آیین نامه ای و رفتاری داوطلبان ارتباط وجود ندارد اما این تحقیق نشان داد که عدالت آیین نامه‌ای همراه با نظام شناختی افراد و اعتقادات رفتارهای شهروندی بر افزایش عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد، هم سو است. همچنین مدل رگرسیونی بین مهندسی ارزش به عنوان متغیر مستقل و رضایت مشتریان بعنوان متغیر وابسته در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی به صورت $Y=1/33+0/46 X_2$ خواهد بود.

همچنین نتایج بدست آمده از آزمونهای فرضیه فرعی سوم نشان می‌دهد رابطه معنی داری بین مهندسی ارزش و اثربخشی سازمانی در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی وجود دارد و نیز آزمون ضریب خطی رگرسیون مربوط برابر $0/000$ که کمتر از $(0/05)$ می‌باشد لذا می‌توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان 95% معنی دار می‌باشد بنا بر این فرض H_0 رد می‌شود و H_1 تایید می‌شود، ضمناً ضریب تشخیص R_2 که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل $0/094$ می‌باشد، می‌توان بیان نمود که حدود ۹ درصد تغییرات متغیر وابسته (اثربخشی سازمانی) توسط تغییرات در متغیر مستقل (مهندسی ارزش) توجیه می‌شود. لذا با توجه به ضریب تشخیص β $0/09$ این رابطه مثبت و هم راستا و هم جهت می‌باشد. نتیجه این فرضیه با نتایج تحقیق الوتایی (۲۰۱۰) تأثیر عدالت توزیعی آیین نامه ای رضایت شغلی و تعهد سازمانی را بر عملکرد سازمانی با نمونه‌های از شش سازمان دولتی مورد بررسی قرار داد و بعد از تحلیل رگرسیون نتایج نشان داد که فقط عدالت توزیعی و آیین نامه ای بر عملکرد سازمانی تأثیر داشت هم راستا است. همچنین مدل رگرسیونی بین مهندسی ارزش به عنوان متغیر مستقل با اثربخشی سازمانی به عنوان متغیر وابسته در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی به صورت زیر خواهد بود $Y=0/42 + 0/27 X_1$. پس می‌توان بیان نمود که یک واحد افزایش در متغیر مهندسی ارزش باعث افزایش در متغیر اثربخشی سازمانی به میزان $0/27$ در اداره آب و

فاضلاب استان آذربایجان غربی می‌شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی این آزمون از لحاظ آماری معنی دار می‌باشد.

و اما در مورد نتایج آزمونهای فرضیه فرعی چهارم، نتایج بدست آمده از آزمون پیرسون در سطح معنی داری دو دامنه‌ای، سطح معنی داری آزمون ۲ پیرسون $0/000$ و این سطح از حداقل سطح معنی داری $0/05$ کوچکتر بوده و نیز باتوجه به مقدار ۲ محاسبه شده که $0/121$ می‌باشد و این مقدار از مقدار بحرانی پیرسون با درجه آزادی ۱۸۹ که $0/116$ می‌باشد بزرگتر است، لذا رابطه معنی داری بین مهندسی ارزش و نتایج مالی و بازار در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی وجود دارد. آزمون ضریب خطی رگرسیون، از آنجا که سطح معنی داری آزمون مربوط برابر $0/000$ که کمتر از $(0/05)$ می‌باشد لذا می‌توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق در سطح اطمینان 95% معنی دار می‌باشد بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود، ضمناً ضریب تشخیص R_2 که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل، $0/184$ می‌باشد. می‌توان بیان نمود که حدود ۱۸ درصد تغییرات متغیر وابسته (اثر بخشی سازمانی)، توسط تغییرات در متغیر مستقل (مهندسی ارزش) توجیه می‌شود. لذا با توجه به ضریب تشخیص β $0/218$ این رابطه مثبت و هم جهت می‌باشد. نتیجه این فرضیه با نتایج تحقیق آلن و همکاران (۲۰۱۱) در مورد اینکه آیا منابع ارزیابی کننده ارزیابی های متفاوتی از عملکرد سازمانی انجام می‌دهند تحقیقی انجام دادند این تحقیق به ارزیابی عملکرد سازمانی بر اساس سه منبع متفاوت پرداخته است نتایج نشان داد که بین ارزیابی مدیر مافوق و زیر دستان همبستگی قوی وجود دارد و اعتبار ارزیابی فقط به وسیله یک ارزیاب ضعیف است، هم سو نبوده بلکه در این تحقیق تمامی فرضیه ها تأثیر را نشان می‌دهند ولی مقدار آن نسبتاً کم می‌باشد. همچنین مدل رگرسیونی بین مهندسی ارزش به عنوان متغیر مستقل و نتایج مالی و بازار به عنوان متغیر وابسته در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی به صورت $Y=14/572+0/264 X2$ خواهد بود. پس می‌توان بیان نمود که یک واحد افزایش در متغیر مهندسی ارزش باعث افزایش در متغیر نتایج مالی و بازار به میزان $0/264$ در اداره آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی می‌شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی این آزمون از لحاظ آماری معنی دار می‌باشد.

لذا مستند به بیان مسئله و پیشینه تحقیق و نیز تحلیل‌های ارائه‌شده در متن مقاله، در این بخش نگارنده پیشنهادات تخصصی مبتنی بر یافته‌ها و نتایج تحقیق ارائه می‌نماید:

- ۱- تشکیل منظم جلسات کمیته‌های راهبردی و کمیته‌ی اجرایی توسط مدیرعامل محترم، معاون محترم برنامه ریزی و نماینده‌ی مدیرعامل (معاون محترم مهندسی).
- ۲- فرهنگ سازی و آموزش همکاران با برگزاری سمینارها و دوره‌های مهندسی ارزش.
- ۳- برگزاری کارگاه‌های مهندسی ارزش درخصوص کلیه‌ی طرح‌های سازمان که در قراردادها براساس ابلاغیه‌ها و الزامات سازمان‌های مافوق، برگزاری دوره‌های آموزشی مربوطه برای نمایندگان شرکت‌های پیمانکار و مشاور.
- ۴- بهره‌گیری از سایر اهرم‌های انگیزشی در خصوص تسری مهندسی ارزش به طرح‌های سازمان (ارایه‌ی تشویق نامه و تقدیرنامه، تقدیر از اعضاء مؤثر تیم‌ها و کارگاه‌ها و...).
- ۵- توصیه می‌شود در انتخاب رهبر تیم مهندسی ارزش، معیارهایی همچون قدرت رهبری، وجود مهارت‌های ارتباطی، دارا بودن تجارب مفیدکاری در زمینه‌ی مهندسی ارزش و توانایی در رفع تنش‌ها و تعارضات مورد توجه قرارگیرد. سبک رهبری مورد استفاده در این مطالعات، مشارکتی و به دور از برخوردهای آمرانه باشد. بدین معنا که بهترین روش و سبک رهبری در تیم مهندسی ارزش، حرکت از گفتارگرایی به سمت کارکردگرایی باشد.
- ۶- توصیه می‌شود واحد خدمات مهندسی ارزش که در واقع به نوعی مسؤلیت فرایند مهندسی ارزش را در سازمان به عهده دارد، با ایجاد یک بانک اطلاعاتی به روز، همواره اطلاعات صحیح، دقیق، کافی و به موقع در اختیار کارگاه مهندسی ارزش قرار دهد.
- ۷- پیشنهاد می‌شود که کمیته‌ی مهندسی ارزش مستقر در هر سازمان در پایان هر مطالعه به محاسبه‌ی صرفه‌جویی‌های به وجود آمده از نظر زمانی و مالی دست بزند، تا از یک سو ارزیابی دقیقی از عملکرد پیمانکار داشته باشد و از سوی دیگر، مستندات قابل ارایه‌ای در حمایت از مطالعات در اختیار داشته باشد.
- ۸- جهت آشنایی کامل افراد سازمان با روش شناسی صحیح مهندسی ارزش، به خصوص افرادی که بناست در فرایند مهندسی ارزش نقش ایفا کنند، پیشنهاد

می‌شود که با دعوت از اساتید مجرب و کار آزموده در این حوزه و برگزاری کلاسها و کارگاه های آموزشی، بسترآشنایی حرفه ای با مقوله ی مهندسی ارزش فراهم شود.

درعین حال، به نظر می رسد چاپ نشریه و خبرنامه و مجلات علم و پژوهشی درخصوص روند پیشرفت مهندسی ارزش در سازمان، تهیه و توزیع منابع علمی در این زمینه در سازمان، می تواند به فراگیری روش شناسی صحیح مهندسی ارزش، کمک شایانی نماید.

منابع:

- ای‌ماج، آرتور (۱۳۸۸)، مهندسی ارزش رویکردی نظام مند، احد نظری، انتشارات معاونت امور مهندسی و فناوری وزارت نفت.
- جاهدی علی (۱۳۹۰)، پایان نامه کارشناسی ارشد، بررسی تأثیر ارزشهای اسلامی بر بنیان‌های بازاریابی رابطه مند در صنایع غذایی استان آذربایجان غربی دانشگاه آزاد واحد بناب.
- جیل عاملی محمدسعید، صادقی علیرضا میرمحمد (۱۳۸۰)، مهندسی ارزش معرفی، سوء تعبیرها و روابط متقابل، تهران، نشر فرات
- دره شیرینی محمدرضا، مجید مختاریان پور، (۱۳۸۷)، توانمندسازی نظام مدیریت پروژه از طریق متدولوژی مهندسی ارزش (مطالعه موردی صنایع دفاعی)، دانشگاه تهران، سومین کنفرانس ملی مهندسی ارزش
- ربانی، مسعود؛ کامران رضایی و مهدیه حاجی علی اکبر (۱۳۸۳)، مدیریت/مهندسی ارزش مبتنی بر استانداردهای EN SAVE 12973:2000 تهران، ناشر: شرکت مشارکتی ار-وی-توف با همکاری نشر آتنا
- صدیق، منصور و رحمانی کمال الدین و صدرنیا آرش، بهبود QFD با استفاده از مدیریت عملکرد (از دیدگاه مدیران صنایع قطعه سازی استان آذربایجان شرقی)، فراسوی مدیریت، سال سوم - شماره ۹ - تابستان ۱۳۸۸، صص ۱۲۹-۱۵۲
- صافدل علی، درودیان حسین و منصوری علیرضا (۱۳۸۷)، استفاده از مهندسی ارزش در نقشه استراتژی سازمان جهت شناخت بهتر ارزشها، سومین کنفرانس ملی مهندسی ارزش، دانشگاه تهران
- عباسقلی پور محسن، بررسی عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد بانک ها، پژوهشهای مدیریت در ایران، دوره ۱۴، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹
- قلی پور احمد، بیرقی علی، تورج (۱۳۸۵)، مطالعه تطبیقی مدل‌های ارزیابی عملکرد سازمانی، کارشناسی ارشد مدیریت تولید دانشگاه تهران
- کریمی، تورج (۱۳۸۵)، مدل‌های نوین در ارزیابی عملکرد سازمانی، مجله تدبیر، شماره ۱۷۱، سال هفدهم.
- کریمی، محمود (۱۳۸۴)، شش پرسش اساسی برای درک مهندسی ارزش، با اقتباس از اس. اس. آیر، دومین کنفرانس ملی مهندسی ارزش، دانشگاه علم و صنعت
- محقر، علی و کریمی دستجردی، داوود و معین نجف آبادی، فاطمه و بیاضی، علی (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر متغیرهای وضعیتی بر فعالیت‌های مدیریت کیفیت و عملکرد سازمان‌های

- سرآمد ایرانی، با اقتباس از کاپلان و تورتون، نشریه مدیریت صنعتی، دوره اول، شماره اول، صص ۱۳۸-۱۲۵
- متقی، هاید (۱۳۸۶)، ارائه مدل تلفیقی از مهندسی ارزش (VE) و تکنیک تحلیل سلسله مراتبی (AHP) به منظور طراحی نمای ظاهری خودروی سمند، پیام مدیریت، شماره ۲۵، زمستان، صص ۸۷-۱۱۲
- گیلهام، بیل (۱۳۸۴)، ساخت و تحلیل پرسشنامه، مهنز مهرابی زاده، چاپ اول، تهران، نشر رسش
- محقر، علی و کریمی دستجردی، داوود و معین نجف آبادی، فاطمه و بیاضی، علی (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر متغیرهای وضعیتی بر فعالیت های مدیریت کیفیت و عملکرد سازمان های سرآمد ایرانی، نشریه مدیریت صنعتی، دوره اول، شماره اول، صص ۱۳۸-۱۲۵
- محقر، علی و معین نجف آبادی فقیهه، علی بیاضی طهراند (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر فعالیت های مدیریت کیفیت بر عملکرد سازمان ها، پژوهشهای مدیریت در ایران، دوره ۱۴، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹.
- نظری، احد (۱۳۸۵)، کاربرد مهندسی ارزش در کشور، ضرورتها مشکلات و راهکارهای بکارگیری مهندسی ارزش، شماره ۴۳، صص ۴۲-۵۱ پاییز و زمستان
- یاسر گلدوست جویباری، نظری احد و خسرو بهرنگ نوبری (۱۳۸۷)، شناسایی عوامل کلیدی در انجام مطالعات مهندسی ارزش، پیام مدیریت شماره ۲۸، پاییز، صص ۲۴۵-۲۶۹
- Anderson, E. and Weitz, B. (1992), "The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channels", *Journal of Marketing Research*, Vol. 19, No. 1, pp: 18-34.
 - Allowtybi Loke J. (2010), Leadership behaviors: effects on job satisfaction, productivity and organizational commitment. *J Nurs Manag*, 9(4): 204-191
 - Allen et al & Dunham-Taylor J. (2011), Nurse executive transformational leadership found in participative organizations. *Journal of Nursing Administration*, 30(5): 250-241
 - Berry, L. L. (1983), "Emerging perspective on services marketing", American marketing Association, Chicago, IL.

-
- Chiu, H. C. and Hsieh, Y. C. and Li, Y. C. and Lee, M. (2005), "Relationship marketing and consumer switching behavior", *Journal of Business Research*, Vol. 58, pp: 1681- 1689
 - Dwyer, F. R. and Schurr, P. H. and Oh, S. (1987), "Developing Buyer- Seller Relationships", *Journal of Marketing*, Vol. 51, pp: 11-27.
 - Hallowell, R. (1996), " The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study". *International Journal of Service Industry Management*, Vol.7, No. 4, pp: 27-42
 - Miles, L.,(2008), *Techniques of Value Analysis and Engineering*, Mc Grawhill Book Company, New York
 - Tangen E.G.Elias "Value Engineering a powerful productivity tool" *computers and industrial eng*, Vol.35, No.3-4, PP:381-393.2004

«مدیریت بهره‌وری»

سال هفتم _ شماره ۲۵ _ تابستان ۱۳۹۲

ص ص ۱۲۶ - ۱۰۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۱۰/۳۰

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۴/۱۵

ارزیابی کارایی اطلاعاتی شرکت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در بورس تهران

علی‌اصغر انواری رستمی^۱

سید سپهر قاضی‌نوری^۲

امیر خراسانی^۳

چکیده

تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر افزایش تراکنش‌های مالی در زمینه‌های مختلف نشان از تحولات مثبت این صنعت در ایران دارد. اما آیا صنعت فاوا توانسته است در اقتصاد سرمایه‌ای کشور نیز کارا باشد؟ صنعتی که با ماهیت کمک به انتقال و تحلیل اطلاعات پدیدار شد، خود کارایی اطلاعاتی دارد؟ در این پژوهش، صنعت فاوا در بورس تهران مورد بررسی قرار گرفت تا کارایی اطلاعاتی آن سنجیده شود. بدین منظور داده‌ها و اسناد مرتبط با شرکت‌های فعال در این صنعت طی بازه‌ای ۶ ساله بصورت کمی مورد بررسی قرار گرفت. در مجموع ۸ شرکت با ماهیت فاوا انتخاب گردید. برای پی بردن به کارایی اطلاعاتی از آزمون گردش‌ها با دو رویکرد گردش با تغییر علامت و گردش با تغییر نسبت به میانگین استفاده شد. نتایج نشان داد که صنعت فاوا در بورس تهران، حتی کارایی اطلاعاتی در سطح ضعیف ندارد. نتیجه‌ای که کاملاً مغایر با سایر کشورهای جهان است و نشان می‌دهد که وضع فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور نیاز به تامل اساسی دارد.

واژه‌های کلیدی:

فناوری اطلاعات و ارتباطات، بورس اوراق بهادار تهران، کارایی اطلاعاتی، آزمون گردش‌ها

^۱ - عضو هیئت علمی(استاد) دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

^۲ - عضو هیئت علمی(دانشیار) دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

^۳ - کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران (۰۹۱۲۶۰۳۱۹۹۲)

مقدمه

با ورود فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (فاوا) به جامعه، تقریباً تمامی جنبه‌های زندگی انسان‌ها دست‌خوش تغییر شد و شرکت‌های فعال در این صنعت به پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای رسیدند. باید به تغییرات ارزش سهام شرکت‌هایی چون اپل، آی بی ام، اینتل، گوگل، و... اشاره کرد که با ورود به عصر فناوری اطلاعات، افزایش چشم‌گیری داشته و در ۱۰۰ شرکت برتر جهان جای گرفتند (سای و هوا، ۲۰۰۶؛ دن هنگس و سول^۲، ۲۰۰۱) و یا در پژوهشی دیگر مشخص شد که سیستم‌های سیسکو^۳، دل^۴، و مایکروسافت^۵ که در ۱۹۹۰، ۲ میلیارد دلار فروش داشتند، در سال ۲۰۰۰ فروششان ۸۰ میلیارد دلار شد (پرابهار و دیگران^۶، ۲۰۰۸). پس از مطالعات مختلف در زمینه تحولات و پیشرفت‌های مالی صنعت فاوا، توجهات به سمت بازارهای سرمایه و تاثیر متقابل فاوا و بورس بر یکدیگر معطوف شد. مشخص شد بازارهای سرمایه که اهمیت زیادی در اقتصاد هر کشور دارد و از آن به عنوان یکی از ابزارهای کنترل اقتصاد یاد می‌کنند (عزیزی، ۱۳۸۳)، متاثر از ابزارهای فاوا است و بتدریج و با قدرت گرفتن این صنعت، راه ورود صنعت فاوا به بازار سرمایه هموار و با استقبال بسیاری از سرمایه‌گذاران مواجه شد.

بسیاری از پژوهش‌ها به تاثیر مثبت فاوا بر بازار بورس اشاره کرده‌اند. اما آیا تولیدکنندگان این فناوری که سخت‌افزارها، نرم‌افزارها و خدمات فاوا را ارائه می‌دهند و خود به عنوان عضوی کوچک از مجموعه عظیم بازار بورس هستند، دست‌خوش تغییرات معناداری شده‌اند؟ سازمان‌هایی که با ارائه محصولات انفورماتیک در عرصه کشوری فعالیت می‌کنند و با محصولات خود، فرهنگ مردم را تغییر داده و حتی متقاضیان جدیدی از قشر متفاوت به بازار بورس معرفی کردند، در تحولات اقتصادی این بازار کارایی لازم را داشته‌اند؟ موفقیت این فناوری و تحولات شگرف آن در بورس‌های مختلف جهان، موجب شد محققان صنعت فاوا را در بازارهای سرمایه بررسی کنند. اما بی‌توجهی پژوهش‌های داخلی به تحولات صنعت فاوا در بورس علی‌رغم

¹-Tsai & Hua

²-den Hengst & Sol

³-Cisco

⁴-Dell

⁵-Microsoft

⁶-Prabhar et al.

سرمایه‌گذاری‌های اخیر دولت در این بخش^۱، و نیز برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت بر قراردادن این صنعت در ۱۰ حوزه صادراتی برتر، ما را بر آن داشت تا عملکرد شرکت‌های فعال در این صنعت را در بورس اوراق بهادار تهران بررسی کنیم.

بورس در هر کشور یکی از ارکان مهم بازار سرمایه است و اگر با سیاست‌های صحیح توسعه یابد، به رشد و توسعه اقتصاد ملی منجر خواهد شد (دادخواه و دیگران، ۱۳۸۹). اعمال سیاست‌های صحیح به نتایج مختلفی منتهی می‌شود که یکی از آن‌ها کارایی بورس است. زمانی امکان تخصیص مطلوب سرمایه و نقدینگی - که از عوامل مهم تولید و توسعه اقتصادی است - میسر می‌شود که بازار کارا باشد (زنجیردار و دیگران، ۱۳۸۹؛ هوشمند و خدادوست، ۱۳۸۷). در سویی دیگر کمتر سازمان و صنعتی را می‌توان یافت که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در آن رسوخ نکرده باشد. صنعت فاوا از دهه ۱۹۸۰ به بعد تحولات شگرفی در سراسر دنیا و در سازمان‌های ایرانی بجای گذاشت (محمودزاده، ۱۳۸۹؛ حضرتی و خدیوی، ۱۳۸۹) و تاثیرات آن بر حوزه‌های کلان تا حدی بود که از فعالیتهای شرکت‌های این حوزه در سال‌های ۱۹۹۹-۲۰۰۰ حساب بوجود آمد (پرابهار و دیگران^۲، ۲۰۰۸). که این حساب، تجدید حیات برای بهره‌وری سازمان‌های اروپایی و امریکایی بود (آنتونوپولوس و ساکلاریس^۳، ۲۰۰۹). نفوذ فاوا در سازمان‌ها موجب تاثیرات مثبتی در شرکت‌ها از نظر سودآوری، بهره‌وری و ارزش شرکت شد (ملویل و دیگران^۴، ۲۰۰۴). (تحقیقات در کشورهای مختلف همچون ایتالیا، اسپانیا، امریکا، یونان و ... موید این امر است) (آنتونوپولوس و ساکلاریس^۵، ۲۰۰۹؛ براسینی و فرو^۶، ۲۰۱۲؛ بادسکو و آیرب^۷، ۲۰۰۹). هر چند شاید اثر فاوا بر برخی متغیرهای کلان کشوری همچون تورم عظیم و معنادار نبوده است (معمارنژاد و دیزجی، ۱۳۸۹) اما در هر حال کاربردهای فراوان فاوا و نیز اهمیت بازارهای سرمایه موجب شد تا پژوهشگران بسیاری به مطالعه توأم این دو مقوله بپردازند.

^۱ - سرمایه‌گذاری‌هایی چون دولت الکترونیک، یکپارچه‌سازی اطلاعات آموزشی و ...

^۲ -Prabaha et al.

^۳ -Antonopoulos & Sakellaris

^۴ -Melville et al.

^۵ -Antonopoulos & Sakellaris

^۶ -Brasini & Freo

^۷ -Badescu & Garces-Ayerbe

ابتدا مطالعات در راستای تاثیر فاوا بر بازار سرمایه انجام گرفت. بطور مثال پژوهشی نشان داد که ورود و بهبود ابزارهای فاوا به افزایش حجم و سرعت معاملات و انتشار بهتر اطلاعات در بورس‌های نیویورک و نیجریه منجر شده است (ازیریم و دیگران^۱، ۲۰۰۹؛ لوکاس و دیگران^۲، ۲۰۰۹). نمونه این پژوهش‌ها در بورس تهران نیز انجام شد که با بررسی داده‌های روزانه ۵۶ شرکت بین سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۱ مشخص شد که فناوری اطلاعات، ساختار اطلاعاتی بورس را بهبود داده است (مدهوشی و محمدی، ۱۳۸۷). اما اهمیت این صنعت موجب شد تا توجهات به خود صنعت فاوا و تحولاتش در بورس نیز معطوف شود. در پژوهش‌های خارجی توجه بیشتری (نسبت به پژوهش‌های داخلی) به صنعت فاوا در بازارهای سرمایه شده است. تحقیقاتی چون پژوهش مکی و دیگران^۳ (۲۰۱۰)، کایو و دیگران^۴ (۲۰۰۸)، گابا و میر^۵ (۲۰۰۸)، کومار^۶ (۲۰۱۰)، پرابهار و دیگران^۷ (۲۰۰۸)، روزانوا^۸ (۲۰۱۰) و فرناندز و دیگران^۹ (۲۰۱۱) که به بررسی جوانب مختلف صنعت فاوا پرداخته‌اند، موید این تفکر است.

متأسفانه در مطالعات داخلی، توجه ویژه‌ای به تاثیرات کلان اقتصادی و اقتصاد سرمایه‌ای صنایع نمی‌شود. هرچند پژوهش‌هایی انجام شد که صنایع مختلف را مورد بررسی قرار دهد (همچون کریم‌زاده و سلطانی^{۱۳۸۹}) که به بررسی صنعت واسطه‌گری مالی پرداختند و نیز دستگیر و دیگران^{۱۳۸۸}) که صنعت پتروشیمی را از بعد ریسک مطالعه کردند، اما صنعت فاوا در هیچ برهه زمانی از زوایای اقتصاد سرمایه‌ای مورد مطالعه قرار نگرفت. شاید بتوان در برخی مطالعات اثری از صنعت فاوا مشاهده کرد، اما این اثر به مفهوم بررسی همه جانبه این صنعت نبوده و در واقع در حد یک بررسی مقایسه‌ای و رتبه‌بندی کلی خلاصه می‌شود. بطور مثال هوشمند و خدادوست^{۱۳۸۷}) به مقایسه صنایع مختلف پرداخته و بهره‌وری شاخص‌های مختلف همچون سود سهام، مقدار سرمایه، بازده کل و... را برای ۱۹ صنعت مورد ارزیابی قرار دادند که صنعت رایانه

¹-Ezirim et al.

²-Lucas et al.

³-Macy et al.

⁴-Qiao et al.

⁵-Gaba & Meyer

⁶-Kumar

⁷-Prabhar et al.

⁸-Rozanova

⁹-Fernandez et al.

نیز یکی از آن‌ها بود و در نهایت مشخص گردید که صنعت رایانه در آخرین چارک در رسیدن به اهداف مطلوب قرار دارد. مومنی و نجفی (۱۳۸۳) نیز در پژوهشی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران را با معیارهای سودآوری، رتبه‌بندی کردند که برخی شرکت‌های فعال در حوزه فاوا نیز برای این پژوهش انتخاب شدند. با توجه به ادبیات موضوع می‌توان دریافت که تمایل پژوهشگران داخلی بیشتر به بررسی کلی بازار بوده است. بطورمثال در بررسی کارایی بورس تهران در بازه‌های زمانی مختلف شاهد پژوهش‌های جامع و خوبی همچون پژوهش‌های الهیاری (۱۳۸۷) و دادخواه و دیگران (۱۳۸۹) بوده‌ایم. هر چند پس از تصویب قوانینی چون مقررات افشای فوری اطلاعات در سال ۱۳۸۰ و قانون بازار اوراق بهادار در سال ۱۳۸۴ که توسط شورای بورس ابلاغ شد (حجازی و دیگران، ۱۳۸۹)، مطالعات بیشتری در راستای کیفیت افشا و به موقع بودن اطلاعات صنایع مختلف انجام شد، اما این پژوهش‌ها در صنعت پراهمیت فاوا انجام نگرفت. از طرفی از آنجایی که نوع صنعت در افشای اطلاعات موثر است (بنی‌مهد و محسنی شریف، ۱۳۸۹)، بررسی صنایع مختلف می‌تواند بازار سرمایه را به کارایی سطوح مختلف سوق دهد. اما بر خلاف مطالعات خارجی کمتر پژوهشی می‌توان یافت که صنعتی خاص را به دقت بررسی کرده باشد و این مساله در ارتباط با صنعت پرمخاطب فاوا پررنگ‌تر می‌شود.

با شفاف‌تر شدن محیط بازار و رفتار مدیران شرکت‌ها و صنایع، کارایی اطلاعاتی به سطوح بالاتر می‌رود. این مهم در گرو تعامل صحیح مدیران شرکت‌ها، سیاست‌گذاران صنایع و تصمیم‌گیران قوانین بازار است. بطور مثال اسلامی بیدگلی و صادقی (۱۳۸۳) نشان دادند که سیاست‌گذاران کلان بورس اوراق بهادار تهران، با اعمال تغییراتی در قوانین، می‌توانند موجبات کارآتر شدن بورس تهران نسبت به قبل را فراهم کنند. از طرف دیگر مشخص است که در صورت عدم کارایی بازار، باید به دنبال ریشه‌های عدم کارایی بود. یعنی باید طی پژوهش‌هایی مشخص شود که سه سطح شرکت، صنعت و کل بازار، چه تاثیری بر کارایی اطلاعاتی دارند. بطور مثال تهرانی و خوشنود (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای نشان دادند که سرمایه‌گذاران در بورس تهران به شدت تحت تاثیر شایعات و اخبار تایید نشده‌اند. مهدوی و فهیمی (۱۳۸۹) نیز در پژوهشی در سطح کلان نشان دادند که خریداران سهام و سرمایه‌گذاران نسبت به اطلاعات رسمی بورس تهران بی‌اعتماد هستند. در واقع شایعات بر تصمیمات آن‌ها بیشتر از اخبار رسمی اثر می‌گذارد که

نشان‌دهنده شفاف نبودن اطلاعات رسمی است. این مطالعات در سطح کاربران بازار سرمایه انجام شد اما قطعاً این سطح نمی‌تواند به تنهایی کارایی بورس را به‌مراه داشته باشد. دامنه مطالعات باید به سطوح دیگری چون صنعت و شرکت‌ها نیز برسد که البته اقداماتی نیز انجام شده است. همچون مطالعه اسماعیل‌زاده (۱۳۷۸) که بررسی کارایی بازار ایران در تعیین قیمت سهام صنایع کانی و غیرفلزی را انجام داد و نتیجه، کارآبودن صنعت را نشان می‌داد.

با توجه هدف پژوهش حاضر، به منظور ارزیابی عملکرد صنعت فاوا در بورس تهران، باید به دنبال یافتن پاسخ پرسش زیر بود:
کارایی صنعت فاوا در بورس اوراق بهادار تهران در چه سطحی است؟

ابزار و روش

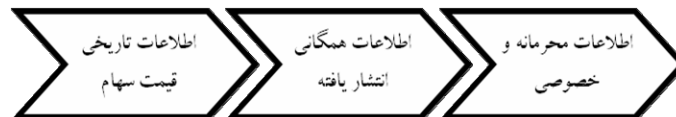
بازار باید کارا باشد تا سرمایه بهینه تخصیص یابد (دوران و دیگران^۱، ۲۰۱۰). تئوری بازار کارا ابتدا در دهه ۱۹۷۰ توسط فاما مطرح شد (فاما^۲، ۱۹۷۰). در بازار کارا، اطلاعات باید کامل و شفاف باشند تا در نتیجه آن، قیمت سهم شفاف باشد و گروهی نسبت به گروه دیگر، آگاه‌تر نباشد تا بازار را تحت نفوذ خود درآورد. افشای به موقع اطلاعات یعنی اینکه صورت‌های مالی به موقع، مطلوب، قابل اعتماد، قابل مقایسه و قابل فهم باشد (بنی‌مهد و محسنی شریف، ۱۳۸۹).

کارایی در سه سطح مطرح می‌شود: ضعیف، نیمه قوی و قوی

کارایی در سطح ضعیف زمانی است که تغییرات متوالی قیمت‌ها مستقل از یکدیگر باشند و اطلاعات مربوط به قیمت‌های گذشته مورد بررسی قرار گیرد. در سطح نیمه قوی، قیمت‌های سهام وابستگی شدیدی به اطلاعات جدید دارند. بدین نحو که با انتشار اطلاعات جدید، به سرعت به آن واکنش نشان می‌دهند. در سطح قوی، قیمت سهام متأثر از اطلاعات منتشر شده و حتی منتشر نشده است. در بازارهای این‌چنینی حتی اطلاعات محرمانه و سری شرکت‌ها نیز خواه ناخواه منتشر می‌شود.

^۱-Doran & et al.

^۲-Fama



شکل ۱- سطوح مختلف سیستم اطلاعاتی بازار (الهیاری، ۱۳۸۷)

اگر بازار سرمایه‌ای، در سطح ضعیف کارایی نداشته باشد، قطعاً در دو سطح بعدی نیز کارایی نخواهد داشت و آزمون سطح بعدی بی‌معنی خواهد بود. کارایی شکل ضعیف بازار سرمایه را می‌توان بوسیله گشت تصادفی بررسی کرد (الهیاری، ۱۳۸۷). هدف اصلی روش‌های مختلف در این سطح کارایی، تعیین روابط تغییرات متوالی قیمت‌هاست. از روش‌های این سطح می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

آزمون همبستگی پیاپی^۱، قانون فیلتر^۲، آنالیز طیفی^۳، میانگین متحرک^۴، آزمون گردش‌ها^۵

این روش‌ها با توجه به شرایط هر مطالعه می‌تواند انتخاب شود. اما قبل از انتخاب روش باید توجه شود که داده‌های مورد بررسی نرمال است یا غیرنرمال. در صورتی که داده‌ها نرمال باشند، از آزمون‌های پارامتریک و در صورت غیرنرمال بودن از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده می‌شود. برای پی‌بردن به نوع توزیع داده‌ها، می‌توان از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده کرد. بدلیل غیرنرمال بودن داده‌های جمع‌آوری شده، باید از روش‌های ناپارامتریک استفاده می‌شد. از طرفی بدلیل استفاده زیاد آزمون گردش‌ها در مطالعات بسیاری از پژوهشگران، این روش انتخاب شد.

آزمون گردش‌ها: این آزمون، یک روش ناپارامتری محسوب می‌شود (مکی و دیگران^۶، ۲۰۱۰؛ روزانوا^۷، ۲۰۱۰). در این آزمون بین گردش‌های مورد انتظار و

^۱-Serial Correlation

^۲-Filter Rule

^۳-Spectral Analysis

^۴-Moving Average

^۵-Run Test

^۶-Macy et al.

^۷-Rozanova

گردش‌های واقعی، مقایسه انجام می‌شود. وجود تفاوت معنی‌دار بین گردش‌های واقعی و گردش‌های مورد انتظار، نشان‌دهنده این است که تغییرات قیمت سهام به یکدیگر وابسته‌اند و بازار سرمایه در این سطح ناکاراست (مبارک و کیسی^۱، ۲۰۰۸). ذکر این نکته الزامی است که آزمون گردش‌ها برای صنعت فاوا به دو طریق انجام گرفت:

روش اول: علامت تغییر قیمت سهام به سه صورت افزایش (+)، کاهش (-) و عدم تغییر قیمت یا خنثی (۰) است. زمانی که علامت داده‌ها تغییر جهت دهد، یک گردش محسوب می‌شود. تعداد گردش‌های مورد انتظار که شامل کلیه علائم +، - و خنثی است بصورت زیر فرمول‌بندی می‌گردد:

$$m = \frac{N(N+1) - \sum_{i=1}^N n_i^2}{N}$$

(۱)

$$\delta_m = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N n_i^2 [\sum_{i=1}^N n_i^2 + N(N+1)] - 2N \sum_{i=1}^N n_i^2 - N^3}{N^2(N-1)}}$$

(۲)

معیار نرمال متغیر، K پس از تعدیلات بصورت زیر خواهد شد:

$$K = \frac{(R+A)-m}{\delta_m}$$

(۳)

که در آن R، مجموع مشاهدات انواع مختلف گردش و A تعدیلات ثابت و مداوم است که اگر $m < R$ آنگاه $A = -1/2$ و اگر $m \geq R$ آنگاه $A = +1/2$. چنانچه تفاضل بین تعداد مورد انتظار گردش‌ها و تعداد گردش‌های مشاهده شده معنادار باشد، فرضیه تصادفی بودن تغییرات قیمت سهام رد می‌شود.

روش دوم: در این روش باید ابتدا میانگین مشاهدات را بدست آورد و سپس هر یک از داده‌ها را با آن مقایسه کرد. اگر مشاهده خاصی، بیشتر از میانگین بود، به آن

¹-Mobarek & Keasey

علامت +، اگر کمتر بود علامت - و اگر برابر بود، علامت خنثی اختصاص داده می‌شود. پس زمانی که مقدار داده نسبت به میانگین تغییر کند، یک گردش محسوب می‌شود (مبارک و کیسی^۱، ۲۰۰۸).

در تست‌های مربوط به کارایی بازار باید به ۲ مورد توجه داشت:

اولا در این آزمون‌ها اکثرا از تفاضل لگاریتم طبیعی قیمت‌های متوالی سهام بجای تغییرات قیمت سهام استفاده می‌شود (فاما^۲، ۱۹۶۵).

ثانیا برای وارد کردن قیمت‌ها باید آن‌ها را تعدیل کرد. یعنی اگر در مدت بررسی تغییرات قیمت، مواردی چون پرداخت سود، تجزیه یا ترکیب سهام، سهام جایزه، صدور سهام جدید و ... رخ داد، باید این تغییرات را اعمال کرد.

در این پژوهش به کارایی اطلاعاتی صنعت فاوا توجه شد. این صنعت دارای زیرمجموعه‌هایی چون: فعالیت‌های ساخت و تولید، نرم‌افزاری، خدمات اطلاعاتی، ارتباطات از راه دور، مشاوره و ... است که شامل ۸ شرکت اشاره شده در جدول ۱ می‌شود. البته شرکت کارت اعتباری ایران کیش بدلیل اینکه فعالیت خود را از اسفند ۱۳۹۰ آغاز کرده است و سازمانی نوظهور به حساب می‌آید، از محاسبات حذف گردید.

جدول ۱. شرکت‌های حوزه فاوا

ردیف	نام شرکت	نماد	زمینه فعالیت
۱	ایران ارقام	مرقام	تولید سخت‌افزارهای انفورماتیک
۲	خدمات انفورماتیک	رانفور	ارائه خدمات انفورماتیکی به موسسات مالی
۳	تجارت الکترونیک پارسپان	رتاپ	ارائه خدمات کارت‌های الکترونیکی
۴	داده‌پردازی ایران	مداران	ارائه تمامی خدمات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری
۵	کارخانجات مخابراتی ایران	لکما	تولیدکننده مراکز تلفن ثابت و سیار
۶	کارخانجات صنعتی پیام	لپیام	تولید و توزیع لوازم صوتی و تصویری
۷	پارس الکترونیک	لپارس	تولید و مونتاژ لوازم صوتی و تصویری
۸	مخابرات ایران	اخابر	ایجاد و توزیع خدمات ارتباطی

¹-Mobarek & Keasey

²-Fama

جمع‌آوری داده‌ها بصورت کمی انجام شد که این داده‌ها از وبسایت‌های رسمی بورس جمع‌آوری شد. مطالعات و محاسبات این پژوهش از داده‌ها، صورت‌های مالی و اسناد ابتدای فروردین سال ۱۳۸۶ الی پایان اسفند ۱۳۹۱ شرکت‌های فعال در بورس تهران جمع‌آوری شده است.

یافته‌ها

قبل از شروع آزمون، در صورت پرداخت سود، تجزیه سهام، ترکیب سهام و...، اثر این تغییرات را باید در قیمت سهام منعکس کرد. سپس از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد تا نوع توزیع داده‌ها مشخص شود.

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

رتاب	مرقام	مداران	لکما	لپيام	اخابر	لپارس	رانفور
۱۳۴	۱۰۹۰	۱۱۸۲	۹۱۴	۶۰	۸۶۶	۷۸۱	۱۰۴۲
۲/۸۶	۷/۲۵	۵/۳۳	۷/۶۵	۳/۶۹	۶/۴۷	۱۰/۲۵	۱۰/۵۹
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به این که میزان تقریبی معنی‌داری ۱ در جدول ۲، کمتر از مقدار ۰,۰۵ است، پس داده‌های مورد مطالعه از توزیع نرمال طبیعت نمی‌کند و برای سنجش کارایی باید از روش‌های ناپارامتریک استفاده کرد (درنزر و تورل ۲، ۲۰۱۱). آزمون فرض بصورت زیر است:

H_0 : تغییرات قیمت سهام تصادفی است.

H_1 : تغییرات قیمت سهام تصادفی نیست.

¹-Asymp. Sig

²-Drezner & Turel

روش اول: نتایج حاصل از روش اول آزمون گردش‌ها در جدول ۳ ارائه شد که نشان می‌دهد قدرمطلق آماره Z برای همه شرکت‌ها بیش از ۱,۹۶ است. بدین معنی که هیچ‌یک از شرکت‌های صنعت فاوا، کارایی اطلاعاتی در سطح ضعیف ندارند.

جدول ۳. نتایج آزمون گردش‌ها از روش اول

نام شرکت	کل مشاهدات	گردش واقعی	گردش مورد انتظار (m)	انحراف معیار مورد انتظار	تغییر مثبت	تغییر منفی	تغییر خنثی	مقدار Z
خدمات انفورماتیک	۱۰۴۲	۳۳۰	۶۸۳,۲۸۹	۱۵,۰۹۱	۳۶۵	۴۱۷	۲۶۰	-۲۳,۳۸
پارس الکترونیک	۷۸۱	۲۱۳	۵۱۷,۵۲۷	۱۳,۱۰۸	۲۱۸	۲۶۵	۲۹۸	-۳۳,۱۹
کارخانجات صنعتی پیام	۶۰	۱۳	۲۸,۳۶	۲,۷۵۷	۱۳	۴۲	۵	-۵,۳۹
کارخانجات مخابراتی ایران	۹۱۴	۲۸۸	۶۰۹,۶۴۹	۱۴,۲۲۷	۲۹۶	۳۲۵	۲۹۳	-۲۲,۵۷
داده پردازی ایران	۱۱۸۲	۳۹۱	۷۴۳,۴۳۴	۱۵,۹۵۶	۵۲۲	۴۵۱	۲۰۹	-۲۲,۰۵
ایران ارقام	۱۰۹۰	۳۶۴	۷۱۷,۵۵۶	۱۵,۴۶۸	۴۱۳	۳۹۹	۲۷۸	-۲۲,۸۲
تجارت الکترونیک پارسین	۱۳۴	۴۸	۷۴,۰۰۰	۴,۹۹۹	۴۲	۷۹	۱۳	-۵,۱۰
مخابرات ایران	۸۶۵	۲۵۷	۵۵۹,۳۳۸	۱۳,۷۰۱	۳۱۸	۳۵۹	۱۸۸	-۲۲,۰۲

البته بدلیل این که در بازه زمانی مورد مطالعه، تعداد معاملات این شرکت‌ها با یکدیگر متفاوت است، در یک بررسی مجزا، ۱۰۰ قیمت اخیر آنها بررسی شد. در واقع بررسی ۱۰۰ داده اخیر این امکان را فراهم می‌کند تا عملکرد این شرکت‌ها در بهبود کارایی اطلاعاتی‌شان را در ماه‌های اخیر و در مقایسه با یکدیگر بررسی کرد. نتایج جدول ۴ مجدداً نشان‌دهنده عدم کارایی در سطح ضعیف برای شرکت‌های فعال در صنعت فاوا است. با این تفاوت که می‌توان پی برد داده‌پردازی ایران نسبت به دیگر شرکت‌ها، در زمینه افشای اطلاعات در ماه‌های اخیر بهتر عمل کرده است.

جدول ۴. نتایج آزمون گردش‌ها از روش اول برای ۱۰۰ داده اخیر

نام شرکت	کل مشاهدات	گردش واقعی	گردش مورد انتظار (m)	انحراف معیار مورد انتظار	تغییر مثبت	تغییر منفی	تغییر خنثی	مقدار Z
خدمات انفورماتیک	۱۰۰	۳۱	۵۷,۶۶	۴,۵۶۸	۲۸	۵۳	۹	-۵,۷۲
پارس الکترونیک	۱۰۰	۳۲	۴۹,۵۴	۳,۸۱۲	۲۴	۶۷	۹	-۴,۴۶
کارخانجات صنعتی پیام	۶۰	۱۳	۲۸,۳۶	۲,۷۵۷	۱۳	۴۲	۵	-۵,۳۹
کارخانجات مخابراتی ایران	۱۰۰	۳۶	۶۰,۴۴	۴,۴۸۱	۳۴	۵۲	۱۴	-۵,۳۴
داده پردازی ایران	۱۰۰	۴۴	۵۴,۲۶	۴,۷۵۲	۵۳	۴۳	۴	-۲,۰۵

ایران ارقام	۱۰۰	۳۶	۵۳,۰۸	۴,۴۱۰	۳۴	۶۰	۶	-۳,۷۵
تجارت الکترونیک پارسیان	۱۰۰	۳۹	۵۵,۰۶	۴,۱۲۲	۲۷	۶۱	۱۲	-۳,۷۷
مخابرات ایران	۱۰۰	۲۵	۴۵,۹۴	۳,۹۲۸	۲۷	۶۹	۴	-۵,۲۰

روش دوم: این روش با استفاده از نرم‌افزار SPSS 21، و با نقطه برش^۱ میانگین محاسبه شد. جدول ۵ نیز نشان‌دهنده عدم کارایی تمامی شرکت‌ها در سطح ضعیف است. البته عملکرد کارخانجات صنعتی پیام در طی ۶ سال مورد نظر، نسبت به دیگر شرکت‌های مورد مطالعه بهتر بوده است. به این علت که میزان معناداری آن (با نقطه برش میانگین) نسبت به دیگر شرکت‌ها به ۰,۰۵ نزدیک‌تر بوده و آماره Z آن نیز به ۱,۹۶ نزدیک‌تر است. هر چند برای روشن شدن این امر، مجدداً باید ۱۰۰ داده اخیر آنها را بررسی کرد.

جدول ۵. نتایج آزمون گردش‌ها از روش دوم

	Ranfior	Lepars	Lepayam	Lekna	Madran	Margam	Ratap	Akhaber
Test Value ^a	.0002	.0007	-.0182	-.0024	.0000	-.0001	-.0011	.0009
Cases < Test Value	713	563	10	260	661	397	48	576
Cases >= Test Value	329	218	50	654	521	693	86	289
Total Cases	1042	781	60	914	1182	1090	134	865
Number of Runs	229	161	13	234	338	300	37	210
Z	-15.94	-13.73	-2.21	-11.31	-14.50	-13.46	-4.83	-13.45
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000	.000	.027	.000	.000	.000	.000	.000

نتایج بررسی ۱۰۰ داده اخیر این صنعت نشان می‌دهد که شرکت‌های مورد بررسی نسبتاً در ماه‌های اخیر در افزایش اطلاعات بهتر عمل کرده‌اند اما نه در حدی که صنعت به کارایی در سطح ضعیف برسد. با توجه به جدول ۶، شرکت ایران ارقام در سطح ضعیف کاراست و البته همانند روش اول، شرکت داده‌پردازی ایران، در ماه‌های اخیر در رسیدن

^۱-Cut point

به کارایی در سطح ضعیف بهتر عمل کرده است بطوری که میزان معناداری آن با نقطه برش میانگین برابر با ۰,۰۴۶ است که فاصله اندکی با ۰,۰۵ دارد.

جدول ۶. نتایج آزمون گردش‌ها از روش دوم برای ۱۰۰ داده اخیر

	Ranfór	Lepars	Lepayam	Lekma	Madaran	Marqam	Katap	Akhaber
Test Value ^a	.0013	-.0035	-.0182	-.001	.0021	-.0023	-.0016	-.00
Cases < Test Value	69	45	10	47	48	48	31	50
Cases >= Test Value	31	55	50	53	52	52	69	50
Total Cases	100	100	60	100	100	100	100	100
Number of Runs	32	39	13	32	41	42	23	27
Z	-2.77	-2.33	-2.21	-3.79	-1.99	-1.79	-4.89	-4.28
Asymp. Sig. (2-tailed)	.006	.020	.027	.000	.046	.072	.000	.000

پس از جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها مشخص شد که فرض H_0 رد شده و هیچ‌یک از شرکت‌های فعال در صنعت فاوا، کارایی اطلاعاتی ندارند (قدرمطلق آماره Z در همه شرکت‌ها در جدول ۷ بیشتر از ۱,۹۶ است) و تنها شرکت داده‌پردازی ایران نسبت به دیگر شرکت‌ها، در زمینه افشای اطلاعات در سال‌های اخیر بهتر عمل کرده است. نتایج با خروجی پژوهش‌های الهیاری (۱۳۸۷) و دادخواه و همکاران (۱۳۸۹) ارتباط معنایی دارد.

جدول ۴. خروجی آزمون گردش‌ها

	رناپ	مرقام	مداران	لکما	لپام	لپارس	رانفور	اکابر
Z روش اول	-۵/۱۰	-۲۲/۸۲	-۲۲/۰۵	-۲۲/۵۷	-۵/۳۹	-۲۳/۱۹	-۲۳/۳۸	-۲۲/۰۲
Z روش دوم	-۴/۸۳	-۱۳/۴۶	-۱۴/۵۰	-۱۱/۳۱	-۲/۲۱	-۱۳/۷۳	-۱۵/۹۴	-۱۳/۴۵

بحث و نتایج

توسعه و پویایی بازار سرمایه، نقش کلیدی در تامین مالی طرح‌های مختلف سرمایه‌گذاری و رشد اقتصاد پایدار دارد. هر اندازه بازار سرمایه از وسعت و تحرک بیشتری برخوردار بوده و سیاست‌های مناسب‌تری توسط تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران کلان این بخش انجام گیرد، می‌توان به روند آتی فعالیت‌های اقتصاد، امیدوارتر بود. یکی از پیش‌نیازهای این تحرک، کارایی اطلاعاتی است. یکی از راه‌های رسیدن به اقتصاد کارا، شناسایی شرکت‌ها و صنایع کارا و تمیز دادن آن‌ها از غیرکاراهاست. از آنجایی که ماهیت فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، به انتقال اطلاعات مربوط می‌شود، انتظار می‌رفت که این صنعت در بورس تهران در افشای اطلاعات مالی نیز از ابزارهای فناوری نوین استفاده کند و به کارایی در سطح ضعیف برسد که نتایج حاکی از

عدم کارایی (عدم شفاف‌سازی، کامل نبودن و به موقع نبودن اطلاعات) شرکت‌های این صنعت و بالطبع کل صنعت داشت. البته شرکت‌های فاوا با توجه به پیش‌بینی‌های موجود در سال ۲۰۱۳ از شرایط مناسبی برخوردار نخواهند بود اما این وضعیت در دنیا نه بخاطر عدم شفافیت بلکه به دلیل تغییر حوزه فعالیت‌ها (همچون ورود به عرصه خدمات کلاود^۱) است (www.pwc.com). بدین ترتیب مشخص شد که عدم شفاف‌سازی اطلاعاتی و وجود رانت اطلاعاتی که از مهمترین موانع عدم کارایی در بورس تهران محسوب می‌شود، در این صنعت نیز وجود دارد و نه تنها صنعت فاوا از ابزارهایش برای رفع این مانع استفاده نکرده، بلکه همچون اکثر عاملان بازار، به دادوستد اطلاعات پنهانی روی آورده است (فرید و بردبار و منصوری، ۱۳۸۸).

داده‌های جمع‌آوری شده از ابتدای سال ۱۳۸۵ الی پایان ۱۳۹۰، نشان داد که آماره Z از آزمون گردش‌ها، فاصله زیادی با حالت ایده‌آل دارد و مشخص شد که قیمت‌ها از روندی تصادفی تبعیت نمی‌کند. این نشان می‌دهد که شفاف‌سازی اطلاعاتی در این صنعت حتی در سطح ضعیف نیز وجود ندارد. از طرفی بررسی تغییرات ۱۰۰ قیمت اخیر این شرکت‌ها نیز مجدداً عدم کارایی را نشان می‌داد با این تفاوت که مشخص شد نسبت به دوره ۶ ساله، شرایط بهتری دارد. یعنی شرکت‌های این صنعت در ماه‌های اخیر سعی در بهبود و شفاف‌سازی اطلاعات منتشره داشته‌اند.

بحث مدیریت شرکت‌های حوزه فاوا موضوع دیگری است که باید به آن اشاره کرد. ساختار مدیریتی کهنه و انعطاف‌ناپذیر در این صنعت که روزانه در حال تغییر است و از نیازهای آن، ساختارهای دانش‌محور و منعطف است، یکی دیگر از دلایل سیر نزولی این صنعت می‌باشد. توجه به پست‌های سازمانی در این شرکت‌ها نشان داد که اکثر مدیران میانی و عالی، دارای تحصیلات آکادمیک در رشته‌های مرتبط با فاوا را ندارند و از طرفی برخی نیز تحصیلات مرتبط با رشته‌های مدیریتی را ندارند که هر دوی آن موجود کاستی در تصمیم‌گیری می‌شود. هر تصمیم‌گیری ضعیف در این صنعت می‌تواند تبعات سنگینی در پی داشته باشد. حال اگر در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، هر یک از فقر دانش مدیریت یا فقر علم فناوری وجود داشته باشد، براحتی موجبات شکست پروژه‌های شرکت مربوطه را فراهم خواهد کرد.

¹-Cloud Services

پیشنهادات و محدودیت‌های پژوهش

پس از بررسی و ارزیابی صنعت فاوا در بورس اوراق بهادار تهران و شناسایی برخی نقصان‌ها در این صنعت، می‌توان پیشنهادات زیر را به عنوان راهکارهایی برای بهبود وضعیت این صنعت (و شاید حتی صنایع دیگر) ارائه کرد:

- توجه بیشتر دولت و سازمان‌ها به اختصاص بودجه برای بهبود زیرساخت‌هایی که اطمینان از موثر بودن و موفق بودن پروژه وجود دارد. مثل افزایش دانش نوین کارکنان بجای افزایش تعداد نیروی کار.
- اطلاع‌رسانی مستمر و داوطلبانه شرکت‌های فعال در صنعت فاوا از طریق رسانه‌های جمعی همچون تلویزیون، رادیو، روزنامه و... و طریق فناوری‌های نوین همچون وبسایت‌های خود، وبسایت‌های خبری، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، تلفن‌های همراه و ...
- جلوگیری از کهنه شدن تجهیزات و دانش موجود در سازمان.
- اتخاذ سیاست‌هایی به منظور هموار شدن راه ورود شرکت‌های موفق فاوا که در بورس اوراق بهادار حاضر نیستند.

در این پژوهش با توجه به مقتضیات، محدودیت‌هایی وجود داشت که می‌توان آن‌ها را در پژوهش‌های آتی رفع و نتایج را کامل‌تر نمود. موضوعات زیر می‌توانند نمونه‌هایی از پژوهش‌های آتی باشند:

- تمامی بررسی‌های ذکر شده زمانی اعتبار بالاتری می‌گیرند که در دوره‌های مختلف و برای تمامی صنایع بررسی شوند. بطور مثال می‌توان از ابتدای سال ۱۳۶۹ (از سرگیری فعالیت بورس تهران پس از ۱۲ سال)، بازه‌های ۵ ساله را برای هر صنعت بطور مجزا بررسی کرد.
- برای بهبود وضعیت شفاف‌سازی اطلاعاتی، مناسب است که کارایی اطلاعاتی را برای تمامی شرکت‌ها و صنایع در بازه‌های مختلف بررسی کرد و شرکت‌ها و صنایعی که عملکرد بهتر و بدتری دارند را مشخص نمود تا تصمیمات بهتری برایشان اتخاذ شود.

منابع:

- اسلامی بیدگلی، غ.، و صادقی باطانی، ع (۱۳۸۳)، ارایه قواعد فیلتر و مقایسه بازدهی قواعد فیلتر با روش خرید و نگهداری. تحقیقات مالی، ۱۸، ۳-۲۶
- اسماعیل‌زاده، ا (۱۳۷۸)، بررسی کارایی بازار سرمایه ایران در تعیین قیمت سهام صنایع کانی غیرفلزی. رساله کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه امام صادق
- الهیاری، ا (۱۳۸۷)، بررسی شکل ضعیف کارایی بازار سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۱(۴)، ۷۵-۱۰۸
- بنی مهد، ب.، و محسنی شریف، م (۱۳۸۹)، بررسی عوامل موثر بر رتبه بندی شرکتهای بورس اوراق بهادار تهران از لحاظ کیفیت افشا و به موقع بودن. حسابداری مدیریت، ۳ (۷)، ۵۱-۶۳
- تهرانی، ر.، و خوشنود، م (۱۳۸۴)، شناسایی و رتبه بندی گروههای تاثیرگذار بر تصمیم خرید و فروش سهام سرمایه گذاران فردی در بورس اوراق بهادار تهران. فرهنگ مدیریت، ۳ (۱۰)، ۲۰۳-۲۱۹
- حجازی، ر.، و رحمانی، ع.، و مظفری، ز (۱۳۸۹)، بررسی اثر مقررات افشای اطلاعات بر کیفیت اطلاعات منتشره شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۱۰، ۲۳-۳۶
- حضرتی لیلان، ا.، و خدیوی، ا (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات (شهر الکترونیک) بر ساختار کالبدی شهر از دیدگاه کارکنان منطقه ۱ شهرداری تبریز. فراسوی مدیریت، ۳ (۱۲)، ۱۳۵-۱۵۷
- دادخواه، م.، و هادی، ع.، و توسلی، م.، و علیمرادی، م (۱۳۸۹)، اندازه‌گیری کارایی مالی نسبی شرکتهای فعال در صنایع ساخت قطعات خودرو پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها (DEA) و بررسی ارتباط آن با بازده سهام. فصلنامه حسابداری مالی، ۲ (۸)، ۱۱۳-۱۳۳
- دستگیر، م.، و سجادی، ح.، و خدادادی، و.، و خلیلی، پ (۱۳۸۸)، بررسی عامل‌های ریسکی موثر بر بازده سهام شرکتهای فعال در صنعت پتروشیمی. پژوهشنامه علوم اقتصادی، ۹ (۱)، ۳۵-۵۸
- زنجیردار، م.، و معتمد، ا.، و سجادی، م (۱۳۸۹)، ارزیابی کفایت متغیرهای ریسک سیستماتیک، نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار، اندازه شرکت، نسبت قیمت به درآمد، نسبت درآمد به قیمت، بازده بازار، بازده بدون ریسک و صرف ریسک بازار در تبیین بازده

- واقعی سهام در بازار سرمایه ایران. فصلنامه مدیریت صنعتی دانشگاه علوم انسانی دانشگاه آزاد واحد سنندج، ۵ (۱۱)، ۱۳۷-۱۵۱
- عزیز، ف (۱۳۸۳)، آزمون تجربی رابطه تورم و بازده سهام در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، شماره ۱۱ و ۱۲، ۱۴۳-۱۵۶
- فرید، د.ا. و بردبار، غ.، و منصوری، ح (۱۳۸۸)، شناسایی و ارزیابی موانع شکل‌ضعیف کارایی بورس اوراق بهادار تهران. جستارهای اقتصادی، ۶ (۱۱)، ۱۵۷-۱۹۴
- کریم‌زاده، م.، و سلطانی، ا (۱۳۸۹)، برآورد رابطه بلندمدت شاخص قیمت سهام صنعت واسطه‌گری‌های مالی با متغیرهای کلان پولی با استفاده از روش ARDL. فصلنامه حسابداری مالی، ۲ (۶)، ۱-۱۸
- محمودزاده، م (۱۳۸۹)، اثر فناوری اطلاعات بر بهره‌وری کل عوامل تولید در کشورهای در حال توسعه منتخب. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۵۷، ۲۹-۶۴
- مدهوشی، م.، و محمدی، ع (۱۳۸۷)، تاثیر فناوری اطلاعات بر بازار اوراق بهادار ایران. پژوهشنامه اقتصادی، ۸ (۲)، ۱۶۱-۱۸۸
- معمارنژاد، ع.، و دیزجی، م (۱۳۸۹)، اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تورم در کشورهای منتخب. فراسوی مدیریت، ۴ (۱۴)، ۱۸۳-۲۱۰
- مومنی، م.، و نجفی مقدم، ع (۱۳۸۳)، ارزیابی عملکرد اقتصادی شرکتهای پذیرفته شده در بورس تهران با استفاده از مدل TOPSIS. فصلنامه بررسی‌های اقتصادی، ۱ (۳)، ۵۵-۷۵
- مهدوی عادل، م.، و فهیمی دوآب، ر (۱۳۸۹)، مقایسه تاثیر اطلاعات رسمی و شایعات بر انتخاب خریداران حقیقی سهام در بازار بورس اوراق بهادار تهران. مجله دانش و توسعه، ۱۷ (۳۲)، ۶۷-۸۵
- هوشمند، م.، و خدادوست، ح (۱۳۸۷)، رتبه‌بندی صنایع فهرست‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بر اساس میزان برخورداری از شاخص‌های مطلوب. مجله دانش و توسعه، ۱۵ (۲۴)، ۱۹۰-۲۱۰
- Antonopoulos, C. & Sakellaris, P. (2009), The contribution of Information and Communication Technology investments to Greek economic growth: An analytical growth accounting framework. Information Economics and Policy 21, 171-191

-
- Badescu, M. & Garces-Ayerbe, C. (2009), The impact of information technologies on firm productivity: Empirical evidence from Spain. *Technovation* 29, 122-129
 - Brasini, S. & Freo, M., (2012), The impact of information and communication technologies: an insight at micro-level on one Italian region. *Economics of Innovation and New Technology*, Vol. 21, No. 2, 107-123
 - den Hengst, M.&Sol, H.G. (2001), The Impact of Information and Communication Technology on Interorganizational Coordination: Guidelines from Theory. *Informing Science*, Vol.4, No.3, 129-138
 - Doran, J. & Peterson, D.R. & Wright, C. (2010), Confidence, opinions of market efficiency, and investment behavior of finance professors. *Journal of Financial Markets*, 13, 174-195
 - Drezner, Z. & Turel, O. (2011), Normalizing variables with too-frequent values using a Kolmogorov–Smirnov test: A practical approach. *Computers & Industrial Engineering*, 61, 1240-1244
 - Ezirim, C.B. & Elike, U. & Muoghalu, M.I. (2009), Capital Market Growth and Information Technology: Empirical Evidence from Nigeria. *International Journal of Business and Economics Perspectives*, 4 (1), 1-17
 - Fama, E.F. (1970), Efficient Capital Markets: A Review Of Theory And Empirical Work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383-417
 - Fama, E.F. (1965), The Behavior of Stock-Market Prices. *The Journal of Business*, 38 (1), 34-105
 - Fernandez, B.C. & Callen, Y.F. & Lainez Gadea, J.A. (2011), Stock Price Reaction to Non-financial News in European Technology Companies. *European Accounting Review*, 20(1), 81-111
 - Gaba, V. & Meyer, A.D. (2008), Crossing the Organizational Species Barrier. *Academy of Management Journal*, 51(5), 976-998

-
- Kumar, N.M. (2010), An Efficient Way to minimize the Impact of Risks in Information and Communications Technology (ICT) Sector. *Advances in Management*, 3 (9), 17-20
 - Lucas, H.C.J. & Oh, W. & Weber, B.W. (2009), The defensive use of IT in a newly vulnerable market: The New York Stock Exchange, 1980–2007. *Journal of Strategic Information Systems*, 18, 3-15
 - Macy, A. & Terry, N. & Owens, J. (2010), Stock market performance of computer software firms across multiple periods. *Journal of Finance and Accountancy*, 4 (1), 1-17
 - Melville, N. & Kraemer, K. & Gurbaxani, V. (2004), Information Technology and Organizational Performance an: Integrative Model of ITS Business Value. *MIS Quarterly*, 28 (2), 283-322
 - Mobarek, A. & Keasey, K. (2008), Weak-form market efficiency of an emerging market: evidence from dhaka Stock market of Bangladesh. *Journal of Emerging Market Finance*, 7, 17-41
 - Prabakar, R. & Dhinakaran, J. & Pandian, P. (2008), Return and Risk Analysis of Indian Information Technology Sector Stocks. *The Icfai Journal of Financial Risk Management*, 5 (1), 41-49
 - Qiao, Z. & Smyth, R. & Wong, W.K. (2008), Volatility switching and regime interdependence between information technology stocks 1995–2005. *Global Finance Journal*, 19, 139-156
 - Rozanova, N. (2010), Competitive Interactions in the Information Technology Sector: International Experience and Russia. *Problems of Economic Transition*, 25 (10), 44–64
 - Tsai, H.C. & Hua, M. S. (2006), Can Intellectual Capital Powerfully Explain the Stock Price of Electronic Companies? *Taiwan Academy of Management Journal*, 6 (2), 237-250
 - http://www.pwc.com/gx/en/annual-review/download_order.jhtml?WT.mc=GAR-GHP

«مدیریت بهره‌وری»

سال هفتم - شماره ۲۵ - تابستان ۱۳۹۲

ص ۱۴۱ - ۱۲۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۱۱/۳۰

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۴/۲۱

بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی (Traits) با کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

رضا خدایی محمودی^۱

نادر بهلولی^۲

پیمان غنیمت^۳

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش را دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت صنعتی ورودی‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز تشکیل می‌دهند، که از بین آنها تعداد ۱۶۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه‌ی آزمون جامع گرایش به کسب و کار می‌باشد. روش آماری استفاده شده در این پژوهش ضریب همبستگی پیرسون می‌باشد. این پژوهش شامل پنج فرضیه‌ی اصلی می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.

واژه‌های کلیدی:

کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی، کارآفرین

^۱ - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرند، گروه مدیریت، مرند، ایران.

^۲ - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، گروه مدیریت، بناب، ایران.

^۳ - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، تبریز، ایران.

مقدمه

ترکیب جمعیتی جوان کشور و ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام اولیه به ویژه نفت و همچنین خروج از وضعیت اقتصادی تک محصولی از یک طرف و روندهای موجود در جامعه اطلاعاتی از طرف دیگر، عواملی هستند که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور را وا می‌دارند که به منبع قابل اتکائی به جز مواد اولیه بیاندیشند و بدون شک با توجه به الزاماتی که جامعه اطلاعاتی دارد، این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست (پورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۹، ۹). بیش‌تر متفکران اقتصادی-اجتماعی امروزه بر این باور هستند که نوآوری تنها راه تضمین بقا در دنیای امروزی به شمار می‌رود. از این حیث به وجود آوردن‌گان این نوآوری‌ها، شاه‌رگ حیاتی سازمان‌ها به شمار می‌روند و استعداد و خلاقیت افراد سازمان، سرمایه اصلی آن محسوب می‌شود. بنابراین ایجاد فضایی مناسب برای خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی افراد در جامعه را ضروری اجتناب‌ناپذیر می‌سازد (آقایی، ۱۳۸۶، ۲۵۰). دامنه‌ی تاثیرات کارآفرینی در جامعه بسیار وسیع است و از تغییر در ارزش‌ها، تا رشد شتابان اقتصادی را در بر می‌گیرد. در کارآفرینی با به کارگیری تکنولوژی‌های جدید و شیوه‌های نوین، سریع‌تر و کم هزینه‌تر نیازهای جامعه را به نحو احسن برآورده می‌سازد؛ از جمله مزایای کارآفرینی برای یک جامعه می‌توان استفاده مطلوب از سرمایه‌های راکد و بدون استفاده کشور؛ ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری و ایجاد صنایع نو؛ شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید؛ افزایش بهره‌وری در جامعه و انتقال تکنولوژی؛ ایجاد تحرک اقتصادی یعنی بهبود اقتصادی فقرا، افزایش رفاه و کار در سطح جامعه؛ سازماندهی و استفاده اثر بخش از منابع؛ بازگشت به ارزش‌های اجتماعی و اشتغال‌زایی؛ توسعه آموزش و تشویق جامعه به کارهای خلاق (بشیری و همکاران، ۱۳۸۳)؛ عامل تحریک و تشویق حس رقابت، عامل تحریک، ترکیب و مهیا کردن عوامل تولید، عامل ساماندهی منابع و استفاده اثربخش از آن‌ها، عامل یکپارچگی و ارتباط بازارها، عامل رفع خلل، شکاف‌ها، تنگناهای بازار و اجتماع، عامل کاهش بروکراسی اداری (کاهش پشت میز نشینی، مشوق عملکرد، ...). عامل تحول و تجدید حیات ملی و محلی؛ عامل شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید؛ عامل نوآوری و روان‌کننده‌ی تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا؛ گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان؛ ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع؛ کمک به توسعه‌ی متوازن منطقه‌ای؛ کاهش تمرکز

اقتصادی؛ توزیع مجدد ثروت و درآمد؛ تحرک منابع سرمایه‌ای بی‌استفاده و سرگردان؛ بهبود کیفیت زندگی و... تلقی کرد (پورداریانی، ۱۳۸۵، ۵۰). با وجود این که کارآفرینی مبنای تمامی پیشرفت‌های انسانی بوده اما با وجود تعاریف زیاد آن هنوز مفهوم و ماهیت اصلی‌اش شناخته شده نیست و نمی‌توان تعریف استاندارد از آن به دست داد؛ چرا که این مفهوم ریشه در تفکر، سطح تجزیه و تحلیل و رویکرد افراد به مکاتب مختلف اقتصادی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، جمعیت‌شناختی و غیره دارد (درانی و مرادی، ۱۳۸۸، ۲۰). در فرهنگ انگلیسی به فارسی آریان‌پور واژه‌ی کارآفرینی به معنای متهور، به کارهای مهم اقدام کرده، دل به دریا زدن و ... ذکر شده است (غنیمت و همکاران، ۱۳۹۰، ۳۶). با توجه به تعاریف مختلفی که صاحب‌نظران از کارآفرینی ارائه داده‌اند چکیده‌ای از این تعاریف در قالب جدول ۱ منعکس شده است.

جدول ۱. تعاریف کارآفرینی

صاحب‌نظران	تعاریف کارآفرینی
شومپتر	کارآفرینی عبارت است از عرضه کالایی جدید، روشی جدید در فرآیند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در کسب و کار (پورکوپنکو و پاولن ^۱ ، ۱۹۹۱، ۶).
کرایزner ^۲	کارآفرینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده تاکید دارد (همان منبع).
پیتزدراکر ^۳	کارآفرینی بهره برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است (مقیمی، ۱۳۸۴، ۲۵).
تیمونز ^۴	کارآفرینی خلق چیزی ارزشمند از هیچ است (مقیمی، ۱۳۸۴، ۷۵).
تامپسون ^۵	کارآفرینی موقعیت‌یابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست (غنیمت و همکاران، ۱۳۹۰، ۳۵).

اکثر صاحب‌نظران بر این تعریف توافق دارند که کارآفرینی فرآیندی است که از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی با ریسک مالی، روانی و اجتماعی چیزی با ارزش می‌شود که دریافت پاداش‌های مالی و رضایت شخصی از نتایج آن است (هیسریچ و پیتز، ۲۰۰۲). این واژه به اشخاص پر اراده‌ای اطلاق می‌شود که اراده، خلاقیت، پایداری و موفقیت اجتناب‌ناپذیرشان، آنها را به قهرمانان روز تبدیل می‌کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۸، ۲۰).

¹. Prokopenko & Pavlin

². Krizner

³. Druker

⁴. Timmons

⁵. Thompson

⁶. Hisrich & peters

پیتر دراگر معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نماید؛ مخاطره‌پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید؛ برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد ولی هیچگاه سرمایه گذار نیست؛ همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند (همان، ۲۱). کارآفرین در زبان فرانسه، ابتدا به کسی اطلاق می‌شد که گروه موزیک یا دیگر فعالیت‌های تفریحی و سرگرم کننده را سازماندهی می‌کند. به تدریج این واژه در قرن هفدهم کاربرد بیشتری پیدا کرد و فعالیت‌های مهندسی، هم‌چون امور ساختمانی و سنگ‌سازی را نیز شامل شد. با شروع قرن هجدهم، این اصطلاح برای فعالیت‌های اقتصادی نیز به کار گرفته شد. از این زمان به بعد بود که واژه‌ی کارآفرین برای فعالیت‌های متنوع و در قالب دیدگاه‌های مختلف مطرح شد (خانکا، ۲۰۰۳، ۱). کانتیلون برای اولین بار اهمیت و نقش کارآفرین را در ایجاد ثروت و ارزش اقتصادی مورد بحث قرار داد (احمدپور، ۱۳۷۸، ۴۴).

از کارآفرین نیز همانند کارآفرینی در حوزه‌های مختلف تعاریف زیادی شده است اما هنوز توافقی بر تعریف کارآفرین وجود ندارد. با توجه به تعاریف مختلفی که صاحب‌نظران از کارآفرینی ارائه داده‌اند چکیده‌ای از این تعاریف در قالب جدول ۲ منعکس شده است.

جدول ۲. تعاریف کارآفرین

صاحب‌نظران	تعاریف کارآفرین
باتیست سی	کارآفرین فردی است که منابع اقتصادی را از حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود پایین‌تر است، به حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود بالاتر است، منتقل می‌کند (پروکونکو و پالوین، ۱۹۹۱، ۶).
شومپیتر	کارآفرین فردی است که ترکیب جدید را در تولید ایجاد می‌کند (همان منبع).
۱ وسپر	کارآفرینان افرادی‌اند که رقابت را افزایش می‌دهند، به دنبال فرصت‌های مناسبی‌اند تا در محیط بازار، نیازهای برآورده نشد را برآورده کنند و عقاید جدید را خلق و اجرا کنند (مقیمی، ۱۳۸۴، ۲۵).
۲ استونر	کارآفرین کسی است که کسب و کار مخره‌آمیزی جدید و سازمان جدید را بنیان‌گذاری می‌کند (استونر، ۱۹۹۵، ۱۵۹).
احمدپور و مقیمی	کارآفرین، فردی است که دارای ایده و فکر جدید می‌باشد و با بسیج منابع از طریق فرآیند ایجاد یک کسب و کار (کسب و کار الکترونیکی یا اینترنتی، کسب و کار خانگی، کسب و کار کوچک و متوسط) که توأم با مخاطره مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه می‌کند.

1. Vesper

2. Stoner

صاحب‌نظران به دنبال کشف پاسخ این پرسش بودند که کدام ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین است که وی را از غیرکارآفرین متمایز می‌سازد. در واقع هدف آن‌ها شناخت چگونگی ایجاد این ویژگی‌های متمایز کننده بود، لذا برای تفکیک کارآفرین از غیرکارآفرین، متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی مختلفی شناسایی شد که رویکرد جدیدی تحت عنوان رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌ها را در بحث کارآفرینی به وجود آورد. در این رویکرد بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی برای کارآفرینان شناسایی شد، اما مهم‌ترین این متغیرها شامل: تمایل به ریسک و مخاطره^۱؛ پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. گرایش به خلاقیت^۲ و نوآوری^۳؛ توانایی تلفیق ایده‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیرمعمول بین ایده‌های مختلف. نیاز به استقلال^۴؛ نیاز به استقلال را به عبارتی نظیرکاری را برای خود انجام دادن و آزادی عمل داشتن و آقای خود بودن تعریف کرده‌اند. در واقع نیاز به استقلال عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند. انگیزه^۵ و تعهد^۶؛ هر نوع عامل یا شرایطی که موجب فعالیت‌های گوناگون در جهت معین و صرف انرژی توسط فرد گردد را انگیزه گویند؛ و تعهد از نظر لغوی عبارت از به‌کار گرفتن کاری، به‌عهده گرفتن، نگاه داشتن، عهد و پیمان بستن و در اصطلاح عمل متعهد شدن به یک مسئولیت یا یک باور(غنیمت و همکاران، ۱۳۹۰، ۸۶). مرکز کنترل درونی^۷؛ مرکز کنترل یعنی عقیده فرد نسبت به این‌که وی در کنترل وقایع خارجی یا داخلی است. افراد از لحاظ این ویژگی دو دسته هستند: دسته اول افرادی هستند که دارای منبع کنترل درونی هستند، موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به خود و عوامل درونی خودشان نسبت می‌دهند. دسته دوم افرادی هستند که دارای مرکز کنترل بیرونی^۸ هستند، موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به خود و عوامل محیطی و بیرونی نسبت می‌دهند(شاین و همکاران^۹، ۲۰۰۳). در تحقیقی که در سال ۱۹۹۱ بروی صاحبان

^۱.Risk- Taking propensity

^۲.Creativity

^۳.Innovation

^۴.Need for Independence

^۵.Desire

^۶.Commitment

^۷.Internal locus of control

^۸.External locus of control

^۹.Shane and et al

شرکت‌های کوچک انجام شد، اهمیت نیاز به استقلال به عنوان یک عامل انگیزشی آشکار گردید. ۳۳ درصد از کسانی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند، از کار در شرکت‌های خود دست کشیده بودند، و اظهار داشتند که دلیل اصلی ترک شغل از سوی آنان بوده است و می‌خواستند آقای خودشان باشند و به طور مستقل فعالیت کنند (لانگ نکر و مور و پتی^۱، ۱۹۹۷، ۳۸). در تحقیقی دیگر با عنوان بررسی رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی خلاقیت، انگیزه‌ی پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز توسط شکرشکن و همکاران انجام شد، رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی بین متغیرهای پیش بین خلاقیت، انگیزه‌ی پیشرفت و عزت نفس را با ملاک کارآفرینی در کل نمونه و به تفکیک در نمونه‌های دختران و پسران مطرح ساخت. نتایج این پژوهش با یافته‌های تحقیقات انجام شده در خارج از کشور هماهنگ بود. در تحقیقی دیگر با نام مقایسه‌ی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شیراز توسط مصلح شیرازی چند ویژگی از قبیل توفیق‌طلبی، قدرت‌طلبی، ریسک‌پذیری و استقلال مورد توجه پژوهشگر قرار گرفت و یک نمونه ۲۰۰ نفره از دانشجویان سال اول و چهارم دانشکده‌های ادبیات و علوم انسانی و مهندسی دانشگاه شیراز از نظر ویژگی‌های فوق مورد مطالعه قرار داد و نتایج حاصله نشان داد که در مجموع دانشجویان دانشگاه شیراز از سطح روحیه‌ی کارآفرینی چندانی برخوردار نیستند، و دانشجویان دانشکده‌ی مهندسی از انگیزه‌ی ریسک‌پذیری بالاتری نسبت به دانشکده‌ی علوم انسانی برخوردار بودند، همچنین دانشجویان دانشکده‌ی علوم انسانی نسبت به دانشجویان مهندسی از انگیزه‌ی توفیق‌طلبی بالاتری برخوردار بودند. در تحقیقی دیگر با نام بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یزد) داریوش فرید رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار را مورد بررسی قرار داد. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه یزد ۷۹۳۸ دانشجو که تعداد ۳۴۶۱ دانشجو پسر و ۴۴۷۷ دانشجو دختر بودند. حجم نمونه آماری توسط جدول مورگان ۳۴۶ نفر برای دانشجویان پسر و ۳۵۴ نفر برای دانشجویان دختر برآورد شد. روش تحقیق از نوع همبستگی است. نتایج این تحقیق حاکی از آن بود که بین خلاقیت و کارآفرینی هم در ورزشکار و هم غیر ورزشکاران رابطه مثبت و معنی داری وجود ندارد. بررسی رابطه‌ی بین دو متغیر در

^۱.Langenecker & Moor & Petty

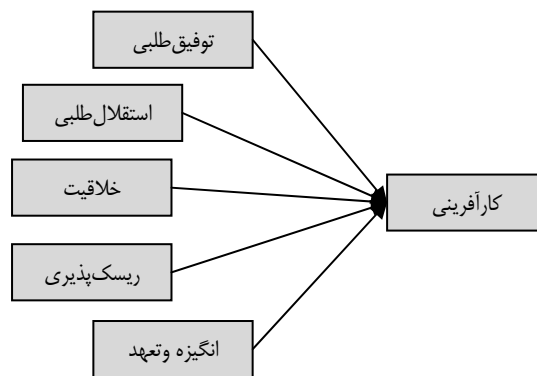
چهار گروه دال بر وجود رابطه‌ی بین خلاقیت و کارآفرینی در مردان ورزشکار و غیر ورزشکار بود. به طوری که خلاقیت مردان ورزشکار ۶۵ درصد و مردان غیر ورزشکار ۶۳ درصد کارآفرینی را تبیین می‌کرد. در تحقیقی دیگر که با عنوان بررسی رابطه‌ی بین مولفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی با کارآفرینی با هدف بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های روان‌شناختی با کارآفرینی انجام گرفت. نمونه‌ای از بین دانشجویان کارشناسی ارشد (ورودی ۱۳۸۵) رشته‌های علوم رفتاری دانشگاه تهران انتخاب شده است. حجم جامعه‌ی مورد تحقیق ۸۶۹ نفر می‌باشد که بر اساس فرمول نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب، ۱۶۷ نفر به عنوان نمونه‌ی معرف در نظر گرفته شده است. روش آماری مورد استفاده در این مقاله رگرسیون چندگانه می‌باشد که سهم هر یک از مولفه‌های روان‌شناختی را در پیش‌بینی کارآفرینی مشخص می‌کند. نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد که بین هر یک از مولفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی و کارآفرینی رابطه وجود دارد و از طریق آن می‌توان کارآفرینی را پیش‌بینی کرد. با توجه به مطالب ذکر شده و پیشینه تحقیقات انجام شده در خصوص ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخ مناسب برای این پرسش است که آیا بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز رابطه وجود دارد؟

ابزار و روش

این پژوهش از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از انواع پیمایشی می‌باشد و از لحاظ ماهیت و هدف پژوهش از نوع کاربردی می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از: ۱- روش کتابخانه‌ای ۲- پژوهش‌های میدانی؛ که در این قسمت از پرسش‌نامه استفاده شده است. برای بررسی روایی این پژوهش ابزار اندازه‌گیری در اختیار اساتید محترم و همچنین تعدادی از متخصصان و استادان در زمینه کارآفرینی قرار گرفت و از آنان خواسته شد پس از مطالعه، نظرات خود را در مورد روایی پرسش‌نامه اعلام نمایند پس از جمع‌آوری اظهارنظرهای اعلام شده از سوی اساتید، اصلاح و بومی‌سازی برخی سوالات، نتیجه گرفته شد که پرسش‌نامه‌ی مورد نظر از روایی بالایی برخوردار است و برای محاسبه پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شده و برای سنجش آن قبل از اجرای نهایی تعدادی از افراد نمونه‌ی پژوهش به طور تصادفی انتخاب شدند، سپس

پرسش‌نامه در اختیار آنها قرار گرفت. داده‌های بدست آمده از طریق نرم افزار SPSS محاسبه شد که از محاسبه آن به رقم ۰/۸۷ رسیدیم.

جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت صنعتی ورودی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز تشکیل می‌دهند که از بین آنها تعداد ۱۶۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش-نامه است.



شکل (مدل مفهومی پژوهش)

برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردیده که به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۳. آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش

ردیف	فرضیه‌ها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد	نتیجه
۱	H ₀ : بین توفیق‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین توفیق‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۶۲۵	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۲	H ₀ : بین استقلال‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین استقلال‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۴۲۶	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۳	H ₀ : بین خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۶۱۸	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۴	H ₀ : بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۷۱۲	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۵	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۶۳۰	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود

با توجه به جدول فوق همان‌گونه که مشاهده می‌شود: در تمامی فرضیه‌های تحقیق مقدار سطح معنی‌داری آزمون همبستگی محاسبه شده کوچک‌تر از ۰,۰۵ می‌باشد، بنابراین در تمامی فرضیه‌های تحقیق، فرضیه مخالف (H₀) رد می‌شود و فرض آماری (H₁) با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و انگیزه و تعهد با کارآفرینی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. هم‌چنین ضریب همبستگی برای: فرضیه یکم برابر با ۰,۶۲۵، فرضیه دوم برابر با ۰,۴۲۶، فرضیه سوم برابر با ۰,۶۱۸، فرضیه چهارم برابر با ۰,۷۱۲ و فرضیه پنجم برابر با ۰,۶۳۰ می‌باشد.

یافته‌ها:

جدول ۴. بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی

نوع فرضیه	فرضیه‌ها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد	نتیجه
یکم	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۳۰۰	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
دوم	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۳۱۰	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
سوم	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۱۴۸	۰/۰۵۸	۱۶۵	H ₀ تایید می‌شود
چهارم	H ₀ : بین ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۲۹۷	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
پنجم	H ₀ : بین ریسک‌پذیری و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین ریسک‌پذیری و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۳۴۹	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
ششم	H ₀ : بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۲۱۰	۰/۰۰۷	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود

با توجه به جدول ۴ همان‌گونه که مشاهده می‌شود: در فرضیه یکم مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف (H₀) رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده متغیرهای بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری که ۰/۳۰۰ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه دوم مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف (H₀) رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده متغیرهای انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی که ۰/۳۱۰ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه سوم نیز مقدار سطح معنی‌داری بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه موافق (H₁) رد می‌شود و فرض مخالف با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین انگیزه و تعهد و خلاقیت دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود ندارد. با توجه به ضریب

همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای انگیزه و تعهد و خلاقیت که $0/148$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه چهارم نیز مقدار آزمون همبستگی محاسبه شده معنی‌دار می‌باشد یعنی مقدار سطح معنی‌داری کوچکتر از $0/05$ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان 95% پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی که $0/297$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه پنجم نیز مقدار آزمون همبستگی محاسبه شده معنی‌دار می‌باشد، یعنی مقدار سطح معنی‌داری کوچکتر از $0/05$ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان 95% پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین ریسک‌پذیری و خلاقیت دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. و با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای ریسک‌پذیری و خلاقیت که $0/349$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه ششم نیز مقدار آزمون همبستگی محاسبه شده معنی‌دار می‌باشد یعنی مقدار سطح معنی‌داری کوچکتر از $0/05$ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان 95% پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. و با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای خلاقیت و توفیق‌طلبی که $0/210$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی رابطه‌ی بین هر یک از ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی با کارآفرینی دانشجویان پرداخته شد. با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده در هر یک از آزمون فرض‌ها می‌توان گفت تمامی ویژگی‌های شخصیتی در نظر گرفته شده در این تحقیق از قبیل توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و انگیزه و تعهد با کارآفرینی دارای رابطه معنی‌داری می‌باشند و از طریق آن‌ها می‌توان کارآفرینی دانشجویان را پیش‌بینی نمود. همچنین در این تحقیق رابطه هر یک از ویژگی‌های شخصیتی از قبیل رابطه‌ی انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری، رابطه‌ی انگیزه و

تعهد و توفیق‌طلبی، رابطه‌ی انگیزه و تعهد و خلاقیت، رابطه ریسک‌پذیری و توفیق-طلبی، رابطه‌ی ریسک‌پذیری و خلاقیت و رابطه‌ی بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان مورد بررسی قرار گرفت که دلالت بر وجود رابطه بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری، رابطه‌ی انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی، رابطه‌ی ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی، رابطه‌ی ریسک‌پذیری و خلاقیت و رابطه‌ی بین خلاقیت و توفیق‌طلبی و همچنین عدم وجود رابطه‌ی بین انگیزه و تعهد و خلاقیت داشته است. نتایج به دست آمده در این پژوهش با نتایج احمدپور (۱۳۷۷)، عادل (۱۳۷۹)، شریف زاده (۱۳۸۱)، برومندنسب (۱۳۸۱)، عزیزی (۱۳۸۲)، ادهمی (۱۳۸۳)، هزارجریبی (۱۳۸۳)، بدری (۱۳۸۴)، جعفرزاده (۱۳۸۴)، سلمان‌زاده (۱۳۸۵)، ورتمن (۱۹۸۶)، ریسال (۱۹۹۲)، احمد (۱۹۹۵)، درایسن و زورات (۱۹۹۹)، هیلدبراندو (۲۰۰۳) و هوارد (۲۰۰۴) هم‌خوانی دارد. هم‌خوانی نتایج به دست آمده از این تحقیق با نتایج به دست آمده از محققان دیگر، دلالت بر وجود رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دارد. لذا در این تحقیق به دانشجویان مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز پیشنهاد به منظور افزایش میزان ریسک‌پذیری در خود سعی بر آن داشته باشند تا از شکست‌های قبلی خود درس گرفته و آن را به عنوان یک شکست تلقی نکنند بلکه از تجربه آن برای کارهای جدید استفاده کنند و همچنین سعی بر آن داشته باشند که پروژه‌های جدید و نو را آغاز کنند و بر این اصل اعتقاد داشته باشند که ریسک جزء جدانشدنی از زندگی است. به منظور افزایش میزان استقلال‌طلبی دانشجویان پیشنهاد می‌شود قدرت رهبری را در خود افزایش داده و در مواقع مختلف در صورت مواجهه با محدودیت‌ها پس از مشورت‌های لازم کار را به شیوه‌ی خود انجام دهند؛ برای افزایش میزان خلاقیت پیشنهاد می‌شود ایده‌های غیر معمول را به هم ربط دهند و سعی بر توصیف پدیده‌ها به ساده‌ترین شکل ممکن باشند. به منظور افزایش میزان توفیق‌طلبی پیشنهاد می‌شود کارها را تا دستیابی به نتیجه عالی ادامه دهند و تمرکز و نگاه آن‌ها به آینده باشد تا گذشته و حال و به دنبال بازخورد گرفتن مکرر از رفتار خود باشند همچنین در موافق چالشی به موفقیت‌ها بیش‌تر از شکست فکر کنند؛ در خصوص افزایش میزان انگیزه و تعهد پیشنهاد می‌شود هرآنچه که از زندگی می‌خواهند را بدست بیاورند و اعتقاد داشته باشند که باید آن قدر تلاش کنند که به آن برسند، اعتقاد داشته باشند که موفقیت نتیجه سخت‌کوشی است و شانس هیچ

معنایی ندارد و وقتی برای انجام کاری برنامه‌ریزی می‌کنند، همیشه براساس آن برنامه جلو بروند.

منابع:

- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۴)، کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- احمدپورداریانی، محمود و مقیمی، محمد (۱۳۸۹)، مبانی کارآفرینی، تهران: انتشارات فراندیش.
- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۸)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: شرکت پردیس.
- بشیری، فروغ و فخاریان، شمسی (۱۳۸۳)، نقش دانش‌آموختگان نظام علمی و کاربردی در توسعه کشور و کارآفرینی، مجموعه مقالات سومین کنگره ملی آموزش‌های علمی- کاربردی، تهران: دانشگاه جامع علمی و کاربردی.
- دارنی، کمال، مرادی، حجت اله (۱۳۸۸)، مبانی و اصول کارآفرینی، تهران، دانشگاه هرمزگان.
- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۸)، اصول و مبانی کارآفرینی، انتشارات کیا.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۶)، اصول و مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات کیا.
- شکرشکن، حسین و همکاران (۱۳۸۱)، بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، مجله علوم تربیتی و روانشناسی، سال نهم، دوره‌ی سوم.
- غنیمت، پیمان (۱۳۹۰)، بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی (Traits) و روان‌شناختی با کارآفرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی.
- گل‌شکوه و همکاران (۱۳۸۸)، بررسی رابطه بین سبک‌های تفکر، انگیزه پیشرفت، پیشرفت تحصیلی و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان، آرشیو سایت SID.
- Hisrich, robert & Peters, Michal P. (2002), Entrepreneurship: Starting, and Managing a New Enterprise. New York. The Mc Graw Hill
- Ireland Duane, Hitt Michael (2003), A M odel Of Strategic Entrepreneurship, The Construct And Dimention, Journal Of Managment, No 29 P: 293
- Khanka, s (2003), Entrepreneurial development, New Delhi: Chand an Company ltd

-
- Longenecker, G. Moor, C. and Petty, W. (1997), Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis, Cincinnati, Ohio: South – Western College Pub.
 - Prokopenko Joseph and Pavlin Igor (1991), Entrepreneurship Development in Public Enterprises, International Labor organization
 - Shan; S. E & Collin, C.(2003), Entrepreneurial Motivation Human resource management Review 13(12) 257 – 279
 - Stoner J and Freeman Edward & Gilbert Daniel (1995), Management, New Jersey: Prentice-Hall.

«مدیریت بهره‌وری»

سال هفتم _ شماره ۲۵ _ تابستان ۱۳۹۲

ص ص ۱۶۵ - ۱۴۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۱۱/۱۸

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۴/۰۸

سنجش کیفیت خدمات و بررسی رابطه آن با سهم بازار بر اساس مدل سروکوال (مطالعه موردی: بانک صادرات شهر تبریز)

دکتر محمد فاریابی^۱

محمود محمودی^۲

چکیده

از اوایل دهه هشتاد با ورود بانک‌های خصوصی و مؤسسات مالی و اعتباری مختلف به عرصه صنعت بانکداری کشور، منابع جذب شده توسط بانک‌های دولتی رو به کاهش گذاشت. در این میان چالشی که بانک صادرات به عنوان گسترده‌ترین مؤسسه مالی کشور با آن روبروست آن است که علی‌رغم پیشینه‌ای قریب به یک قرن، طیف گسترده‌ای از نیروهای متخصص و مجرب و تعدد بی‌نظیر شعب در سطح داخل و خارج کشور، در طی ده سال گذشته منابع خود را رو به کاهش می‌بیند. این پژوهش به منظور ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز با استفاده از روش سروکوال که ابزاری برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات و شناسایی و تحلیل شکاف خدماتی موجود بین انتظارات و ادراکات مشتریان می‌باشد صورت گرفته است. همچنین در طی این تحقیق رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و سهم بازار بانک صادرات از منابع یا سپرده‌های مردمی مورد بررسی قرار گرفته است. در این تحقیق، تلاش در بومی‌سازی و تعدیل ابزار سروکوال برای تناسب هر چه بیشتر آن با خدمات ارائه شده در سیستم بانکی ایران صورت گرفت و بعد قابلیت دسترسی به عنوان بعد ششم به ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات (عوامل ملموس، قابلیت اعتبار، پاسخگویی، تضمین و همدلی) افزوده شده و نهایتاً مدل بومی شده سروکوال با شش بعد و ۲۵ مولفه تدوین گردید. در این تحقیق برای بررسی ادبیات تحقیق و همچنین اطلاعات طبقه‌بندی شده و آمارهای منتشر شده توسط بانک صادرات شهر تبریز از روش مطالعات کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز جهت سنجش کیفیت خدمات از طریق پرسشنامه بومی‌سازی شده سروکوال از روش عملیات میدانی استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مشتریان بانک صادرات شهر تبریز تشکیل می‌دهند. برای نمونه‌گیری از روش تصادفی خوشه‌ای استفاده شده است و از این جامعه، نمونه آماری با حجم ۴۴۰ نفر تعیین شد و سپس پرسشنامه تنظیم شده بین این افراد توزیع گردید که نهایتاً ۴۰۰ پرسشنامه به صورت صحیح و کامل تکمیل و به محقق عودت داده شد. نتایج بدست آمده از این تحقیق بیانگر این است که بین خدمات مورد انتظار مشتریان و خدمات ارائه شده به آنها توسط بانک صادرات شهر تبریز به غیر از بعد قابلیت اعتبار، در سایر ابعاد خدمات، تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین از یافته‌های این تحقیق رابطه بین ابعاد "قابلیت اعتبار"، "تضمین" و "پاسخگویی" با سهم بازار به اثبات رسید ولی رابطه معنی‌داری بین ابعاد "قابلیت دسترسی" و "همدلی" و "عوامل ملموس" با سهم بازار مشاهده نگردید.

واژه‌های کلیدی: کیفیت خدمات، سروکوال، کیفیت مورد انتظار، کیفیت درک شده، سهم بازار.

^۱ - عضو هیات علمی (استادیار) دانشگاه تبریز، تبریز-ایران (infofaryab@yahoo.com)

^۲ - دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب (m_mahmoodi_62@yahoo.com)

مقدمه

ضرورت انجام این تحقیق در سه مسئله اساسی نهفته است: نخست اینکه کیفیت خدمات از چه ابعادی تشکیل شده و از نظر مشتریان، هر یک از این ابعاد از چه اهمیتی برخوردار هستند. دوماً عملکرد بانک صادرات در هر یک از این ابعاد چگونه است و نهایتاً چه رابطه‌ای بین هر یک از ابعاد کیفیت خدمات و سهم بازار این بانک وجود دارد.

امروزه کیفیت خدمات به عنوان یک عامل مهم و موثر در موفقیت سازمان‌ها به شمار می‌رود. بنابراین همه سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های خدماتی و از آن جمله بانک‌ها بایستی به دنبال افزایش کیفیت خدمات خود باشند چرا که به کیفیت به عنوان یک عامل اساسی که می‌تواند ضریب رقابتی نیرومندی را برای سازمان‌ها را به ارمغان آورد، نگریسته می‌شود (باهیا و ناتل، ۲۰۰۰، ۸۴).

باید توجه داشت ارایه خدمات با کیفیت عالی یک استراتژی رقابتی انتخابی^۱ نیست، بلکه امروزه کیفیت خدمات عاملی حیاتی در بقاء و سودآوری سازمان به شمار می‌رود. مطالعات اخیر نشان می‌دهد که "هزینه‌های کیفیت" می‌تواند بین ۳۰ تا ۵۰ درصد از درآمدهای فروش شرکت‌های خدماتی را ببلعد. در حقیقت بهبود کیفیت خدمات به استراتژی اصلی سازمان برای افزایش قدرت رقابتی آنها تبدیل شده است (نیومن و کولینگ، ۱۹۹۶، ۳).

توجه به کیفیت خدمات، چندین مزیت را به همراه خواهد داشت؛ اول اینکه کیفیت خدمات منجر به رضایت مشتری و نتیجتاً افزایش وفاداری و سهم بازار می‌شود. دوم؛ کیفیت خدمات عنصری اساسی در بازاریابی رابطه‌مند مشتری به شمار می‌رود. نهایتاً کسب مزیت رقابتی از طریق کیفیت خدمات مستلزم شناخت الزامات کیفیت از منظر مشتریان است (وانگ و سوها، ۲۰۰۰، ۴۲۴).

شدت گرفتن رقابت و سرعت گرفتن پذیرش مفاهیم جدید بازاریابی منجر شده بسیاری از کسب و کارهای خدماتی و خرده‌فروشی‌ها به دنبال راه‌های سودآوری برای متمایز ساختن خود از رقبایشان باشند. یکی از استراتژی‌ها که با موفقیت این کسب و کارها مرتبط بوده است ارائه خدمات با کیفیت بالا می‌باشد. در واقع ارائه خدمات با کیفیت، به عنوان پیش‌نیاز موفقیت، لازمه بقاء در سازمان‌های خدماتی از دهه ۱۹۸۰ به بعد به شمار می‌رود (پاراسورامان و دیگران، ۱۹۹۸، ۱۲).

^۱-optional competition strategy

با توجه به کلیه موارد مطرح شده، میتوان اینگونه بیان کرد که مبنای تعریف کیفیت خدمات، انتظار ادراک مشتری از خدمات است. بنابراین درک صحیح مفهوم انتظار مشتری برای تعریف کیفیت خدمات بسیار مهم است. لذا خدمات مورد انتظار یا همان خدمات مطلوب، بیانگر سطحی از خدمت است که مشتری امید دریافت آن را دارد. در واقع خدمات مطلوب تلفیقی از باورهای مشتری پیرامون این دو مطلب است که خدمات چگونه می تواند باشد و چگونه باید باشد (براون، ۱۹۸۹، ۹۲).

هر چند که خدمات از جمله بخش های دارای رشد سریع در کشورهای در حال توسعه محسوب می شود، با این حال، در این کشورها کمتر توجهی به کیفیت ارائه خدمات می شود. در حقیقت در اقتصاد در حال توسعه، مطالعات مرتبط با مقوله خدمات مورد غفلت واقع شده است (یانگوی و دیگران، ۲۰۰۳، ۷۲).

به علاوه بخشی از این بی توجهی و بی علاقهگی را میتوان در این حقیقت دانست که از گذشته، درک اندکی از تمایزات بین مدیریت خدمات و مدیریت سازمان های تولیدی وجود داشته است (بیتران و لوژو، ۱۹۹۳، ۲۷۱).

کشور ما نیز از این مقوله مستثنی نبوده و آنگونه که شایسته است در این زمینه چندان فعال نبوده است. حال سوالی که در اینجا مطرح می شود آن است که مشتریان بانک صادرات شهر تبریز نسبت به کیفیت خدمات دریافتی از این بانک چه نظری دارند و این خدمات تا چه اندازه مطابق با انتظارات آنان است.

تمایل به ارائه خدمات با کیفیت، نقش مهمی در صنایع خدماتی از جمله صنعت بانکداری ایفا می کند چرا که کیفیت خدمات برای بقاء و سودآوری چنین سازمان هایی حیاتی است. در واقع کیفیت خدمات، خود را به عنوان یک عنصر حیاتی در اکثر سازمان ها و صنایع خدماتی معرفی کرده است و این موضوع در زمینه خدمات پولی و مالی جلوه بیشتری یافته است. نتایج تحقیقات مختلف نشان می دهد که بین کیفیت خدمات و عملکرد مالی سازمان ارتباط مثبتی وجود دارد. در حقیقت شرکت هایی با خدمات مطلوب تر، سهم بازار بیشتر، بازگشت سرمایه بالاتر و گردش دارایی مناسب تری را از آن خود کرده اند. بنابراین در بلندمدت، مهم ترین عامل اثرگذار بر عملکرد تجاری، کیفیت بالای کالا و خدماتی است که سازمان نسبت به رقبای خود عرضه می کند.

تحقیقات زیادی در زمینه بازاریابی خدمات و سنجش کیفیت خدمات موسسات خدماتی در داخل و خارج کشور صورت گرفته است. در این میان تحقیقاتی نیز انجام

گرفته که سطح کیفیت خدمات بانکی را با استفاده از ابزار سروکوال مورد سنجش قرار داده است.

سلیمانی بشلی و دیگران (۱۳۸۸) در تحقیقی برای سنجش سطح انتظارات و ادراک مشتریان بانک‌های دولتی شهر تهران از کیفیت خدمات ارائه شده به این نتایج دست یافتند که از نقطه نظر مشتریان، بعد تضمین به عنوان مهم‌ترین و بعد عوامل ملموس به عنوان کم اهمیت‌ترین بعد مشخص گردید و همچنین این نتیجه حاصل شد که در بین ابعاد کیفیت خدمات، بعد همدلی دارای کمترین و بعد قابلیت دسترسی دارای بیشترین شکاف بین انتظارات و ادراک مشتریان می باشد.

کرمی (۱۳۸۶) در تحقیقی تحت عنوان "بررسی کیفیت خدمات در صنعت بانکداری خصوصی با استفاده از مدل سروکوال"، به نتایجی دست یافتند که بین خدمات مورد انتظار مشتریان و خدمات ارائه شده به آنها در کلیه ابعاد پنج گانه شکاف وجود دارد. که میزان این شکاف در مور بعد عوامل ملموس کمتر از بقیه ابعاد و بعد پاسخگویی عمیق‌ترین شکاف را به خود اختصاص دادند.

گرچی (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان "بررسی کیفیت خدمات و رابطه آن با اثر بخشی"، به این نتیجه دست یافت که بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب کیفیت خدمات تفاوت معنی‌داری وجود دارد و نیز رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و اثر بخشی سازمان به اثبات رسید.

حسینی و دیگران (۱۳۸۹) به بررسی ارتباط کیفیت خدمات با رضایت مندی مشتری در بانک تجارت پرداخته‌اند که در نتیجه این تحقیق بین هر پنج بعد کیفیت خدمات با رضایتمندی مشتریان، رابطه مثبت و قوی وجود دارد.

در مطالعه پیشینه تحقیق صورت گرفته در داخل و خارج کشور، پژوهشی با مضمون بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و سهم بازار صنعت بانکداری یافت نگردید.

برای اولین بار سه محقق به نام‌های پاراسورامان^۱، زیتمال^۲ و بری^۳ در سال ۱۹۸۸ در حوزه کیفیت خدمات به ارائه مدلی مفهومی و تعریف آن پرداختند: "جهت و میزان اختلاف بین ادراک مشتری از خدمات و انتظاراتش." به عبارت دیگر سنجش

^۱-Parasuraman

^۲-Zeithmal

^۳-Berry

کیفیت خدمات تنها با تکیه بر ادراکات مشتریان نبوده بلکه از کاهش شکاف بین انتظارات و ادراکات آنان از ابعاد کیفیت خدمات حاصل می گردد.

این روش، در واقع یک تکنولوژی برای اندازه گیری و سنجش کیفیت خدمات فراهم کرده است (باتل، ۱۹۹۵، ۲۵).

در مدل اولیه پاراسورامان و همکارانش در سال ۱۹۸۵، آنها ۱۰ ملاک را شناسایی کردند که مشتریان به کمک آنها کیفیت خدمات را ارزیابی می کنند: قابلیت اعتبار، پاسخگویی، شایستگی، دسترسی، تواضع، ارتباطات، اعتبار، امنیت، درک مشتری و عوامل ملموس. بین ابعاد ۱۰ گانه مذکور نهایتاً ابعاد ۵ گانه کیفیت خدمات به شرح زیر تعیین گردید: (زیتال و پاراسورامان، ۱۳۸۷، ۳۳).

- ۱- عوامل ملموس^۱: شکل ظاهری امکانات، تجهیزات، ابزار ارتباطی و آراستگی پرسنل.
- ۲- قابلیت اعتبار^۲: توانایی انجام خدمت وعده داده شده بطور قابل اطمینان و دقیق.
- ۳- پاسخگویی^۳: تمایل به کمک به مشتریان و پاسخگویی سریع به سؤالات و خواسته‌های آنان.
- ۴- تضمین^۴: آگاهی و ادب کارکنان و توانایی آنها برای ایجاد حس اعتماد و تضمین نزد مشتریان.
- ۵- همدلی^۵: دلسوزی و توجه فردی سازمان به مشتریان.

طی مرحله بومی سازی مدل سروکوال، برای تطابق هر چه بیشتر آن با سنجش کیفیت خدمات ارائه شده در صنعت بانکداری کشور، شاخص قابلیت دسترسی^۶ به عنوان بعد ششم به ابعاد ۵ گانه کیفیت خدمات افزوده شد که سه مؤلفه مهم را در بر می گیرد:

- ۱- سهولت دسترسی مشتریان به شعب بانک به لحاظ موقعیت مکانی شعب.
- ۲- توانایی مشتریان جهت پارک کردن خودروهای خود در مجاورت شعبه.

^۱-tangibility

^۲-reliability

^۳-responsiveness

^۴-ensurance

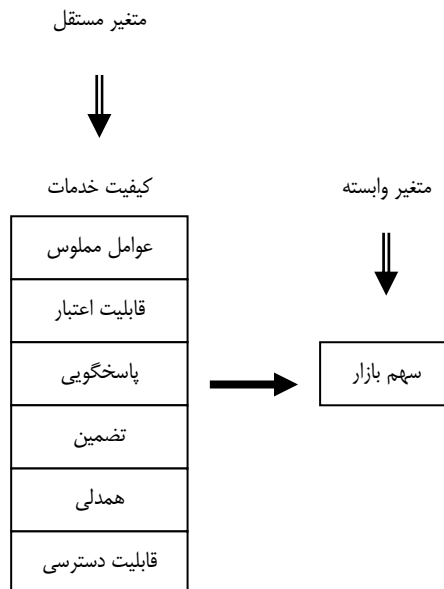
^۵-empathy

^۶-accessibility

۳- وجود فضای مناسب و تسهیلات لازم جهت رفاه حال مشتریان از زمان ورود آنان به شعبه تا زمان دریافت خدمات، بدین ترتیب مدل بومی شده سروکوال با ۶ بعد و مجموعاً ۲۵ مؤلفه تدوین گردید.

تعریف عملیاتی کیفیت خدمات: توجه به اینکه در این تحقیق از مدل بومی شده سروکوال استفاده شده، بنابراین کیفیت خدمات از شکاف حاصل از انتظارات و ادراکات مشتریان از ابعاد شش‌گانه خدمات حاصل می‌گردد.

تعریف عملیاتی سهم بازار: هر گاه صحبت از سهم بازار در نظام بانکی کشور می‌شود، منظور از بازار، همان حجم سپرده‌های مردمی نزد سیستم بانکی کشور است (ربیع‌زاده، ۱۳۸۶، ۴۷). سپرده‌های بانکی به مجموع سپرده‌های کوتاه‌مدت، بلندمدت، قرض الحسنه و سپرده‌های ارزی اطلاق می‌گردد. سهم بازار هر یک از شعب بانک صادرات شهر تبریز به روش مطالعات کتابخانه‌ای و با تکیه بر آمار و مستندات منتشره توسط سرپرستی بانک صادرات استان آذربایجان شرقی گردآوری گردیده است.



به طور کلی اهداف اصلی این پژوهش عبارت است از سنجش کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز و تعیین رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و سهم بازار بانک صادرات از منابع یا سپرده های مردمی.

ابزار و روش

در بین ابزارهای سنجش کیفیت خدمات، سروکوال تنها ابزاری است که انتظارات مشتریان را تا قبل از مواجهه آنان با خدمات نادیده نگرفته و شکاف موجود بین انتظارات و ادراک مشتریان است که گویای میزان رضایتمندی آنان از کیفیت خدمات می باشد. بنابراین در این پژوهش برای سنجش کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز از مدل بومی شده سروکوال استفاده شده است.

در این تحقیق ابتدا کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز مورد سنجش قرار می گیرد تا شکاف موجود بین انتظارات و ادراک مشتریان از کلیه ابعاد کیفیت خدمات شناسایی گردد. سپس در مرحله دوم تحقیق به بررسی رابطه بین هر یک از ابعاد کیفیت خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز پرداخته می شود.

از آنجا که در این تحقیق بر اساس اهداف تحقیق در پی ارائه راهکارهایی جهت ارائه کیفیت بهتر خدمات و ارتقاء هر چه بیشتر سهم بازار هستیم، تحقیق حاضر بر اساس هدف کاربردی است. همچنین با توجه به اینکه در پی شناخت رابطه کیفیت خدمات و سهم بازار هستیم و با جمع آوری داده های مرتبط به توصیف جامعه آماری پرداخته می شود، بنابراین تحقیق براساس روش جمع آوری داده ها در رده تحقیقات توصیفی و پیمایشی طبقه بندی می شود.

جامعه آماری این تحقیق کلیه مشتریان حقیقی بانک صادرات شهر تبریز می باشند که از خدمات این بانک استفاده کرده اند. برای جمع آوری داده ها می توان از کل جامعه آماری استفاده نمود و یا نمونه ای از آن را به صورت علمی برگزید و سپس داده های مربوط به این نمونه را استخراج کرد و در نهایت نتایج داده های تحلیل شده را به کل جامعه آماری تعمیم داد.

از رابطه زیر برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{\varepsilon^2}$$

در این رابطه مقدار $Z_{\alpha/2}$ با توجه به سطح α از جدول توزیع نرمال استاندارد قابل استخراج است. در نظر گرفتن مقدار بالاتر برای α از یک طرف باعث افزایش دقت شده و از طرف دیگر باعث افزایش حجم نمونه و هزینه نمونه‌گیری خواهد شد. با در نظر گرفتن تعادل بین هزینه و دقت اندازه‌گیری، سطح ۹۵ درصد برای α انتخاب می‌کنیم.

Q, P از جنس احتمال بوده و بین صفر و یک می‌باشند. برای اینکه دقت تحقیق دچار مخاطره نشود، مقدار بیشینه را برای حاصل ضرب این دو پارامتر در نظر می‌گیریم و این حاصلضرب زمانی بیشینه خواهد بود که هر کدام برابر $0/5$ در نظر گرفته شود. E مقدار خطاست که به طور معمول عددی کمتر از 10 درصد در نظر گرفته می‌شود. کاهش E به دلیل کاهش خطا، افزایش نمونه را به همراه دارد. حجم نمونه را با در نظر گرفتن تعداد خطای 5 درصد معین می‌کنیم.

$$n = \frac{(1/96)^2 \times 0/5 \times 0/5}{(0/05)^2}$$

بر این اساس حداقل تعداد 400 پرسش نامه در شهر تبریز لازم است توزیع گردد. از آنجا که شعب بانک صادرات شهر تبریز تحت سرپرستی 4 حوزه فعالیت می‌کنند، بنابراین با توجه به گستردگی و وسعت جامعه مورد بررسی، در ابتدا از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده می‌گردد. به این ترتیب که هر یک از حوزه‌های چهار گانه شهر تبریز به عنوان یک خوشه در نظر گرفته شده، سپس در هر خوشه 5 شعبه و هر یک از این شعب 22 مشتری به صورت تصادفی انتخاب می‌گردند تا نهایتاً 440 مشتری با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای، نمونه‌های آماری تحقیق را تشکیل دهند.

ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات، وسایلی هستند که محقق به کمک آنها قادر است اطلاعات مورد نیاز خود را گردآوری، ثبت و کمی نماید. در این پژوهش از روش‌ها و ابزارهای ذیل به منظور جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است:

الف) مصاحبه: جهت بومی‌سازی پرسشنامه سروکوال برای مطابقت هر چه بیشتر آن با اهداف تحقیق حاضر نظرات و راهنمایی‌های اساتید و کارشناسان بانکی از ابزار مصاحبه استفاده گردید.

ب) مطالعات کتابخانه ای : به منظور مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق و همچنین بهره مندی از بانک اطلاعاتی و انتشارات بانک صادرات شهر تبریز و مطالعات موردی از روش مطالعات کتابخانه ای استفاده گردیده است.

ج) روش میدانی (پرسشنامه) : برای اندازه گیری انتظارات و ادراک مشتریان و در نهایت سنجش کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است.

بر مبنای مدل بومی سازی شده سروکوال، پرسشنامه سروکوال در سه بخش تنظیم گردید:

در بخش اول پرسشنامه، از مشتریان در خواست می گردد تا مشخصات شخصی خود از جمله جنسیت و میزان تحصیلات خود را بیان نمایند.

در بخش دوم پرسشنامه، از مشتریان خواسته می شود تا به هریک از ابعاد ۶ گانه کیفیت خدمات بر حسب اهمیتی که هر یک از این ابعاد در ارزیابی کیفیت خدمات برای آنان دارد، امتیازی را اختصاص دهند به این صورت که قطعاً مجموع این امتیازات برابر ۱۰۰ باشد. بدین ترتیب میانگین نظرات مشتریان بیانگر اهمیت یا وزن هر یک از ابعاد کیفیت خدمات از تنطه نظر مشتریان خواهد بود که به صورت درصد بیان می گردد.

و نهایتاً بخش سوم پرسشنامه شامل ۲۵ سوال بوده که مجموعاً شش بعد کیفیت خدمات بانک صادرات شهر تبریز را بر اساس طیف پنج گانه لیکرت اندازه گیری می کند. لذا از پاسخ دهندگان خواسته می شود انتظارات و دریافت های خود را از هر یک ۲۵ مولفه کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز در طیف ۱ تا ۵ بیان کنند.

برای سنجش پایایی این تحقیق یک نمونه آزمایشی به عمل آمد به این طریق که با مراجعه به ۵ شعبه بانک صادرات در سطح تبریز، تعداد ۴۰ پرسشنامه به طور تصادفی بین مشتریان توزیع و جمع آوری گردید.

جهت بررسی پایایی پرسشنامه مورد استفاده از روش ثبات درونی با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ^۱ استفاده شده است. ضریب پایایی محاسبه شده برای پرسشنامه

^۱ -Gronbach alpha

تحقیق که حاوی ۲۵ سوال می‌باشد براساس انجام آزمون آلفای کرونباخ توسط نرم‌افزار^۱ SPSS در جداول زیر نشان داده شده است:

آلفای کرونباخ	مجموعه پرسش‌ها
۰/۹۰۵	کل پرسش‌های بخش انتظارت
۰/۷۱۵	بعد عوامل ملموس
۰/۷۷۴	بعد قابلیت اعتبار
۰/۷۸۶	بعد پاسخگویی
۰/۷۶۶	بعد تضمین
۰/۷۷۴	بعد همدلی
۰/۷۲۵	بعد قابلیت دسترسی
آلفای کرونباخ	مجموعه پرسش‌ها
۰/۹۳۹	کل پرسش‌های بخش ادراکات
۰/۷۴۶	بعد عوامل ملموس
۰/۸۶۶	بعد قابلیت اعتبار
۰/۸۵۵	بعد پاسخگویی
۰/۷۹۷	بعد تضمین
۰/۸۵۶	بعد همدلی
۰/۷۶۳	بعد قابلیت دسترسی

همانطور که در جداول فوق مشاهده گردید، مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه انتظارات ۰/۹۰۵ و برای پرسشنامه ادراکات ۰/۹۳۹ محاسبه گردیده است. ابزاری که آلفای کرونباخ آن بالاتر از سطح مقدار می‌نیمم که توسط "نان لی" پیشنهاد گردید یعنی ۰/۷ باشد، از جنبه پایایی از حد مناسبی برخوردار است.

روش‌های تجزیه و تحلیل آماری مورد استفاده در این تحقیق شامل: الف- آمار توصیفی: به منظور توصیف داده‌ها از روش‌های توصیفی آماری همچون میانگین، جداول فراوانی، درصد و فراوانی تراکمی استفاده شده است.

^۱ -statistics package for social sciences

ب- آمار استنباطی: هدف اصلی این تحقیق، ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز، و بررسی رابطه آن با سهم بازار بانک می باشد. بنابراین جهت سنجش کیفیت خدمات در هر یک از ابعاد شش گانه و آزمون فرضیه های اول تا ششم از روش آزمون ضریب t گروه های همبسته و به منظور بررسی رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز و آزمون فرضیه های هفتم تا دوازدهم تحقیق از روش آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

یافته ها

پاسخ دهندگان را به لحاظ سنی می توان به پنج گروه زیر ۲۵ سال، ۲۶ الی ۳۵ سال، ۳۶ الی ۴۵ سال، ۴۶ الی ۵۵ سال و بیشتر از ۵۵ سال تقسیم کرد. همانگونه که در جدول شماره (۱) مشاهده می شود، بیشترین درصد پاسخ دهندگان مربوط به گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال و کمترین درصد مربوط به پاسخ دهندگان با گروه سنی بالای ۵۵ سال می باشد.

جدول ۱- فراوانی سن گروه نمونه

سن	فراوانی	فراوانی درصدی	فراوانی درصدی تراکمی
زیر ۲۵ سال	۵۴	۱۳/۵	۱۳/۵
۲۵ - ۳۵ سال	۱۳۲	۳۳	۴۶/۵
۳۶ - ۴۵ سال	۱۰۷	۲۶/۸	۷۳/۳
۴۶ - ۵۵ سال	۶۸	۱۷	۹۰/۳
بالای ۵۵ سال	۳۹	۹/۷	۱۰۰
مجموع	۴۰۰	۱۰۰	

به لحاظ جنسیت، ۶۹٪ از پاسخ دهندگان را مردان و ۳۱٪ مابقی را زنان تشکیل داده اند.

جدول ۲- فراوانی جنسیت گروه نمونه

جنسیت	فراوانی	فراوانی درصدی	فراوانی درصدی تراکمی
مرد	۲۷۶	۶۹	۶۹
زن	۱۲۴	۳۱	۱۰۰
مجموع	۴۰۰	۱۰۰	

همانطور که در جدول شماره (۳) نشان داده شده است، بیشترین فراوانی پاسخ دهندگان به لحاظ میزان تحصیلات، مربوط به افرادی با تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم و کمترین فراوانی را افرادی با مدرک تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۳- فراوانی میزان تحصیلات گروه نمونه

میزان تحصیلات	فراوانی	فراوانی درصدی	فراوانی درصدی تراکمی
زیر دیپلم	۵۴	۱۳/۵	۱۳/۵
دیپلم و فوق دیپلم	۱۶۶	۴۱/۴	۵۴/۹
لیسانس	۱۴۲	۳۵/۶	۹۰/۵
فوق لیسانس و بالاتر	۲۸	۹/۵	۱۰۰
مجموع	۴۰۰	۱۰۰	

میزان اهمیت هر یک از ابعاد خدمات از نقطه نظر مشتریان به هنگام ارزیابی آنان از کیفیت خدمات ارائه شده چقدر می‌باشد؟ جهت پاسخگویی به این سؤال، پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، میانگین انتظارات، ادراکات و اهمیت هر یک از ابعاد کیفیت خدمات را از نقطه نظر مشتریان محاسبه می‌کنیم.

جدول ۴- میانگین انتظارات، ادراکات و اهمیت هر یک از ابعاد کیفیت خدمات

ابعاد کیفیت خدمات	انتظارات	ادراک	شکاف	اهمیت
عوامل ملموس	۴	۲/۸۰	-۱/۲۰	۹/۶٪
قابلیت اعتبار	۴/۲۹	۳/۹۸	-۰/۳۱	۲۵/۶٪
پاسخگویی	۴/۱۳	۳/۳۹	-۰/۷۴	۱۶/۸٪
تضمین	۴/۱۰	۳/۶۲	۰/۴۸	۲۲/۱٪
همدلی	۳/۹۳	۳/۰۹	-۰/۸۴	۱۴/۷٪
قابلیت دسترسی	۳/۶۳	۲/۶۲	-۱/۰۱	۱۱/۱٪

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول فوق می‌توان دریافت که از نظر مشتریان بانک صادرات شهر تبریز، ابعاد قابلیت اعتبار، تضمین، پاسخگویی، همدلی، قابلیت

دسترسی و عوامل ملموس به ترتیب مهم‌ترین ابعاد خدمات به هنگام سنجش کیفیت خدمات معرفی شدند.

با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده و به کارگیری آزمون t گروه‌های همبسته و آزمون ضریب همبستگی پیرسون فرضیه‌های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته یافته‌های زیر حاصل شد:

فرضیه اول بیان می‌کند که بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد عوامل ملموس خدمات تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

با استفاده از آزمون t گروه‌های همبسته، این فرضیه با مقدار $t=۱۳/۴۷$ ، $P < ۰/۰۰۰۱$ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه دوم بیان می‌کند که بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد قابلیت اعتبار خدمات تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

با استفاده از آزمون t گروه‌های همبسته، این فرضیه با مقدار $t=۱/۸۴$ ، $P=۰/۰۷۷$ رد شد.

فرضیه سوم بیان می‌کند که بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد پاسخگویی خدمات تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

با استفاده از آزمون t گروه‌های همبسته، این فرضیه با مقدار $t=۷/۹۴$ ، $P < ۰/۰۰۰۱$ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه چهارم تحقیق بیان می‌کند که بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد تضمین خدمات تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

با استفاده از آزمون t گروه‌های همبسته، این فرضیه با مقدار $t=۵/۵۵$ ، $P < ۰/۰۰۰۱$ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه پنجم بیان می‌کند که بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد همدلی خدمات تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

با استفاده از آزمون t گروه‌های همبسته، این فرضیه با مقدار $t=۸/۰۴$ ، $P < ۰/۰۰۰۱$ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه ششم بیان می‌کند که بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد قابلیت دسترسی خدمات تفاوت معنی داری وجود دارد. با استفاده از آزمون t گروه‌های همبسته، این فرضیه با مقدار $t=۸/۷۶$ ، $P < ۰/۰۰۰۱$ مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۵: خلاصه نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه‌های اول تا ششم تحقیق

نتیجه نهایی	تفاوت معنی داری		سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t	ادراک	انتظارات	ابعاد خدمات
	وجود ندارد	وجود دارد						
تائید شد		√	۰/۰۰۰	۳۹۹	۱۳/۴۷	۲/۸۰	۴	عوامل ملموس
رد شد	√		۰/۰۷۶	۳۹۹	۱/۸۴	۳/۹۸	۴/۳۹	بعد قابلیت اعتبار
تائید شد		√	۰/۰۰۰	۳۹۹	۷/۹۴	۳/۳۹	۴/۱۳	بعد پاسخگویی
تائید شد		√	۰/۰۰۰	۳۹۹	۵/۵۵	۳/۶۲	۴/۱۰	بعد تضمین
تائید شد		√	۰/۰۰۰	۳۹۹	۸/۰۴	۳/۰۹	۳/۹۳	بعد همدلی
تائید شد		√	۰/۰۰۰	۳۹۹	۸/۷۶	۲/۶۲	۳/۶۳	بعد قابلیت دسترسی

فرضیه هفتم بیان می‌کند که بین بعد عوامل ملموس خدمات و سهم بازاربانک صادرات شهر تبریز رابطه معنی داری وجود دارد. با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، فرضیه هفتم تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و این فرضیه با مقدار $r = ۰/۰۱$ ، $P = ۰/۷۵$ رد شد.

فرضیه هشتم بیان می‌کند که بین بعد قابلیت اعتبار خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز رابطه معنی داری وجود دارد. با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، فرضیه هشتم تحقیق با مقدار $r = ۰/۳۸$ ، $P < ۰/۰۰۰۱$ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه نهم بیان می‌کند که بین بعد پاسخگویی خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز رابطه معنی داری وجود دارد. با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، فرضیه نهم تحقیق با مقدار $r = ۰/۳۰$ ، $P < ۰/۰۰۰۱$ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه دهم بیان می کند که بین بعد تضمین خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز رابطه معنی وجود دارد.

با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، فرضیه تحقیق با مقدار $r = 0/42$ ، $P < 0/0001$ مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه یازدهم بیان می کند که بین بعد همدلی خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز رابطه معنی وجود دارد.

با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، فرضیه تحقیق با مقدار $r = 0/05$ ، و سطح معنی داری $P = 0/35$ رد شد.

فرضیه دوازدهم بیان می کند که بین بعد قابلیت دسترسی خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز رابطه معنی وجود دارد.

با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، فرضیه تحقیق با مقدار $t = 0/06$ ، و سطح معنی داری $P = 0/21$ رد شد.

جدول ۶- خلاصه نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه های هفتم تا دوازدهم تحقیق

نتیجه نهایی	رابطه معنی دار		سطح معنی داری	ضریب همبستگی با سهم بازار	ابعاد خدمات
	وجود ندارد	وجود دارد			
رد شد	√		0/75	0/01	عوامل ملموس
تأیید شد		√	0/000	0/38	قابلیت اعتبار
تأیید شد		√	0/000	0/30	پاسخگویی
تأیید شد		√	0/000	0/42	تضمین
رد شد	√		0/35	0/05	همدلی
رد شد	√		0/21	0/06	قابلیت دسترسی

نتایج و بحث

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌ها را می‌توان به شکل زیر بیان نمود:

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه اول تحقیق :

تحلیل آماری نشان داد که تفاوت معنی‌داری میان انتظارات و ادراک مشتریان از بعد عوامل ملموس خدمات وجود دارد. به عبارت دیگر کیفیت عوامل ملموس خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز به مراتب پایین‌تر از سطحی است که انتظارات مشتریان را برآورده سازد.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه دوم تحقیق :

تجزیه و تحلیل انجام گرفته بیان کرد که بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد قابلیت اعتبار، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. بنابراین بانک صادرات شهر تبریز توانسته خواسته‌ها و انتظارات مشتریان را در زمینه بعد قابلیت اعتبار خدمات تأمین کرده و ارزیابی مثبت آنان را از این بعد خدمات منجر شود.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه سوم تحقیق :

تحلیل آماری نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد پاسخگویی خدمات وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت که انتظارات مشتریان از بعد پاسخگویی خدمات بیشتر از کیفیتی است که آنان به هنگام مواجهه با خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز دریافت نموده‌اند.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه چهارم تحقیق :

با توجه به نتیجه حاصل از تجزیه و تحلیل انجام شده در مورد فرضیه چهارم، می‌توان دریافت که سطح مورد انتظار مشتریان بانک صادرات شهر تبریز در بعد تضمین به صورت معنی‌دار بیشتر از کیفیت خدمات دریافت شده است. در واقع بین خدمات درک شده و خدمات مورد انتظار در بعد تضمین شکاف قابل توجهی وجود دارد.

تفسیر نتیجه آزمون فرضیه پنجم تحقیق :

با توجه به تحلیل آماری انجام شده می توان دریافت که سطح مورد انتظار مشتریان بانک صادرات شهر تبریز در بعد همدلی به صورت معنی دار بیشتر از خدمات دریافت شده است. در واقع بانک صادرات شهر تبریز نتوانسته است سطح انتظارات مشتریان را در این بعد پوشش دهد.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه ششم تحقیق:

تحلیل آماری نشان داد که سطح مورد انتظار مشتریان بانک صادرات شهر تبریز در بعد قابلیت دسترسی به صورت معنی دار بیشتر از خدمات دریافت شده است. در واقع بین خدمات درک شده و خدمات مورد انتظار در بعد قابلیت دسترسی شکاف چشمگیری وجود دارد و بانک صادرات شهر تبریز نتوانسته است سطح انتظارات مشتریان را در این بعد پوشش دهد.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه هفتم تحقیق:

تحلیل آماری نشان داد که رابطه معنی داری بین کیفیت خدمات در بعد عوامل ملموس با سهم ابزار بانک صادرات شهر تبریز وجود ندارد به عبارت دیگر با بهبود هر چه بیشتر عملکرد بانک در بعد عوامل ملموس نمی توان به سهم بیشتری از بازار منابع و سپرده های مردمی دست یافت.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه هشتم تحقیق :

تحلیل آماری نشان داد که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد قابلیت اعتبار خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز وجود دارد. بنابراین می توان اینگونه نتیجه گرفت که افزایش سطح کیفیت خدمات و کاهش هر چه بیشتر شکاف بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد قابلیت اعتبار خدمات، منجر به افزایش سهم بانک صادرات شهر تبریز از بازار منابع و سپرده های مردمی خواهد شد.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه نهم تحقیق :

تحلیل آماری نشان داد که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد پاسخگویی خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز وجود دارد، بنابراین میتوان نتیجه گرفت که

افزایش سطح رضایتمندی مشتریان از بعد پاسخگویی خدمات و کاهش هر چه بیشتر شکاف میان انتظارات و ادراک مشتریان از بعد پاسخگویی خدمات، منجر به افزایش سهم بازار بانک صادرات از بازار منابع و سپرده‌های مردمی خواهد شد.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه دهم تحقیق :

تجزیه و تحلیل آماری صورت گرفته نشان داد که رابطه مثبت و معنی‌داری بین کیفیت و بعد تضمین خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز وجود دارد، بنابراین میتوان نتیجه گرفت که بهبود کیفیت خدمات در بعد تضمین موجبات رضایتمندی مشتریان و نهایتاً افزایش سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز خواهد شد.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه یازدهم تحقیق :

تحلیل آماری انجام شده نشان داد که رابطه معنی‌داری بین کیفیت خدمات در بعد همدلی و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز وجود دارد و این نتیجه بیانگر این مطلب است که علیرغم اینکه افزایش شکاف بیان انتظارات و ادراک مشتریان از بعد همدلی خدمات منجر به نارضایتی آنان از این بعد خدمات می‌گردد. ولی با توجه به اهمیت نه چندان بالای این بعد به هنگام سنجش کیفیت خدمات از جانب مشتریان، این امر نهایتاً باعث کاهش سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز از سپرده‌های مردمی نمی‌شود.

تحلیل نتیجه آزمون فرضیه دوازدهم تحقیق :

تحلیل آماری انجام شده نشان داد که بین کیفیت خدمات ارائه شده در بعد قابلیت دسترسی و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز از منابع و سپرده‌های مردمی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. بدین معنا که افزایش کیفیت خدمات به عبارت دیگر کاهش شکاف موجود بین انتظارات و ادراک مشتریان از بعد قابلیت دسترسی خدمات، باعث افزایش سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز نمی‌گردد.

لذا با توجه به تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته و با عنایت به اهداف و فرضیه‌های تحقیق، یافته‌های حاصل را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم بندی کرد:

۱- مشتریان هنگام مواجهه با خدمات ارائه شده و ارزیابی آن، تحت تاثیر عواملی همچون نگرش، شخصیت، عوامل جمعیت شناختی یا سایر موارد دیگر، اهمیت یا

وزن یکسانی برای تمامی مؤلفه‌ها و ابعاد خدمات قائل نیستند. نظر سنجی صورت گرفته از مشتریان بانک صادرات شهر تبریز و تجزیه و تحلیل داده‌های مربوطه نشان داد که از نظر آنها بعد قابلیت اعتبار بیشترین اهمیت را از منظر آنان در ارزیابی کیفیت خدمات به خود اختصاص می‌دهد و سپس به ترتیب، ابعاد تضمین، پاسخگویی، همدلی، قابلیت دسترسی قرار دارند و نهایتاً عوامل ملموس خدمات به عنوان کم اهمیت بعد در میان ابعاد شش گانه خدمت از نظر مشتریان بانک معرفی گردید.

۲- در این تحقیق به ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان در بانک صادرات شهر تبریز با توجه به ابعاد شش گانه کیفیت خدمات پرداخته ایم. نتایج به دست آمده در تحقیق بیانگر این است که بین خدمات مورد انتظار مشتریان و خدمات ارائه شده به آنها از سوی بانک صادرات شهر تبریز، به غیر از بعد قابلیت اعتبار، در سایر ابعاد خدمت، شکاف وجود دارد. همانگونه که در جدول شماره (۴) نشان داده شده است بیشترین میزان شکاف در بعد عوامل ملموس و سپس به ترتیب در ابعاد قابلیت دسترسی، همدلی، پاسخگویی و تضمین مشاهده گردید.

۳- یکی از اهداف اساسی تحقیق، بررسی رابطه بین کیفیت ابعاد مختلف خدمات و سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز بیان شد. تحلیل داده‌ها و آزمون‌های انجام پذیرفته در این راستا بیان داشت که میان ابعاد قابلیت اعتبار، تضمین و پاسخگویی کیفیت خدمت با سهم بازار رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. به عبارت دیگر، افزایش کیفیت خدمات در این سه بعد، در سوی دیگر باعث افزایش سهم بانک صادرات تبریز از بازار منافع و سپرده‌های مردمی می‌گردد. ضمناً یافته‌های تحقیق حکایت از آن داشت که بین کیفیت خدمات در ابعاد عوامل ملموس، همدلی، و قابلیت دسترسی با سهم بازار بانک صادرات شهر تبریز رابطه معنی داری وجود ندارد.

پیشنهادات

در یافته‌های پژوهش اشاره گردید که در نتیجه سنجش کیفیت ابعاد مختلف خدمات ارائه شده توسط بانک صادرات شهر تبریز، به غیر از بعد قابلیت اعتبار در سایر ابعاد خدمات تفاوت معنی داری بین انتظارات و ادراک مشتریان وجد دارد. لذا پیشنهادات کاربردی جهت بهبود سطح کیفیت خدمات در پنج بعد دیگر ارائه می‌شود.

- ۱- جهت رفع شکاف موجود بین انتظارات و ادراک مشتریان در بعد عوامل ملموس خدمات، موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:
- اصلاح و ترمیم نمای بیرونی ساختمان بانک و به روز کردن دکوراسیون و طراحی مناسب فضای داخلی بانک.
 - تجهیز بانک به تاسیسات مدرن و پیشرفته که شامل تجهیزات کامپیوتری تاسیسات گرمایش، سرمایش و تهویه مطبوع مورد استفاده در بانک می‌باشد.
 - تهیه لباس مرتب و متحدالشکل برای کارکنان بانک و رعایت آراستگی ظاهر آنان در زمان تعامل با مشتریان.
- ۲- برای افزایش رضایتمندی مشتریان از بعد تضمین خدمات، پیشنهادات ذیل ارائه می‌گردد:
- تلاش بانک به منظور ارائه خدمات در زمان وعده داده شده. و چنانچه بنا به دلایلی غیر قابل پیش بینی قادر به انجام کار در زمان تعیین شده نباشد، باید آن را زودتر به مشتری اطلاع داده و ضمن بیان دلایل منطقی تاخیر در ارائه خدمات از وی عذر خواهی نمود.
 - برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان به منظور انجام صحیح شغل مورد نظر و فراهم کردن تسهیلات پشتیبانی برای انجام دادن خدمت در اسرع وقت
 - استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی پیشرفته و دارای امنیت بالا برای محرمانه نگه داشتن اطلاعات مشتری و جلوگیری از فاش شدن اطلاعات حساب‌های مشتری.
 - رفتار کارکنان با مشتری باید به گونه‌ای باشد که این احساس را در آنها به وجود آورد که بهترین خدمات را دریافت کرده‌اند تا بدین وسیله در مشتریان امنیت خاطر ایجاد کنند.
- ۳- برای بهبود ابعاد پاسخگویی و همدلی خدمات بانکی موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:
- گزینش و استخدام کارکنان شایسته و انتخاب افرادی با روحیه مشتری‌گرا و دارای مهارت‌های ارتباطی
 - ایجاد و ترویج فرهنگ مشتری‌مداری میان کارکنان و تایین مشوق‌هایی جهت گسترش این فرهنگ و ارزیابی عملکرد کارکنان بر اساس معیارهای مشتری‌مداری.

- تعداد اندکی از شعبه های بانک صادرات در ساعات بعد از ظهر به مشتریان خدمات ارائه می کنند و مراجعه مشتریان از نقاط مختلف شهر به تعداد محدودی از شعب در این ساعات روز، موجبات نارضایتی آنان را فراهم می نماید. لذا پیشنهاد می گردد که باجه عصر جهت ارائه خدمات بانکی به مشتریان در سایر شعب بانک صادرات شهر تبریز نیز دایر گردد.
- برگزاری دوره های آموزشی ضمن خدمت برای کارکنانی که به صورت مستقیم با مشتریان تعامل دارند جهت آگاهی و تسلط آنان به خدمات متنوعی که این بانک ارائه می کند. چرا که بسیاری از مشتریان از عدم توانائی و آگاهی کارکنان برای پاسخگویی به سؤالات و مشکلات خود اعلام نارضایتی نموده اند.
- علاوه بر کیفیت عملکرد کارکنان، شاخصی برای سنجش سرعت عملکرد کارکنان بر اساس تعداد تراکنش انجام گرفته آنان در طی یک روز کاری تعریف گردد تا از اتلاف وقت کارکنان در ساعات کاری حتی الامکان جلوگیری شده و مشتریان در اسرع وقت خدمات مورد نظر خود را دریافت نمایند.

۴- جهت بهبود کیفیت خدمات بانک صادرات شهر تبریز در بعد قابلیت دسترسی موارد ذیل پیشنهاد می شود:

- به هنگام تاسیس شعب جدید بانک، موقعیت مکانی شعب، علاوه بر سهولت دسترسی به آن، این شعب باید در مکانی احداث شوند که مشتریان به هنگام مراجعه قادر باشند وسیله نقلیه خود را در مجاورت شعبه پارک نمایند. چرا که بیشترین شکاف خدماتی بانک صادرات شهر تبریز در این مؤلفه مشاهده گردید.
- در شعب فعال کنونی نیز باید مراتبی اعمال شود که مشتریان از زمان ورود به بانک تا دریافت خدمات مرد نظر، احساس آرامش نمایند. برای این امر باید صندلی های مناسب و به حد کافی جهت استفاده مشتریان در بانک مد نظر قرار گیرد. همچنین در تعدادی از شعب که سیستم مکانیزه مدیریت صف وجود ندارند، در اسرع وقت جهت راه اندازی آن اقدام گردد

منابع:

- آذر، عادل و منصور مؤمنی (۱۳۸۷)، "آمار و کاربرد آن در مدیریت"، انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۷، چاپ چهاردهم.
- حسینی، میرزا حسن، مصطفی احمدی نژاد و سمیه قادری (۱۳۸۹)، "بررسی و سنجش کیفیت خدمات و ارتباط آن با رضایتمندی مشتریان: مطالعه موردی بانک تجارت"، دو ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، شماره ۴۲، صص ۸۸-۹۷.
- ربیع زاده، محمد (۱۳۸۶)، "بررسی و تعیین متغیرهای اثر گذار بر سهم بازار بانک‌ها در نظام بانکی ایران"، فصلنامه آموزشی بانک صادرات، شماره ۴۳، صص ۴۷-۵۹.
- زیتمال، والریه و پاراسورامان (۱۳۸۷)، "کیفیت خدمات"، کامبیز حیدرزاده و علی حاجیها، کساکوش، تهران، ۱۳۸۷، چاپ اول.
- کرمی، پریسا، "بررسی کیفیت خدمات در صنعت بانکداری خصوصی (مطالعه پژوهش بانک سامان)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، ۱۳۸۶، دانشگاه الزهراء.
- گرجی، محمد باقر، (۱۳۸۷)، "بررسی کیفیت خدمت و رابطه آن با اثر بخشی"، فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهشگر مدیریت، شماره ۵، صص ۱۱-۱.
- Bahia, Kamilian. & Jaques, Nantel, (2006), "A Reliable and Valid measurement scalle for the perceived service quality of banks ", Internation journal of bank marketing, vol. 18, pp.84-91.
- Bitran, Gabriel & Maureen, Lojo, (1993), "A framework for analyzing service operations", Europoean management journal, vol.11, No.3, pp.271-282.
- Brown, Daniel, (1989), "leadership aspects and reward system of customer satisfaction", CTM Customer satiafaction conference, loss Angeles, U.S.A.
- Buttle, Francis, (1995), "SERVQUAL: Review, critique, Research agenda", European journal of marketing, Vol. 30, No.1, pp.8-32.
- Newman, Karin. & Alan, Cowling (1996), "Service quality in retail banking: The experience of two British clearing banks", International journal of bank marketing, vol. 14, No.6, pp.3-11.

-
- Soleimani Besheli, Ali, Abolfazl Jafari & Vajiheh, Talebi, (2010), "customer expectation and perception of service quality in state owned banks in Tehran", international conference of banking services marketing, Tehran, Iran.
 - Parasuraman, Valarie, Zeithmal & Leonard, Berry, (1988), "Servqual: A multiple Item scale for measuring consumer perception of ". Journal of retailing, Vol.64, No1, pp.12-40.
 - Parasuraman, Valarie, Zeithmal & Leonard, Berry (1988),"A conceptual model of service quality and the implication for further research 49, autumn, pp.41-50.
 - Yonggui, Wang, Hing, Lo & Yer, Hui, (2003),"The antecedents of service quality and Product quality and their influences on bank reputation: Evidence from the banking industry in china", managing service quality, Vol.13, No1, 72-83.

**Service Quality Measurement and Investigation of
Its Relationship with Market share Based on SERVQUAL Model
(case study: Saderat Bank of Tabriz)**

Mohammad Faryabi (Ph.D.)

Mahmood Mahmoodi (M.A.)

Date of receipt: 2013/2/20

Date of acceptance: 2013/6/29

Abstract

This research attempts to measure the service quality and investigate the relationship between service quality and market share of Saderat Bank of Iran in Tabriz city. For this purpose, SERVQUAL model has been used which is the most reliable instrument to indicate and analyze the gaps between customers' expectation and perception of their received banking services. To make our research more appropriate, "accessibility" was added as the service quality's sixth dimension. So the quality of Saderat Bank of Iran services was measured through six dimensions: tangibles factors, reliability, responsiveness, assurance, empathy and accessibility. In this correlation research, 440 of Saderat Bank's customers were selected by cluster random sampling and were administered by SERVQUAL questionnaire. Finally 400 questionnaires were correctly filled and data analyzing procedure started. The data were analyzed by descriptive analysis methods, Pearson's correlation coefficient, correlated group T coefficient and multiple regressions. The findings of this research indicated that there was a significant difference between customers' expectation and their perception in all of the service dimensions except reliability. Also there was a positive correlation between reliability, responsiveness and assurance with market share, and finally reliability was the most important predictor of Saderat Bank's market share.

Key Words:

Service quality, Servqual, Expected quality, Percepted quality, Market share

**Investigating the Relationship of Personality and Psychological
Traits with Entrepreneurship**
(Case of study: Tabriz Branch, Islamic Azad University)

Reza Khodaei Mahmoodi (Ph.D.)
Peyman Ghanimat

Date of receipt: 2013/3/2
Date of acceptance: 2013/7/13

Abstract

The aim of this study is to examine the relationship between the psychological characteristics and entrepreneurship of the undergraduate students of Industrial Management in Tabriz Branch of Islamic Azad University. The statistical population includes the students of Industrial Management who entered Tabriz Branch during the academic years 2009-2011, from among whom 165 students were selected as the research sample. The data collection tool is the general questionnaire of tendency toward business, and the data analysis tool is Pearson's correlation coefficient. The study consists of 5 main hypotheses. The results showed that there is a relationship between personality traits and psychological characteristics with the students' entrepreneurship and that it contributes to predict students' tendency toward entrepreneurship.

Key Words:

Entrepreneurship, Personality and psychological traits, Entrepreneur

**An Evaluation of Informational Efficiency of Information and
Communication Technology Corporates in Tehran Stock Market:
inconsistency with the global trend**

Ali Asghar Anvari Rostamy (Ph.D.)

Seyed Sepehr Ghazinoory (Ph.D.)

Amir Khorasani

Date of receipt: 2013/2/2

Date of acceptance: 2013/7/6

Abstract

The impact of Information and communication technology to increase financial transactions in different fields shows the Positive developments of this industry in Iran. But could the ICT industry also be efficient in the economic capital of the country? Does the industry that appeared with the nature of contributing to convey and analyze the information has informational efficiency itself? In this study, the ICT industry in the Tehran Stock Exchange was surveyed to check its informational efficiency. The data and documents related to the profitability of companies in this industry for 6 years were studied quantitatively. A total of eight companies with the nature of ICT were selected. To understand the informational efficiency, runs test have been used with two approaches: runs with change relative to the average. The results showed that the ICT industry in Tehran stock exchange has not even a weak level of informational efficiency. The results are completely inconsistent with other countries and show that Iran's ICT condition needs a fundamental reflection.

Key Words:

Information and Communication Technology, Tehran Stock Market, Informational efficiency, Runs Test

In the Effect of Value Engineering on Organizational Performance (Case study: Water and Wastewater Administration of West Azerbaijan Province)

Farhad Nezhad Irani (Ph.D.)

Kamal Azizi

Yosef Beigzadeh

Date of receipt: 2012/12/12

Date of acceptance: 2013/5/20

Abstract

The main objective of this study is to investigate value engineering and its impact on the dimensions of organizational performance in the Water and Wastewater Administration of West Azerbaijan Province and present guidelines for the successful implementation of value engineering in order to enhance organizational performance in the mentioned office. The theoretical framework of the research is based on S.Iyer's value engineering operational model as well as Kaplan and Norton's operational model of organizational performance. In the regard, one main hypothesis and four minor hypotheses have been put forward. The statistical population consists of 375 staff members of the Water and Wastewater Administration of West Azerbaijan Province, from among whom a sample of 190 was selected through the use of Cochran's formula and stratified random sampling technique. The measurement tool is a questionnaire, which was distributed among the subject. Before testing the hypotheses, the researchers used Kolmogorov-Smirnov test in order to evaluate the normal distribution of the variables. The results showed that the variables of value engineering and organizational performance do not have a significant difference from the normal distribution. Thus, for data analysis within the parametric statistics frame, Pearson's correlation coefficient and linear regression were used. The results indicated that about 0.287 of the changes in the dependent variable (organizational performance) and its four dimensions (personnel satisfaction, customer satisfaction, organizational effectiveness, and financial results of the market) are accounted for by the changes in the independent variable (value engineering), which is also the indicator of the positive and direct relationship between the two variables.

Key Words:

Organizational performance, Value engineering, Satisfaction, Organizational effectiveness

**A Study of the Relationship between the Dimensions of Working
Life Quality and Employees' Productivity
(A case study)**

*Soleyman Iranzadeh (Ph.D.)
Abdolvahid Tahouni*

Date of receipt: 2012/12/6
Date of acceptance: 2013/6/24

Abstract

With regard to the importance of productivity and considering the organizational variables that can affect the productivity, or lack of productivity, of an organization, various studies have been carried out. In an organization, the study of the quality of the employees' working life is one of the components affecting the productivity of that organization. Therefore, due to the importance of the issue at hand in Saman Sanat parts producing company in West Azerbaijan Province, the researchers proceeded to do the research. Out of a total of 210 members of the personnel, 136 were selected as the sample through the use of Korsei and Morgan's table. For data collection, two standard questionnaires, working life quality and productivity questionnaires, were used. The Cronbach value for the questionnaires was 0.98 and 0.86, respectively. Also, based on the dimensions of working life quality, eight hypotheses were posed, seven of which were confirmed following the information output and data analysis. However, the sixth hypothesis was rejected. Therefore, apart from the lack of relation between productivity and the balance of life and work, in all other dimensions, there is a significant relation between productivity and working life quality of the employees of Saman Sanat Parts Producing Company in West Azerbaijan Province.

Key Words:

Productivity, Working life quality, Dimensions of employees' working life quality

Investigating Barriers to the Promotion of Productivity In Public Sector

Samad Aali (M.A.)
Alireza Bafandeh Zende (Ph.D.)

Date of receipt: 2013/1/21
Date of acceptance: 2013/6/8

Abstract

This paper aims to identify the barriers of improving the productivity in public sector. According to the theoretical studies and the interviews with several senior managers of public sector, 28 items were detected as the obstacles of improving the productivity in public sector. These items were classified under three categories of environmental, organizational and individual barriers based on Ammons' studies. Then a questionnaire was developed in order to reveal the views of managers in public sector about the influence of each item on productivity. The findings show that the public sector is faced with numerous barriers in improving productivity, a major part of which is related to personality, attitude and leadership skills of the public sector managers. The other part of it relates to the internal and environmental problems such as lack of a proper appraisal system, tendency to keep the status quo and extreme conservatism, lack of accountability system, lack of cost accounting systems, the political pressures that influence decisions, low importance of the issue of productivity compared with the political interests, shortage of analyst staff, lack of competitive market pressures, and the complex process of bureaucracy.

Key Words:

Productivity barriers, Productivity of public sector, Environmental barriers, Organizational barriers, Individual barriers

A Study of the Relationship between Managers' Cultural Intelligence and Productivity of Maskan Bank Branches in Urumia

Worya Ghaderi (M.A.)
Mahnaz Eravani (M.A.)
Mohammad Ali Farnia (Ph.D.)

Date of receipt: 2012/12/2
Date of acceptance: 2013/6/27

Abstract

The aim of this research is to investigate the relationship between managers' cultural intelligence and productivity of Maskan Bank branches in Urumia. The research method was a descriptive correlation. The statistical population of the research includes the managers and staff of the Maskan Bank branches in Urumia, the number of which is 17. Since the statistical population is limited, all the population will be considered as the sample size. For each manager four employees were selected. For data collection, two forms of questionnaires, namely cultural intelligence and productivity, were used. For analyzing the data, both descriptive and inferential statistics were used.

The findings show that there is a significant and positive relationship between managers' cultural intelligence, and its component (Meta-cognitive, Cognitive, Motivational, and Behavioral) with the productivity of the Maskan Bank branches.

Key Words:

Cultural intelligence, Productivity, Maskan Bank, Managers

Recognizing Factors Preventing the Establishment of Meritocracy System at the level of Management of Government Organizations in the City of Ahwaz

Farajollah Rahnavard (Ph.D.)
Mahmood Aghahosseinali Shirazi (Ph.D.)
Farhad Gheisari (M.A.)

Date of receipt: 2012/11/4
Date of acceptance: 2013/6/16

Abstract

The present research has been carried out to identify the factors inhibiting the establishment of meritocracy at the level of professional managers of governmental organizations in the city of Ahwaz. To do this, the researchers have addressed three questions. The first question tries to discover the factors preventing the establishment of meritocracy. The second question seeks to rate the inhibitory factors according to their importance. And finally, the third question tries to determine the structural relations between the preventing factors and meritocracy system. Based on the research methodology, the exploratory factor analysis has been applied for the statistical population (N=10377), and through the use of Morgan's Sampling Table, a sample of 384 has been chosen. Also, for data analysis, a researcher-designed questionnaire has been utilized in two parts. The first part to identify the degree of meritocracy establishment and the second part to recognize the factors inhibiting the establishment of meritocracy. The reliability of the questionnaires, based on Cronbach's alpha has been 0.93 and 0.83, respectively. The collected data have been analyzed by using the statistical software spss and other tools in descriptive and inferential statistics. The findings have led to the conclusion that nepotism, inequality of opportunities, and superficiality are the three preventing factors. Also, it can be concluded that nepotism is ranked first, inequality of opportunities the second, and superficiality the third from the viewpoint of importance. Finally, the results showed that there is a statistically significant relation between the inhibitory factors and meritocracy establishment.

Key Words:

Meritocracy system, Professional manager, Factor analysis

Table of Contents

Productivity Management– No.25, Summer2013

Recognizing Factors Preventing the Establishment of Meritocracy System at the level of Management of Government Organizations in the City of Ahwaz.....	15
Farajollah Rahnavard (Ph.D.), Mahmood Aghahosseinali Shirazi (Ph.D.)& Farhad Gheisari (M.A.)	
A Study of the Relationship between Managers' Cultural Intelligence and Productivity of Maskan Bank Branches in Urumia.....	33
Worya Ghaderi (M.A.),Mahnaz Eravani (M.A.)& Mohammad Ali Farnia (Ph.D.)	
Investigating Barriers to the Promotion of Productivity In Public Sector..	53
Samad Aali (M.A.) & Alireza Bafandeh Zende (Ph.D.)	
A Study of the Relationship between the Dimensions of Working Life Quality and Employees' Productivity (A case study)	67
Soleyman Iranzadeh (Ph.D.) & Abdolvahid Tahouni	
In the Effect of Value Engineering on Organizational Performance (Case study: Water and Wastewater Administration of West Azerbaijan Province)	81
Farhad Nezhad Irani (Ph.D.), Kamal Azizi &Yosef Beigzadeh	
An Evaluation of Informational Efficiency of Information and Communication Technology Corporates in Tehran Stock Market: inconsistency with the global trend.....	107
Ali Asghar Anvari Rostamy (Ph.D.),Seyed Sepehr Ghazinoory (Ph.D.)& Amir Khorasani	
Investigating the Relationship of Personality and Psychological Traits with Entrepreneurship (Case of study: Tabriz Branch, Islamic Azad University) ...	127
Reza Khodaei Mahmoodi (Ph.D.)& Peyman Ghanimat	
Service Quality Measurement and Investigation ofIts Relationship with Market share Based on SERVQUAL Model (case study: Saderat Bank of Tabriz)	143
Mohammad Faryabi (Ph.D.)& Mahmood Mahmoodi (M.A.)	
Abstract of Articles in English.....	167

In the Name of God the Most Benevolent the Most Merciful

Productivity Management
A Journal of Scientific Studies on Management

Vol. 7 , No. 25, Summer 2013

Responsible-in-charge:
Soleyman Iranzadeh (Ph.D.)

Editor-in-chief:
Nasser Mir Sepasi (Ph.D.)

Managing Editor :
Houshang Taghizadeh (Ph.D.)

Address:
*Tabriz Branch, Islamic Azad University,
Tabriz, Iran*