

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/304037535>

رابطه ویژگی های شخصیتی بر انتخاب استراتژی در طرح تجاری شرکت های دانش بنیان

Conference Paper · March 2016

CITATIONS

0

READS

10

3 authors, including:



[Ali Haji Gholam Saryazdi](#)

Tarbiat Modares University

29 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE

رابطه ویژگی های شخصیتی بر انتخاب استراتژی در طرح تجاری شرکت های دانش بنیان

علی حاجی غلام سریزدی^{۱*}، نازیلا بذرافشان^۲، احسان ا... علوی^۳

۱ و* - نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات گرایش کسب و کار

هوشمند، دانشگاه تربیت مدرس، A.hajigholam@modares.ac.ir

۲ - کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، کارشناس طرح و برنامه پارک علم و فناوری یزد،

bazrafshan.nazila@gmail.com

۳ - کارشناسی مدیریت صنعتی مؤسسه آموزش عالی امام جواد(ع) یزد،

m.fallah8631@gmail.com

واژگان کلیدی: استراتژی سازمان، ماتریس SWOT، ویژگی های شخصیتی، پارک علم و فناوری یزد.



چکیده

برنامه‌ریزی استراتژیک با ارزیابی شرایط محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها) و قابلیت‌های درونی سازمان (قوت‌ها و ضعف‌ها) و با در نظر گرفتن ارزش‌های سازمانی، استراتژی‌های مناسبی را تدوین و انتخاب می‌نماید. اگر کارکنان سازمان از علت اهداف و استراتژی‌ها مطلع باشند و در تصویب آن‌ها مشارکت کنند، در اجرا نیز متعهدتر خواهند بود. انتخاب استراتژی‌ها در عملکرد فعلی و آینده مؤسسات نقش مهمی دارند و این امر در رابطه با مؤسسات دانش بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری بیش از پیش مشهود است زیرا آن‌ها مؤسساتی فناور و دانش‌بنیان و درعین حال کوچک یا متوسط و مخاطره پذیر می‌باشند. علاوه بر این، در انتخاب و تدوین استراتژی ویژگی‌های شخصیتی فرد نیز تأثیر بسزایی دارد. دانستن چگونگی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر تدوین و انتخاب استراتژی‌ها می‌تواند به پارک‌های علم و فناوری در مشاوره به کارآفرینان و صاحبان ایده و مؤسسات کمک کند و از طرف دیگر می‌تواند به مؤسسات در تدوین استراتژی‌های مناسب برای جذب و مدیریت منابع انسانی کمک رسانده تا نهایتاً سبب موفقیت پارک و مؤسسات آن گردد. از این رو در این مقاله به تعیین رابطه میان ویژگی‌های شخصیتی افراد یک سازمان (مؤسسات مستقر در پارک علم و فناوری یزد) و نقش آن در تعیین و انتخاب استراتژی‌های پیش روی سازمان پرداخته می‌شود.

۱. مقدمه

امروزه جهت تدوین، برنامه‌ریزی و به‌کارگیری استراتژی مناسب برای یک سازمان عوامل مختلف و متفاوتی شناسایی شده است که مهم‌ترین آن‌ها در رابطه با منابع انسانی است. یک نگاه کلی به کسب و کارهای موفق نشان می‌دهد که سازمان‌هایی از توفیق بیشتری برخوردار بوده‌اند که از کارکنان خود به بهترین نحو ممکن و از حداکثر توانایی ایشان بهره‌جسته‌اند. نکته اصلی و حائز اهمیت این است که افراد از لحاظ توانایی‌ها، استعدادها، علایق و دیگر خصوصیات شخصیتی با یکدیگر متفاوت‌اند. اگر بتوان برنامه‌ریزی دقیق و منظمی جهت هدایت شغلی افراد طرح‌ریزی نمود نه تنها به پیشرفت سازمان و جامعه کمک شده است بلکه رضایت فردی نیز حاصل می‌گردد. از آنجایی که استراتژی سازمان از مؤلفه‌های اصلی برای موفقیت سازمان است، لازم است تا عوامل مؤثر و تعیین‌کننده در تدوین یک استراتژی مناسب شناسایی و با بهبود آن، استراتژی متناسب با سازمان ارائه و بهبود یابد. از طرفی نیروی انسانی در تدوین استراتژی نقشی اساسی دارد زیرا مطابق با توانایی‌ها، استعدادها و سایر ویژگی‌های ایشان است که برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد و استراتژی مناسب اتخاذ می‌شود [۱]. استراتژی را ایجاد یک مزیت منحصر به فرد برای تمایز سازمان از رقبا تعریف می‌کنند و اساس کار را مدیریت این تمایز می‌دانند. انتخاب استراتژی مناسب بر وضعیت حال و آینده سازمان تأثیرگذار است و از طرفی این نیروی انسانی سازمان است که از یک سو با ویژگی‌ها و توانایی‌های خود استراتژی سازمان را شکل می‌دهد و از طرف دیگر استراتژی سازمان را پیاده‌سازی کرده و به اجرا در می‌آورد. دخیل دانستن نیروی انسانی در استراتژی سازمان موجب درک هرچه بیشتر ایشان از ضرورت و اهمیت برنامه سازمان و متعاقباً، سبب متعهدتر شدن افراد نسبت به سازمان می‌شود. بررسی روند چگونگی تدوین استراتژی از ابتدای پیدایش این علم در اوایل دهه ۱۹۵۰ و پس از جنگ جهانی تاکنون نشان‌دهنده تعریف پنج دوران تکامل و تحول در تدوین استراتژی‌های سازمان‌ها و شرکت‌ها از طرح‌ریزی‌های مالی و پیش‌بینی محیط بیرون به سوی مدیریت و تفکر استراتژیک گردیده است. برنامه‌ریزی استراتژیک با بررسی محیط خارجی و داخل سازمان، فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی را شناسایی می‌کند و با در نظر داشتن مأموریت سازمان، اهداف بلندمدت سازمان را تنظیم می‌کند و برای دستیابی به این اهداف، از بین گزینه‌های استراتژیک اقدام به انتخاب استراتژی‌هایی می‌کند که با تکیه بر قوت‌ها و با بهره‌گیری از فرصت‌ها، ضعف‌ها را از بین برده و از تهدیدها پرهیز کند [۲]. با آغاز دوره فرا صنعتی محیط‌های سازمانی، پویایی و پیچیدگی به‌عنوان مسئله غالب در سازمان‌ها مطرح شده است. برنامه‌ریزی استراتژیک ابزاری در اختیار سازمان‌ها می‌گذارد تا بتوانند تدوین و اجرای استراتژی را در وجه مختلف سازمان دنبال کنند و بر عملکرد استراتژیک خود مدیریت داشته باشند. همواره برنامه‌ریزی استراتژیک با ارزیابی شرایط محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها) و قابلیت‌های درونی سازمان (قوت‌ها و ضعف‌ها) و با در نظر گرفتن



ارزش‌های سازمانی، استراتژی‌های مناسبی را تدوین و انتخاب می‌نماید [۳]. تاکنون مطالعات زیادی به بررسی استراتژی سازمانی پرداخته‌اند و یا بعد روان‌شناسانه و ویژگی‌های شخصیتی را مورد توجه قرار داده‌اند. در این میان سپهری به مدل‌سازی و تحلیل استراتژیک نیروی انسانی پرداخته است [۴]. صامعی در ارتباط با استراتژی‌های کارکردی مدیریت منابع انسانی پژوهش نموده است [۵] و صادقان بررسی رابطه بین عزت‌نفس سازمانی با بازخورد سازمانی و سازگاری شغلی و انواع تیپ‌های شخصیتی را مطالعه کرده است [۶].

در تجزیه و تحلیل SWOT، عوامل خارجی و داخلی مورد بررسی قرار می‌گیرند تا فرصت‌ها، تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌های سازمان در آینده شناسایی شده و برای رویارویی بهتر با آن‌ها استراتژی مناسب تدوین شود. برای انجام این تجزیه و تحلیل از ماتریس سوات استفاده می‌شود. این ماتریس یکی از ابزارهای مهمی است که مدیران به وسیله آن اطلاعات مربوط به عوامل داخل و خارجی سازمان را مقایسه می‌کنند و با استفاده از آن و با توجه به ماتریس استراتژی‌های اصلی، انواع استراتژی‌های ممکن را ارائه می‌کنند. استراتژی‌های ممکن را می‌توان در دسته‌های SO، WO، ST و WT برشمرد. تحلیل SWOT در فرآیند تشکیل استراتژی جزئی بسیار مهم محسوب می‌شود. تحلیل فرصت‌ها و تهدیدات خارجی اساساً برای ارزیابی این امر به کار می‌رود که بررسی شود آیا سازمان می‌تواند از فرصت‌ها استفاده کرده و تهدیدات را به حداقل برساند و همچنین این تجزیه و تحلیل نقاط ضعف برای بررسی عملکرد داخلی شرکت‌ها (مانند روندهای کاری اثربخش و تحقیق و توسعه) حائز اهمیت است. در نتیجه تحلیل SWOT قادر است به سازمان‌ها و حتی به کشورها کمک کند وضعیت کلی خود را نسبت به سایر رقبا و در مورد کشورها نسبت به سایر کشورها موردسنجش و ارزیابی قرار دهند [۷]. تحلیل SWOT برای اولین بار در سال ۱۹۵۰ توسط دو فارغ‌التحصیل مدرسه بازرگانی هاروارد به نام‌های جورج آلبرت اسمیت و رولند کریستنسن مطرح شد. در آن زمان این تحلیل ضمن کسب موفقیت‌های روزافزون به‌عنوان کسب ابزار مفید مدیریتی شناخته شد؛ اما بیشترین موفقیت مشهود این تحلیل زمانی به دست آمد که جک ولش (Jack Welch) از جنرال الکتریک در سال ۱۹۸۰ از آن برای بررسی استراتژی‌های GE و افزایش بهره‌وری سازمان خود استفاده کرد.

کارکنان سازمان‌ها از جنبه‌های مختلف رفتار و شرایط جسمانی با یکدیگر تفاوت دارند. مجموع این تفاوت‌ها در رفتار و توانایی فرد اثر می‌گذارد و موجب می‌شود که پس از شناخت وی، انتظارات معینی از او داشت. در یک موقعیت معین، ویژگی‌های فردی هر شخص موجب می‌شود که او رفتاری متناسب با خود اتخاذ کند. چون ویژگی‌های فردی می‌توانند به صورت‌های کاملاً متفاوت و چندگانه جفت و جور شوند، بنابراین می‌توان انتظار داشت که در یک موقعیت معین، واکنش‌های متفاوتی وجود داشته باشد و اینجاست که مفهوم شخصیت وارد عمل می‌شود [۸]. قدم پور و همکاران در پژوهشی با این فرضیه اصلی که "بین ویژگی‌های شخصیتی (برونگرایی، وظیفه‌شناسی، تطابق‌پذیری، روان رنجوری و گشودگی نسبت به تجربه) و هوش فرهنگی رابطه وجود دارد" به بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و هوش فرهنگی کارکنان پرداخته‌اند. این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و هوش فرهنگی اجرا شده است. بدین منظور ماتریس همبستگی دومتغیره، بین متغیرهای تحقیق محاسبه و ترسیم شد و تحلیل رگرسیون چندگانه هوش فرهنگی از روی ویژگی‌های شخصیتی به اجرا درآمد. در تحلیل فرضیه اصلی تحقیق، نتایج نشان داد که ضرایب همبستگی دومتغیره، بین ویژگی‌های شخصیتی و هوش فرهنگی معنادار بودند. رابطه بین ویژگی‌های برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی، تطابق‌پذیری و گشودگی به تجربه باهوش فرهنگی، مثبت بود و ویژگی روان رنجوری باهوش فرهنگی رابطه منفی داشت [۹]. نکویی مقدم به بررسی نقش تفاوت‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی نتایج تحقیق پرداخته است. یافته‌های وی مبین این واقعیت است که به‌طورکلی بین ویژگی‌های شخصیتی کارکنان و تعارض سازمانی (بین فردی) در سازمان‌های دولتی شهر کرمان رابطه وجود دارد. بنابراین یکی از علل بروز تعارض در سازمان، تفاوت در شخصیت افراد می‌باشد. زیرا انسان‌ها در موازات رشد و تکامل، به‌تدریج از نظر قدرت جسمانی و توانی، حسی و ادراکی، هوش و حافظه و سطح ادراک و حافظه و روحیات تفاوت‌هایی پیدا می‌کنند. این تفاوت‌های فردی و شخصیتی بین انسان‌ها، موجب می‌شود که در فعالیت‌های مشترک بین آن‌ها تعارض پدیدار شود. به‌عبارت‌دیگر، تفاوت‌ها موجب بروز تعارض‌ها در رفتار اجتماعی و سازمانی می‌گردد [۱۰].



مدیریت منابع انسانی ناگزیر برای تأمین نیروی انسانی مورد نظر باید برنامه‌ریزی مناسبی داشته باشد. تدابیری که در جذب و استخدام، نگهداری، بهسازی و به‌کارگیری مؤثر منابع انسانی باید اعمال شود به‌صورت یک سیستم دارای تعاملاتی است و ضعف در هر یک از موارد مزبور، آثار مطلوب خود را در برونداد این مجموعه منعکس می‌نماید. کاوشگران اطلاعات به‌مثابه پلی وظیفه انتقال اطلاعات را به عهده دارند، بنابراین برای انتقال سریع‌تر اطلاعات باید از ویژگی‌های شخصیتی مورد لزوم برخوردار باشند. با توجه به جنبه‌های انسانی کارکنان سازمان و با عنایت به اینکه عامل انسانی یک عامل کلیدی و استراتژیک در رویکردهای نوین ارزیابی عملکرد و تعیین استراتژی سازمان‌ها به شمار می‌آید، بنابراین بررسی تأثیر آن بر سازمان امری حیاتی است. در این راستا هدف اصلی این مقاله بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر استراتژی‌های سازمان می‌باشد. که برای این منظور جامعه آماری تحقیق شامل تمامی شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری یزد (چه به‌صورت مستقر در مراکز رشد و چه به‌صورت چند مستأجره) انتخاب شد.

۲. روش پژوهش

جامعه آماری شامل تمامی شرکت‌های مستقر و یا تحت پوشش پارک علم و فناوری یزد است. نمونه‌گیری از میان شرکت‌هایی صورت گرفت که از طرح تجاری مصوب و تأییدشده‌ای برخوردار بودند. به‌منظور تعیین حجم نمونه با استفاده از معادله کوکران استفاده شد.

که در آن:

n = حجم نمونه

N = حجم جمعیت آماری (حجم جمعیت شهر، استان و...)

t یا z = درصد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول

P = نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (مثلاً جمعیت مردان)

$q = (1-p)$ = نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (مثلاً جمعیت زنان)

d = درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب

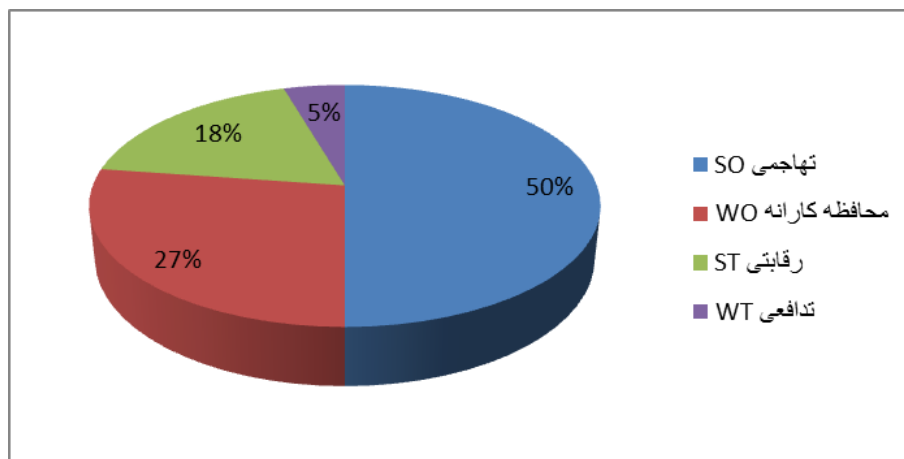
با داشتن N به مقدار ۲۵۰ و d به مقدار ۰,۲ و همچنین مقادیر پیش‌فرض، حجم نمونه (n) به‌دست‌آمده برابر با ۲۲ خواهد بود. برای بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی و اثر احتمالی ویژگی‌های شخصیتی بر استراتژی سازمان از روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی استفاده شد. با در اختیار داشتن طرح تجاری هر یک از شرکت‌های مستقر در پارک علم و فنآوری یزد، جدول SWOT و استراتژی هر یک استخراج و مورد تحلیل قرار گرفت. برای تعیین ویژگی‌های شخصیتی نیز از یک پرسشنامه استاندارد ۶۰ سؤالی شخصیتی پنج‌عاملی NEO-FFI که جدول تحلیلی استاندارد به خود را دارد، استفاده شد.

۳. نتایج

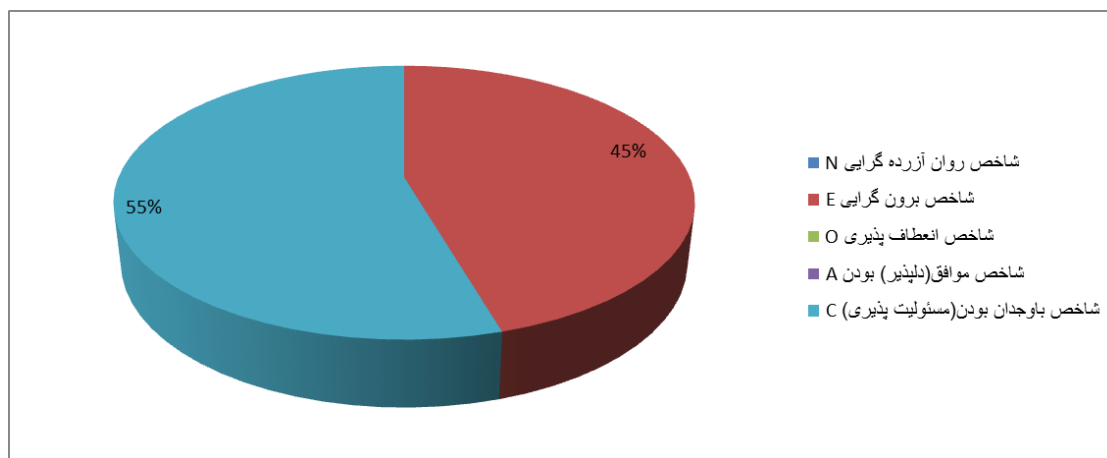
با در نظر داشتن اطلاعات شرکت‌های مورد بررسی و انتقال آن‌ها به نرم‌افزار SPSS، نتایج زیر ارائه شد: با بررسی جداول استراتژی SWOT شرکت‌ها، استراتژی غالب آن‌ها از میان ۴ استراتژی تهاجمی، محافظه‌کارانه، رقابتی و تدافعی استخراج گردید. منظور از استراتژی غالب و آنچه به‌عنوان استراتژی شرکت‌ها در نظر گرفته شده همان استراتژی است که بر اساس اطلاعات و داده‌های موجود در جدول SWOT شرکت‌ها و توسط خود ایشان تهیه گردیده است زیرا مورد مطالعه



این مقاله بررسی استراتژی موجود در این جداول است. همان طور که در شکل ۱ نشان داده شده است به طور تقریبی دو استراتژی غالب برای شرکت های مورد مطالعه، استراتژی های تهاجمی و محافظه کارانه است. از طرفی با تحلیل پرسشنامه NEO-FFI و با بررسی ویژگی شخصیتی افراد، از میان ۵ شاخص شخصیتی، روان آزرده گرایی (N)، برون گرایی (E)، انعطاف پذیری (O)، موافق (دلپذیر) بودن (A) و باوجدان بودن (مسئولیت پذیری) (C)، دو شاخص برون گرایی و باوجدان بودن (مسئولیت پذیر بودن) به عنوان دو شاخص عمده به دست آمد که در شکل ۲ نیز نشان داده شده است.

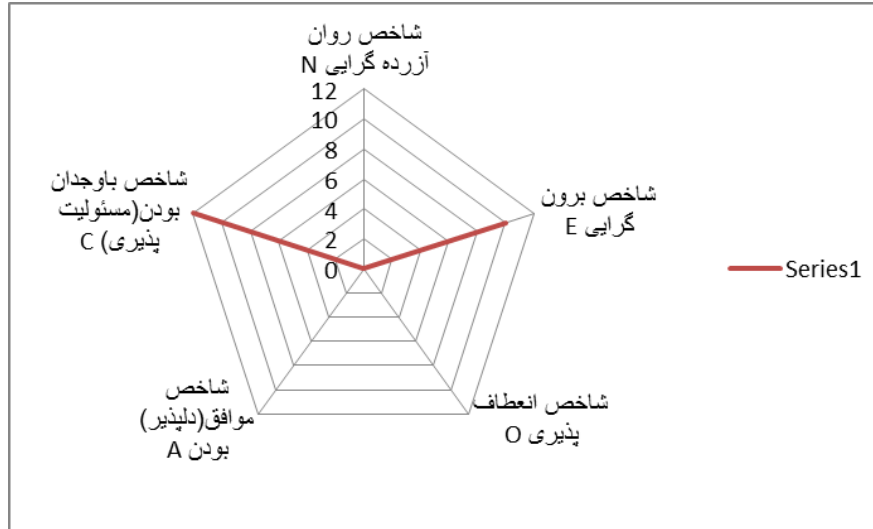


شکل ۱. نمودار دایره ای استراتژی شرکت ها

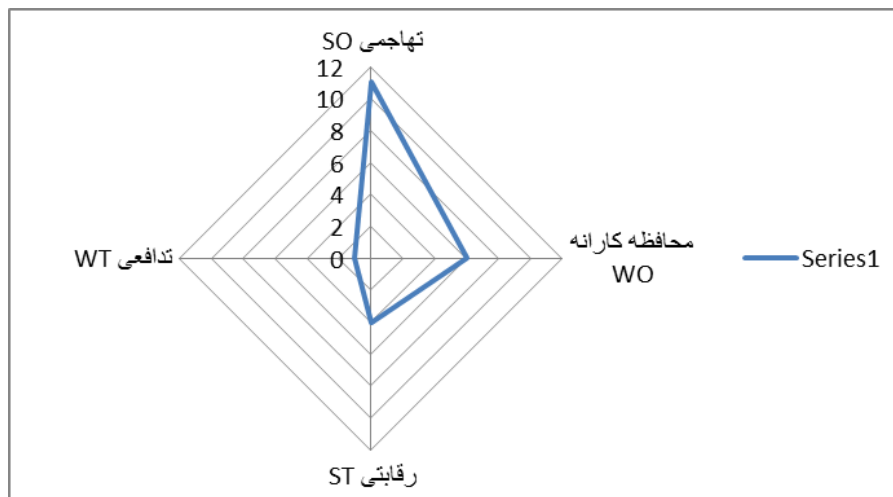


شکل ۲. نمودار دایره ای شاخص های شخصیتی افراد شرکت ها

برای مقایسه بهتر نتایج این بررسی، نمودار عنکبوتی شاخص های شخصیتی و استراتژی شرکت ها به ترتیب در شکل ۳ و ۴ نشان داده شده است.



شکل ۳. نمودار عنکبوتی شاخص های شخصیتی شرکت ها



نمودار شماره ۴. نمودار عنکبوتی استراتژی شرکت ها

همان طور که در نمودارها هم مشاهده می شود، افراد با شاخص شخصیتی برون گرایی، عموماً استراتژی محافظه کارانه و افراد با شاخص شخصیتی مسئولیت پذیری استراتژی تهاجمی را انتخاب کرده اند.

آزمون فرضیه

فرضیه مورد بررسی این است که بین ویژگی و صفات شخصیتی با استراتژی سازمان رابطه معناداری وجود دارد. این فرضیه در دو حالت برای شرکت های برون گرا و مسئولیت پذیر مورد بررسی قرار گرفته است. جهت بررسی و اثبات این فرضیه از روش آزمون همبستگی اسپیرمن توسط نرم افزار SPSS استفاده شده است.

H_0 و H_1 در آزمون این فرضیه به صورت زیر تعریف شده اند:

تفاوت معناداری بین ویژگی و صفات شخصیتی با استراتژی سازمان وجود ندارد: H_0 .

تفاوت معناداری بین ویژگی و صفات شخصیتی با استراتژی سازمان وجود دارد: H_1 .



ضریب گشتاوری پیرسون برای محاسبه درجه و میزان ارتباط خطی بین دو متغیر در سطح فاصله‌ای و نسبی به کار می‌رود. جدول شماره ۱ و ۲ نتایج آنالیز را متناسب با فرضیه پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۱. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن فرضیه (برون‌گرا)

		صفات و ویژگی‌های شخصیتی		استراتژی سازمان
Spearman's rho	صفات و ویژگی‌های شخصیتی	Correlation Coefficient	۱,۰۰۰	-۰.۵۴۲
		Sig. (۲-tailed)	.	.۱۰۶
		N	۱۰	۱۰
	استراتژی سازمان	Correlation Coefficient	-۰.۵۴۲	۱,۰۰۰
		Sig. (۲-tailed)	.۱۰۶	.
		N	۱۰	۱۰

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌کنید با توجه به اینکه مقدار سطح معناداری (sig) مشاهده شده برابر ۰/۱۰۶ است و در نتیجه بیشتر از سطح با معنایی ۰/۰۵ است، با اطمینان بیش از ۹۵ درصد فرضیه H. تأیید می‌شود و فرضیه مقابل آن رد می‌گردد. به عبارت دیگر بین ویژگی و صفات شخصیتی با استراتژی سازمان رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۲. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن فرضیه (مسئولیت‌پذیر)

		صفات و ویژگی‌های شخصیتی		استراتژی سازمان
Spearman's rho	صفات و ویژگی‌های شخصیتی	Correlation Coefficient	۱,۰۰۰	-۰.۵۲۰
		Sig. (۲-tailed)	.	.۰۸۳
		N	۱۲	۱۲
	استراتژی سازمان	Correlation Coefficient	-۰.۵۲۰	۱,۰۰۰
		Sig. (۲-tailed)	.۰۸۳	.
		N	۱۲	۱۲

همان‌گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌کنید با توجه به اینکه مقدار سطح معناداری (sig) مشاهده شده برابر ۰/۰۸۳ است و در نتیجه بیشتر از سطح با معنایی ۰/۰۵ است، با اطمینان بیش از ۹۵ درصد فرضیه H. تأیید می‌شود و فرضیه مقابل آن رد می‌گردد. به عبارت دیگر بین ویژگی و صفات شخصیتی با استراتژی سازمان رابطه معناداری وجود ندارد.

۴. نتیجه‌گیری

در هر تحقیقی، پرداختن به نتیجه و یافته‌های آن از مهم‌ترین قسمت‌های پژوهش محسوب می‌شود. در واقع تجزیه و تحلیل دقیق و نتیجه‌گیری درست از داده‌های جمع‌آوری شده، بدین دلیل که مبنایی برای برنامه‌ریزی‌های آتی در جامعه مورد تحقیق قرار می‌گیرند، از اهمیت دو چندان برخوردار می‌باشند. همچنین نتایج به دست آمده باید مستند و قابل تشریح باشند تا جامعه علمی به درستی و صحت آن اطمینان داشته باشد و بتواند برای اصلاح نواقص و کاستی‌ها از آن‌ها استفاده کند و به نوعی به سمت تجاری سازی پژوهش پیش بروند.

همان‌طور که بیان شد هدف این تحقیق بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی بر انتخاب استراتژی در طرح تجاری است که در مورد شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری یزد بررسی گردید. فرضیه وجود رابطه معنادار بین ویژگی و صفات شخصیتی با استراتژی سازمان است. این فرضیه در دو حالت برای شرکت‌های برون‌گرا و مسئولیت‌پذیر مورد بررسی قرار گرفته است.



جهت بررسی و اثبات این فرضیه از روش آزمون همبستگی اسپیرمن توسط نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج نشان داد که در آزمون فرضیه، فرضیه H. تأیید و فرضیه مقابل آن رد شد. به عبارت دیگر بین ویژگی و صفات شخصیتی با استراتژی سازمان رابطه معناداری وجود ندارد. بنابراین براساس تحلیل انجام شده توسط نرم افزار SPSS از بررسی و مطالعه تعداد ۲۲ شرکت تحت پوشش پارک علم و فناوری یزد، بین ویژگی‌های شخصیتی و استراتژی این مؤسسات رابطه‌ای وجود ندارد

مراجع و ماخذ

۱. شریل آنه توماس، پیاده‌سازی استراتژی در سازمان.
۲. محمدحسن بیطرف پور کرمانی، مروری بر تحول‌پذیری و مدل‌های ترکیبی و نوین تدوین استراتژی شرکت‌ها، ۱۳۹۱.
۳. محمدتقی امینی، تدوین استراتژی به روش چارچوب جامع تدوین استراتژی مطالعه موردی: شرکت سهند خودرو تبریز، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۱، شماره ۲، بهار و تابستان ۱۳۸۸.
۴. مهران سپهری، مدل‌سازی و تحلیل استراتژیک نیروی انسانی.
۵. حسین صامعی، استراتژی‌های کارکردی مدیریت منابع انسانی.
۶. فاطمه صادقیان، بررسی رابطه بین عزت‌نفس سازمانی با بازخورد سازمانی و سازگاری شغلی و انواع تیپ‌های شخصیتی، مجله پژوهش‌های تربیتی و روان‌شناختی، دانشکده علوم تربیتی روانشناسی دانشگاه اصفهان، سال چهارم، شماره دوم، شماره پیاپی ۱۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۸.
۷. جواد محمدی، نگرشی به روش تحلیلی SWOT، مدیر روابط عمومی آموزش و پرورش ناحیه ۲ کرج.
۸. محمدحسن بیطرف پور کرمانی، مروری بر تحول‌پذیری و مدل‌های ترکیبی و نوین تدوین استراتژی شرکت‌ها، ۱۳۹۱.
۹. قدم پور و همکاران، بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و هوش فرهنگی کارکنان.
۱۰. محمود نکویی مقدم، نقش تفاوت‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان در رفتار سازمانی آنان، عصر مدیریت، سال چهارم، شماره چهاردهم، خرداد ۱۳۸۹.