

بررسی نقش و تاثیر فرهنگ سازمانی بر اقتصاد مقاومتی (مطالعه موردی: ستاد یک وزارتخانه دولتی)

حسین دهقانی پوده؛ امین پاشایی هولاسو^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۵/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۰۴

چکیده

اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که مقاوم است؛ با تحریکات جهانی، با تکان‌های جهانی، با سیاست‌های امریکا و غیر امریکا زیورور نمی‌شود؛ اقتصادی است متکی به مردم. بنابراین یکی از راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی برخورداری از حمایت فرهنگ حاکم بر سازمان و جامعه است. تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش و تاثیر فرهنگ سازمانی بر اقتصاد مقاومتی در ستاد یک وزارتخانه دولتی به رشته تحریر درآمده است و سعی می‌کند به این سوال پاسخ دهد که فرهنگ سازمانی چه تاثیری بر اقتصاد مقاومتی دارد؟ به این منظور با بهره‌گیری از روش توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی با استفاده از یک پرسشنامه محقق‌ساخته متشکل از ۵۰ سوال که پایایی آن توسط نرم‌افزار SPSS ۰/۹۲/۰ محاسبه شد و تعداد ۱۰۰ نفر به‌عنوان جامعه آماری شناسایی و بر اساس جدول مورگان، نمونه آماری ۸۰ نفر انتخاب گردیدند که به سوالات پرسشنامه پاسخ دادند. در این تحقیق مولفه‌های فرهنگ سازمانی در شش بُعد مشارکت سازمانی، انعطاف‌پذیری سازمانی، رسالت و مأموریت سازمانی، سازگاری سازمانی، انطباق‌پذیری سازمانی، نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی در پنج بُعد دسته‌بندی گردیدند. پس از انجام محاسبات و تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید که میزان تاثیر فرهنگ سازمانی بر حمایت از تولید ملی (۹۹ درصد)؛ مصرف کالای داخلی (۶۷ درصد)؛ مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن (۹۶ درصد)؛ بهره‌وری (۹۵ درصد) و درون‌زایی (۹۶ درصد) می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، اقتصاد مقاومتی، ستاد وزارتخانه.

۱- دانشیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر

۲- دانشجوی دکتری رشته مدیریت صنعتی دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، عضو باشگاه پژوهشگران و نخبگان جوان و نویسنده مسئول (رایانامه: pashaeiamin@yahoo.com)

مقدمه

نظریه پردازان سازمانی بر این باورند که فرهنگ، نخست مرز سازمانی را تعیین می‌کند، دوم نوعی احساس هویت در وجود اعضای سازمان تزریق کرده و سوم نوعی تعهد در افراد نسبت به چیزی به وجود می‌آورد که بیش از منافع شخصی فرد است و به بیان دیگر، فرهنگ به عنوان یک عامل کنترل به شمار می‌رود که از طریق ارائه معیارهای مناسب سازمان موجب به وجود آمدن یا شکل دادن به نگرش‌ها و رفتار کارکنان می‌شود که ممکن است سازمان را به جلو ببرد و یا از حرکت باز دارد (Pouramen, 2001). در این میان، فرهنگ سازمانی شامل ارزش‌ها، عقاید، فرضیه‌ها، هنجارها و اهدافی است که بر محیط سازمان حاکم است و الگویی از فرضیه‌های اساسی است که به عنوان یک روش صحیح ادراک اندیشه و احساس در رابطه با مسائل مختلف در بین کارکنان جا افتاده است (قوچانی و بدری زاده، ۱۳۹۰: ۸۲). فرهنگ سازمانی سبب درک مشترک و توافق بر سر رویه‌های سازمانی می‌شود (جیمز و کنت، ۱۳۸۲).

جمهوری اسلامی ایران به منظور تغییر جهت‌ها، نگاه به درون، بهره‌گیری از امکانات داخلی، استفاده از فرصت‌ها، نهادینه‌سازی نگاه‌ها و مصرف تولیدات داخلی و تعیین وضعیت مطلوب برای رسیدن به اهداف آرمانی نیازمند نگاهی جدید به اقتصاد در عرصه‌های مختلف می‌باشد و این محقق نمی‌گردد مگر به وسیله اقتصاد مقاومتی.

رهبر معظم انقلاب حضرت آیت‌الله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، در خصوص اقتصاد مقاومتی می‌فرماید: «یک مسئله مهمی که امروز مطرح است، مسئله اقتصاد است ... خب برای اصلاح اقتصاد کشور چه کار باید کرد؟ یک راه تکیه‌ی به مردم است؛ [یعنی] اقتصاد مقاومتی ... معنای اقتصاد مقاومتی، محصور شدن و زندانی شدن در داخل کشور نیست؛ نیایند بگویند که «ما می‌خواهیم با دنیا ارتباط داشته باشیم!» خب، در اقتصاد مقاومتی ارتباط با دنیا وجود دارد؛ منتها گفته می‌شود که اعتماد بایستی به مردم باشد؛ اقتصاد درون‌زا و برون‌گرا. جوشش حرکت اقتصادی از درون کشور است؛ استعدادهای مردم، امکان‌های مردم، سرمایه‌های مردم. تدبیری اندیشه بشود که این سرمایه‌ها، این استعدادها، این ظرفیت‌ها به کار و تولید در داخل و ثروت‌سازی و ایجاد ثروت در داخل بینجامد؛ این تدبیر می‌خواهد. نگاهمان به خارج نباشد» (بیانات در دیدار مردم آذربایجان شرقی، مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۲۹).

در خصوص دستیابی به نوعی از اقتصاد که "مقاومت"، ویژگی بارز آن است، بی‌شک "فرهنگ" یکی از پایه‌ها محسوب می‌شود و بررسی تاثیر فرهنگ بر اقتصاد مقاومتی، می‌تواند به استحکام این

رکن منجر شود. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف تبیین چهارچوب علمی تاثیر فرهنگ سازمانی بر اقتصاد مقاومتی به رشته تحریر درآمده است و درصدد است بررسی فرضیه «فرهنگ سازمانی بر اقتصاد مقاومتی تاثیر مثبتی دارد» می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

فرهنگ

کلمه فرهنگ مرکب از دو جزء «فر» و «هنگ» به معنی کشیدن و نیز تعلیم و ترتیب است. در گذشته در حوزه زبان‌های انگلیسی و فرانسوی، واژه Culture به کار می‌رفته و معنای آن کشت و کار یا پرورش بوده است و هنوز هم در اصطلاحات کشاورزی و باغداری به همان معنا به کار می‌رود و در زبان‌های رومانیایی و انگلیسی تا دیرزمانی واژه تمدن را به جای فرهنگ به کار می‌بردند (آشوری، ۱۳۷۵).

به عقیده تایلور^۱، فرهنگ مجموعه‌ای آمیخته، پیچیده و نظام‌یافته‌ای از دانستنی‌ها، هنرها، باورها، آیین‌ها، حقوق و آداب و رسوم، منشاء خوبی‌ها و بسیار چیزهاست که انسان از جامعه خودش کسب کرده است (میرفخرالدینی و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۱).

فرهنگ، مجموعه‌ای از رفتارهای آموخته شده جهت تفکر، احساس و عمل است که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود و متضمن تجسم این الگوها در بخش‌های مادی است (بردبار و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۸۹).

فرهنگ، یک نظام نظارت اجتماعی بالقوه است که در برابر نظام نظارت رسمی قرار دارد و راه قالب‌ریزی شده اندیشیدن، احساس کردن و پاسخ دادن است (منوریان و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۲-۹) و دارای ویژگی‌های زیر می‌باشد:

الف) فرهنگ آموختنی است: فرهنگ، نظامی است که، پس از زاده شدن انسان در سراسر زندگی آموخته می‌شود.

ب) فرهنگ، اجتماعی است: عادت‌های فرهنگی ریشه‌های اجتماعی دارند و شماری از مردم که در گروه‌ها و جامعه‌ها زندگی می‌کنند در آن شریک‌اند.

ج) فرهنگ پدیده‌ای ذهنی و تصویری است: تا اندازه زیادی، عادت‌های گروهی که فرهنگ از آن‌ها پدید می‌آید به صورت هنجارها یا الگوهای رفتاری، آرمانی، ذهنی می‌شود یا در کلام می‌آیند.

د) فرهنگ، **خشودى بخش** است: فرهنگ همواره و به ضرورت، نیازهای بنیادی زیستی و نیازهای ثانوی برخواسته از آنها را برآورده می‌سازد.

ه) فرهنگ، **سازگاری می‌یابد**: فرهنگ دگرگون می‌شود و فراگرد آن همراه با تطبیق و سازگاری است.

و) فرهنگ **یگانه‌ساز** است: عناصر هر فرهنگ گرایش به آن دارند تا پیکری یکپارچه و به هم بافته و سازگار پدید آورند (رشید و پشایی، ۱۳۹۲: ۸۵).

گونه دیگری از تعریف‌شناسی فرهنگ صورت گرفته است که به نظر می‌رسد دسته‌بندی مسنجم‌تری از تعاریف فرهنگ با توجه به زوایای مختلف و رویکردهای متفاوت ارائه می‌دهد:

یک دسته، تعاریف «**تاریخی**» می‌باشند که بر میراث و تمدن اجتماعی و تاریخی تاکید دارند.

نوع دیگری تعاریف‌های «**هنجاری**» هستند که تاکید آن‌ها بر هنجارها، قواعد و راه و روش‌هاست.

بخش بعدی، تعاریف «**روانشناختی**» است که بر نگرش‌ها، طرز تلقی‌ها و عادت‌های مشترک متمرکز هستند.

دسته دیگری تعاریف‌های «**ساختاری**» است که تاکید آن‌ها بر الگوسازی یا سازمان فرهنگ است.

و در نهایت تعاریف «**تشریحی**» است که بر عناصر تشکیل دهنده فرهنگ تاکید دارد (مشبکی، ۱۳۸۵: ۲۵-۲۴).

فرهنگ سازمانی

موضوع فرهنگ سازمانی، اولین بار در دهه ۱۹۸۰ زمانی که امریکایی‌ها تلاش می‌کردند دلیل موفقیت ژاپنی‌ها را در عرصه بین‌الملل پیدا کنند، مطرح شد. در واقع، آن‌ها فرهنگ سازمانی را عامل موفقیت ژاپنی‌ها می‌دانستند و طرح نظریه‌هایی مانند نظریه Z (و هنر مدیریت ژاپنی نیز معلول همین تفکر بود (گودرزی و گمینیان، ۱۳۸۱).

فرهنگ سازمانی عاملی است که یک سازمان را از سازمان دیگر تفکیک می‌کند و به‌عنوان مهم‌ترین عامل محرک در پس همه تحركات سازمانی قرار دارد (Weng & et al, 2010). فرهنگ سازمانی شامل اعمال، نمادها، ارزش‌ها و مفروشات است که اعضای سازمان با توجه به رفتار مناسب در آن سهیم می‌شوند (Schein, 1990) و متشکل از اهدافی است که سازمان به دنبال تحقق آن است و شیوه‌های رفتاری سازمان که به آن عمل می‌کنند (هوشنگی و همکاران، ۱۳۹۴).

فرهنگ سازمانی زمینه‌ای برای تعامل اجتماعی و هنجارهایی درباره آنچه درست و غلط است، ایجاد می‌کند (Ajmal & Koskinen, 2008).

فرهنگ سازمانی یکی عامل اصلی و مهم در شکل دادن رویه‌های سازمانی (Jarnagin, 2007: 289)، یک پارچه سازی قابلیت‌های سازمان (Day, 1994: 37)، ایجاد راه‌حل برای روبه‌رو شدن با مشکلات (Schein, 1984: 3) و نیز ایجاد مانع یا هموارسازی دستیابی به اهداف سازمان (Denison, 1990) تعریف می‌گردد.

استانلی دیویس فرهنگ سازمانی را الگویی از ارزش‌ها و باورهای مشترکی می‌داند که به اعضای یک نهاد معنی و مفهوم می‌بخشد (دهقانی‌پوده و پاشایی هولاسو، ۱۳۹۵) و به الگوی رفتار خاصی منجر می‌شود (نکویی مقدم، ۱۳۹۱: ۲).

همچنین فرهنگ سازمانی می‌تواند کارکردهای زیر را داشته باشد:

(الف) فرهنگ موجب تمایز یک سازمان از سازمان دیگر می‌شود؛

(ب) فرهنگ به اعضای سازمان احساس هویت می‌بخشد؛

(ج) فرهنگ موجب ایجاد تعهد به چیزی فراتر از منافع شخصی فرد می‌شود؛

(د) فرهنگ موجب ثبات سیستم اجتماعی می‌شود؛ به این صورت که با ارائه معیارها، افراد را در تشخیص رفتار و گفتار مناسب یاری می‌کند؛

(ه) فرهنگ به عنوان یک مکانیزم کنترل و آزمون، نگرش‌ها و رفتار کارکنان را جهت می‌دهد. بدین ترتیب ابهام آن‌ها را در این باره که کارها چگونه انجام می‌شود و چه چیزی مهم است، کاهش می‌دهد (رابینز، ۱۳۸۵: ۱۰۶۸).

اقتصاد مقاومتی

اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند روبه‌رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند، هم آسیب‌پذیری‌اش کاهش پیدا کند (حضرت آیت‌الله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) مورخ ۱۳۹۱/۰۶/۰۲).

هر کشوری که عَلم استکبارستیزی را برپا کند، نیازمند الگوهایی جامع برای مقابله با اسعتمار و ظلم است. یکی از این مفاهیم ناب «اقتصاد مقاومتی» است (روحانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۲۷).

اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که فعالیت‌های اصلی اقتصادی آن در زمینه تولید و تجارت به مهارت‌های خود متکی بوده، در تعامل با خارج هوشمند عمل کرده و امکان تغییر سریع و خودکار بدون اختلال جدی در بازار در مقابل فشارها و ضربه‌های تحمیلی بیرونی از سوی کشورهای متخاصم و غیرهمسو را داشته و پیشرفت و شکوفایی خود را استمرار ببخشد (رستمی و بهرامی‌پور، ۱۳۹۷: ۱۰۲) و گفتمان و الگوی اقتصادی است که ضمن مقاوم‌سازی و تقویت اقتصاد

ملی در برابر تهدیدها، توان تحریم‌شکنی با رویکرد عقب‌راندن نظام سلطه را داشته باشد. در عین حال پیشرو، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا و برون‌گرا باشد (عیسوی و همکاران، ۱۳۹۱). از دیدگاه موسوی (۱۳۹۲) اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار در شرایط کنونی تحریم و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت که قطعاً باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه پیش‌شرط و الزام چنین موضوعی است (افراسیابی، ۱۳۹۷: ۳۸). اگر بخواهیم تعریفی از اقتصاد مقاومتی بیان کنیم در یک تعریف کوتاه، اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که تهدیدهای اقتصادی را به فرصت‌های اقتصادی تبدیل کند. در تعریف دیگر که بی‌ارتباط با تعریف اول نیست، اقتصاد مقاومتی مجموعه تدابیر مدیریتی است که آسیب‌پذیری اقتصاد کشور را در برابر ریسک‌های متعددی که اقتصاد ایران را تهدید می‌کند، کاهش می‌دهد؛ به عبارت دیگر اقتصاد مقاومتی بحث نظری جدیدی نبوده بلکه بحث مدیریتی جدیدی است که هر کشوری با توجه به وضعیت و مشکلات اقتصاد خود باید اتخاذ کرده و به کار گیرد (موسوی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۸).

پیشینه پژوهش

حجازی‌فر (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «شناسایی مولفه‌های فرهنگ و مدیریت جهادی با روش فراترکیب» با استفاده از روش فراترکیب پس از جستجوی منابع پیرامون فرهنگ و مدیریت جهادی، ۲۸ مقاله مرتبط را شناسایی و با این روش نتایج آن‌ها را با توجه به وظایف و موضوعات مرتبط با علم مدیریت در ده بخش دسته‌بندی کرد و از این طریق مدلی برای مدیریت جهادی ارائه نمود.

بنیادی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیرات مدیریت جهادی بر استقرار اقتصاد مقاومتی با روش ویکور فازی»، به بررسی اهمیت شاخصه‌های مدیریت جهادی بر استقرار و تحکیم نظام اقتصاد مقاومتی پرداختند. رویکرد تحقیق نامبردگان استفاده از روش تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه در شرایط غیرقطعی بود. نتایج تحقیق نشان داد که ویژگی‌های فرهنگ جهادی، ویژگی‌های مدیریت جهادی و ویژگی‌های ساختاری به ترتیب بر اقتصاد مقاومتی تأثیرگذار هستند. یلفانی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی اثرات و پیامدهای تحریم بر سرمایه‌گذاری خارجی در ایران و رابطه اقتصاد مقاومتی با کاهش اثرات منفی تحریم» با بیان این موضوع که سرمایه‌گذاری خارجی دارای ابعاد سیاسی و اقتصادی وسیعی است، هدف از تحریم‌ها را محروم

کردن ایران از دستیابی به بازار جهانی کالا، خدمات، سرمایه و منزوی کردن کشور موردنظر است که موجب عدم دستیابی به سرمایه گذاری خارجی می شود و نتایج این پژوهش نشان داد که تحریم ها، سرمایه گذاری خارجی را کاهش داده و باعث رکود اقتصادی گردیده و اقتصاد مقاومتی با اثرات تحریم ها رابطه معکوس دارد.

قربانی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «اقتصاد مقاومتی و نظریه های توسعه» با بهره گیری از روش کتابخانه ای به این نتیجه رسیده است که اقتصاد مقاومتی مبتنی بر تقویت ظرفیت های درونی اقتصاد کشور است و در عین حال، به دور از انزواگرایی است. وی معتقد است که اقتصاد مقاومتی دارای یک ساحت نظری در میان نظریه های توسعه است و می توان به معنای گشودن راهی جدید در میان نظریه های توسعه باشد؛ به اعتقاد وی اقتصاد مقاومتی ضمن پذیرش مولفه هایی از جریان های اصلی توسعه در برخی از مولفه ها با آنها تقابل دارد و به هر جهت می توان اقتصاد مقاومتی را الگویی در میان این دو سنت دانست.

روحانی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی سازمانی و نقش آن در اقتصاد مقاومتی با استفاده از روش تحلیل عاملی و معادلات ساختاری» با بهره گیری از روش توصیفی-همبستگی به این نتیجه رسیده اند که اقتصاد ترمیمی با ۰/۷۸ دارای بیشترین تاثیر در مدل ساختاری بوده و همچنین تمرکز بر نیروی داخلی، ریسک پذیری و مدیریت مصرف به ترتیب مهم ترین زیرشاخص های تاثیرگذار مدل را دارا می باشند.

رستمی و بهرامی پور (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «بررسی ماهیت اقتصاد مقاومتی و نظریه های توسعه اقتصادی» با بهره گیری از روش کتابخانه ای به این نتیجه رسیده اند که الگوی اقتصاد مقاومتی برگرفته و تلفیقی از دو مکتب نوسازی و توسعه نیافتگی است. در واقع الگوی اقتصاد مقاومتی با گرفتن مولفه هایی از دو مکتب و بازتعریف مفاهیم آن بر اساس ویژگی های خاص کشور، الگوی توسعه اقتصادی جدید ارائه داده است که شاخص ها و ظرفیت های بومی ایران را در نظر گرفته است.

افراسیابی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل موثر بر تقویت سرمایه اجتماعی در راستای اقتصاد مقاومتی» با بهره گیری از روش توصیفی - پیمایشی به این نتیجه رسیده است که بین عوامل جمعیت شناختی، رسانه های جمعی، تعهد دینی و تعهدات فرهنگی و تقویت سرمایه اجتماعی در راستای اقتصاد مقاومتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

موسوی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «تبیین نقش مولفه های اقتصاد مقاومتی در تحقق

امنیت پایدار مناطق مرزی» با بهره‌گیری از روش توصیفی - تحلیلی به این نتیجه رسیده‌اند که مولفه‌های اجتماعی و مولفه‌های انسانی با ضریب مستقیم و مثبت، مهم‌ترین عامل تاثیرگذار در بخش اقتصاد مقاومتی هستند.

در جمع‌بندی پیشینه‌ها می‌توان اذعان کرد که پژوهش‌های فوق و جستجو در سایر مقالات منتشر شده در حوزه فرهنگ سازمانی و اقتصاد مقاومتی، گویای این نکته است که تاکنون در هیچ اثر پژوهشی مستقلی، جایگاه فرهنگ و تاثیر آن بر اقتصاد مقاومتی به‌طور کامل و با بررسی ادبیات غنی و ارائه یک الگوی جامع مورد بررسی قرار نگرفته است. از این‌رو، پژوهش حاضر با هدف پوشش دادن این خلاء علمی - فرهنگی برای بررسی میزان تاثیر فرهنگ سازمانی بر اقتصاد مقاومتی به رشتهٔ تحریر درآمده است.

مدل تحقیق

در این تحقیق از عوامل مشارکت سازمانی، انعطاف‌پذیری سازمانی، رسالت و مأموریت سازمانی، سازگاری سازمانی، انطباق‌پذیری سازمانی، نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی به‌عنوان مولفه‌های فرهنگ سازمانی و از عوامل حمایت از تولید ملی، مصرف کالای داخلی، مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن، بهره‌وری و درون‌زا بودن به‌عنوان مولفه‌های اقتصاد مقاومتی بهره گرفته شد.

روش‌شناسی تحقیق

این مقاله حاصل پژوهشی است که از نظر هدف کاربردی از نظر روش توصیفی - تحلیلی، پیمایشی و از نوع همبستگی است.

جامعه آماری در پژوهش حاضر صاحب‌نظران دانشگاهی و خبرگان آشنا به فرهنگ سازمانی، اقتصاد مقاومتی و صاحب‌نظران متخصص در این حوزه‌ها بودند که با توجه به معیار دسترسی به نخبگان، تعداد ۱۰۰ نفر به‌عنوان جامعه آماری شناسایی و بر اساس جدول مورگان، نمونه آماری ۸۰ نفر انتخاب گردید.

در این پژوهش ابزار اصلی سنجش، پرسشنامه است. این پرسشنامه از ۵۰ سؤال تشکیل و با استفاده از طیف لیکرت به‌عنوان مقیاس مورد نظر طراحی گردیده است.

روایی پرسشنامه: در این پژوهش چهار نوع روایی بررسی شده است.

روایی محتوا: پژوهشگر برای سنجش یک متغیر، بر اساس ادبیات موجود تعدادی سؤال در قالب یک پرسشنامه مطرح می‌کند. روایی محتوی به این بستگی دارد که این سؤال‌ها تا چه میزان حوزه

محتوایی متغیر مورد نظر را پوشش می‌دهد (بوهریستر، ۱۹۸۳: ۲۵). یکی از روش‌ها برای ارزیابی و تضمین روایی محتوا شکل‌گیری معقول ابزار است. اتکای زیاد به ادبیات موضوع و استفاده از نظر متخصصان برای ارزیابی پرسشنامه می‌تواند روایی محتوا را تضمین کند (چرچیل، ۱۹۷۹: ۵۲). از آنجائی‌که همه گویه‌های پرسشنامه بر اساس مطالعات قبلی بوده است، می‌توان از روایی محتوایی آن اطمینان پیدا کرد.

روایی سازه: روایی سازه یک ابزار اندازه‌گیری نمایانگر آن است که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد اندازه یک سازه یا خصیصه‌ای را که مبنای نظری دارد می‌سنجد (چرچیل، ۱۹۷۹: ۵۲). به عبارتی دیگر برای قبول روایی یک مدل و در نتیجه روایی نشانگرهای یک سازه، لازم است نشان دهیم بین این نشانگرها هماهنگی و هم‌سویی وجود دارد (ویکترمان، ۱۹۸۹: ۱۴). تحلیل عاملی تأییدی یکی از مفیدترین روش‌ها در این زمینه است. همان‌گونه که در نمودارهای شماره ۲ و ۳ مشاهده خواهد شد بار عاملی همه فاکتورها بالا بوده و بیانگر روایی خوب سازه مدل خواهد بود.

روایی وابسته به معیار: هر چه همبستگی بین شاخص‌ها و متغیر وابسته یا ملاک بالاتر باشد، روایی بهتر است (فردان، ۱۳۸۲: ۴۶). به عبارتی دیگر در این پژوهش هر چه همبستگی بین زیرمعیارهای عوامل ژئوپلیتیکی با معیارها بیشتر باشد، روایی وابسته به معیار پرسشنامه بهتر است. از این رو هفت معیار عوامل مشارکت سازمانی، انعطاف‌پذیری سازمانی، رسالت و مأموریت سازمانی، سازگاری سازمانی، انطباق‌پذیری سازمانی، نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی به‌عنوان متغیر مستقل و فرهنگ سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. همان‌گونه که در جدول شماره ۱ دیده می‌شود، هر ۷ فاکتور با فرهنگ سازمانی در سطح اطمینان ۰/۹۹ همبستگی مثبت و معناداری دارند.

جدول ۱. همبستگی فاکتورهای اصلی موثر بر فرهنگ سازمانی

فاکتورها	مشارکت سازمانی	انعطاف‌پذیری سازمانی	رسالت و مأموریت سازمانی	سازگاری سازمانی	انطباق‌پذیری سازمانی	نوآوری و خلاقیت	فرهنگ جهادی
فرهنگ سازمانی	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۹۰	۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۹۴

سنجش اعتبار محتوا (CVR): این روش میزان موافقت میان ارزیابان یا داوران را در خصوص "مناسب یا اساسی بودن" یک گویه خاص می‌سنجد. لاوشه پیشنهاد کرد که هر گویه یا پرسش به

مجموعه‌ای از ارزیابان یا داوران داده شود و از آن‌ها پرسیده شود که آیا گویه مورد نظر برای سنجش سازه مورد نظر "اساسی یا سودمند" می‌باشد یا نه؟ طبق نظر لاوشه، اگر بیش از نیمی از ارزیابان یا داوران بیان داشتند که آن "اساسی یا سودمند" است، آن گویه دست کم از مقداری اعتبار محتوا برخوردار است. هرچه میزان موافقت میان ارزیابان یا داوران در مورد "اساسی یا سودمند" بودن یک گویه معین بالاتر باشد، سطح اعتبار محتوا بالاتر است. لاوشه با استفاده از این فرض، فرمول زیر را برای سنجش اعتبار محتوا ابداع کرد که به آن نسبت اعتبار محتوا گفته می‌شود (میرزایی، ۱۳۸۸: ۳۲۷).

به همین منظور از روش سی ایچ لاوشه^۱ برای سنجش اعتبار محتوا (CVR) استفاده شد و یک نمونه آماری ۲۰ نفره به سوالات این پرسشنامه پاسخ دادند. نسبت اعتبار بدست آمده برای تمامی سوالات پرسش نامه در جدول شماره ۲ برآورد شده است، مورد قبول بود.

جدول ۲. نتایج مرتبط با نسبت اعتبار محتوای بدست آمده برای سوالات پرسش نامه

شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا	شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا	شماره سوال	نسبت اعتبار محتوا
۱	۱	۱۸	۰/۸۵	۳۵	۱
۲	۱	۱۹	۱	۳۶	۱
۳	۱	۲۰	۱	۳۷	۱
۴	۱	۲۱	۱	۳۸	۱
۵	۱	۲۲	۱	۳۹	۱
۶	۱	۲۳	۱	۴۰	۰/۹
۷	۱	۲۴	۱	۴۱	۱
۸	۱	۲۵	۱	۴۲	۱
۹	۰/۹	۲۶	۱	۴۳	۱
۱۰	۱	۲۷	۱	۴۴	۰/۸
۱۱	۱	۲۸	۱	۴۵	۱
۱۲	۱	۲۹	۱	۴۶	۱
۱۳	۱	۳۰	۰/۹	۴۷	۱
۱۴	۱	۳۱	۱	۴۸	۱
۱۵	۱	۳۲	۱	۴۹	۱
۱۶	۱	۳۳	۱	۵۰	۱
۱۷	۰/۹	۳۴	۱		

پایایی پرسشنامه: به منظور بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ که توسط نرم افزار SPSS محاسبه گردید، استفاده شد. از آنجائیکه ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ قابل قبول است؛ مقدار آن برای سوالات پرسشنامه در جدول شماره ۳ برابر ۰/۹۲ شد که مقدار قابل توجهی جهت پایابودن پرسشنامه می باشد.

جدول ۳. نتایج آزمون آلفای کرونباخ مرتبط برای هر کدام از ابعاد پرسشنامه

ضریب آلفای کرونباخ	تعداد سوال	متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ	تعداد سوالها	حوزه پرسشنامه
۰/۸۹	۳	مشارکت سازمانی	۰/۹۲	۵۰ سوال	تاثیر فرهنگ سازمانی بر اقتصاد مقاومتی
۰/۸۶	۴	انعطاف پذیری سازمانی			
۰/۸۹	۳	رسالت و مأموریت سازمانی			
۰/۹۳	۳	سازگاری سازمانی			
۰/۹۱	۴	انطباق پذیری سازمانی			
۰/۹۳	۳	نوآوری و خلاقیت			
۰/۹۱	۸	فرهنگ جهادی			
۰/۹۳	۵	حمایت از تولید ملی			
۰/۸۹	۵	مصرف کالای داخلی			
۰/۹۲	۴	مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن			
۰/۹۳	۴	بهره‌وری			
۰/۹۲	۴	درون‌زایی			

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق نرم افزار SPSS می‌توان اطلاعات حاصل را به صورت زیر بیان نمود:

جدول ۴. مشخصات پاسخ‌دهندگان

- مشخصات سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان:		
لیسانس: ۱۷.۱٪	فوق لیسانس: ۲۹.۵٪	دکتر: ۵۳.۴٪
- مشخصات سن پاسخ‌دهندگان:		
۲۰-۳۵: ۱۰.۱٪	۳۵-۴۰: ۳۶.۹٪	۴۰ به بالا: ۵۳.۰٪
- مشخصات سابقه کاری پاسخ‌دهندگان:		
۱۰-۱۵: ۶.۰٪	۱۵-۲۰: ۲۰.۴٪	۲۰ به بالا: ۶۷.۰٪

آمار استنباطی

به منظور مشخص کردن نوع آزمون مورد استفاده برای فرضیه‌های تحقیق ابتدا به بررسی نرمال یا غیرنرمال بودن داده‌های مربوط به فرضیات از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف پرداخته می‌شود و سپس با استفاده از نتایج این آزمون، از روش‌های آماری پارامتری یا غیرپارامتری مناسب برای آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌شود. بنابراین فرضیه‌ها به شکل زیر می‌باشد:

H0: توزیع داده‌ها نرمال است (داده‌ها از جامعه نرمال استخراج شده‌اند).

H1: توزیع داده‌ها نرمال نیست (داده‌ها از جامعه نرمال استخراج نشده‌اند).

جدول ۵. نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	سطح معنی داری	مقدار خطا	فرض صفر	نتیجه‌گیری
مشارکت سازمانی	۰/۳۱۹	۰/۰۵	رد نمی‌شود	داده‌ها نرمال است
انعطاف‌پذیری سازمانی	۰/۵۱۲	۰/۰۵	رد نمی‌شود	داده‌ها نرمال است
رسالت و مأموریت سازمانی	۰/۳۱۳	۰/۰۵	رد نمی‌شود	داده‌ها نرمال است
سازگاری سازمانی	۰/۴۰۲	۰/۰۵	رد نمی‌شود	داده‌ها نرمال است
انطباق‌پذیری سازمانی	۰/۴۱۱	۰/۰۵	رد نمی‌شود	داده‌ها نرمال است
نوآوری و خلاقیت	۰/۳۱۳	۰/۰۵	رد نمی‌شود	داده‌ها نرمال است
فرهنگ جهادی	۰/۴۱۱	۰/۰۵	رد نمی‌شود	داده‌ها نرمال است

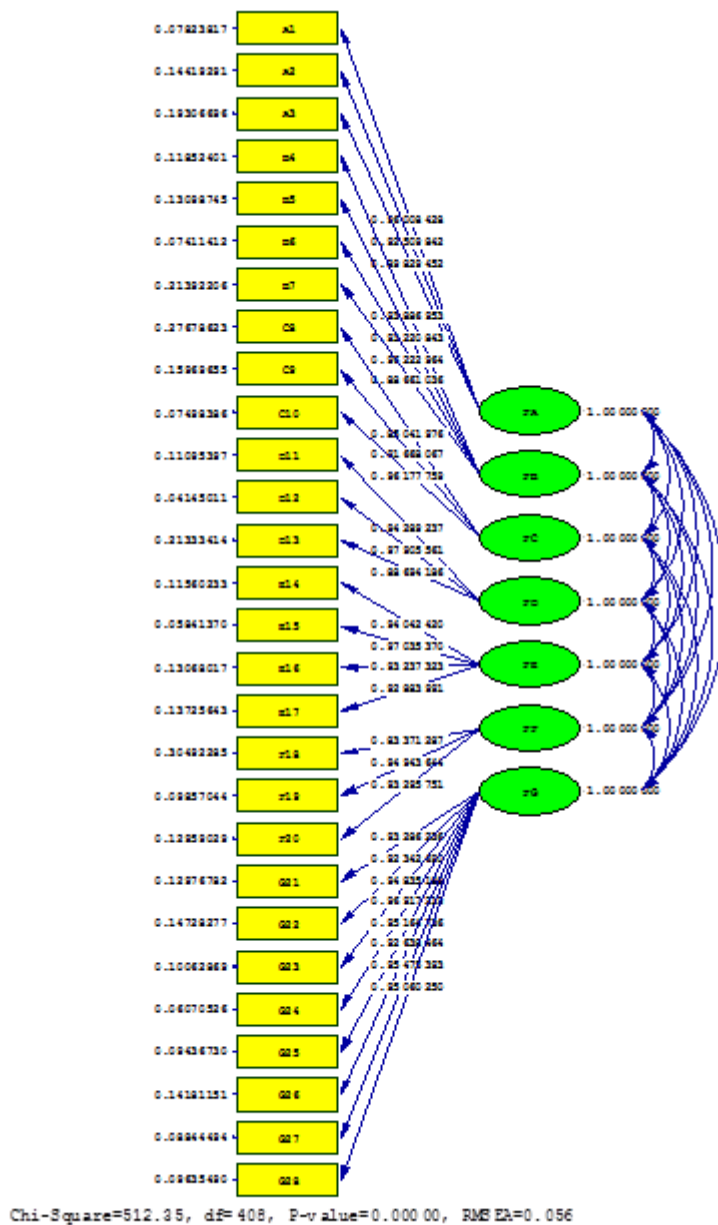
نتیجه گیری	فرض صفر	مقدار خطا	سطح معنی داری	متغیر
داده‌ها نرمال است	رد نمی شود	۰/۰۵	۰/۳۸۷	حمایت از تولید ملی
داده‌ها نرمال است	رد نمی شود	۰/۰۵	۰/۴۱۸	مصرف کالای داخلی
داده‌ها نرمال است	رد نمی شود	۰/۰۵	۰/۴۰۱	مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن
داده‌ها نرمال است	رد نمی شود	۰/۰۵	۰/۴۱۲	بهره‌وری
داده‌ها نرمال است	رد نمی شود	۰/۰۵	۰/۴۱۹	درون‌زایی

با توجه به جدول شماره ۵، مشاهده می شود که تمامی متغیرها، نرمال هستند به همین خاطر از روش‌های آمار پارامتری استفاده می گردد.

مدل اندازه‌گیری متغیر فرهنگ سازمانی

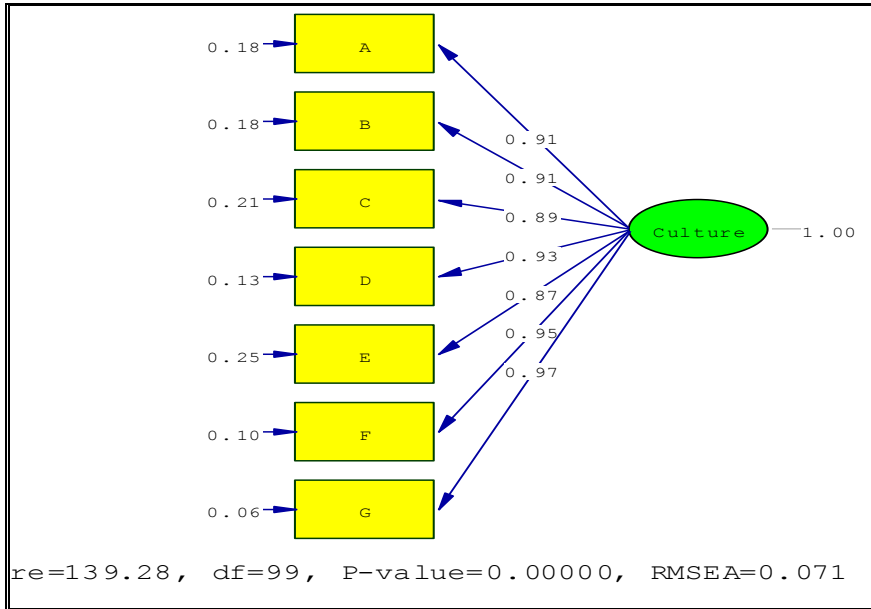
برای شناسایی ضرایب تاثیر بین مکنون‌های شناسایی شده در تحلیل عاملی اکتشافی و شاخص‌ها، از تحلیل عاملی تائیدی توسط نرم افزار LISREL استفاده شد. در تحلیل عاملی تائیدی، مهم ترین عامل در تصمیم گیری رد یا قبول هر فرضیه، میزان شاخص RMSEM است. اگر این شاخص نامطلوب کمتر از ۰/۱ باشد، مدل از تناسب قابل قبولی برخوردار است و چنانچه کمتر از ۰/۰۵ باشد، میزان تناسب مدل ایده آل است. با توجه به اینکه میزان RMSEM در نمودار شماره ۱ برابر ۰/۰۵۶ است، تناسب مدل از وضعیت بسیار مطلوبی برخوردار است، ضرایب معناداری در باره قبول بودن $(-1/96 < X < +1/96)$ قرار داشته و شاخص‌های خوب بودن بزرگ‌تر از ۰/۹ هستند، بنابراین مدل از نظر استناد قابل قبول است.

سپس در تحلیل مرتبه دوم (نمودار ۲)، هفت عامل شناسایی شده در تحلیل مرحله قبل، در یک مکنون برون‌زا به نام فرهنگ سازمانی جای داده شده تا ضرایب تاثیر عوامل فرهنگی مشخص شود، مدل دارای سه شرط استناد است و از برازش مناسبی برخوردار است. ضرایب تاثیر مشارکت سازمانی، انعطاف پذیری سازمانی، رسالت و ماموریت سازمانی، سازگاری سازمانی، انطباق پذیری سازمانی، نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی برای عوامل فرهنگ سازمانی به ترتیب ۰/۹۱، ۰/۸۹، ۰/۹۳، ۰/۸۷، ۰/۹۵ و ۰/۹۷ است.



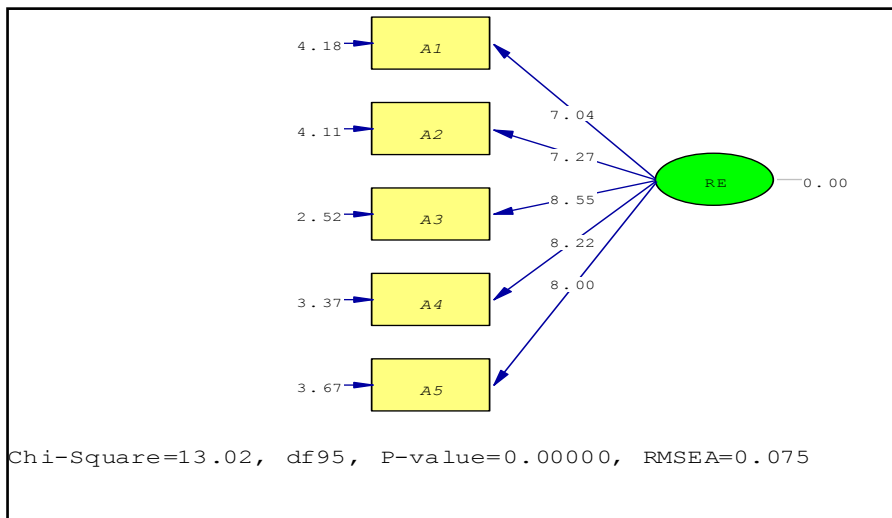
نمودار ۱. مدل استاندارد مکتون برونزای عامل فرهنگ سازمانی، مرتبه اول

به این ترتیب تمامی ضرایب تاثیر عوامل مکنون برونزای فرهنگ سازمانی، بزرگتر از ۸۰ درصد به دست آمد و این از تاثیر قابل ملاحظه این عوامل فرهنگی بر مکنون نام برده حکایت دارد.

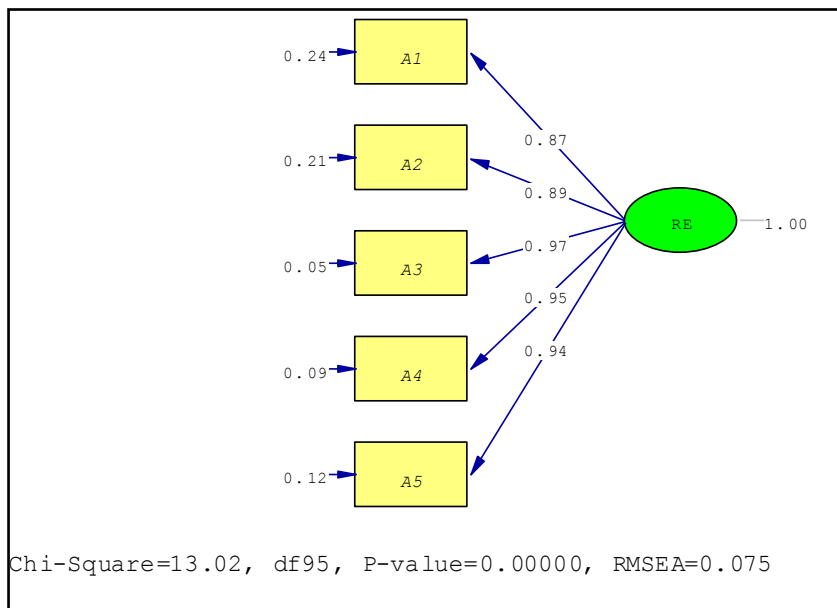


نمودار ۲. مدل استاندارد مکنون برونزای عامل فرهنگ سازمانی، مرتبه دوم

مدل اندازه‌گیری متغیر اقتصاد مقاومتی

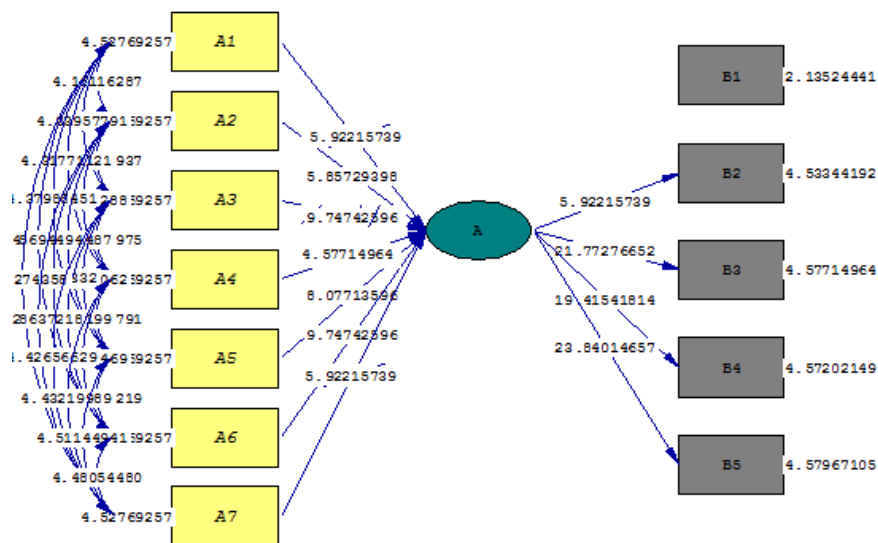


نمودار ۳. مدل اندازه‌گیری متغیر اقتصاد مقاومتی در حالت معنی‌داری



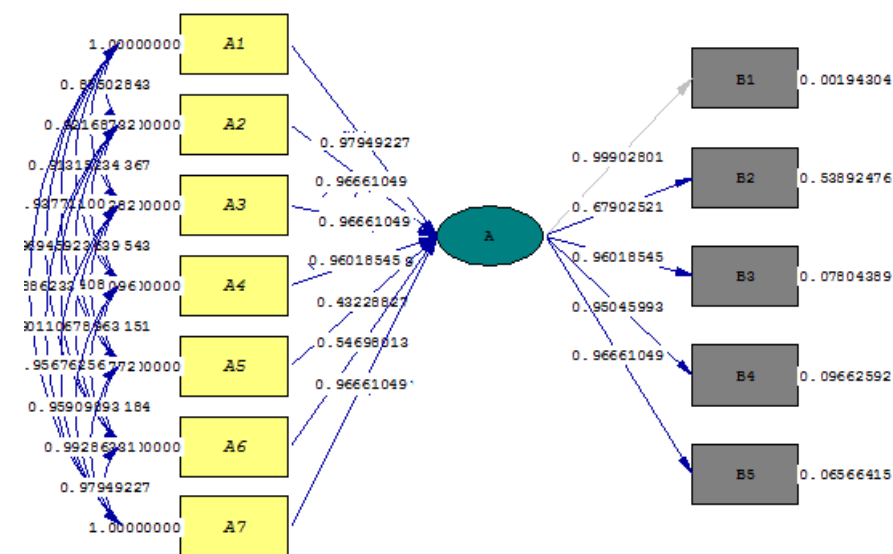
نمودار ۴. مدل اندازه‌گیری متغیر اقتصاد مقاومتی در حالت استاندارد

مدل ایجاد شده در تحلیل عاملی تأییدی متغیر اقتصاد مقاومتی بزرگتر از ۸۰ درصد برآورد شد که حاکی از تأثیر زیاد عوامل اقتصاد مقاومتی است.



Chi-Square=79.34, df=54, P-value=0.00000, RMSEA=0.077

نمودار ۵. مدل مفهومی تحقیق در حالت معنی داری



Chi-Square=79.34, df=54, P-value=0.00000, RMSEA=0.077

نمودار ۶. مدل مفهومی تحقیق در حالت استاندارد

جدول ۶. بررسی روایی سازه مدل ارائه شده

اختصار	معادل انگلیسی	معادل فارسی	دامنه قابل قبول	میزان به دست آمده	نتیجه
χ^2/df	χ^2/df	شاخص کای دو بر درجه آزادی	کمتر از ۳	۱/۴۶	از آنجائیکه
RMSEA	Root Mean Square of Approximation	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۷۷	بین این نشانگرها
NFI	Normal Fit Index	شاخص برازش هنجار شده	نزدیک به یک	۰/۹۶	هماهنگی و هم‌سویی
CFI	Comparative Fit Index	شاخص برازش تطبیقی	نزدیک به یک	۰/۹۷	وجود دارد، در نتیجه
GFI	Goodness of Fit Index	شاخص برازندگی	نزدیک به یک	۰/۹۶	روایی سازه مدل تأیید شد.
AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index	شاخص تعدیل یافته برازندگی	نزدیک به یک	۰/۹۷	

از آنجائیکه در جدول شماره ۶، شاخص کای دو بر درجه آزادی که یکی از شاخص‌های اصلی می‌باشد که ۱/۴۶۹ بوده و در محدوده مجاز قرار دارد، برازندگی مدل را مورد تأیید قرار می‌دهد. شاخص تعدیل شده برازندگی که مقادیر بین ۰/۹ تا ۰/۹۵ قابل قبول است در مدل نهایی با مقدار ۰/۹۷ است که عالی می‌باشد. شاخص‌های برازش هنجار شده، تطبیقی، برازندگی و تعدیل یافته برازندگی در این مدل به ترتیب برابر با ۰/۹۶، ۰/۹۷، ۰/۹۶ و ۰/۹۷ که با توجه به دامنه قابل قبول از وضعیت عالی برخوردار می‌باشند. شاخص بعدی ریشه میانگین مربعات خطای برآورد می‌باشد که باید کمتر از ۰/۰۸ باشد و در این مدل برابر با ۰/۰۷۷ می‌باشد که در محدوده قابل قبول قرار گرفته است. بنابراین با توجه به کل شاخص‌ها با توجه به شاخص‌های برازندگی محاسبه شده می‌توان گفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد.

همچنین با توجه به نمودار شماره ۶ (مدل مفهومی تحقیق در حالت استاندارد) میزان تاثیر فرهنگ سازمانی بر حمایت از تولید ملی (۹۹ درصد)؛ مصرف کالای داخلی (۶۷٪ درصد)؛ مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن (۹۶ درصد)؛ بهره‌وری (۹۵ درصد) و درونزایی (۹۶ درصد) می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

الف) نتیجه‌گیری

نظام اسلامی مانند هر نظام دیگری دارای جهان‌بینی، عناصر، ارکان و اجزایی است که آن را از دیگر نظام‌ها متمایز می‌سازد. اقتصاد مقاومتی یکی از ویژگی‌های بارز نظام جمهوری اسلامی ایران در مقابله با تحریم‌های ظالمانه است و بهره‌گیری از این اقتصاد خواهد توانست در بحران‌های رو به افزایش جهانی، الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام را عینیت بخشد و زمینه و فرصت مناسب را برای نقش‌آفرینی مردم و فعالان اقتصادی در تحقق حماسه اقتصادی فراهم کند و ضمن مقاوم‌سازی و تقویت اقتصاد ملی در برابر تهدیدها، توان تحریم‌شکنی با رویکرد عقب‌راندن نظام سلطه را داشته و در عین حال، پیش‌رو، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا و برون‌گرا خواهد شد. در این یکی از ابعاد که بر شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی و پیشبرد اهداف آن کمک خواهد نمود، عامل "فرهنگ" می‌باشد. فرهنگ اقتصادی مجموعه نگرش‌های اقتصادی موجود در هر جامعه است که تمام رفتارها و فعالیتهای اقتصادی را شکل می‌دهد. به عبارت دیگر؛ فرهنگ اقتصادی در هر جامعه، تعیین‌کننده هنجارها و ناهنجاری‌های اقتصاد جامعه است. فرهنگ اقتصادی جامعه است که آحاد ملت را سختکوش و مقاوم معرفی می‌کند یا راحت‌طلب و سست.

مقاله حاضر به بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر اقتصاد مقاومتی پرداخت. در این مقاله مولفه‌های فرهنگ سازمانی در هفت مفهوم مشارکت سازمانی؛ انعطاف‌پذیری سازمانی؛ رسالت و مأموریت سازمانی؛ سازگاری سازمانی؛ انطباق‌پذیری سازمانی؛ نوآوری و خلاقیت و فرهنگ جهادی و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی در پنج مفهوم حمایت از تولید ملی؛ مصرف‌کالای داخلی؛ مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن؛ بهره‌وری و درون‌زایی دسته‌بندی گردیدند و به بررسی تاثیر هر کدام از این مولفه‌های بر همدیگر پرداخته شد. در این تحقیق ابعاد مشارکت سازمانی (۹۰ درصد)؛ انعطاف‌پذیری سازمانی (۹۰ درصد)؛ رسالت و مأموریت سازمانی (۸۸ درصد)؛ سازگاری سازمانی (۹۲ درصد)؛ انطباق‌پذیری سازمانی (۸۶ درصد)؛ نوآوری و خلاقیت (۹۶ درصد) و فرهنگ جهادی (۹۶ درصد) بر فرهنگ سازمانی تاثیر گذارند. همچنین میزان تاثیر فرهنگ سازمانی بر حمایت از تولید ملی (۹۹ درصد)؛ مصرف‌کالای داخلی (۶۷٪ درصد)؛ مدیریت مصرف و اصلاح الگوی آن (۹۶ درصد)؛ بهره‌وری (۹۵ درصد) و درون‌زایی (۹۶ درصد) می‌باشد.

(ب) پیشنهاد

همچنین پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های بعدی عوامل تعاملی و عمومی بیشتری در این زمینه شناسایی و به وزندهی و اولویت‌بندی این عوامل به کمک روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM) پرداخته شود و نتایج این پژوهش در سازمان‌های مرتبط با اقتصاد مقاومتی به‌کار گرفته شود.

منابع و مأخذ

الف) منابع فارسی

- آشوری، داریوش (۱۳۷۵). تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، تهران: انتشارات مرکز فرهنگی آسیا.
- افراسیابی، عبدالرسول (۱۳۹۷). «بررسی عوامل موثر بر تقویت سرمایه اجتماعی در راستای اقتصاد مقاومتی»، نشریه مدیریت فردا، سال هفدهم، صص ۳۵-۵۶.
- بردبار، غلامرضا و منصوری، حسین و جمالی، رضا (۱۳۸۹). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی در صنعت بیمه»، فصلنامه صنعت بیمه، سال بیست‌ودوم، شماره ۴.
- حجازی، سعید (۱۳۹۱). «شناسایی مولفه‌های فرهنگ و مدیریت جهادی با روش فراترکیب»، تهران: اولین همایش علمی فرهنگ و مدیریت جهادی.
- دهقانی پوده، حسین؛ پاشایی هولاسو، امین (۱۳۹۵). «تاثیر فرهنگ سازمانی بر ظرفیت‌ها و محرک‌های نوآوری دفاعی»، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، سال سوم، شماره ۲۷.
- رایبیز، استیفین پی (۱۳۸۵). رفتار سازمانی: مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها، ترجمه: علی پارسایان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رستمی، فرزاد؛ بهرامی پور، فرشته (۱۳۹۷). «بررسی ماهیت اقتصاد مقاومتی و نظریه‌های توسعه اقتصادی»، مجله اقتصادی، شماره‌های ۱ و ۲، صص ۹۵-۱۱۶.
- رشید، غلامعلی و پاشایی هولاسو، امین (۱۳۹۲). «ارائه مدلی مبتنی بر مدیریت دانش جهت ترویج فرهنگ دفاع مقدس»، دو پاسداری فرهنگی، سال دوم، شماره ۶.
- روحانی، ابوالفضل؛ کرامتی، عباس؛ آبادی، امیرمهدی (۱۳۹۶). «کارآفرینی سازمانی و نقش آن در اقتصاد مقاومتی با استفاده از روش تحلیل عاملی و معادلات ساختاری»، فصلنامه راهبرد توسعه، شماره ۵۲، صص ۲۴۳-۲۱۹.
- سن، جیمز؛ لادون، کنت (۱۳۸۲). سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت با کاربردهای تجارت الکترونیکی و اینترنت، ترجمه محمد راد، تهران: نگاه دانش.
- شاین، ادگار (۱۳۸۳). مدیریت فرهنگ سازمانی و رهبری، ترجمه: برزو فرهی بوزنجانی و شمس‌الدین نوری نجفی، تهران: سیمای جوان.
- عیسوی، سیدمحمد رضا؛ قوامی، محمود؛ معصومی‌نیا، سیدحسن (۱۳۹۱). دومین نشست اقتصاد مقاومتی: سیاست‌ها و راهکارها، تهران: پژوهشکده علوم اقتصادی دانشگاه علامه طباطبائی.

- قربانی، مصطفی (۱۳۹۶). اقتصاد مقاومتی و نظریه‌های توسعه، قابل دسترسی در سایت: www.basirat.ir
- قوچانی، فرخ؛ بدری‌زاده، مریم (۱۳۹۰). «بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر استقرار سیستم‌های اطلاعات»، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۷، صص ۹۵-۸۱.
- کامفیروزی، م؛ بنیادی نائینی، ع؛ موسوی لقمان، س (۱۳۹۲). «بررسی نقش عوامل در اقتصاد بدون نفت در الگوی اقتصاد مقاومتی»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال سیزدهم، شماره ۵۹، صص ۸۸-۵۹.
- گودرزی، اکرم؛ گمینیان، وجیهه (۱۳۸۱). اصول، مبانی و نظریه‌ها جو و فرهنگ سازمانی، چاپ اول، اصفهان: جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
- مشبکی، اصغر (۱۳۸۳). مدیریت رفتار سازمانی، چاپ اول، تهران: انتشارات ترمه.
- مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). مدیریت رفتار سازمانی (تحلیل کاربردی- ارزشی از رفتار سازمانی)، چاپ سوم، تهران: انتشارات ترمه.
- منوریان، عباس و قربانی، محمدحسین و شریفی، مسلم (۱۳۸۷). فرهنگ سازمانی با تکیه بر مدل دنیسون، چاپ اول، شیراز: انتشارات نشر دانشگاه شیراز.
- منوریان، عباس و قربانی، محمدحسین و شریفی، مسلم (۱۳۸۷). فرهنگ سازمانی با تکیه بر مدل دنیسون، چاپ اول، شیراز: نشر دانشگاهی شیراز.
- موسوی، میرنجف؛ پرندی، ساسان؛ قاسملو، صادق (۱۳۹۷). «تبیین نقش مولفه‌های اقتصاد مقاومتی در تحقق امنیت پایدار مناطق مرزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)»، فصلنامه علوم و فنون مرزی، سال نهم، شماره ۱، صص ۶۳-۳۳.
- میرفخرالدینی، سیدحیدر و فرید، داریوش و صیادی تورانلو، حسن (۱۳۸۸). «بکارگیری مدل EFQM در تحلیل ابعاد فرهنگ سازمانی مراکز خدمات درمانی»، مجله دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی، دوره هفدهم، شماره ۲.
- نکویی مقدم، محمود و بهزادی گودری، فرانک و کشاورز، حسن (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین انواع فرهنگ‌های سازمانی با مؤلفه‌های موفقیت سازمانی»، فصلنامه بیمارستان، سال دهم، شماره ۱.
- هوشنگی، محسن؛ الهی، سیدمجید؛ امین افشار، زهرا؛ صدوق، سیدمحمود (۱۳۹۴). «بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی و سبک رهبری بر پذیرش تکنولوژی و مدیریت دانش (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی استان قزوین)»، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره سیزدهم، شماره ۳، صص ۷۶۲-۷۳۹.

- یلفانی، امیر؛ رضا کاظمی، فاطمه؛ مصدق، فاطمه (۱۳۹۵). «بررسی اثرات و پیامدهای تحریم بر سرمایه‌گذاری خارجی در ایران و رابطه اقتصاد مقاومتی با کاهش اثرات منفی تحریم»، ماهنامه شباک، سال دوم، شماره ۲، صص ۶-۱.

(ب) منابع انگلیسی

- Ajmal, M. M.; Koskinen, K. U. (2008). "Knowledge Transfer in Project-Based Organizations: An Organizational Culture Perspective". *Project Management Journal*, 39(1), 7-15.
- Bohrestedt G (1983). *Measurement*, In P. Rossi, J. Wright, and Anderson, (Eds.), *A handbook of survey research*, San Diego, CA: Academy Press.
- Churchill Jr, G.A (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs, *Journal of Marketing Research*; 16.
- Day, G (1994). *The Capabilities of Market- Driven Organization*, *Journal of Marketing*, Vol. 58.
- Denison, D.R (1990). *Corporate Culture and Organization Effectiveness*, New York: John Wiley & Sons.
- Jarnagin, C (2007). *Creating Corporate Cultures through Mythopoetic Leadership*, *Organizational Dynamic*, Vol. 36.
- Pouramen, Behzad (2001), *study and Assessment of the existing organizational culture Center of the Iranian Scientific Information and Documentation*, Research Project.
- Schein, E. (1990). "Organizational culture". *American Psychologist*, 45(2), 109-119.
- Verkatraman N (1989). Strategic orientation of business enterprises: the construct, dimensionality and measurement, *Management Science*; 35.
- Weng, R.; Huang, C.; Tsai, W.; Chang, L.; Lee, M.; Lin, S. (2010). "Exploring the impact of mentoring functions on job satisfaction and organizational commitment of new staff nurses". *BMC Health Services Research*, 10(1), 240-249.

