

تأثیر تعهد سازمانی و نوآوری سازمانی بر اقتصاد مقاومتی

یوسف محمدی مقدم*

میثم دهناد**

بهزاد شوقی***

سیدمصطفی مرتضوی****

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر تعهد سازمانی و نوآوری سازمانی بر اقتصاد مقاومتی انجام شد. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران به تعداد ۵۰۰ نفر بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و جدول مورگان ۲۱۷ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد تعهد سازمانی آلن و میر (۱۹۹۰)، نوآوری سازمانی پنیادز، پراجگو و سوهل (۲۰۰۶) و پرسشنامه محقق ساخته اقتصاد مقاومتی که برگرفته از منویات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در پیام نوروزی سال ۱۳۹۵ بود، استفاده شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، توصیف داده‌ها از طریق میانگین، انحراف معیار، درصد، فراوانی و جدول و استنباط آماری داده‌ها از طریق مدلسازی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار Smart PLS 2 در دو بخش مدل اندازه‌گیری و بخش ساختاری انجام پذیرفت. در بخش اول ویژگی‌های فنی پرسشنامه شامل پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا مختص PLS بررسی گردید؛ در بخش دوم، ضرایب مسیر و ضرایب معناداری نرم‌افزار برای بررسی فرضیه‌های پژوهش استفاده شدند. نتایج تحقیق نشان داد، تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن شامل تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری و همچنین نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آن شامل تولیدمحوری، فرایندمحوری و سازمان‌محوری بر اقتصاد مقاومتی از دیدگاه کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران تأثیر دارد. **واژگان کلیدی:** اقتصاد مقاومتی، تعهد سازمانی، نوآوری سازمانی، تولیدمحوری، آموزش و پرورش.

* دانشیار گروه مدیریت راهبردی دانشگاه علوم انتظامی امین. Email: you_mohammad@yahoo.com

** دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران (نویسنده مسئول). Email: meisam_d603@yahoo.com

*** دکتری گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران. Email: b.shoghi@srbiau.ac.ir

**** دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم، قم، ایران. Email: Mos.mortazavi1351@gmail.com

تاریخ تأیید: ۹۶/۸/۱

تاریخ دریافت: ۹۶/۶/۱۰

۱. مقدمه

همواره تحریم‌های اقتصادی و سیاسی از مهم‌ترین ابزارهای بین‌المللی برای حصول اهداف کشورهای بزرگ و اعمال نفوذ قدرت‌های جهانی بر سایر کشورهاست. این مبحث در کشور ما نیز یکی از اساسی‌ترین چالش‌های اقتصادی و سیاسی بوده است. با ظهور انقلاب اسلامی، شکل جدیدی از حکومت در دنیا پدیدار شد که بنای سازگاری با قطب قدرت استکبار را نداشته و به مبارزه با آن پرداخت. ظهور چنین حکومتی آن هم در منطقه خاورمیانه که از لحاظ اقتصادی دارای اهمیت بسیار زیاد است، باعث شد که نظام استکبار جهانی با تمام قوا به مبارزه با انقلاب برخیزد (عزیززاد، ۱۳۸۹، ص ۱۶۵-۲۱۰).

بحث تحریم و راهکارهای تقابل با آن تا زمانی که کشورمان در سیاست‌های استکبارستیزی خود پایدار است، همواره یکی از چالش‌های اساسی برای سیاست‌گذاران کشور خواهد بود. هرچند ممکن است در مقاطعی شدت این تحریم‌ها کمتر شود؛ اما به‌طور کلی به دلیل سیاست‌های استکبارستیزی، حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش و سازش‌ناپذیری جمهوری اسلامی، بحث تحریم از طرف قدرت‌های جهانی بر ضد کشور ما یک چالش بسیار اساسی و راه‌های تقابل با آن یک استراتژی جدی در سیاست‌گذاری‌های کلان ملی است (فخاری، ۱۳۹۳). از آنجا که مهم‌ترین رویکرد تحریم‌ها، تخریب اقتصادی است. بنابراین به‌عنوان استراتژی تقابل، بحث اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر معظم انقلاب مطرح گردیده است. اقتصاد مقاومتی اولین بار در سال ۲۰۰۵م، پس از محاصره غزه توسط اسرائیل که مواد غذایی و نهاده‌های اولیه برای تولید و پیشرفت اقتصادی را نیز شامل می‌شد، مورد استفاده قرار گرفته و ضوابط و معیارهای حاکم بر مفهوم آن شناسایی گردید (Salah R. agha, 2010).

نزدیک‌ترین مبحث علمی به عبارت «اقتصاد مقاومتی»، بحث «فتریت اقتصادی» است. بریگاگلیو^۱ در سال ۲۰۰۶م، از اصطلاحی به نام فتریت اقتصادی برای اشاره به توان یک اقتصاد برای بهبود یا تطابق با آثار شوک‌های بیرونی و مخالف استفاده نمود. وی بیان می‌دارد: که اصطلاح فتریت اقتصادی به دو مفهوم به کار می‌رود: اول، توانایی اقتصاد یک کشور برای بهبود سریع ناشی از شوک‌های اقتصادی تخریب‌کننده خارجی؛ دوم، توانایی اقتصاد یک کشور برای ایستادگی در برابر آثار این شوک‌ها (سیف‌الله، ۱۳۹۱، ص ۵-۲۲).

در ابتدای سال ۱۳۹۵ بحث اقتصاد مقاومتی به‌عنوان یک نیاز ضروری، از سوی رهبر نظام جمهوری اسلامی ایران مدظله‌العالی مطرح شد که ضرورت توجه به مفاهیم دانشی را نشان

1. Briguglio

می‌دهد و بر این اساس تعهد و نوآوری متغیرهای مهم و مؤثری هستند که تاکنون در بستر اقتصاد مقاومتی مطالعه شده‌اند. از این‌رو محققان در این پژوهش با هدف تبیین رابطه بین اقتصاد مقاومتی و تعهد سازمانی و نوآوری در پی پاسخگویی به این سؤال اساسی هستند که آیا بین اقتصاد مقاومتی و تعهد سازمانی و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد یا خیر؟

به این ترتیب در بخش اول مبانی نظری مورد بررسی قرار گرفته و در انتهای این بخش فرضیه‌های پژوهش مطرح می‌گردند؛ بخش دوم، مدل مفهومی تحقیق ارائه می‌شود؛ در بخش سوم مباحث روش‌شناسی و یافته‌های آماری ارائه می‌گردند و در نهایت در بخش چهارم؛ نتیجه‌گیری، محدودیت‌های تحقیق و ارائه پیشنهادات با توجه به نتایج تحقیق برای پژوهشگران و مدیران سازمان مطرح می‌شود.

۲. مبانی نظری

۲-۱. اقتصاد مقاومتی

در چند سال اخیر و با شدت یافتن تحریم‌های یک‌جانبه و غیرانسانی غرب بر ضد جمهوری اسلامی ایران با هدف متوقف کردن برنامه‌های صلح‌آمیز هسته‌ای ایران، واژه جدید «اقتصاد مقاومتی» به ادبیات اقتصادی کشور اضافه شد. این واژه اولین بار در دیدار کارآفرینان با مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در شهریور سال ۱۳۸۹ مطرح گردید. نظام اسلامی با توجه به ایده‌های نوین و بومی به جهت نیل در مسیر تعالی و پیشرفت نیازمند تعریف الگویی جامع می‌باشد. بدین جهت از سوی مقام معظم رهبری مدظله‌العالی الگوی اسلامی-ایرانی به نام اقتصاد مقاومتی برای اداره جامعه و عبور از نظام جهانی سلطه‌ای که از طریق تحریم‌ها برای جلوگیری و کُندسازی روند توسعه کشور، مانع‌تراشی نموده، ارائه شده است (صفدری، ۱۳۹۳).

برای مفهوم اقتصاد مقاومتی در همین مدت زمان کم، تعاریف متفاوتی ارائه شده که هر کدام از جنبه‌ای به این موضوع نگاه کرده‌اند. در این میان، تعریف جامع و کامل از اقتصاد مقاومتی را خود رهبر فرزانه انقلاب ارائه داده‌اند: «اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که در شرایط فشار، در شرایط تحریم، در شرایط دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تعیین‌کننده رشد و شکوفایی کشور باشد» (بیانات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در دیدار با دانشجویان، ۱۳۹۱/۵/۱۶). بنابراین آنچه از بیانات متعدد مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در خصوص اقتصاد مقاومتی برمی‌آید آن است که اقتصاد مقاومتی، اقتصادی پویا و فعال است که در مسیر رشد و توسعه گام برمی‌دارد. بنابراین برای حرکت به سمت اقتصاد مقاومتی و تلاش در جهت ایجاد اقتصادی مقاوم،

باید بسترهای لازم با توجه به محدودیت‌ها و چالش‌های اقتصاد ایران شناسایی شود. شناخت این زیرساخت‌ها به سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران اقتصادی کشور این امکان را می‌دهد تا در خصوص هرگونه سیاست اقتصادی با در نظر گرفتن این محدودیت‌ها تصمیم‌گیری کنند. البته باید خاطرنشان نمود که این روش اقتصادی از نظر تعریف با اقتصاد ریاضتی تفاوت دارد. در علم اقتصاد، ریاضت اقتصادی به طرحی گفته می‌شود که دولت‌ها برای کاهش هزینه‌ها و برای رفع کسری بودجه، به کاهش و یا حذف ارائه برخی خدمات و مزایای عمومی دست می‌زنند. این طرح که به منظور مقابله با کسری بودجه توسط برخی دولت‌ها انجام می‌شود گاهی اوقات با افزایش میزان مالیات و افزایش دریافت وام‌ها و کمک‌های مالی خارجی می‌انجامد؛ اما طبق نظر دولتمردان ایران در تعریف اقتصاد مقاومتی، ضرورت مقاومت برای رد کردن فشارها و عبور از سختی‌ها برای رسیدن به نقاط مثبت ملی مدنظر است. در اقتصاد مقاومتی هدف استفاده از توان داخلی و مقاومت در برابر تحریم‌ها با ایجاد کمترین بحران است (فخاری، ۱۳۹۳).

ابعاد اقتصاد مقاومتی

سازمان بسیج مستضعفان برای تبیین ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، از تحلیل زنجیره نام‌گذاری سال‌ها از جانب رهبر انقلاب مدظله‌العالی در چندین سال اخیر و با محوریت شعارهای اقتصادی استفاده کرده است (سازمان بسیج مستضعفان، ۱۳۹۱).

پیام امسال نیز با عنوان اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل موضوعی اقتصادی را در درون خود دارد. که البته علت تأکید بر موضوعات اقتصادی در این چند سال را می‌توان تحولات درونی و بیرونی کشور دانست. شعار سال‌های اخیر هر یک به نوبه خود جنبه‌های مختلف اقتصاد مقاومتی را به همراه دارد. با توجه به این شعارها جنبه‌های اقتصاد مقاومتی تعریف می‌شود:

الف) نوآوری و شکوفایی؛ نوآوری و شکوفایی به‌عنوان محرک رشد پایدار شناخته می‌شود. همچنین کمبود نوآوری یکی از عوامل اصلی پایین بودن سطح رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه شناخته می‌شود. ایده اصلی نوآوری بر این ایده استوار است که نوآوری سبب افزایش تولید از طریق افزایش توان تولید افراد و نهایتاً رشد اقتصادی می‌شود (ربیعی، ۱۳۸۸، ص ۴۰-۵۶). بر مبنای این ایده، با توجه به تعریف اقتصاد مقاومتی، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها برای اقتصاد مقاومتی، نوآوری و شکوفایی است (سازمان بسیج مستضعفان، ۱۳۹۱).

ب) اصلاح الگوی مصرف؛ در سال ۱۳۸۸ اصلاح الگوی مصرف به‌عنوان شعار سال انتخاب شد و در راستای تعریف بیان شده برای اقتصاد مقاومتی، می‌توان اصلاح الگوی مصرف را یکی

دیگر از جنبه‌های مهم اقتصاد مقاومتی برشمرد. چرایی این موضوع را می‌توان به این صورت بیان کرد که یکی از ابتدایی‌ترین و اصولی‌ترین مبانی علم اقتصاد «کمبود منابع» است. به عبارت دیگر، علم اقتصاد علم استفاده بهینه از امکانات و منابع محدود در راستای ارضای نیازهای نامحدود بشری است. افزایش مصرف در جامعه باعث افزایش استفاده از منابع محدود می‌گردد و در نتیجه سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد (سالواتوره، ۱۳۸۴). بر همین اساس، اگر با منابع موجود الگوی مصرف جامعه اصلاح شود و در مصرف زیاده‌روی نشود مقداری منبع که مورد استفاده قرار نگرفته‌اند باقی می‌ماند که می‌توان آنها را سرمایه‌گذاری کرد. در نتیجه سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد و افزایش سرمایه‌گذاری به افزایش تولید می‌انجامد. طبق تعریف اقتصاد مقاومتی، اصلاح الگوی مصرف از طریق افزایش سرمایه‌گذاری باعث رشد و شکوفایی اقتصاد می‌گردد. رهبر معظم انقلاب مدظله‌العالی در ابتدای سال ۱۳۸۸، در بیان اصلاح الگوی مصرف، چنین می‌فرماید: «مردم عزیزمان توجه داشته باشند که صرفه‌جویی به معنای مصرف نکردن نیست. صرفه‌جویی به معنای درست مصرف کردن، بجا مصرف کردن، ضایع نکردن مال، مصرف را کارآمد و ثمربخش کردن است» (پیام نوروزی رهبر انقلاب مدظله‌العالی به مناسبت تحویل سال ۱۳۸۸).

ج) کار جهادگونه؛ شعار ۲ سال متوالی ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ بیشتر در ارتباط با تشویق به کار و فعالیت است. شعار «همت مضاعف و کار مضاعف» در سال ۱۳۸۹ و «جهاد اقتصادی» در سال ۱۳۹۰ را نیز می‌توان در ارتباط با تعریف گفته شده از اقتصاد مقاومتی دانست. بر این اساس، افزایش مهارت و بهره‌وری نیروی کار و استفاده بهینه نیروی کار برای پیشبرد بهینه اهداف کشور به‌عنوان یک جنبه مؤثر از اقتصاد مقاومتی تعریف می‌گردد (محمدی‌مقدم و همکاران، ۱۳۹۱).

د) حمایت از تولید داخلی؛ یکی از مفاهیم اساسی در ادبیات اقتصادی این است که واردات یعنی ایجاد اشتغال برای نیروی کار خارجی و صادرات یعنی ایجاد اشتغال برای نیروی کار داخلی. این سخن نیز همانند ۳ جنبه قبلی در راستای تعریف اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرد؛ اما این جنبه از اقتصاد مقاومتی با سه جنبه قبلی تفاوت‌های اساسی دارد. یکی از این تفاوت‌ها عبارت است از اینکه به صورت مستقیم بر رشد و شکوفایی تولید اثر دارد، نه به صورت غیرمستقیم و با واسطه، نکته دیگر اینکه با حمایت از تولید داخلی (مخصوصاً در مواردی که توانایی تولید کالا در داخل وجود دارد) وابستگی به دنیای خارج کاسته خواهد شد. با کاسته شدن وابستگی به دنیای خارج و به خصوص دنیای غرب که مجری فشار و تحریم بر کشورمان است، اثربخشی تحریم‌ها کاهش می‌یابد و در نتیجه به رشد و شکوفایی اقتصاد می‌انجامد. البته مزایای بسیاری در حمایت از تولید داخلی نهفته است که از جمله آنها می‌توان به ایجاد اشتغال برای نیروی کار داخلی، کمتر شدن

فشار تورمی، توجه به برند داخلی در صنایع مختلف، تقویت بخش خصوصی، کاستن از بار مالی دولت، ارزآوری کالای غیرنفتی و بسیاری موارد دیگر اشاره کرد. همه موارد یادشده در راستای تعریف گفته شده از اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرد. در واقع «حمایت از تولید داخلی» به صورت مستقیم یعنی فراهم آوردن زمینه رشد و شکوفایی برای اقتصاد، به اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند (محمدی‌مقدم و همکاران، ۱۳۹۱).

ه) **حمایت از کار و سرمایه ایرانی؛** در اقتصاد عوامل تولید شامل نیروی انسانی، زمین، کار، سرمایه‌های فکری، سرمایه‌های انسانی سرمایه‌های مادی یا دیگر دسته‌بندی‌ها می‌شود. به‌طور معمول عوامل تولیدی غیر از نیروی کار را به‌عنوان سرمایه می‌شناسند. پس بخش دوم شعار سال ۱۳۹۱ نیز در راستای تعریف بیان شده از اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرد، چراکه برای افزایش و شکوفایی تولید، باید به حمایت از عوامل تولید پرداخت. افزایش حمایت از عوامل تولید نتایج را به همراه خواهد داشت: اول اینکه چون این عوامل به صورت مستقیم در تولید نقش دارند به افزایش تولید می‌انجامد و دوم اینکه حمایت از عوامل تولید به مانند سرمایه‌گذاری است و از این طریق نیز منجر به افزایش تولید می‌شود (محمدی‌مقدم و همکاران، ۱۳۹۱). مطالعات اقتصادی بیانگر این موضوع است که نرخ رشد بلندمدت اقتصادی با سطح درآمد اولیه کشور همبستگی بالایی ندارد و پایین بودن موجودی سرمایه فیزیکی تنها عامل رشد پایین اقتصادی در کشورها نیست، بلکه برخی از عوامل به خصوص سرمایه انسانی باعث تسریع رشد اقتصادی می‌گردد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۱۸-۱۳۶).

و) **حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی؛** رهبر معظم انقلاب مدظله‌العالی در پیام به مناسبت آغاز سال ۱۳۹۲، با اشاره به حرکت رو به جلوی ملت ایران در سال گذشته به‌ویژه در مواجهه اقتصادی و سیاسی با جهان استکبار، چشم‌انداز سال ۱۳۹۲ را امیدوارانه و همراه با پیشرفت و تحرک و ورزیدگی و حضور جهادی ملت ایران در عرصه‌های سیاسی و اقتصادی دانستند. این شعار در راستای مفاهیم بیان شده برای اقتصاد مقاومتی است. چراکه؛ حماسه اقتصادی از علایم رشد در زمینه علمی، عملی و عدم وابستگی و یکی از نقاط اساسی شکوه تمدن اسلامی و پیشرفت جامعه دینی است (پیام نوروزی رهبر انقلاب، ۱۳۹۲).

ی) **اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی؛** مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در تشریح حرف اصلی خود در سال ۱۳۹۳، یعنی ضرورت قوی‌تر شدن ملت و کشور و افزایش اقتدار ملی به تلاش زورگویان جهانی برای تضییع حقوق ملت‌های ضعیف استناد و خاطر نشان کردند: طبیعت جهانی که با افکار مادی اداره می‌شود زورگویی قدرتمندان نسبت به ضعیفان است پس باید قوی شویم و پیشرفت کنیم. ایشان اهتمام جدی درباره دو عنصر دیگر اقتدار ملی یعنی اقتصاد و فرهنگ را ضروری برشمردند و با تمرکز اولین بخش از سخنانشان بر مسئله اقتصاد افزودند: باید

اقتصاد ایران را به گونه‌ای قوی کنیم که هیچ تکانه‌ای در جهان و هیچ کس در هیچ جای دنیا چه آمریکا و چه غیر آمریکا نتواند با یک تصمیم‌گیری و یک نشست و برخاست، بر اقتصاد کشور و معیشت مردم ما اثر بگذارد که این همان اقتصاد مقاومتی است (پیام نوروزی رهبر انقلاب، ۱۳۹۳).

ر) دولت و ملت، همدلی و هم‌زبانی؛ رهبر معظم انقلاب مدظله‌العالی در نگاه اجمالی به مسائل سال ۱۳۹۴، همکاری‌های گسترده دولت و ملت را ضروری برشمردند و تأکید کردند: برای تحقق این شعار، باید ملت بصیر و دانا و همچنین دولت خدمتگزار، به یکدیگر اعتماد، و صمیمانه با یکدیگر همکاری کنند. ایشان فرمودند: «پیشرفت اقتصادی»، «اقتدار و عزت منطقه‌ای و بین‌المللی»، «جهش‌های علمی به معنای واقعی»، «عدالت قضایی و اقتصادی» و از همه مهم‌تر، «ایمان و معنویت» آرزوهای بزرگی هستند که خارج از ظرفیت عظیم ملت ایران و سیاست‌های نظام نیست. می‌توان چنین استنباط نمود که جنبه‌های بیان شده از جمله ابعاد ضروری در تعریف اقتصاد مقاومتی می‌باشد (پیام نوروزی رهبر انقلاب، ۱۳۹۴).

ز) اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل؛ رهبر معظم انقلاب مدظله‌العالی در ابتدای سال به‌طور صریح شعار سال را تحت عنوان اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل انتخاب کردند و فرمودند: مسئله اقتصاد در اولویت اول است. یعنی، در میان مسائل اولویت‌دار، از همه فوری‌تر، مسئله اقتصاد است. اگر به توفیق الهی، هم ملت و هم دولت بتوانند در مسئله اقتصاد کارهای درست و بجا انجام دهند، امید این هست که در مسائل دیگر، مثل مسائل اجتماعی، مثل آسیب‌های اجتماعی، مثل مسائل اخلاقی، مثل مسائل فرهنگی هم تأثیرگذار باشند. در مسئله اقتصاد، آن چیزی که مهم است و اصل است، مسئله تولید داخلی است؛ مسئله ایجاد اشتغال و رفع بیکاری است؛ مسئله تحرک و رونق اقتصادی و مقابله با رکود است؛ اینها مسائل مبتلا به مردم است؛ و چیزهایی است که مردم آنها را حس و مطالبه می‌کنند. چنان‌که از نکات پیش‌گفته برمی‌آید، رهبر انقلاب مدظله‌العالی ضمن نگاه اجمالی به شعار سال‌های گذشته در راستای اقتصاد مقاومتی به راهکاری مؤثر برای پیاده‌سازی این مهم که همان تولید داخلی است. اشاره می‌فرمایند که البته تکیه بر تولید داخلی یکی از ابعاد مهم در تعریف و تحقق اقتصاد مقاومتی است (پیام نوروزی رهبر انقلاب، ۱۳۹۵).

جدول ۱: تحلیل متن بیانات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی درباره اقتصاد مقاومتی

ردیف	متن بیانات	ابعاد	مؤلفه‌ها
۱	باید فعالیت‌ها و زنجیره‌های اقتصادی مزیت‌دار کشور را مسئولان دولتی شناسایی کنند و بر آنها متمرکز شوند، برخی از فعالیت‌های اقتصادی در کشور اولویت دارد، مانند مادر می‌ماند و از آن باب‌های اقتصادی و تولیدی گشوده می‌شود. دولت باید نقشه راه را مشخص کند و تکلیف همه را معلوم کند (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱/۳/۵).	فعالیت‌ها و زنجیره‌های اقتصادی مزیت‌دار کشور	توجه به فعالیت‌های اقتصادی مادر و دارای اولویت در کشور و تعیین نقشه راه توسط دولت.
۲	زنده کردن تولید داخلی است. ما امروز آن‌طور که به من گزارش دادند، حدود ۶۰ درصد از امکانات تولید ما معطل و تعطیل است. برخی به کمتر از ظرفیت کار می‌کنند یا برخی کار نمی‌کنند. باید تولید را احیا کنیم. راه دارد، این راه را خیلی از اقتصاددانان بلندمدت‌بین را بخوانید و حرف‌هایشان را بشنوید. گاهی پیشنهادها و حرف‌های خوبی دارند (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱/۳/۵).	احیا تولید داخلی	استفاده از کلیه امکانات و ظرفیت‌های تولیدی کشور و به میدان آوردن منتقدین و اقتصاددانان
۳	اینکه ما بالاخره تجارت خارجی داریم؛ باید وارد کنیم لیکن توجه کنیم که این خریدهای ما قدرت داخلی و تولید داخلی را تضعیف نکند. فرض کنید ما می‌خواهیم هواپیما خریداری کنیم به ما گفته می‌شود: که اگر چنانچه این درصد از این قیمت را در صنایع داخلی هواپیما سرمایه‌گذاری کنیم، بیش از اینکه از خارج خریداری کنیم داخل رشد خواهد یافت. در خریدها کاری کنیم که تولید داخلی تضعیف نشود (بیانات در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۳).	تجارت خارجی	سرمایه‌گذاری بر روی تولیدات داخلی به منظور افزایش قدرت تولیدی کشور، در عوض واردات و خریداری کالاها از سایر کشورها.
۴	پول‌هایی در خارج از کشور داریم؛ در قضیه برجام بنابر این شد که پول‌ها برگردد که اکثر آن برنگشته است. انسان دست آمریکایی‌ها را پشت این مشاهده می‌کند، لیکن بدجنسی برخی دستگاه‌های آمریکایی موجب شده که برنگردد. وقتی برگشت هرچند ده میلیاردی که هست، در مصارفی به کار نرود که پول هدر شود. این پولی است که وارد کشور می‌شود و کشور نیاز دارد. در درجه اول تولید است؛ مواظب باشند که پولی که وارد می‌شود از بین نرود. صرف خریدهای بی‌مورد و کارهای بیجا نشود. مدیریت منابع مالی که از بانک‌ها و مراکز خارجی وارد می‌شود، مسئله‌ای است که باید مورد توجه قرار گیرد (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱/۳/۵).	مدیریت منابع مالی	پول‌هایی که از بانک‌ها خارجی وارد کشور می‌شوند، باید به صورت هدفمند هزینه شوند.
۵	بخش‌های مهمی در اقتصاد ما وجود دارد که مهم است مانند نفت و گاز، یا بخش تولید موتور برای خودرو و هواپیما و... که مورد استفاده است. این بخش‌های حساس باید دانش بنیان شود. اینکه می‌گوییم اقتصاد دانش بنیان؛ جوانان و دانشمندان نشان دادند که می‌توانند نوآوری کنند و از سطحی که داریم بالاتر ببرند. آن مغزی که می‌تواند موشک برد بلند را طوری تنظیم کند که با انحراف ۲ متر بر سر هدف بخورد کار کوچکی است؟ آن مغزی که می‌تواند این کار را بکند در موارد دیگر هم مثل موتور خودرو و قطار هم می‌تواند پیشرفت کند و سطحی را بالا ببرد. بنابراین دانش بنیان شدن بخش‌های مهم اقتصادی داخلی یکی از کارهایی است که در اقتصاد مقاومتی شرط است (بیانات در دیدار جمعی از پژوهشگران و مسئولان شرکت‌های دانش بنیان، ۱۳۹۱/۵/۸).	تأکید بر اقتصاد دانش بنیان	بخش‌های مهم اقتصادی مانند: نفت و گاز، یا بخش تولید موتور برای خودرو و هواپیما و کشتی باید دانش بنیان شود.

ردیف	متن بیانات	ابعاد	مؤلفه‌ها
۶	برخی بخش‌ها را در کشور سرمایه‌گذاری کردیم در گذشته مانند نیروگاه‌سازی یا در زمینه پتروشیمی؛ امروز کشور به نیروگاه نیاز دارد که وقتی ما در گذشته سرمایه‌گذاری کردیم، دیگر نباید از بیرون وارد کنیم یا از بیرون کسی را بیاوریم که برای ما بسازند، بلکه باید این بخش‌ها را احیا کرده و استفاده کنیم (بیانات در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۳).	احیا نمودن نیروگاه‌ها	برخی بخش‌ها را که در گذشته در کشور سرمایه‌گذاری نموده‌ایم مانند نیروگاه‌سازی یا پتروشیمی؛ باید مجدداً این قسمت‌ها را احیا و استفاده کنیم.
۷	در همه معاملات خارجی که انجام می‌دهیم "انتقال فناوری" را شرط کنیم. البته برادران ما در دولت گفتند که این کار را انجام دادیم (بیانات در دیدار جمعی از پژوهشگران و مسئولان شرکت‌های دانش‌بنیان، ۱۳۹۱/۵/۸).	انتقال فناوری	همه معاملات خارجی را مشروط به انتقال فناوری انجام دهیم.
۸	با فساد مبارزه جدی شود؛ با ویژه‌خواری مبارزه جدی شود؛ با قاچاق مبارزه جدی شود. اینها به اقتصاد کشور لطمه می‌زند و ضررش به مردم می‌رسد. اگر ما در مقابل آن مجموعه‌ای که فرض بفرمایید با زد و بست‌هایی در زمینه مسائل اقتصادی ویژه‌خواری می‌کنند، خودشان را از امتیازات ویژه برخوردار می‌کنند و یا دچار فساد پولی و مالی و اقتصادی می‌شوند، سهل‌انگاری کنیم، قطعاً کشور ضرر خواهد کرد. نباید سهل‌انگاری شود. باید جلوی آن فساد را که امروز ممکن است پیش بیاید بگیرند و مانع فساد شوند. قاچاق همین جور است؛ باید با قاچاق به‌معنای واقعی کلمه مبارزه کنند (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱/۳/۵).	مبارزه با فساد و قاچاق	فساد و قاچاق به اقتصاد کشور لطمه می‌زند و ضررش به مردم می‌رسد.
۹	بهره‌وری انرژی را بالا ببریم. من یک وقتی در یکی از همین سخنرانی‌های اول سال، چند سال قبل، این را گفتم که ادعا می‌شود اگر ما بتوانیم بهره‌وری انرژی را ارتقا بدهیم، و صرفه‌جویی کنیم، ۱۰۰ میلیارد دلار صرفه‌جویی خواهد شد. این همه کار داره انجام می‌گیرد، برخی غیر لازم است، به جای آنها می‌توان کار را متمرکز کنند در این بخش؛ البته شنیدم ارتقای بهره‌وری از انرژی مصوبه مجلس نیز است که باید انجام گیرد (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱/۳/۵).	ارتقای بهره‌وری انرژی	افزایش بهره‌وری انرژی موجب صرفه‌جویی‌های کلان در کشور می‌شود.
۱۰	به صنایع کوچک و متوسط نگاه ویژه کنند. الان چند هزار کارگاه و کارخانه متوسط و کوچک در کشور هست، بنابر آمار ۶۰ درصد از اینها دچار تعطیلی هستند، این خسارت است. آن چیزی که در متن جامعه اشتغال و تحرک ایجاد می‌کند، همین صنایع کوچک و متوسط است (بیانات در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۳).	توجه ویژه به صنایع کوچک و متوسط	آنچه که در متن جامعه اشتغال و تحرک ایجاد می‌کند، صنایع کوچک و متوسط هستند.

۲-۲. نوآوری

وجه مشخص روندهای نوین و در حال تکوین، تأکید بر یک سیستم یادگیری دائمی است که به بهره‌گیری از نوآوری و خلاقیت‌ها و توانا ساختن انسان‌های سازمانی امکان‌پذیر می‌شود به عبارتی

دیگر نظراتی که در زمان تیلور،^۱ فایول،^۲ وبر^۳ و حتی دیگر صاحب نظران علم مدیریت در دهه های ۴۰ و ۵۰ وجود داشته امروز کاملاً متحول و متغیر شده است. اکنون مدیرانی که نتوانند در صحنه رقابت حرکت کنند به ناچار جای خود را به سایرین خواهند داد (رسولی، ۱۳۹۱).

تغییر جزء طبیعت بسیاری از صنایع به خصوص صنایع پویا، درآمده است. از طرفی نیاز به نوآوری و داشتن نیروی کار آفرین باعث شده، بسیاری از سازمان های کشورهای توسعه یافته به تجدید نظر در ساختار سازمانی خود پردازند (فتحی، ۱۳۸۹). مایکل تاشمن^۴ نوآوری را بستر پیروزی در کسب و کار دانسته تا مدیران در پی شناسایی ساز و کار چرخه نوآوری و جویبار نوآوری بتوانند به کمک انجام دگرگونی های ناپیوسته در سازمان به امتیازهای ناشی از آنها برسند (رضایی نژاد، ۱۳۷۸).

هالت^۵ اصطلاح نوآوری را در یک مفهوم وسیع به عنوان فرایندی برای استفاده از دانش یا اطلاعات مربوط به منظور ایجاد یا معرفی چیزهای تازه و مفید به کار برد. در ادامه توضیح می دهد که نوآوری هر چیز تجدید نظر شده است که طراحی و به حقیقت درآمده باشد و موقعیت سازمان را در مقابل رقبا مستحکم کند و نیز یک برتری رقابتی بلندمدت را میسر سازد. به عبارتی دیگر نوآوری خلق چیز جدیدی است که یک هدف معین را دنبال و به اجرا رساند (Holt, 1987). اوریب^۶ نیز بیان می کند؛ نوآوری توسعه و کاربرد ایده جدید به صورت محصول، فرایند یا خدمت جدیدی است که منجر به رشد پویای اقتصاد ملی و افزایش استخدام برای تولید سود در شرکت نوآور می باشد. نوآوری پدیده ای نیست که فقط یک بار رخ دهد، بلکه فرایندی مستمر و متشکل از فرایند تصمیم گیری سازمانی در تمام مراحل، از توسعه ایده جدید تا کاربردی شدن آن می باشد. ایده جدید اشاره به درک نیاز جدید مشتری یا روش جدید تولید دارد و از طریق جمع آوری اطلاعات با دیدگاه کارآفرینانه توسعه می یابد. در فرایند کاربردی شدن ایده جدید، به صورت محصول، فرایند یا خدمت، به کاهش هزینه و افزایش بهره وری باید توجه شود (Urabe, 1988).

نوآوری زمانی رخ می دهد که ایده به صورت محصول، فرایند یا خدمتی توسعه یابد. تعاریف مختلفی از نوآوری ارائه شده است. پیتر دراگر^۷ نوآوری را همانند هر فعالیت عینی در کنار نبوغ و استعداد، نیازمند دانش، توجه و سختکوشی همه دست اندرکاران می داند. او معتقد است آنچه در میان کارآفرینان مشترک یافتن نه گونه خاصی از شخصیت بلکه، تعهد سیستماتیک به نوآوری بوده است (رضایی نژاد، ۱۳۸۱).

1. Taylor

3. Weber

5. Holt

7. Peter Druker

2. Fayol

4. Tushman, Michael L

6. Urabe

سازمان‌های امروزه باید کارآفرینی و نوآوری را به‌عنوان فرهنگ سازمانی تلقی کنند که موجب اثربخشی در سازمان می‌شود. البته این امر مستلزم این است که جامعه هم فرهنگ کارآفرینی را بپذیرد. چراکه چگونه ساختارهای سنتی، توانایی پرورش افراد خلاق را نخواهند داشت (فرهمند، ۱۳۸۶).

ابعاد نوآوری

اوفه^۱ ابعاد نوآوری را به سه دسته تکنولوژیکی، بازار و سازمانی طبقه‌بندی می‌کند: نوآوری تکنولوژیکی (محصول، فرایند و خدمات)؛

ارتباطات بین اجزاء، روش‌ها، فرایندها و تکنیک‌هایی است که در محصول یا خدمت استفاده می‌شوند و ممکن است به نوآوری سازمانی نیاز داشته باشد و یا نداشته باشد. می‌تواند نوآوری محصول، فرایند یا خدمت باشد. نوآوری محصول/خدمت باید محصول جدیدی باشد که هدف آن رضای بخشی از نیازهای بازار است. نوآوری فرایند با معرفی عناصری به عملیات سازمان می‌پردازد مانند مکانیسم جریان‌های کار، اطلاعات و تجهیزات مورد استفاده در تولید محصول/خدمت (Afuah, 1998).

نوآوری بازار (قیمت، توزیع و ترفیع)؛

شامل دانش جدید در کانال‌های توزیع، محصول و کاربردها برای انتظارات، ارزش، نیازها و خواسته‌های مشتریان است و هدف اصلی آن بهبود آمیخته بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع و ترفیع) است (Afuah, 1998).

نوآوری سازمانی (استراتژی، ساختار، سیستم و افراد)؛

شامل تغییر و تحول بنیادین در استراتژی‌های سازمان، ساختارها، سیستم‌ها و حتی تغییر در کارکنان سازمان می‌باشد. سیدجوادین معتقد است؛ ارتباط نزدیکی بین خلاقیت، نوآوری و برنامه‌ریزی وجود دارد. خلاقیت با یافتن راه‌ها و روش‌های جدید، و نوآوری با کاربرد آنها سر و کار دارد. موفقیت نهایی سازمان و حتی بقای آن به میزان توانایی برنامه‌ریزان در ایجاد نوآوری و به‌کارگیری فکرهای جدید بستگی دارد (سیدجوادین، ۱۳۹۲).

چوپانی ابعاد نوآوری را به سه دسته نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی و نوآوری اداری تقسیم‌بندی می‌نماید:

نوآوری تولیدی: این نوآوری به بازاریابی محصولات جدید و کلیه فعالیت‌هایی که به نحوی مرتبط با تولید و توسعه محصول جدید است توجه می‌کند.

نوآوری در فرایند: نوآوری در فرایند تولید باعث ایجاد مزیت‌های رقابتی می‌شود و شامل افزایش سرعت فرایند تولید و افزایش قابلیت انعطاف تولید از یک محصول به محصول دیگر است. نوآوری اداری: تغییر در ساختار سازمان یا فرایندهای اجرایی مربوط می‌شود و نوآوری‌های استراتژیک بر معیارهایی برای ایجاد یک مزیت رقابتی دائمی و تجدید قوانین رقابتی تأکید دارند (چوپانی، ۱۳۹۰).

هالنستین^۱ (۲۰۰۳) ابعاد نوآوری را فناوری اطلاعات محور، علم محور، بازار محور و هزینه محور بیان، و معتقد است تاکنون به این ابعاد برای انجام هماهنگی‌های درون سازمان توجهی نشده است.

مطالعات در خصوص نوآوری به‌طور عمده در سطح خرد صورت پذیرفته است. برای مثال، وجه‌الله قربانی‌زاده در سال ۱۳۹۴ همراه با همکاران خود به "بررسی انطباقی سبک نوآوری و سبک مدیریت منابع انسانی در شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری" پرداختند. و در نهایت به این نتیجه رسیدند که؛ مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان برای رسیدن به وضعیت مطلوب، باید به متناسب‌سازی شیوه‌های مدیریت منابع انسانی خود با نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان توجه بیشتری کنند تا بتوانند از طریق نیروی انسانی و مجموعه کارکردهای متناسب با مدیریت نیروی انسانی شاغل در آن شرکت، به بهره‌وری مطلوب در شرکت‌های دانش‌بنیان نائل شوند (قربانی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

۲-۳. تعهد سازمانی

هر سازمانی متشکل از افراد انسانی و دارایی‌های مادی و سرمایه‌ای است، مدیران با توجه به محدودیت‌های ناشی از موجودی انسانی و امکانات و منابع سازمان، برنامه‌ریزی ترکیب و یگانه‌سازی را به گونه‌ای انجام دهند که نیروی کاری برانگیخته و متعهد داشته و در نتیجه کارایی و اثربخشی سازمانی حاصل شود (سیدجوادی، ۱۳۸۶).

علی اکبر دهخدا در لغت‌نامه تعهد را به معنای تازه کردن پیمان و کار کسی را به ذمه گرفتن، و تعهد کردن را به معنای ملزم ساختن خود به عمل یا پرداخت چیزی و تضمین عهد میثاق به کار برده است (دهخدا، ۱۳۶۸).

استیو زو پورتر؛ تعهد سازمانی را درجه نسبی تعیین هویت افراد با یک سازمان خاص و درگیری و مشارکت او با سازمان می‌باشد (steers & porter, 1983).

1. Hollenstein

ابعاد تعهد سازمانی شامل: بعد عاطفی، بعد مستمر و بعد هنجاری می‌باشد:

الف) تعهد عاطفی: تعهد عاطفی را به‌عنوان وابستگی عاطفی فرد به سازمان و تعیین هویت شدن از طریق آن می‌دانند اگر تعهد سازمانی را از این طریق تعریف کنیم تعهد عاطفی شامل سه جنبه می‌شود:

۱. صورتی از وابستگی عاطفی به سازمان؛

۲. تمایل فرد برای تعیین هویت شدن از طریق سازمان؛

۳. میل به ادامه فعالیت در سازمان.

فرد زمانی در خود وابستگی عاطفی نسبت به سازمان احساس خواهد کرد که اهداف سازمانی را اهداف خود بداند و سازمان را در راه رسیدن به اهدافش یاری کند. تعیین هویت فرد از طریق سازمان زمانی رخ می‌دهد که ارزش‌های فردی افراد با ارزش‌های سازمانی سازگار باشد و فرد قادر شود که ارزش‌های سازمانی را در خود درونی سازد (Allen & Meger, 1990).

ب) تعهد مستمر: براساس این بعد با گذشت زمان فرد سرمایه‌ای را در سازمان انباشته می‌کند که هرچه سابقه فرد در سازمان بیشتر شود این سرمایه نیز انباشته‌تر می‌شود و از دست دادن آن برای فرد هزینه بیشتری دربر خواهد داشت. این سرمایه‌گذاری شامل زمان، کسب مهارت‌های ویژه سازمان و... است، که قابل انتقال نمی‌باشد (Allen & Meger, 1990).

ج) تعهد هنجاری: بعد سوم تعهد سازمانی، تعهد هنجاری می‌باشد که نشان‌دهنده نوعی احساس تکلیف برای ادامه همکاری با سازمان می‌باشد، افرادی که دارای سطح بالایی از تعهد هنجاری هستند، احساس می‌کنند که مجبورند در سازمان فعلی باقی بمانند (Allen & Meger, 1990).

فعالیت‌های اصلی در اجرای سیستم مدیریت متعهد: با توجه به اهمیت کسب تعهد کارکنان ما نیازمند یک سیستم مدیریت چندوجهی و جامع شامل سیاست‌ها و اقدامات واقعی یکپارچه و سازگار با یکدیگر هستیم، اقدامات اصلی در اجرای این سیستم عبارتند از: مشخص کردن مأموریت، حمایت از توسعه کارکنان، تعهد به ارزش‌های افراد، تضمین عدالت سازمانی، ایجاد حس یگانگی، که این عوامل ابعادی است که در تعریف اقتصاد مقاومتی لحاظ می‌گردند (Dessle, 1999).

مطالعات تعهد سازمانی عمدتاً در سطح خرد صورت پذیرفته است. برای مثال، شهناز مرتضوی (۱۳۸۵) طی پژوهشی که با عنوان نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی انجام دادند. "امنیت شغلی، رضایت شغلی و همچنین تعهد سازمانی کارکنان از یک‌سو و ادراک آنان از شیوه‌های مدیریت از سوی دیگر" را بررسی کرده است و به این نتیجه رسید؛ کسانی که شیوه مدیریت را پدراانه‌تر درک می‌کنند، رضایت و امنیت شغلی و همچنین تعهد سازمانی بیشتری نیز بروز می‌دهند.

همچنین بزرگ اشرفی در رابطه با عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی (۱۳۷۴) در تحقیقی تحت عنوان "تبیین عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی مدیران و کارکنان شرکت ذغال سنگ البرز شرقی"، تلاش نموده تا مهم ترین عوامل مؤثر بر ایجاد و حفظ تعهد سازمانی مدیران و کارکنان را شناسایی و مورد آزمون قرار دهد. او در این تحقیق به این نتیجه رسید که سه دسته عوامل رضایت شغلی، عوامل نگهدارنده (امنیت شغلی، حقوق، مزایا و...) و عوامل محیطی با میزان تعهد سازمانی مدیران و کارکنان رابطه خطی مثبت و متمایزی دارند (اشرفی، ۱۳۷۴، ص ۶۰).

بنابراین در یک جمع بندی می توان اظهار داشت: تحریم ها یکی از اساسی ترین مسائل اقتصادی و سیاسی بوده و راهکارهای تقابل با آن تا زمانی که کشورمان در سیاست های استکبارستیزی خود پایدار است، همواره یکی از چالش های اساسی برای سیاست گذاران کشور خواهد بود. از آنجا که مهم ترین رویکرد تحریم ها، تخریب اقتصادی است. بنابراین به عنوان استراتژی تقابل، بحث اقتصاد مقاومتی توسط رهبر معظم انقلاب مدظله العالی مطرح گردیده است. اقتصاد مقاومتی به عنوان یک نیاز ضروری، اهمیت توجه به مفاهیم دانشی را نشان می دهد و بر این اساس تعهد و نوآوری متغیرهای مهم و مؤثری هستند که تاکنون در بستر اقتصاد مقاومتی مطالعه شده اند. از این رو محققان در این پژوهش با هدف تبیین رابطه بین اقتصاد مقاومتی و تعهد سازمانی و نوآوری در پی پاسخگویی به این سؤال اساسی هستند که آیا بین اقتصاد مقاومتی و تعهد سازمانی و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد یا خیر؟

۳. توسعه مدل و فرضیه های پژوهش

با استفاده از مبانی نظری موجود پژوهشگران برای تبیین روابط علی بین متغیرهای پژوهش مدل مفهومی زیر را طراحی کردند. در این مدل ابعاد اقتصاد مقاومتی با توجه به داده های موجود در جدول یک (منویات مقام معظم رهبری مدظله العالی)، تعهد سازمانی با استفاده از مدل آلن و میر^۱ (۱۹۹۰) و نوآوری سازمانی با استفاده از مدل پنیادز^۲، پراجگو و سوהל^۳ (۲۰۰۶) ارائه گردیده است.

با توجه به آنچه که گفته شد و پرسش اصلی پژوهش، فرضیه ها عبارتند از:

وضعیت موجود تعهد سازمانی، نوآوری سازمانی و مؤلفه های آنها و همین طور اقتصاد مقاومتی مطلوب است؛

تعهد سازمانی و مؤلفه های آن (تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری) بر اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد؛

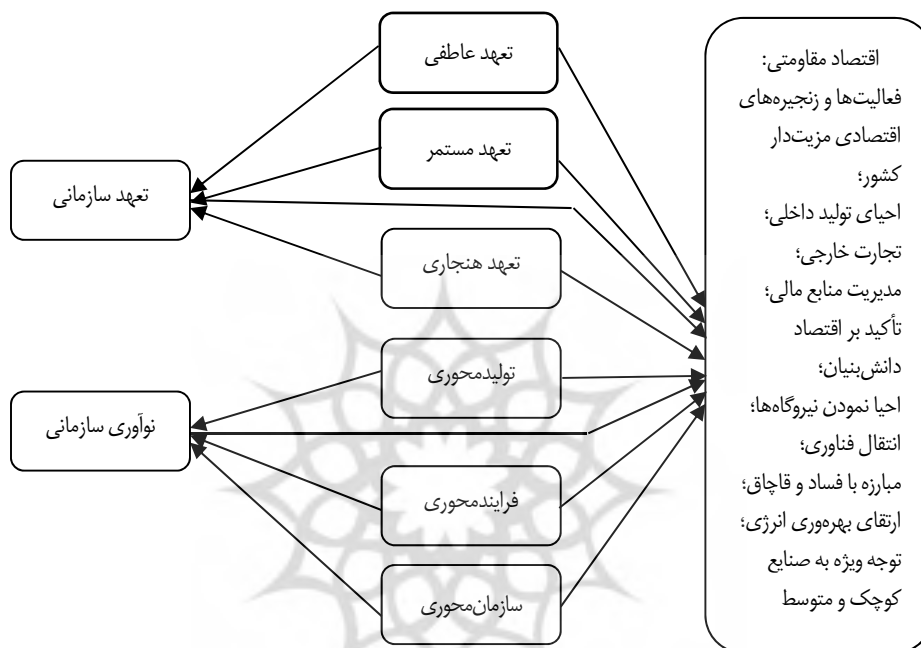
1. Meyer & Allen

2. Pennyadz

3. Prajogo & Sohal

نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آن (تولیدمحوری، سازمان‌محوری و فرآیندمحوری) بر اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد.

همین‌طور با توجه به فرضیه‌های یادشده می‌توان مدل زیر را ترسیم کرد:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

(برگرفته از منویات رهبری برای اقتصاد مقاومتی؛ مدل آلن و میر، ۱۹۹۰ برای تعهد سازمانی و مدل پنیادز، پراجگو و سوהל ۲۰۰۶ برای نوآوری سازمانی)

۴. پیشینه تحقیق

در ذیل به مواردی از تحقیقات انجام شده اشاره می‌گردد:

۱. فخاری، حسین و همکاران (۱۳۹۱)، در تحقیق خود به بررسی مشکلات شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور پرداختند. در این پژوهش پس از نقد و تحلیل داده‌ها، براساس نظرسنجی پانلی از خبرگان کشور، به کمک تکنیک دلفی فازی، فضای کسب و کارهای دانش‌بنیان کشور در شرایط تحریم، طی دو راند بررسی گردیده و سپس نتایج فازی به کمک نرم‌افزار محاسباتی

MATLAB تحلیل و ماحصل فرایند منجر به استخراج و اولویت‌بندی تأثیرات منفی تحریم بر فضای این کسب و کارها گردید. نتایج این پژوهش مقدمه‌ای برای برنامه‌ریزان کشور جهت رفع مشکلات مؤسسات دانش‌بنیان و تقویت توانمندی کشور در مقابل تحریم در جهت شکوفایی اقتصاد مقاومتی است؛

۲. ابراهیمیان، بهمن و همکاران (۱۳۹۱)، در تحقیق خود به ارائه الگوی بومی اقتصاد مقاومتی پرداختند. در مقاله حاضر ضمن بررسی کتابخانه‌ای پتانسیل‌های موجود در استان گیلان و با استفاده از نظرات تعدادی از متخصصان این حوزه که در قالب مدل دلفی حاصل شده است الگویی بومی برای نهادینه ساختن مفهوم اقتصاد مقاومتی با توجه به پتانسیل‌ها و توانمندی‌های موجود در استان گیلان با تأکید بر نقش بسیج ارائه می‌شود؛

۳. ولی‌زاده، منصور و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهش خود جایگاه اکوتوریسم را در دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی بررسی کرده‌اند. در این مقاله ضمن تبیین مفاهیم مربوط به اقتصاد مقاومتی و همچنین اکوتوریسم، به دنبال میزان همسویی اهداف این دو موضوع می‌باشند، که در این راستا به میزان قابل توجهی از همسو بودن اهداف اکوتوریسم و اقتصاد مقاومتی دست یافته و به صورت یک مدل مفهومی از ارتباط گردشگری و به‌طور اخص اکوتوریسم با اقتصاد مقاومتی ارائه می‌نماید و همچنین چالش‌ها و راهکارهای موجود در بخش اکوتوریسم در راستای تحقق اهداف و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی اشاره و مدل برنامه‌ریزی اکوتوریسمی اقتصاد مقاومتی را ارائه می‌نماید؛

۴. آخوندی، حسینعلی و همکاران (۱۳۹۶)، در تحقیق خود به بررسی راهکارهای فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی در خانواده‌ها پرداختند. در این مقاله سعی بر آن شده تا نقش خانواده به‌عنوان واحد کوچکی از اجتماع که در توسعه و رشد اقتصادی جامعه نقش اساسی ایفا می‌کند را مورد بررسی قرار داده و راهکارهایی جهت فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی در خانواده ارائه شود. با توجه به اینکه میزان، چگونگی و شیوه مصرف و پس‌انداز خانواده در عملکرد و چرخه اقتصاد کشور تأثیر بسزایی دارد، هرگونه تغییر در آن و یا به عبارتی اصلاح آن می‌تواند تأثیر بسزایی بر اقتصاد داشته باشد. از آنجا که فرهنگ مصرفی در خانوارهای کشور ما با اسراف و تبذیر همراه است، اصلاح الگوی مصرف خانوار به دلیل فاصله آن با الگوی مصرف مطلوب، اقتصاد مقاومتی و ناهمگونی آن با الزام‌های الگوی مصرف مورد نظر جامعه اسلامی، ضرورتی گریزناپذیر است؛

۵. پژوهنده، محمدحسین (۱۳۹۴)، در تحقیق خود به بررسی موانع تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخت. این تحقیق به شیوه توصیفی و روش کتابخانه‌ای یا شیوه آرشویی و یا اسنادی و در مایه بنیادی یا راهبردی صورت پذیرفته است و در پایان به ارائه یک راهبرد اخلاقی توسط محقق پرداخته شده است.

۵. روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به بررسی تأثیر تعهد سازمانی و نوآوری سازمانی بر اقتصاد مقاومتی در اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران می‌پردازد، روش پژوهش برحسب زمان وقوع پدیده، گذشته‌نگر؛ برحسب نتیجه، تصمیم‌گرا؛ برحسب هدف، کاربردی؛ برحسب منطق اجرا، قیاسی و برحسب زمان اجرای پژوهش، مقطعی؛ برحسب نوع داده، کمی؛ برحسب محیط پژوهش، کتابخانه‌ای؛ برحسب روش گردآوری داده‌ها و یا ماهیت و روش پژوهش، توصیفی-همبستگی و برحسب میزان تمرکز بر پدیده مورد نظر پهنانگر بود.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه: جامعه آماری این پژوهش، شامل همه کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران به تعداد ۵۰۰ نفر بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و جدول مورگان ۲۱۷ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. زمانی که در پژوهش خود مدل داریم تعداد حجم نمونه را ۵ تا ۱۵ برابر تعداد سؤالات در نظر می‌گیرند. در این پژوهش ۳۰ سؤال در پرسشنامه وجود داشت که برای هر سؤال ده آزمودنی در نظر گرفته شد که حجم نمونه نهایی ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد و پرسشنامه میان این کارکنان توزیع شد که از این میان ۱۴ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن کنار گذاشته شد و همین‌طور ۲۲ آزمودنی نیز در تست آزمودنی‌های بی‌تفاوت حذف شدند و در نهایت عملیات آماری روی ۲۶۴ پرسشنامه انجام شد. در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه تحقیق از دو بخش تشکیل شده است. ابتدا مشخصات عمومی آزمودنی‌ها نظیر جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل، سن، سابقه کار و نحوه آگاهی از منویات رهبری و سپس پرسش‌های مربوط به سه سازه تعهد سازمانی، نوآوری سازمانی و اقتصاد مقاومتی که شامل ۳۰ پرسش است. سؤالات مربوط به تعهد سازمانی با استفاده از پرسشنامه آلن و میر (۱۹۹۰)، طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ده سؤال بسته پاسخ است که مؤلفه‌های تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری را مورد اندازه‌گیری قرار می‌دهد. سؤالات مربوط به نوآوری سازمانی با استفاده از پرسشنامه استاندارد پنیادز،^۱ پراجگو و سوהל^۲ (۲۰۰۶) طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ده سؤال بسته پاسخ است که مؤلفه‌های تولیدمحوری، فرایندمحوری و سازمانی محوری را مورد اندازه‌گیری قرار می‌دهد. در نهایت سؤالات مربوط به اقتصاد مقاومتی با استفاده از تحلیل محتوایی که در منویات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در پیام نوروزی سال ۱۳۹۵ صورت گرفت، طراحی شده است. این پرسشنامه نیز دارای ده سؤال بسته پاسخ است. لازم به ذکر است که هر سه پرسشنامه این پژوهش از نوع

1. Pennyadz

2. Prajogo & Sohal

انعکاسی بوده و بنابراین می‌توان از هر دو دسته نرم‌افزارهای کواریانس محور (Amos و Lisrel و...) و واریانس محور (Smart-Pls) استفاده کرد، در ضمن با توجه به انعکاسی بودن پرسشنامه‌ها آزمون‌های^۱ آلفای کرونباخ، CR، ASV که مختص پرسشنامه‌های انعکاسی است، قابل اجرا می‌باشد. در نهایت باید گفت که مقیاس اندازه‌گیری هر سه پرسشنامه طیف پنج درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، مخالفم=۲، نظری ندارم=۳، موافقم=۴ و کاملاً موافقم=۵) می‌باشد.

روایی: در این پژوهش به منظور محاسبه روایی از روایی صوری (ظاهری)، محتوایی و سازه استفاده شد:

محاسبه روایی به طرق مختلف صورت می‌گیرد که عبارتند از:

۱. **روایی ظاهری:**^۲ در این پژوهش پیش از توزیع پرسشنامه روایی ظاهری به کمک پژوهشگر، چند نفر از اعضای نمونه، بررسی و پرسشنامه نهایی به دور از ایرادات و پیرایشی، شکلی، املائی و... تدوین گردید؛

۲. **روایی محتوایی:**^۳ این نوع از روایی در قالب یک روش دلفی کمک می‌کند تا محتوای پرسشنامه اصلاح و سؤالات اضافی حذف شود. در این پژوهش برای بررسی روایی محتوایی پیش از توزیع پرسشنامه از فرم‌های CVR و CVI و به کمک ده نفر از خبرگان (تعداد خبرگان بین ۸ تا ۱۲ نفر می‌باشد) شامل اعضای مصاحبه‌شونده، اساتید راهنما و مشاور، دانشجویان دکتری متخصص در این حوزه، چند نفر از آزمودنی‌ها و... استفاده شد.

در فرم CVI هر سؤال از سه نقطه نظر؛ واضح بودن، ساده بودن و مربوط بودن با طیف چهار گزینه‌ای مورد بررسی قرار گرفت. برای محاسبه ضریب CVI تعداد کسانی که گزینه سه و چهار را انتخاب کرده‌اند به کل خبرگان تقسیم می‌کنیم و اگر میزان این ضریب بالاتر از 0.79 باشد بیانگر واضح بودن، ساده بودن و یا مربوط بودن آن سؤال است. یافته‌ها نشان داد که همه سؤال‌های متغیر تعهد سازمانی و نوآوری سازمانی از نقطه نظر ساده بودن، واضح بودن و مربوط بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند، اما در متغیر اقتصاد مقاومتی یک پرسش از نقطه نظر ساده بودن و یک پرسش هم از نقطه نظر واضح بودن ایراد داشت که اصلاحات لازم صورت گرفت.

فرم CVR که توسط لاوشه^۴ (۱۹۸۶)، طراحی شده است و بیانگر این است که کدام گویه در پرسشنامه باقی می‌ماند و کدام گویه حذف می‌شود. در این فرم برای هر سؤال یک طیف دو تایی (۱. سودمند است؛ ۲. سودمند نیست) در نظر گرفته می‌شود. این فرم را بین ۸ تا ۱۲ خبره (در این پژوهش ده نفر) پر می‌کنند و سپس با استفاده از فرمول CVR تک تک سؤالات را حساب می‌کنیم.

1. Test

2. Faced Validity

3. Content Validity

4. Lawshe

حداقل مقدار CVR براساس تعداد خبرگان (ده نفر) براساس نظر لاوشه (۱۹۸۶)، $0/62$ است. با توجه به اینکه مقدار CVR برای همه سؤال‌ها بالای $0/62$ به دست آمد هیچ سؤال‌ی نیاز به حذف شدن نداشت و ۳۰ سؤال مربوط به هر سه متغیر پژوهش در میان نمونه آماری توزیع شد؛

۳. روایی سازه^۱: برای بررسی روایی سازه بعد از جمع‌آوری داده‌ها از نرم‌افزارهای مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد PLS در دو قسمت روایی همگرا و واگرا استفاده شد.

تست‌های روایی همگرا (تأییدی): تست‌هایی که برای سنجش روایی همگرا به کار می‌رود عبارتند از: ۱. همه بارهای عاملی معنادار باشد؛ ۲. بارهای عاملی بالای $0/5$ باشد و بهتر اینکه بالای $0/7$ باشد؛ ۳. AVE (میانگین واریانس استخراج شده)^۲ بزرگ‌تر از $0/5$ باشد؛ ۴. پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج شده باشد. یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری تمام بارهای عاملی بزرگ‌تر از $2/58$ بود یعنی تمامی بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود؛ همچنین ضرایب تمام بارهای عاملی بالای $0/7$ بود. از طرفی میانگین واریانس استخراج شده همه مؤلفه‌ها بالای $0/5$ بود و همین‌طور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج شده آن بود.

تست‌های روایی واگرا (تشخیصی)

۱. آزمون فورنل و لارکر: طبق این معیار، یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان، باید پراکندگی بیشتری را در بین مشاهده‌پذیرهای خود داشته باشد. جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر پنهان باید بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل باشد. این آزمون روایی تشخیص را در سطح متغیرهای پنهان با استفاده از نرم‌افزار Smart-PLS می‌سنجد. در جدول ۳ مقایسه ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها آورده شده است؛

۲. آزمون بار عرضی: ^۳ به عقیده جفن و استراب^۴ (۲۰۰۵)، طبق این آزمون این انتظار می‌رود که بارهای عاملی هر کدام از متغیرهای مشاهده‌پذیر مورد نظر در یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیرهای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل ساختاری باشد. بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش باید حداقل $0/1$ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر باشد. آزمون بارهای عرضی روایی واگرا (تشخیصی) را در سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر توسط نرم‌افزار Smart-PLS می‌سنجد.

1. Construct Validity

2. Average Variance Extracted

3. Cross Loadings

4. Gefen and Straub

یافته‌ها نشان داد، بارهای عاملی هر کدام از متغیرهای پژوهش بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیرهای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل می‌باشد. همچنین بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش حداقل ۰/۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر می‌باشد.

پایایی: در این پژوهش به منظور محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و اشتراکی بنا به ماهیت پژوهش بهره گرفته شد. پایایی ترکیبی و اشتراکی با استفاده از نرم‌افزار Smart-PLS و ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار Spss مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۲ نشان‌دهنده این است که سؤالات پرسشنامه، تبیین‌کننده کدام متغیرها می‌باشد، افزون بر آن در این جدول ضرایب پایایی آلفای کرونباخ پیش‌تست و نهایی، پایایی ترکیبی و اشتراکی، میانگین واریانس استخراج شده، مقایسه میانگین واریانس استخراج شده و همین‌طور ضرایب پایایی ترکیبی سایر اطلاعات مورد نیاز آورده شده است.

جدول ۲: توزیع پرسش‌ها برای هر یک از متغیرهای تحقیق و محاسبه ویژگی‌های روان‌سنجی ابزار

منبع	پایایی اشتراکی	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده	آلفای کرونباخ نهایی	آلفای کرونباخ پیش‌تست	شماره سؤال	مخفف	مؤلفه	بعد
آلن و میر (۱۹۹۰)	۰/۵۷۱	۰/۸۸۶	۰/۵۷۱	۰/۸۶	۰/۸۴	۱-۲-۳-۴	Emot	تعهد عاطفی	تعهد سازمانی (پرسشنامه استاندارد)
	۰/۶۵۷	۰/۷۶۵	۰/۶۵۷	۰/۸۱	۰/۷۶	۵-۶-۷	Cont	تعهد مستمر	
	۰/۶۱۶	۰/۸۰۶	۰/۶۱۶	۰/۷۴	۰/۷۳	۸-۹-۱۰	Norm	تعهد هنجاری	
پنیاذ، پراجگو و سوهل (۲۰۰۶)	۰/۷۱۸	۰/۸۶۱	۰/۷۱۸	۰/۸۸	۰/۸۴	۱۱-۱۲-۱۳-۱۴	Prod	تولید محوری	نوآوری سازمانی (پرسشنامه استاندارد)
	۰/۶۲۵	۰/۸۹۷	۰/۶۲۵	۰/۸۷	۰/۸۵	۱۵-۱۶-۱۷	Proc	فرایند محوری	
	۰/۶۵۵	۰/۸۸۷	۰/۶۵۵	۰/۸۵	۰/۷۸	۱۸-۱۹-۲۰	Orga	سازمان محوری	
منویات مقام معظم رهبری در پیام نوروز سال ۱۳۹۵	۰/۷۴۷	۰/۸۷۲	۰/۷۴۷	۰/۹۳	۰/۸۴	۲۱-۳۰	Econ	-	اقتصاد مقاومتی

همان‌گونه که در جدول بالا قابل مشاهده است میزان ضریب آلفای کرونباخ پیش‌تست و نهایی (بالای ۰/۷)، پایایی ترکیبی (بالای ۰/۷) و پایایی اشتراکی (بالای ۰/۵) برای همه مؤلفه‌ها در حد قابل قبول می‌باشد؛ میزان میانگین واریانس استخراج شده همه متغیرها بالای ۰/۵ قرار دارد؛ ضریب پایایی ترکیبی در هر یک از متغیرها بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج شده در همان متغیر است.

همان‌گونه که گفته شد، در جدول زیر مقایسه ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها آورده شده است.

جدول ۳: مقایسه ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها (روایی و اگر (تشخیصی) با استفاده از آزمون فورنل و لارکر)

سازه‌ها	میانگین واریانس استخراج شده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. تعهد عاطفی	۰/۵۷۱	۰/۷۵						
۲. تعهد مستمر	۰/۶۵۷	۰/۶۱	۰/۸۱					
۳. تعهد هنجاری	۰/۶۱۶	۰/۵۸	۰/۶۲	۰/۷۸				
۴. تولیدمحوری	۰/۷۱۸	۰/۶۶	۰/۵۹	۰/۶۸	۰/۸۴			
۵. فرایندمحوری	۰/۶۲۵	۰/۶۴	۰/۶۵	۰/۷۲	۰/۷۱	۰/۷۹		
۶. سازمان‌محوری	۰/۶۵۵	۰/۵۷	۰/۵۳	۰/۵۵	۰/۵۷	۰/۶۰	۰/۸۰	
۷. اقتصاد مقاومتی	۰/۷۴۷	۰/۵۶	۰/۴۶	۰/۵۳	۰/۵۲	۰/۵۸	۰/۶۷	۰/۸۶

همان‌گونه که در جدول بالا قابل مشاهده است، مقادیر جذر میانگین واریانس استخراج شده در سطر و ستونی که قرار دارند بیشترین مقدار را نشان می‌دهند که بیانگر وجود روایی و اگر در بین متغیرهای پژوهش است.

از روش‌های آماری به دو شکل توصیفی و استنباطی در این پژوهش استفاده شد. در بخش توصیفی از میانگین، انحراف معیار، درصد، فراوانی و جداول استفاده شد. در بخش استنباطی نیز آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون‌های تی تک نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری (تحلیل عاملی تأییدی) و با کمک نرم‌افزارهای SPSS و Smart-Pls انجام شد.

۶. یافته‌های پژوهش

در این بخش به تحلیل کمی داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Smart-Pls و در سه حوزه پیش‌پردازش داده‌ها، تجزیه و تحلیل (توصیفی و استنباطی) و تفسیر نتایج پرداخته می‌شود.

۶-۱. پیش پردازش داده‌ها

به‌طور کلی پیش‌پردازش داده‌ها: شامل اطلاعات متغیرها و ارزش عددی آنها؛ شناسایی داده‌های مفقوده و جایگذاری آنها؛ شناسایی آزمودنی‌های بی‌تفاوت؛ شناسایی داده‌های پرت و جایگذاری آنها، محاسبه ضریب آلفای کرونباخ؛ و محاسبه کفایت حجم نمونه می‌باشد.

اطلاعات متغیرها و ارزش عددی: یافته‌ها نشان داد که مقیاس اندازه‌گیری متغیرهای جمعیت‌شناختی نظیر جنسیت، وضعیت تأهل و...، به صورت فاصله‌ای در نظر گرفته شده است. شناسایی و جایگزینی داده‌های مفقوده: یافته‌ها نشان داد، همه متغیرهای جمعیت‌شناختی و بیشتر سؤال‌ها دارای داده‌های مفقوده هستند. با توجه به اینکه در این پژوهش مقیاس اندازه‌گیری برای هر یک از سؤال‌ها طیف لیکرت می‌باشد، بهترین روش برای جایگزین کردن داده‌های مفقوده روش میانه است.

شناسایی و جایگزینی داده‌های پرت: به منظور شناسایی داده‌های پرت از گراف باکس پلات^۱ استفاده شد. همان‌طور که در نمودار فوق قابل مشاهده است، در مورد کیس‌های شماره ۵۸، ۱۱۳ و ۲۴۴ داده‌های پرت وجود دارد. در این پژوهش داده‌های پرت بر اثر اشتباه تایپی ایجاد شده بود که اصلاحات لازم صورت گرفت.

شناسایی آزمودنی‌های بی‌تفاوت: آزمودنی‌های بی‌تفاوت کسانی هستند که بدون اینکه پرسشنامه را مطالعه کنند به صورت تصادفی اقدام به پر کردن پرسشنامه می‌کنند. آزمودنی‌های بی‌تفاوت ابتدا به صورت چشمی حذف می‌شوند و سپس توسط نرم‌افزار اکسل^۲ حذف می‌شوند. در نرم‌افزار اکسل برای حذف آدم‌های بی‌تفاوت انحراف معیار هر آزمودنی در پاسخ به یک پرسشنامه را محاسبه می‌کنیم و اگر انحراف معیار کمتر از $0/3$ شد آن آزمودنی را حذف می‌کنیم. محاسبه ضریب آلفای کرونباخ: همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده شد، ضریب آلفای کرونباخ تست نهایی برای همه مؤلفه‌ها بالای $0/7$ بود که بیانگر همبستگی مناسب سؤالات پرسشنامه است.

محاسبه کفایت حجم نمونه و بررسی کفایت و تقارن داده‌ها: در اینجا از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شد که شاخص KMO به منظور کفایت نمونه‌گیری از طریق ارزیابی کوچک بودن همبستگی جزئی بین متغیرها بررسی شد. آزمون کرویت بارتلت تقارن داده‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد براساس نتایج به دست آمده، شاخص KMO $0/89$ به دست آمد که بزرگ‌تر از $0/6$ بود و حاکی از کفایت حجم نمونه براساس شاخص‌های شناسایی شده برای تحلیل عاملی داشت. همچنین سطح معنی‌داری $0/000$ برای آزمون بارتلت نیز نشان‌دهنده مناسب بودن متغیر پژوهش برای تحلیل عاملی بود زیرا فرض یکه بودن ماتریس همبستگی رد شد.

1. Boxplot

2. Excel

۶-۲. توصیف آماری ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و متغیرهای پژوهش

به منظور شناخت بهتر ماهیت جامعه‌ای که در پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است و آشنایی بیشتر با متغیرهای پژوهش، پیش از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری، لازم است این داده‌ها توصیف شود. در این بخش به توصیف اطلاعات جمعیت‌شناختی و همین‌طور توصیف متغیرهای پژوهش از منظر شاخص‌های گرایش به مرکز، شاخص‌های پراکندگی و شاخص‌های شکل توزیع پرداخته می‌شود. در جدول زیر، نمونه‌ای از منظر جمعیت‌شناختی و همین‌طور میانگین و انحراف معیار متغیرها به‌طور خلاصه آورده شده است:

جدول ۴: اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه و توصیف متغیرها

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد	متغیر	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	آماره چولگی	آماره کشیدگی
جنسیت	زن	۱۱۴	۴۳٫۲	تعهد سازمانی	تعهد عاطفی	۱٫۸۴	۰٫۶۷	۰٫۶۶	۰٫۳۸
	مرد	۱۵۰	۵۶٫۸		تعهد مستمر	۱٫۹۸	۰٫۷۸	۰٫۵۲	-۰٫۴۳
سطح تحصیلات	فوق دیپلم و کمتر	۴۹	۱۸٫۶		تعهد هنجاری	۱٫۹۴	۰٫۷۳	۰٫۳۹	-۰٫۴۵
	لیسانس	۱۶۵	۶۲٫۵		کل	۱٫۹۱	۰٫۶۱	۰٫۶۸	۰٫۳۹
ناهل	فوق لیسانس و بالاتر	۴۹	۱۸٫۶	نوآوری سازمانی	تولیدمحوری	۱٫۹۸	۰٫۷۵	۰٫۶۹	۰٫۴۰
	مجرد	۵۹	۲۲٫۳		فرایندمحوری	۱٫۸۸	۰٫۶۹	۰٫۹۶	۱٫۸۰
	متاهل	۱۸۷	۷۰٫۸		سازمان‌محوری	۱٫۸۴	۰٫۶۷	۱٫۰۶	۲٫۰۸
نحوه آگاهی از منویات	راديو	۱	۰٫۴	اقتصاد مقاومتی	کل	۱٫۹۱	۰٫۶۲	۱٫۱۶	۲٫۶۰
	تلوزیون	۵	۱٫۹		کل	۱٫۷۹	۰٫۶۳	۱٫۵۶	۳٫۲۳
سن	اینترنت	۲۰۴	۷۷٫۳	متغیر	طبقه	فراوانی	درصد	۳٫۴	۳٫۴
	کمتر از ۲۵ سال	۹	۳٫۴		کمتر از ۶ سال	۹	۳٫۴	۱۴	۱۴
	۳۵ تا ۳۶ سال	۲۸	۱۰٫۶		۷ تا ۱۲ سال	۳۷	۱۴	۲۸	۲۸
	۳۶ تا ۴۵ سال	۷۷	۲۹٫۲		۱۳ تا ۱۸ سال	۷۴	۲۸	۵۴٫۲	۵۴٫۲
	بیشتر از ۴۶ سال	۱۴۸	۵۶		بیشتر از ۱۹ سال	۱۴۳	۵۴٫۲		

یافته‌های پژوهش در بخش آمار توصیفی (ویژگی‌های شرکت‌کنندگان) که در جدول فوق قابل مشاهده است، نشان داد، بیشترین درصد افراد مورد مطالعه مرد (۵۶/۸ درصد)؛ بیشترین رده سنی بیشتر از ۴۶ سال (۵۶ درصد)؛ بیشترین مدرک تحصیلی مربوط به لیسانس (۶۲/۵ درصد)؛ بیشتر کارکنان متأهل (۷۰/۸ درصد)؛ بیشترین نحوه آگاهی از منویات مربوط به اینترنت (۷۷/۳ درصد)؛ بیشترین فراوانی سابقه کاری مربوط به بیشتر از ۱۹ سال (۵۴/۲ درصد) بود. میانگین و انحراف استاندارد همه مؤلفه‌ها آورده شد؛ آماره چولگی و کشیدگی نیز نشان داد که توزیع داده‌ها برای همه متغیرها نرمال است.

نرمال بودن توزیع داده‌ها (شاخص توزیع داده): به‌طور کلی شاخص‌های توزیع اشاره به شکل توزیع نمرات یا فراوانی داده‌ها دارد. همان‌گونه که می‌دانیم آزمون نرمال بودن نقش اساسی در انتخاب آزمون مناسب دارد. مناسب‌ترین آزمون برای طیف لیکرت آزمون چولگی و کشیدگی است. هیر^۱ (۲۰۰۶)، بیان می‌دارد، اگر آماره چولگی بین ۳، ۳- و آماره کشیدگی بین ۵، ۵- باشد، توزیع داده‌ها نرمال است؛ یافته‌ها حاصل از جدول قبل نشان داد، آماره کشیدگی در تمامی مؤلفه‌ها بین ۵، ۵- می‌باشد؛ یعنی توزیع داده‌ها از این جنبه نرمال بوده و شکل توزیع خیلی تخت یا بلند نمی‌باشد؛ همین‌طور آماره چولگی در تمامی مؤلفه‌ها بین ۳، ۳- و حتی بین ۲، ۲- قرار دارد، یعنی توزیع داده‌ها از این جنبه نرمال بوده و می‌توان گفت شکل توزیع دارای چولگی مثبت یا منفی نیست. در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که شکل توزیع داده‌ها برای تمام مؤلفه‌ها نرمال می‌باشد.

۳-۶. استنباط آماری داده‌ها

با توجه به اینکه توزیع داده‌ها نرمال و مقیاس فاصله‌ای بود، در این بخش فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون‌های پارامتریک تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت موجود مؤلفه‌ها، همبستگی پیرسون به منظور بررسی رابطه بین متغیرها و همچنین مدلسازی معادلات ساختاری به منظور بررسی روابط علی متغیرها مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرد. در ادامه به بررسی هر یک از فرضیه‌ها پرداخته می‌شود.

وضعیت موجود تعهد سازمانی، نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آنها و همین‌طور اقتصاد مقاومتی مطلوب است.

برای بررسی فرضیه فوق از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد و با توجه به اینکه مقیاس پنج درجه‌ای بود، ارزش عددی برای مقایسه با آماره تی را عدد ۳ در نظر گرفتیم. نتیجه آزمون تی تک نمونه‌ای در جدول زیر آورده شده است.

1. Hair

جدول ۵: آزمون تی تک نمونه‌ای به منظور بررسی وضعیت موجود تعهد سازمانی، نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آنها و همین‌طور اقتصاد مقاومتی

	ارزش آزمون = ۳					
	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری (دو دامنه)	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد از اختلاف	
					حد بالا	حد پایین
تعهد عاطفی	۴٫۹۲۳	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۱۵۰۵	۰٫۱۸۹۸	۰٫۳۴۰۳
تعهد مستمر	۳٫۷۷۸	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۰۳۲۹۹	۰٫۰۵۰۳	۰٫۱۱۶۳
تعهد هنجاری	۳٫۴۵۶	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۲۵۵	۰٫۰۸۴۵	۰٫۰۹۴۴
تعهد سازمانی	۳٫۱۰۸	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۱۳۴۵۹	۰٫۰۴۹۵	۰٫۲۱۹۷
تولیدمحوری	۴٫۷۶۶	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۲۰۵۱۶	۰٫۱۲۰۶	۰٫۲۸۹۷
فرایندمحوری	۴٫۷۲۸	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۲۳۹۵۴	۰٫۱۵۷۴	۰٫۳۲۱۷
سازمان‌محوری	۴٫۴۲۵	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۳۸۰۱۳	۰٫۲۹۱۵	۰٫۴۶۸۸
نوآوری سازمانی	۴٫۸۲۳	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۸۳۹۸۵	۰٫۷۹۲۵	۰٫۸۸۷۲
اقتصاد مقاومتی	۳٫۹۵۸	۲۶۳	۰٫۰۰۰	۰٫۲۶۴۳۸	۰٫۱۹۹۱	۰٫۳۲۹۷

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود، سطح معناداری در همه متغیرها کمتر از یک‌صدم می‌باشد بنابراین می‌توانیم بگوییم بین میانگین مشاهده شده و میانگین مورد انتظار تفاوت وجود دارد؛ اما با توجه به اینکه حد بالا و پایین فاصله اطمینان هر دو مثبت می‌باشد، می‌توان گفت مؤلفه‌های پژوهش در وضعیت مطلوبی قرار دارند.

۱. تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن (تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری) بر اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد؛

۲. نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آن (تولیدمحوری، سازمان‌محوری و فرایندمحوری) بر اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد.

برای دستیابی به پاسخ این سؤال از مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. یکی از مهم‌ترین نتایج حاصل از نرم‌افزار Smart PLS، ارائه ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش است، که در جدول زیر، ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش قابل مشاهده است.

جدول ۶: ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

سازه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. تعهد عاطفی	۱٫۰۰						
۲. تعهد مستمر	۰٫۶۱	۱٫۰۰					
۳. تعهد هنجاری	۰٫۵۸	۰٫۶۲	۱٫۰۰				
۴. تولیدمحوری	۰٫۶۶	۰٫۵۹	۰٫۶۸	۱٫۰۰			
۵. فرایندمحوری	۰٫۶۴	۰٫۶۵	۰٫۷۲	۰٫۷۱	۱٫۰۰		
۶. سازمان‌محوری	۰٫۵۷	۰٫۵۳	۰٫۵۵	۰٫۵۷	۰٫۶۰	۱٫۰۰	
۷. اقتصاد مقاومتی	۰٫۵۶	۰٫۴۶	۰٫۵۳	۰٫۵۲	۰٫۵۸	۰٫۶۷	۱٫۰۰

نتایج جدول فوق بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین متغیرهای پژوهش می‌باشد که مقدار ضرایب همبستگی در جدول فوق قابل مشاهده است. لازم به یادآوری است که بیشترین میزان همبستگی بین دو مؤلفه فرایند محوری و تعهد هنجاری با ۰/۷۲ است و کمترین میزان همبستگی بین دو مؤلفه اقتصاد مقاومتی و تعهد مستمر با ضریب ۰/۴۶ می‌باشد.

مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی

آزمون تأثیرات متغیرهای برون‌زا بر متغیرهای درون‌زای مدل براساس مدل معادلات ساختاری^۱ با رویکرد حداقل مربعات جزئی^۲ در دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری صورت گرفت.

الف) مدل اندازه‌گیری

همان‌گونه که در بخش روایی گفته شد، یافته‌ها نشان داد، بار عاملی همه سؤال‌ها بالای ۰/۷ است و بنابراین فرض همگن بودن سؤال‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد و هیچ سؤالی نیاز به حذف شدن ندارد. در ضمن با توجه به اینکه ضرایب معناداری همه بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۲/۵۸ است، می‌توان گفت که تمامی بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. با توجه به نتایج مدل اندازه‌گیری سؤال‌های پرسشنامه یا متغیرهای آشکار در هر متغیر یا به عبارتی متغیر مکنون براساس بارهای عاملی رتبه‌بندی شده‌اند.

برای مثال در متغیر تعهد عاطفی، سؤال ۲ یعنی "احساس تعلق و وابستگی زیادی به سازمان آموزش و پرورش دارم"، دارای بالاترین بار عاملی یا بالاترین میزان همبستگی هر یک از سؤالات این مؤلفه با متغیر مکنون خود بود؛ در مؤلفه تعهد مستمر بالاترین بار عاملی به سؤال ۵ یا سؤال اول این مؤلفه یعنی "اگر سازمان آموزش و پرورش را ترک کنم منافع و مزایای فعلی را از دست می‌دهم"، تعلق داشت؛ در مؤلفه تعهد هنجاری بالاترین بار عاملی به سؤال ۸ یا سؤال اول این متغیر یعنی "وفادار ماندن به سازمان آموزش و پرورش را برای خود یک ارزش می‌دانم"، تعلق داشت؛ در تولید محوری بالاترین بار عاملی به سؤال ۱۲ یا سؤال دوم این متغیر یعنی "در سازمان آموزش و پرورش منابع مالی لازم جهت انجام تحقیقات و پروژه‌های جدید در اختیار کارکنان قرار می‌گیرد"، تعلق داشت؛ در مؤلفه فرایند محوری بالاترین بار عاملی به سؤال ۱۵ یا سؤال اول این متغیر یعنی "سازمان آموزش و پرورش تکنولوژی جدید را زودتر از سایر سازمان‌های مشابه به کار می‌گیرد"، تعلق داشت؛ در مؤلفه سازمان محوری بالاترین بار عاملی به سؤال ۱۸ یا سؤال اول این متغیر یعنی

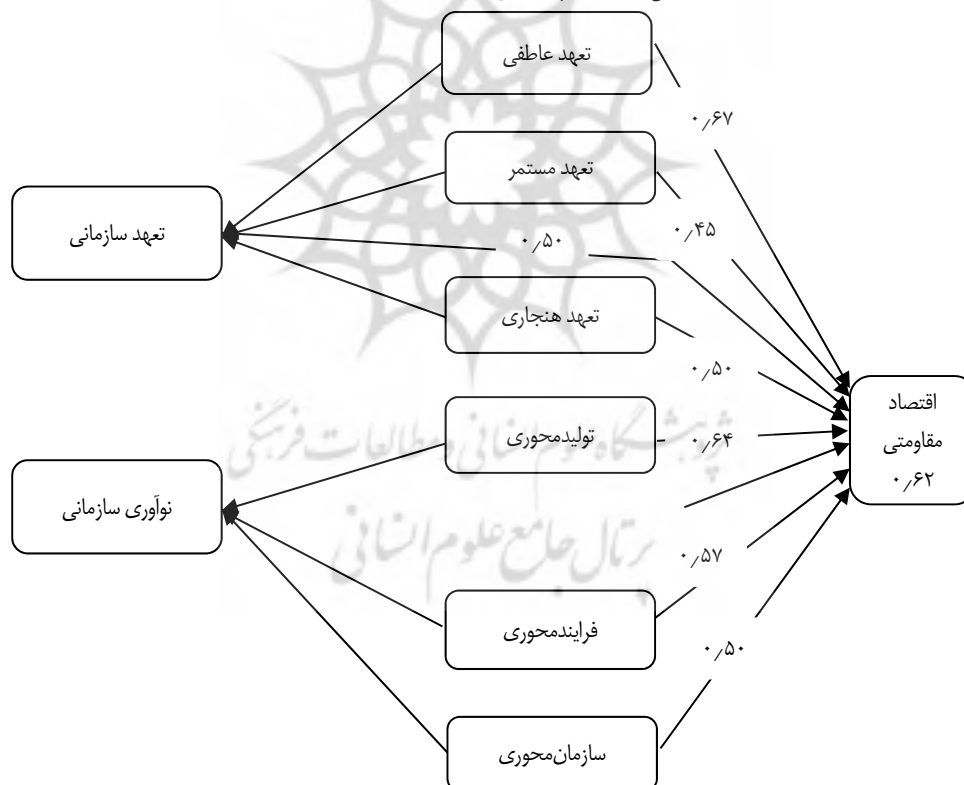
1. SEM

2. PLS

"سازمان آموزش و پرورش همواره برای اداره بهتر سازمان، سیستم‌های نوین مدیریتی (مانند: سیستم‌های جذب، استخدام و سیستم‌های جدید ارزیابی) راجستجو می‌کند."، تعلق داشت؛ در مؤلفه اقتصاد مقاومتی بالاترین بار عاملی به سؤال ۲۹ یا سؤال نهم این متغیر یعنی "افزایش بهره‌وری انرژی موجب صرفه‌جویی‌های کلان شده و به اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند."، تعلق داشت.

آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری انعکاسی: برای این منظور از شاخص اشتراک^۱ استفاده شد. این شاخص توانایی مدل را در پیش‌بینی متغیرهای مشاهده‌پذیر از طریق مقادیر متغیر پنهان متناظرشان می‌سنجد. مقادیر مثبت شاخص Com CV نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری انعکاسی می‌باشد. برای شاخص com CV سه مقدار ۰/۰۲ (ضعیف)، ۰/۱۵ (متوسط) و ۰/۳۵ (قوی) معرفی کرده‌اند. نتایج نشان داد میزان این شاخص برای همه متغیرهای پنهان در حد قوی قرار دارد. به عبارت دیگر شاخص‌ها نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری انعکاسی می‌باشد.

ب) مدل ساختاری؛ در شکل زیر مدل پژوهش در حالت ضرایب استاندارد شده آورده شده است:



شکل ۲: مدل پژوهش براساس ضرایب استاندارد شده

براساس نتایج حاصل شده متغیرهای تعهد سازمانی، تعهد عاطفی، تعهد مستمر، تعهد هنجاری، نوآوری سازمانی، تولیدمحوری، فرایندمحوری، سازمان محوری و اقتصاد مقاومتی بر اقتصاد مقاومتی از دیدگاه کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران دارای اثر مثبت و معنادار بوده و این عوامل به میزان ۶۲ درصد قابلیت پیش بینی اقتصاد مقاومتی را دارند. همچنین نتایج نشان داد تأثیر متغیرهای مذکور بر اقتصاد مقاومتی در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید شد، زیرا آماره t برای این مسیرها بیشتر از $۲/۵۸$ به دست آمد. در جدول زیر، نتایج حاصل آزمون مدل را می توان مشاهده کرد.

جدول ۷: نتایج آزمون مدل پژوهش

اثرات مورد بررسی	ضرایب استاندارد شده	ضرایب معناداری	تأیید/ رد اثر
تأثیر تعهد عاطفی بر اقتصاد مقاومتی	۰/۶۷	۳۰/۳۱۹	تأیید
تأثیر تعهد مستمر بر اقتصاد مقاومتی	۰/۴۵	۲۰/۷۱۴	تأیید
تأثیر تعهد هنجاری بر اقتصاد مقاومتی	۰/۵۰	۲۵/۴۲۶	تأیید
تأثیر تعهد سازمانی بر اقتصاد مقاومتی	۰/۵۰	۲۹/۱۸۴	تأیید
تأثیر تولیدمحوری بر اقتصاد مقاومتی	۰/۶۴	۳۷/۳۱۵	تأیید
تأثیر فرایندمحوری بر اقتصاد مقاومتی	۰/۵۷	۲۹/۱۸۶	تأیید
تأثیر سازمان محوری بر اقتصاد مقاومتی	۰/۵۰	۲۵/۰۷۴	تأیید
تأثیر نوآوری سازمانی بر اقتصاد مقاومتی	۰/۴۹	۷/۲۲۵	تأیید

براساس جدول بالا می توان نوع و میزان اثر متغیرهای تعهد سازمانی، تعهد عاطفی، تعهد مستمر، تعهد هنجاری، نوآوری سازمانی، تولیدمحوری، فرایندمحوری، سازمان محوری و اقتصاد مقاومتی بر اقتصاد مقاومتی را مشاهده کرد که همه این مسیرها تأیید شد.

آزمون های کیفیت مدل ساختاری انعکاسی

شاخص ضریب تعیین: این شاخص معیار اصلی ارزیابی متغیرهای مکنون درونزا در مدل مسیر تأییدی است. مقادیر $۰/۶۷$ ، $۰/۳۳$ و $۰/۱۹$ برای متغیرهای مکنون درونزا به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف شده است. در این پژوهش ضریب تعیین سازه اقتصاد مقاومتی $۰/۶۲$ به دست آمد که تقریباً می توان گفت که ضریب تعیین در حد قابل توجهی قرار دارد. این ضریب به دست آمده بیانگر آن است که متغیرهای شناسایی شده از ادبیات شامل نوآوری و تعهد سازمانی به خوبی قابلیت پیش بینی متغیر وابسته یعنی اقتصاد مقاومتی را دارد و روی هم رفته به میزان ۶۲ درصد قابلیت پیش بینی آن را دارند.

شاخص افزونگی یا شاخص کیفیت مدل ساختاری (Red CV): معروفترین شاخص اندازه‌گیری کیفیت مدل ساختاری، شاخص استون-گایسلر است. مقادیر بالای صفر نشان‌دهنده توانایی بالای مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن است. میزان شاخص افزونگی در این پژوهش ۰/۴۱ به دست آمد که بیانگر این است مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن توانایی بالایی دارد. شاخص اندازه اثر: کوهن برای تعیین شدت رابطه میان متغیرهای پنهان مدل، این معیار را معرفی نمود. مقادیر ۰/۰۲ (ضعیف)، ۰/۱۵ (متوسط) و ۰/۳۵ (قابل توجه) توصیف شده است. فرمول اندازه اثر در زیر آمده است:

در جدول زیر نیز اندازه اثر هر یک از متغیرهای پژوهش آورده شده است:

جدول ۸: اندازه اثر متغیرهای پژوهش

اندازه اثر	مؤلفه
۰/۴۰	تعهد عاطفی
۰/۲۱	تعهد مستمر
۰/۲۹	تعهد هنجاری
۰/۳۰	تعهد سازمانی
۰/۳۷	تولیدمحوری
۰/۳۳	فرایندمحوری
۰/۲۸	سازمان‌محوری

همان‌گونه که در جدول بالا قابل مشاهده است متغیرهای تعهد عاطفی، تولیدمحوری و فرایندمحوری در حد قابل توجهی قرار دارد و متغیرهای تعهد مستمر، تعهد هنجاری، تعهد سازمانی و سازمان‌محوری نیز تقریباً در حد قابل توجهی قرار دارد.

آزمون کیفیت مدل ساختاری (درجه تناسب مدل ارائه شده با توجه به مؤلفه‌های پژوهش) در سطح مدل اندازه‌گیری PLS، بارهای گویه‌ها و کواریانس مانده‌ها را برآورد می‌کند. در سطح ساختاری نیز ضرایب مسیر، همبستگی میان متغیرهای مکنون، واریانس تبیین شده و میانگین واریانس استخراج شده متغیرهای مکنون را برآورد می‌کند. آماره t برای هر یک از مسیرها و بارهای عاملی با استفاده از روش برش متقاطع یا خودگردان‌سازی محاسبه می‌شود. برازش مناسب مدل زمانی محقق می‌شود که ضریب مسیر معنادار بوده، واریانس تبیین شده قابل قبول باشد و همسانی درونی بالای ۰/۰۵ برای هر یک از سازه‌ها برقرار باشد. مقادیر قابل قبول بارهای عاملی نیز نشان‌دهنده برازش مناسب مدل می‌باشند. علاوه بر این شاخص GOF نیز شاخصی برای بررسی

برازش مدل جهت پیش بینی متغیرهای درونزا می باشد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده اند. در جدول زیر اشتراکات آورده شده است.

جدول ۹: جدول اشتراکات

عوامل	اشتراکات	ضریب تعیین
تعهد عاطفی	۰/۵۷	
تعهد مستمر	۰/۶۶	
تعهد هنجاری	۰/۶۲	
تعهد سازمانی	۰/۷۲	
تولیدمحوری	۰/۶۲	
فرایندمحوری	۰/۶۵	
سازمان محوری	۰/۷۵	
اقتصاد مقاومتی	۰/۵۵	۰/۶۲
میانگین	۰/۷۲	۰/۶۲

$$Gof = \sqrt{\text{communalities}} \times \bar{R}^2 = \sqrt{0.72 * 0.62} = 0.66$$

از آنجایی که مقادیر محاسبه شده GOF بزرگتر از ۰/۳۶ به دست آمده، نشان از کیفیت مدل پژوهش دارد، همچنین کلیه ضرایب مسیرها معنادار بوده و واریانس تبیین شده قابل قبول و همسانی درونی سازه‌ها بالای ۰/۰۵ بود.

نتیجه گیری

با توجه به آنچه که گفته شد؛ در این پژوهش محققان به دنبال تأثیر تعهد سازمانی و نوآوری سازمانی بر اقتصاد مقاومتی بودند.

در خصوص فرضیه اول؛ که بررسی مطلوب بودن وضعیت موجود تعهد سازمانی، نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آنان و همچنین اقتصاد مقاومتی مدنظر بوده است. براساس نتایج تحقیق، چنین بیان می‌گردد:

که براساس نتایج جداول مربوطه، از آنجا که سطح معناداری در همه متغیرها کمتر از یک صدم بوده است بنابراین بین میانگین مشاهده شده و مورد انتظار تفاوت وجود دارد و با عنایت به این مهم که حد بالا و پایین فاصله اطمینان هر دو مثبت می‌باشد، می‌توان گفت: مؤلفه‌های پژوهش در وضعیت مطلوبی قرار دارند.

در خصوص فرضیه دوم؛ که مبین، تأثیر تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن (تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری) بر اقتصاد مقاومتی است، براساس نتایج تحقیق، چنین اظهار می‌گردد: که تأثیر متغیر تعهد سازمانی بر اقتصاد مقاومتی پس از آزمون مورد تأیید قرار گرفت و در میان سه مؤلفه تعهد سازمانی (تعهد مستمر، تعهد هنجاری و تعهد عاطفی)، براساس شاخص اندازه اثر، مؤلفه تعهد عاطفی دارای بیشترین میزان اندازه اثر است و مؤلفه‌های تعهد هنجاری و تعهد مستمر به ترتیب در مرتبه دوم و سوم از نظر اندازه اثر قرار دارند. به بیانی دقیق‌تر براساس نتایج آماری در مورد مؤلفه تعهد عاطفی، احساس تعلق و وابستگی به سازمان دارای بالاترین بار عاملی یا بالاترین میزان همبستگی با متغیر مکنون خود است. همچنین در مورد مؤلفه تعهد مستمر بالاترین بار عاملی مربوط به از دست دادن منافع فعلی در صورت ترک سازمان است. و نیز در مورد مؤلفه تعهد هنجاری بیشترین میزان همبستگی مربوط به وفادار ماندن به سازمان آموزش و پرورش شهر تهران به‌عنوان یک ارزش است.

در خصوص فرضیه سوم؛ که مبین، تأثیر نوآوری سازمانی و مؤلفه‌های آن (تولیدمحوری، سازمان‌محوری و فرایندمحوری) بر اقتصاد مقاومتی است. براساس نتایج تحقیق، چنین اظهار می‌گردد: پس از آزمون این فرضیه نیز مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در میان سه مؤلفه متغیر نوآوری سازمانی (تولیدمحوری، فرایندمحوری و سازمان‌محوری)، براساس شاخص اندازه اثر، مؤلفه تولیدمحوری دارای بیشترین اندازه اثر است و سپس مؤلفه‌های فرایندمحوری و سازمان‌محوری به ترتیب در ده‌های دوم و سوم از نظر اندازه اثر قرار دارند. به بیانی دقیق‌تر در مورد مؤلفه تولیدمحوری بالاترین بار عاملی یا همان میزان همبستگی مربوط به قرار دادن منابع مالی لازم در اختیار کارکنان به منظور انجام تحقیقات یا پروژه‌های جدید است. همچنین در مورد مؤلفه فرایندمحوری بالاترین میزان همبستگی مربوط به کارگیری تکنولوژی جدید با سرعتی افزون‌تر از سایر سازمان‌های مشابه است و در نهایت در خصوص مؤلفه سازمان‌محوری بالاترین بار عاملی مربوط به جستجوی سیستم‌های نوین مدیریتی است.

همچنین در میان مؤلفه‌های خود اقتصاد مقاومتی باید عنوان نمود؛ که براساس نتایج آماری حاصل شده از تحقیق در میان مؤلفه‌های خود اقتصاد مقاومتی بالاترین بار عاملی یا میزان همبستگی مربوط به متغیر افزایش بهره‌وری انرژی است که به صرفه‌جویی‌های کلان منجر شده و از این طریق به اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند.

بنابراین؛ در پژوهش حاضر، براساس نتایج حاصل شده در جداول مربوطه، متغیرهای تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر، هنجاری) و نوآوری سازمانی (تولیدمحوری، فرایندمحوری، سازمان‌محوری) بر اقتصاد مقاومتی دارای اثر مثبت و معنادار می‌باشند. به گونه‌ای که مؤلفه تعهد

عاطفی مربوط به متغیر تعهد سازمانی بر اقتصاد مقاومتی دارای بیشترین ضریب معناداری و سپس مؤلفه تولیدمحوری مربوط به متغیر نوآوری سازمانی بر اقتصاد مقاومتی دارای بیشترین ضریب معناداری است. به بیانی دیگر؛ متغیرهای ذکر شده در بالا از دیدگاه کارکنان آموزش و پرورش شهر تهران بر اقتصاد مقاومتی دارای اثر مثبت و معنادار می‌باشند.

نکته مهم دیگر وجود رابطه مثبت و معنادار بین متغیرهای تعهد سازمانی، نوآوری سازمانی و اقتصاد مقاومتی است. که براساس مقدار ضرایب همبستگی حاصل شده در جداول مربوطه، بیشترین میزان همبستگی بین دو مؤلفه فرایندمحوری و تعهد هنجاری و کمترین میزان همبستگی بین دو مؤلفه اقتصاد مقاومتی و تعهد مستمر می‌باشد.

محدودیت‌های تحقیق

این پژوهش نیز مانند هر تحقیق دیگری دارای محدودیت‌هایی می‌باشد که در زیر به آنها پرداخته می‌شود:

جمع‌آوری اطلاعات در خصوص اقتصاد مقاومتی، نوآوری و انواع تعهد سازمانی کار حساس و مهمی است که لازمه آن یکسری توانمندی‌های ارتباطی از طرف محقق می‌باشد به خصوص که درک صحیح از این مفاهیم کلیدی نیاز به برگزاری کارگاه‌های آموزشی و توجیه و جلب نظر افراد برای همکاری دارد. چراکه؛ عدم درک صحیح از این مفاهیم ممکن است بر روی پاسخ‌ها اثر منفی داشته باشد و این امر فرایند جمع‌آوری اطلاعات را طولانی و چالشی می‌کند. از سوی دیگر نیاز به کنترل و نظارت مستقیم محقق در فرایند تکمیل پرسشنامه‌ها ضرورت داشت که البته در این راستا تمام پرسشنامه‌ها توسط پژوهشگر کنترل شده و تلاش محقق برای ایجاد رغبت و انگیزه کافی برای آزمودنی‌ها در راستای پاسخگویی نباید نادیده گرفته شود. شایان ذکر است؛ به لحاظ دولتی بودن و تأمین قانونی این اداره کل از بودجه کل کشور حتی با ارائه نتایج معتبر پژوهش انعطاف چندانی در عملکردها مشاهده نمی‌گردد و لذا؛ تحلیل بازتاب مفاهیم مدیریتی مانند: اقتصاد مقاومتی، نوآوری و تعهد سازمانی به دشواری صورت می‌پذیرد.

پیشنهادات تحقیق

در ذیل تلاش می‌گردد تا براساس نتایج تحقیق صورت پذیرفته مواردی به‌عنوان پیشنهاد مطرح گردد:

۱. از آنجا که براساس شاخص اندازه اثر در خصوص تعهد سازمانی، مؤلفه تعهد عاطفی دارای بیشترین میزان تأثیر بر اقتصاد مقاومتی است و این تعهد حاصل احساس تعلق به سازمان و مولود ارزشمند تلقی شدن اهداف فردی کارکنان می‌باشد بنابراین شایسته است تا سازمان همان‌گونه که بر

آرمان‌های خود تأکید دارد با تدوین یک مدل و الگویی به شناسایی اهداف و نیازهای واقعی کارکنان همت ورزیده و تا حد امکان ضمن برآوردن آرزوهای شغلی آنان، بر وجود تعامل بین آرمان‌های فردی و سازمانی تأکید ورزد؛

۲. از آنجا براساس نتایج حاصله، تعهد هنجاری و مستمر نیز دارای اندازه اثر قابل قبولی بر اقتصاد مقاومتی می‌باشند، لذا؛ سازمان می‌تواند با ایجاد زیرساخت‌هایی برای حفظ منافع فعلی کارکنان و برانگیختن حس وفاداری ایشان از طریق ارزش قائل شدن برای سرمایه اندوخته آنان در قالب مهارت‌هایشان و همچنین برقراری عدالت سازمانی و حمایت از توسعه کارکنان موجب به وجود آمدن احساس یگانگی فرد با سازمان و کمک به تحقق بهتر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی گردد؛

۳. از آنجا که براساس نتایج حاصل از پژوهش، نوآوری براساس شاخص اندازه اثر دارای تأثیر قابل توجهی بر تحقق اقتصاد مقاومتی است، به‌طور حتم یکی از محرک‌های رشد پایدار و زمینه‌ساز در این راستا خواهد بود. بنابراین می‌بایست با ایجاد زیرساخت‌های مالی و حمایت از ایده‌های نو و ایجاد یک فضای فکری در کارکنان مبنی بر کاهش ترس از شکست و عدم موفقیت در جستجوی راه‌های نوین، موجب افزایش توان تولید افراد و در نهایت رشد اقتصادی گردید؛

۴. از آنجا که براساس نتایج تحقیق، مؤلفه تولیدمحوری دارای بیشترین شاخص اندازه اثر در خصوص نوآوری می‌باشد بنابراین شایسته است که در سازمان نسبت به قرار دادن منابع مالی لازم در اختیار کارکنان به منظور انجام تحقیقات یا پروژه‌های جدید همت گمارده شود و بستر تحقق ایده‌های از طریق ایجاد امکان پژوهش در سازمان کارکنان فراهم گردد؛

۵. با توجه به نتایج تحقیق، مؤلفه فرایندمحوری، دارای رتبه دوم شاخص اندازه اثر در خصوص نوآوری می‌باشد بنابراین پیشنهاد می‌گردد تا در سازمان از تکنولوژی‌ها و فناوری‌های جدید و پیشرفته استفاده گردد تا شیوه‌های انجام کار به روز شده و سازمان از شتاب و سرعت افرون‌تری در انجام مأموریت‌هایش بهره‌مند گردد؛

۶. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سازمان‌محوری در رده سوم اندازه اثر در خصوص نوآوری قرار دارد؛ ولی با این حال باز هم دارای تأثیر قابل ملاحظه‌ای است که با عنایت به این مهم، لازم است تا در سازمان از سیستم‌های نوین و جدید مدیریتی بهره برد و گذر از شیوه‌های سنتی را در دستور کار قرارداد؛

۷. از آنجا که براساس نتایج آماری تحقیق در میان خود مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی بالاترین بار عاملی یا میزان همبستگی مربوط به متغیر افزایش بهره‌وری انرژی است، بنابراین از طریق اصلاح الگوی مصرف در سطح خرد و کلان و همچنین توجه به صرفه‌جویی در تمامی سطوح می‌توان به تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نمود.

منابع

۱. اشرفی، بزرگ (۱۳۷۴)، «تبیین عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی و کارکنان شرکت زغال سنگ البرز شرقی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه تربیت مدرس، ص ۶۰.
۲. ابراهیمیان، بهمن؛ علی توشه؛ غلامحسین علیاری و عباس بایرامی (۱۳۹۱)، «ارائه الگوی بومی اقتصاد مقاومتی»، همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی، استان گیلان، شهرستان رشت.
۳. آخوندی، حسینعلی؛ رابعه یوسفی؛ بتول گلپایگانی و راضیه تنها (۱۳۹۶)، «راهکارهای فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی در خانواده‌ها»، دومین کنگره بین‌المللی علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، همایش مرکز توانمندسازی مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه، تهران.
۴. پژوهنده، محمدحسین (۱۳۹۴)، «موانع تحقق اقتصاد مقاومتی»، نشریه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، سال ۲۱، شماره ۳، ص ۱۸۵.
۵. پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری (مدظله العالی).
۶. چوپانی، حیدر (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت سهامی بیمه البرز»، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه تهران.
۷. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۶۸)، لغت‌نامه، دانشگاه تهران، مؤسسه لغت‌نامه دهخدا.
۸. ربیعی، مهناز (۱۳۸۸)، «اثر نوآوری و سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی در ایران»، مجله دانش و توسعه، سال ۱۶، شماره ۲۶، ص ۴۰-۵۶.
۹. رضایی، جواد؛ محمد نادعلی و جواد علیزاده (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه علی رشد بهره‌وری کامل عوامل تولید و رشد اقتصادی»، فصلنامه پژوهش‌نامه اقتصادی، سال یازدهم، شماره ۲، ص ۱۱۸-۱۳۶.
۱۰. رضایی‌نژاد، عبدالرضا (۱۳۸۱)، «رشته نوآوری»، نشریه گزیده مدیریت، شماره ۲۲.
۱۱. رضایی‌نژاد، عبدالرضا (۱۳۷۸)، نوآوری بستر پیروزی، انتشارات مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
۱۲. رسولی، رضا (۱۳۹۱)، «نوآوری و انطباق آن در سازمان‌ها»، مجله مدیریت، شماره ۷۲.
۱۳. سالواتوره، دومینک (۱۳۸۴)، تئوری و مسائل اقتصاد خرد، ترجمه حسن سبحانی، نشر نی.
۱۴. سیدجوادین، سیدرضا (۱۳۹۲)، تئوری‌های مدیریت، انتشارات نگاه دانش.
۱۵. سیدجوادین، سیدرضا (۱۳۸۶)، مبانی مدیریت منابع انسانی، انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

۱۶. سازمان بسیج مستضعفان (۱۳۹۱)، ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی.
۱۷. سیف‌الله، مراد (۱۳۹۱)، «الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه آفاق امنیت، سال ۵، شماره ۱۶، ص ۵-۲۲.
۱۸. صفدری، حسین (۱۳۹۳)، «ضرورت تدوین استراتژی سازمان‌ها متناسب با رویکرد اقتصاد مقاومتی»، کنفرانس پژوهش‌های نوین در علوم انسانی، تهران.
۱۹. عزیزنژاد، صمد (۱۳۸۹)، «بررسی آثار تحریم بر اقتصاد ایران با تأکید بر تجارت خارجی»، ماهنامه مجلس و پژوهش ۱۶ (۶۱)، ص ۱۶۵-۲۱۰.
۲۰. فخاری، حسین (۱۳۹۳)، «بررسی مشکلات شرکت‌های دانش‌بنیان کشور در راستای شکوفایی اقتصاد مقاومتی»، کنفرانس پژوهش‌های نوین در علوم انسانی، تهران.
۲۱. فتحی، سعید (۱۳۸۹)، «تحول فرهنگی گامی به سوی کارآفرینی»، تدبیر، شماره ۱۰۲.
۲۲. فخاری، حسین؛ علی‌اکبر جوکار و محمدرضا دارایی (۱۳۹۱)، «بررسی مشکلات شرکت‌های دانش‌بنیان کشور در راستای شکوفایی اقتصاد مقاومتی»، کنفرانس پژوهش‌های نوین در علوم انسانی، تهران، سالن همایش‌های صدا و سیما.
۲۳. فرهمند، ناصر (۱۳۸۶)، مدیریت ساختار استراتژیک سازمان، انتشارات دانشگاه آزاد تبریز: نشر آذربایجان.
۲۴. قربانی‌زاده، وجه‌الله؛ راحله منتظر و میرعلی سیدنقوی (۱۳۹۴)، «بررسی انطباقی سبک نوآوری و سبک مدیریت منابع انسانی در شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری»، نشریه علمی پژوهشی مدیریت نوآوری، سال ۴، شماره ۳.
۲۵. محمدی‌مقدم، یوسف؛ میثم علی‌پور و پریرسا رسولیان (۱۳۹۱)، بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۲۶. ولی‌زاده، منصور؛ منارستمی و الهام همتی (۱۳۹۶)، «جایگاه اکوتوریسم در دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی»، فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی، دوره ۳، شماره ۲۰.
27. Allen, N.j. and Meger, j.p (1990) " the measurment and Antecedents of Affective, countinuance and Normative commitment to the organization , "pp.1-18.
28. Afuah ,A .(1998) .Innovation management :Strategies ,implementation ,and profits .New York :Oxford University Press.
29. Dessler , G. (1999) "How to learn your employee's commitment" , p.58-67.
30. Holt K .(1987) The role of the user in product innovation ,in R Rothwell and J Bessant) Eds (Innovation ,adaptation and growth ,pp. 1-12, Elsevier ,Amsterda.

31. Hollenstein ,H .,(2003) .Innovation modes in the Swiss sector :a cluster analysis based on firm-level data *Research Policy* ,32(5) ,pp.869-845.
32. Salah R .Agha ,2010” ,A Multi Criteria Crop Planning Model Based on the Resistive Economy, "Characterizing the Situation in Gaza Strip .8th International Conference on Islamic Economics and Finance ,2010.
33. Steers ,R.M & .porter, L.W.(1983)"Motivation and work behavior",P.288.
34. Urabe ,K .(1988) .Innovation and the Japanese management system .In K . Urabe ,J .Child& ,T .Kagono) Eds ,(Innovation and management international comparisons .Berlin :Walter de Gruyter.
35. Salah R .Agha ,2010, ”A Multi Criteria Crop Planning Model Based on the Resistive Economy ,Characterizing the Situation in Gaza Strip .8th *International Conference on Islamic Economics and Finance* ,2010.
36. steers ,R.M & .porter ,L.W. (1983)“ Motivation and work behavior ,P.288.”
37. Allen ,N.j .and Meger, j.p (1990)“ the measurment and Antecedents of Affective, countinuance and Normative commitment to the organization ,”pp.1-18.
38. Urabe, K. (1988). *Innovation and the Japanese management system* .In K. Urabe, J.Chid ,& T. Kagono (Eds ,(Innovation and management international comparisons .Berlin :Walter de Gruyter.
39. Dessler, G .(1999)“ How to learn your employee's commitment ,”p.58-67.
40. Holt K. (1987) The role of the user in product innovation, in R Rothwell and JBessant) Eds (*Innovation ,adaptation and growth* ,pp .1-12 ,Elsevier ,Amsterda.
41. Afuah ,A .(1998) .Innovation management: Strategies, implementation, and profits .New York :Oxford University Press.
42. Hollenstein ,H., (2003). Innovation modes in the Swiss sector: a cluster analysis based on firm-level data *Research Policy* , 32(5), pp.845-863.