

# **Identification and Prioritization of Influential Factors in the Formation of Production Leap Culture Using Delphi Fuzzy Method**

**Reza Sepahvand**

**Saber Taghipour**

**Masooome Momeni Mofrad**

## **Abstract**

The realization of the motto of 1399 crucially depends on the formation of a culture that can create and foster the core values which support the leap of production. Failure to realize such values has led to the failure in creating this culture. Therefore, this study concerns the effective realization of the culture of production leap. Obviously, creating the culture of production leap requires identifying the influential factors in this regard. Accordingly, this study mainly aims at identifying and prioritizing the factors affecting the formation of production leap culture.

In terms of purpose, this study is applied while in terms of data collection it is in the field of descriptive survey studies. The factors affecting the formation of the culture of production leap were identified through semi-structured interviews with 14 university professors and some managers of the Center for Strategic Evaluation and Supervision of the Implementation of the General Policies of the System according to the principle of Theoretical Adequacy. Data coding through qualitative content analysis using Atlas ti software led to the identification of 12 main categories. In the next step, the triangular fuzzy method was used to prioritize these factors.

The statistical population in quantitative part consisted of all the senior managers of some food industry companies from which 45 managers were selected as the research sample. The result of the analysis of the questionnaires using the triangular fuzzy method showed that religious teachings, consumption culture, human capital, work culture, entrepreneurial culture, collectivism, think

tanks, purposeful leadership, productivity culture, self-reliance, self-confidence, and competition orientation were the most influential factors in formation of the culture of production leap. According to the findings, using in-service training courses for their employees, the managers of the studied food industry units can achieve core values such as religious teachings related to their business, avoiding extravagancies, and developing the necessary platform for promoting the quantity and quality of their products.

**Keyword:** Production mutation; Production leap culture; Delphi Fuzzy



# شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید با روش دلفی فازی

رضا سپهوند

صابر تقی‌پور\*\*

معصومه مومنی مفرد\*\*\*

## چکیده

تحقق شعار سال ۱۳۹۹ در گروی شکل‌گیری، فرهنگی است که بتواند ارزش‌های محوری حامی جهش تولید را ایجاد کند. ضعف در تحقق چنین ارزش‌هایی، منجر به عدم‌دستیابی به چنین فرهنگی شده است. براین اساس، مسئله‌ی محوری این مطالعه تحقق اثربخش فرهنگ جهش تولید است. دستیابی به فرهنگ جهش تولید نیازمند شناسایی عواملی است که در شکل‌گیری آن نقش بسزایی دارند. براین اساس، هدف از انجام مطالعه حاضر، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید بوده است. این مطالعه براساس هدف، کاربردی و از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها در حوزه مطالعات توصیفی از نوع پیمایشی قرار دارد. شناسایی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۴ نفر از اساتید دانشگاهی و مدیران مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام با توجه به اصل کفایت نظری انجام گرفت. کدگذاری داده‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی به کمک نرم‌افزار Atlas ti منجر به شناسایی ۱۲ مقوله اصلی شد. در گام بعد، به منظور اولویت‌بندی این عوامل از

---

\* استاد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران

Sepahvand.re@lu.ac.ir

\*\* دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران (نویسنده

Sabertaghipour@yahoo.com

مسئول)

\*\*\* دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران

Ma.momenimofrad@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۵/۳۰ تاریخ بازنگری: ۹۹/۰۷/۱۵ تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۷/۳۰

فصلنامه راهبرد اجتماعی- فرهنگی، سال نهم، شماره سی‌وششم، پاییز ۱۳۹۹، صص ۷۱-۱۰۱

روش فازی مثلثی استفاده شد. جامعه آماری این مطالعه در بخش کمی را کلیه مدیران ارشد شرکت‌های تولیدی صنایع غذایی تشکیل دادند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۴۵ نفر از این جامعه به‌عنوان نمونه پژوهش تعیین شدند. نتیجه حاصل شده از تحلیل پرسشنامه‌ها با روش فازی مثلثی نشان داد که به ترتیب آموزه‌های دینی، فرهنگ مصرف، سرمایه انسانی، فرهنگ کار، فرهنگ کارآفرینی، جمع‌گرایی، اندیشه‌های فکری، رهبری هدفمند، فرهنگ بهره‌وری، خوداتکایی، خودباوری و رقابت‌محوری مهم‌ترین عوامل موثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید هستند. براین اساس، مدیران واحدهای صنعتی در حوزه مواد غذایی با بهره‌گیری از دوره‌های آموزشی ضمن خدمت برای کارکنان خود، می‌توانند ارزش‌های محوری همچون آموزه‌های دینی مرتبط با کسب‌وکار، پرهیز از اسراف‌گرایی و ... را توسعه داده و بستر لازم جهت ارتقای کمی و کیفی تولیدات خود را فراهم سازند.

**واژه‌های کلیدی:** جهش تولید، فرهنگ، فرهنگ جهش تولید، دلفی فازی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مقدمه

تولید و توجه به چالش‌های کلیدی آن رمز توسعه جامعه محسوب می‌شود (Damásio, M. J., & Paixão da Costa, J., 2020) بر این اساس سیاست‌گذاران و تحلیلگران در دستگاه‌های حاکمیتی کشورهای مختلف همواره در پی ارتقا و توسعه تولید بوده‌اند، چرا که ثمره چنین پیشرفتی در تولید، موجبات رفاه و خودکفایی جوامع را به همراه داشته و اعتماد به نفس عمومی را ارتقا می‌دهد (Dai, K., Zhang, W., Zeng, R. J., & Zhang, F., 2020) ایران نیز همانند سایر کشورها در طول سالیان گذشته توجه ویژه‌ای به مقوله تولید و رفع موانع موثر در توسعه این حوزه کلیدی داشته است، به نحوی که در چند سال گذشته، نام‌گذاری سال‌ها بر پایه تولید متمرکز بوده است (Rostamzadeh Ganji, I; Zamahini, M; Forouzandeh Dehkordi, L and Moghli, A., 2018) امور قرار دارند، سال ۱۳۹۹ توسط رهبری جمهوری اسلامی تحت عنوان سال جهش تولید نام‌گذاری شده است تا بدین طریق و با تکیه بر نماد جهش تولید، زیرساخت‌ها و ارزش‌های محوری در جامعه توسعه یابد که حامی تولید داخلی باشد. به‌رغم همه تلاش‌های صورت‌گرفته در حوزه تولید، شکاف عمیقی میان آرمان‌های جامعه ایرانی و وضعیت فعلی وجود دارد، به‌نحوی که مانع تحقق سیاست‌های کلان تدوین‌شده توسط نهادهای مسئول شده است. به همین دلیل شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی که می‌تواند موجب توسعه و ارتقای تولید شود به دغدغه اصلی مسئولان نظام و پژوهشگران فعال در این حوزه تبدیل شده است. بررسی‌های صورت‌گرفته در مطالعات داخلی و خارجی نشان داده است که

فرهنگ، یک عامل حیاتی در تثبیت توسعه و ارتقای تولید محسوب می‌شود (Gober, G., 2020) و تلاش در راستای بهبود شاخص‌های فرهنگی که حامی جهش تولید است، می‌تواند منجر به دستیابی به اهداف عالی حاکمیت در هر جامعه‌ای شود (Dai, K., Zhang, W., Zeng, R. J., & Zhang, F., 2020). بر این اساس پیشرفت در تولید یا به اصطلاح جهش تولید، نیازمند اصلاحات اساسی فرهنگی است (Zohourian Abu Turabi, M; Mortazavi, S; Legzian, M & Farahi, M M., 2018). اصلاح فرهنگ جهش تولید با هدف تثبیت رونق تولید و دستیابی به جهش اقتصادی، اصلاح الگوی مصرف با هدف کسب سرمایه بیشتر برای جهش تولید و همچنین انباشت بیشتر کالا و خدمات برای صادرات بیشتر و در نهایت، بستر سازی برای توسعه صادرات با هدف حضور بیشتر شرکت‌ها و محصولات ایرانی در عرصه جهانی و کسب منافع بیشتر اقتصادی و قدرت فرهنگی است. بنابراین جهت شکل‌گیری تحولات مهم در راستای توسعه اقتصادی، جهش تولید و اثرگذاری کلیدی بر حرکت به سوی تمدن اسلامی- ایرانی و با تاکید به نقش تعیین‌کننده زیرساخت فرهنگی و علمی و فناوری در حوزه اجرای تصمیمات کلان و محوری جامعه، بستر سازی فرهنگی جهت شکوفایی اقتصادی کشور و تحقق توانمندی‌های موثرتری از تمدن نوین اسلامی- ایرانی وظیفه اصلی دستگاه سیاست‌گذار فرهنگی و علمی کشور است (Basirmia, Gh, 2019).

دستیابی و تحقق فرهنگ جهش تولید که می‌تواند زمینه توسعه و ارتقای تولید داخلی را به همراه آورد، نیازمند تلاشی جمعی است (Aqdaghi, M; Khanifar, H; Danaeifard, H & Delshad Tehrani, M., 2018). تحلیلگران به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه جوامع، نقش بسزایی در شکل‌گیری فرهنگی دارند که حامی جهش تولید است. بدون شک، توسعه فرهنگ جهش تولید، نیازمند شناسایی عواملی است که می‌تواند در شکل‌گیری این فرهنگ تاثیر بسزایی داشته و عدم دستیابی به سطح مطلوب آن‌ها به‌عنوان موانعی اساسی در توسعه فرهنگ جهش تولید عمل کنند. بر این اساس، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید می‌تواند سیاست‌گذاران و

تصمیم‌گیرندگان کلان کشور را در جهت شکوفایی هرچه بیشتر تولید داخلی و خودکفایی ایران یاری رساند. باتوجه به اینکه تاکنون چنین مطالعه‌ای در داخل کشور صورت نگرفته است، نتایج این مطالعه می‌تواند راهکارهای مطلوبی را جهت شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید در اختیار دستگاه‌های سیاست‌گذار کشور قرار دهد تا در تدوین راهبردهای تولیدی در بخش دولتی و غیردولتی مورد استفاده قرار گیرد. همچنین انجام این مطالعه می‌تواند با شناسایی عوامل موثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید، اختلاف‌نظرهای موجود در این حوزه را کاهش داده و درکی جامع در ارتباط با فرهنگ جهش تولید ایجاد کند.

این مطالعه دو هدف عمده را در پی دارد؛ ابتدا عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید شناسایی و در گام بعد این عوامل اولویت‌بندی می‌شوند. بنابراین مطالعه حاضر در پی یافتن پاسخی مناسب برای این سوال است که عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید کدامند و اولویت‌بندی این عوامل به چه صورتی است؟

## پیشینه پژوهش

### فرهنگ جهش تولید

هرساله رهبر معظم انقلاب بنا بر شرایط حاکم بر کشور، شعاری را تحت‌عنوان شعار سال بیان می‌دارد. این شعار برپایه نیازمندی‌های روز کشور و به‌نحوی جهت‌دهنده‌ی تلاش‌ها و فعالیت‌های ارکان گوناگون نظام جمهوری اسلامی است. براین اساس، سال ۱۳۹۹ با عنوان جهش تولید نام‌گذاری شد. شاید مهم‌ترین علت نام‌گذاری سال ۱۳۹۹ تحت‌عنوان جهش تولید نیاز کشور به توسعه و ارتقای سطح تولیدات و بهبود کارآفرینی در صنایع مختلف جهت رونق تولیدات و بهبود سطح اقتصادی کشور باشد. علت دیگر این امر را می‌توان در تحریم‌های واردشده بر کشور جستجو کرد که نیازمند همتی مضاعف جهت مقابله با آن است.

تلاش در راستای تحقق جهش تولید، نیازمند فراهم‌آوردن بستر مناسب است. یکی از عمده‌ترین مواردی که می‌تواند به‌عنوان یک زیرساخت در جهت توسعه

تولید نقشی موثر ایفا کند، شکل‌گیری فرهنگی است که حامی ارتقای تولید باشد. فرهنگ به مجموعه ارزش‌ها، هنجارها و اصول پذیرفته‌شده مشترک در میان اعضای یک سازمان یا مجموعه اشاره دارد که منجر به ایجاد یک چارچوب منطقی، اصولی و یکپارچه می‌شود. فرهنگ، دیدگاهی جامع و گسترده بوده که تمامی موارد و فعالیت‌های سازمان را دربر می‌گیرد. بدون شک ارتقای سطح تولیدات نیز نیازمند ایجاد فرهنگی بوده که بتواند ارزش‌هایی مشترک در میان اعضای اصلی سازمان‌ها خلق کند تا بدین طریق کلیه تلاش‌ها و فعالیت‌های کارکنان در سازمان‌های گوناگون در راستای این فرهنگ جهت‌گیری مناسبی داشته باشد (De Paula, T. M., & Mecca, M. S., 2018) فرهنگ جهش تولید نیز همانند سایر سطوح و حوزه‌های دیگر فرهنگی در تلاش است تا ارزش خلق موفقیت و تولید ایده‌های جدید کاربردی را در سازمان نهادینه سازد. تا بدین طریق اعضای سازمان به این درک مشترک دست یابند که می‌بایست با تلاشی جمعی در پی ایجاد ذهنیتی کارآفرینانه در میان خود باشند. تحقق چنین امری منجر به انگیزه و همتی مضاعف شده و ارتقای سطح تولیدات را به همراه خواهد داشت. عوامل بی‌شماری هستند که می‌توانند در ایجاد چنین فرهنگی موثر واقع شوند. بررسی‌های صورت گرفته در مطالعات گذشته در حوزه فرهنگ تولیدات و فرهنگ ارتقای تولیدات توانسته برخی موارد بسیار حیاتی را نشان دهد که در این بخش برخی از مهم‌ترین این مطالعات ارائه می‌شوند.

دی پائولا و مکا<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) در مقاله‌ای به بررسی نقش تعیین‌کننده فرهنگ بر شکل‌گیری ارتقای تولید پرداختند. این مطالعه که در میان تولیدکنندگان محصولات محلی در برزیل انجام گرفت، نشان داده است که شکل‌گیری فرهنگ محلی که حامی ارزش‌های تولیدی با توجه به فرصت‌های موجود در قلمرو برزیل است، می‌تواند منجر به ارتقای تولید و بهبود گردش اقتصادی منطقه موردنظر شود. جاواید<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در مقاله‌ای به بررسی نقش دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در

---

1. de Paula & Mecca

2. Jawaid



توسعه فرهنگ تولید پرداخت. این مطالعه که با رویکردی کیفی و در میان اساتید دانشگاه‌های علوم پزشکی صورت گرفت، به این نتیجه دست‌یافت که دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی از طریق فراهم کردن امکانات و زیرساخت‌های لازم و همچنین اعمال سیستم‌های حقوق و دستمزد مطلوب، شرایط لازم را برای جذب سرمایه‌های انسانی ارزشمند فراهم آورده و از این طریق گام‌های مثبتی را در بهبود فرهنگ تولید اعمال می‌کنند. این مطالعه نشان داد که سرمایه‌های انسانی، هنجارهای مصرف و فعالیت‌های تیمی می‌تواند ارزش‌هایی را در مراکز درمانی ایجاد کند که در نهایت منجر به توسعه فرهنگ تولید شود. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای در خصوص جهش تولید به ارائه چارچوب و الگوی راهبردی حمایت از تولید در ایران پرداخت. گزارش حاضر، جمع‌بندی بیش از ۲۰ گزارش پژوهشی تهیه‌شده توسط مرکز پژوهش‌های مجلس، در پاسخ به این سوال است که دولت و مجلس چگونه می‌توانند به تولید کمک کنند؟ پاسخ به سوال پیش‌گفته، در قالب یک مدل مفهومی ارائه شده است که روابط مولفه‌های اصلی حمایت از تولید در ایران را نشان می‌دهد؛ مولفه‌هایی نظیر: محیط فعلی و مطلوب فعالیت واحدهای تولیدی، مسیرهای نامولد رقیب و موازی تولید و سرمایه‌گذاری، راهبرد توسعه صنعتی یا اولویت‌های تولیدی کشور، امنیت سرمایه‌گذاری و نیروهای محرک سرمایه‌گذاری از جمله تعرفه‌های واردات، معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات بانکی و اعتبارات حمایتی. باقری و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به بررسی عوامل ساختاری و رفتاری موثر بر ارتقای فرهنگ تولید علم در دانشگاه‌های کشور پرداختند. نویسندگان به ۱۳ عامل موثر بر ارتقای فرهنگ تولید علم در دو دسته‌ی ساختاری (ایجاد هماهنگی بین بخش‌های مختلف علمی و پژوهشی دانشگاه‌ها، ارتقا و اصلاح مستمر محتواهای آموزشی، پرهیز از سیاست‌زدگی و عدم ثبات مدیران، برنامه‌ریزی هدفمند راجع به ارتقای فرهنگ علم، ارتباط مستمر بین مراکز آموزشی و پژوهشی در داخل و خارج از کشور، توجه به کیفیت و کاربرد پژوهش‌ها در حل مشکلات جامعه، تدوین و استقرار نظام یکپارچه‌ی مدیریت استعداد در نظام آموزشی عالی، تامین و توسعه‌ی

امکانات پژوهش) و رفتاری (ایجاد فرهنگ صحیح نقد و انتقادپذیری، ایجاد فرهنگ مطالبه‌گری در دانشگاه، رواج آزاداندیشی در دانشگاه، هم‌راستایی آموزش و پژوهش، رعایت استانداردهای آموزشی و پژوهشی) دست‌یافته‌اند. فلاح‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای به بررسی فرهنگ‌سازی حمایت از ارتقای تولیدات داخلی پرداختند. جهت تحقق حمایت از تولید داخلی و اقبال جامعه به سمت تولیدات داخلی با توسل به ابزار فرهنگی این اسطوره را در باور افراد جامعه شکست. حمایت از تولیدات داخلی به معنی قطع کامل واردات کشور نیست چرا که هر کشوری در هر سطحی احتیاج به واردات برخی مواد و محصولات دارد. یکی دیگر از راهکارهای حمایت از تولید داخلی، سوق دادن سیاست‌های کشور از واردات محصولات و کالاهای نهایی ضروری به سمت مواد و محصولات اولیه و سپس تبدیل آنها به کالاهای مصرفی است که این مسئله منجر به افزایش ارزش افزوده و ایجاد اشتغال خواهد شد. عامل دیگر، اقتصاد مقاومتی است که با خنثی‌سازی تحریم‌ها و تکیه بر تولیدات، تحولی عمیق در رشد تولید ملی می‌گذارد. روش تحقیق این پژوهش کتابخانه‌ای است. هاشم‌زهی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای به بررسی درآمدی بر مسائل فرهنگی و راهکارهای حمایت از تولید ملی پرداختند. این مطالعه که با تاکید بر آموزه‌های دینی و اسلامی انجام گرفت، نشان داد که ارتقای فرهنگ براساس ارزش‌های محوری جامعه ایرانی می‌تواند زمینه مطلوبی را جهت ارتقای تولیدات در سطح استانداردهای تدوین شده در افق ۱۴۰۴ فراهم آورد. براین اساس ارزش‌های فرهنگی می‌بایست شامل ویژگی‌هایی همچون اخلاق و فرهنگ کار، سلامت و عدالت سازمانی باشد تا بتواند ثمره مطلوبی را نصیب سازمان کند.

بررسی این مطالعات توانسته برخی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید را نمایان سازد. اما این مطالعات یا در قلمروهایی با ارزش‌های محوری متفاوت انجام شده یا در حوزه‌های کاری متفاوت صورت گرفته است. براین اساس باتوجه به تفاوت در ارزش‌های محوری کشور ایران می‌بایست با بهره‌گیری از مطالعات میدانی بتوان عواملی را شناسایی کرد که

متناسب با ویژگی‌ها و ارزش‌های اساسی ایران باشد.

### روش پژوهش

این مطالعه براساس هدف کاربردی و از نظر نوع روش در حوزه مطالعات توصیفی از نوع پیمایشی قرار دارد. رویکرد بررسی حاضر آمیخته بوده و با ترکیب روش‌های کیفی و کمی تحلیل شد. براین اساس مطالعه حاضر در دو سطح شامل شناسایی پیشران‌های موثر بر توسعه فرهنگ جهش تولید و اولویت‌بندی پیشران‌های شناسایی شده انجام شد. شناسایی پیشران‌های توسعه فرهنگ جهش تولید، با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته صورت پذیرفت. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی کدگذاری شد. به‌منظور کدگذاری داده‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی نیاز است تا ۶ مرحله شامل تعیین مسئله پژوهش، تدوین اهداف، مشخص کردن متغیرها، نمونه‌گیری و انتخاب واحد تحلیل، کدگذاری داده‌ها و استخراج مقولات و تحلیل و استنباط گزارش نهایی انجام گیرد که در بخش یافته‌های پژوهش شرح و بسط می‌یابد.

مشارکت‌کنندگان این مطالعه در بخش کیفی را اساتید دانشگاهی با تخصص‌های مدیریت رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت اسلامی و مدیران ارشد مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام تشکیل دادند. در راستای امکان‌پذیری انجام مطالعه از روش نمونه‌گیری گلوله برفی جهت تعیین مصاحبه‌شوندگان استفاده شد. تعیین حجم نمونه با استفاده از اصل کفایت نظری صورت گرفته به نحوی که پس از انجام مصاحبه با نفرات دوازدهم و سیزدهم، دیگر مقوله جدیدی شناسایی نشد و فرایند مصاحبه با مصاحبه‌شونده چهاردهم به پایان رسید. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان به شرح جدول ۱ است:

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

تجربه کاری	محل فعالیت	تحصیلات	جنسیت	مصاحبه‌شوندگان
۱۲ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	مرد	۱
۱۵ سال	مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام	کارشناسی ارشد	زن	۲
۱۱ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	زن	۳
۱۷ سال	مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام	دکترای تخصصی	مرد	۴
۲۰ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	مرد	۵
۱۳ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	مرد	۶
۹ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	زن	۷
۲۱ سال	مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام	کارشناسی ارشد	زن	۸
۱۶ سال	مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام	کارشناسی ارشد	مرد	۹
۱۴ سال	مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام	دکترای تخصصی	زن	۱۰
۱۵ سال	مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی اجرای سیاست‌های کلی نظام	دکترای تخصصی	زن	۱۱
۱۱ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	مرد	۱۲
۱۲ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	مرد	۱۳
۸ سال	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکترای تخصصی	مرد	۱۴

روایی مصاحبه با استفاده از روش کیوسرت و پایایی آن با بهره‌گیری از شاخص کاپای کوهن بررسی شده است. پس از تحلیل داده‌ها، روایی مصاحبه‌ها براساس میزان اهمیت پیشران‌های شناسایی شده مطابق با نظر پنج نفر از خبرگان آگاه به موضوع پژوهش موردتایید قرار گرفت. همچنین مقدار شاخص کاپای کوهن برابر با ۷۲٪ حاصل شده که نشان از مطلوبیت روایی و پایایی مصاحبه دارد.

در بخش کمی پژوهش، اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه فرهنگ جهش تولید با استفاده از داده‌های حاصل از پرسشنامه با روش فازی مثلثی انجام گرفت. جامعه آماری این مطالعه در بخش کمی را کلیه مدیران ارشد شرکت‌های تولیدی صنعت مواد غذایی تشکیل دادند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۴۵ نفر از این جامعه به‌عنوان نمونه‌ی پژوهش تعیین شدند. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روش اعتبار محتوای نسبی و پایایی آن براساس روش آزمون-پس‌آزمون ارزیابی شد. اعتبار محتوای نسبی پرسشنامه این مطالعه با بهره‌گیری از نظرات

تخصصی ده نفر از افراد مطلع به موضوع پژوهش به میزان ۶۸٪ برآورد شد که نشان از تایید روایی پرسشنامه دارد. همچنین همبستگی پاسخ‌ها براساس روش آزمون-پس آزمون به میزان ۷۸٪ حاصل شد که مطلوبیت پایایی پرسشنامه را به همراه داشته است.

## یافته‌ها

### یافته‌های بخش کیفی

همان‌گونه که در روش شناسی پژوهش اشاره شد، کدگذاری داده‌های مصاحبه با روش تحلیل محتوای کیفی و طی ۶ مرحله اصلی تحلیل محتوای کیفی با بهره‌گیری از نرم‌افزار atlas ti 8 انجام گرفت.

### مرحله اول: تعیین مسئله پژوهش

همان‌گونه که در مقدمه بیان شد، مسئله اصلی پژوهش، تحقق شعار سال ۱۳۹۹ که همانا جهش تولید بوده، است. براین اساس این مطالعه در پی تحقق جهش تولید با شناسایی عواملی است که می‌تواند فرهنگی را شکل داده که حامی جهش تولید باشد و به‌عنوان یک نیروی محرکه اصلی در جهش تولید به‌کارگرفته‌شود. شکل‌گیری چنین فرهنگی دغدغه اصلی پژوهشگران بوده است.

### مرحله دوم: تعیین اهداف

هدف اصلی از انجام این مطالعه، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید است. براین اساس متناسب با هدف اصلی پژوهش، شناسایی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید و مقوله‌بندی این عوامل در قالب مقولات اصلی و فرعی به‌عنوان اهداف فرعی این مطالعه لحاظ شده‌اند. براین اساس سوالات اصلی این مطالعه به شرح زیر است:

عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید کدامند؟

این عوامل در چه سطوحی مطرح هستند؟

مقوله‌بندی و طبقه‌بندی این عوامل به چه صورت است؟

**مرحله سوم: مشخص کردن متغیرها**

متغیرهای اصلی پژوهش، جهش تولید و فرهنگ حامی آن است. جهش تولید شامل تلاش در راستای فراهم کردن تجهیزات، زیرساخت‌ها، سرمایه انسانی مطلوب و سایر عواملی است که می‌تواند منجر به ارتقای تولیدات و ارائه خدمات باکیفیت با تاکید بر اصلاح الگوی مصرف جامعه ایرانی شده و با تکیه بر خوداتکایی و اعتماد به نفس در جهت دستیابی به خودکفایی گام‌های مثبتی برداشته شود.

فرهنگ جهش تولید شامل تلاش در راستای ایجاد ارزش‌ها و هنجارهایی همچون کاهش هزینه‌های انجام کار، مشارکت و کارجمعی و ... است که می‌تواند به عنوان یک پیشران موثر در جهش تولید عمل کند. برپایه فرهنگی با ارزش‌های کارایی و اثربخشی و توسعه محوری می‌توان به پیشرفت‌های شگرفی در تولیدات دست یافت.

**مرحله چهارم: نمونه‌گیری و انتخاب واحد تحلیل**

در راستای امکان‌پذیری انجام مطالعه از روش نمونه‌گیری گلوله برفی جهت تعیین مصاحبه‌شوندگان استفاده شد. تعیین حجم نمونه با استفاده از اصل کفایت نظری صورت گرفته به نحوی که پس از انجام مصاحبه با نقرات دوازدهم و سیزدهم، دیگر مقوله جدیدی شناسایی نشد و فرایند مصاحبه با مصاحبه‌شونده چهاردهم به پایان رسید.

واحد تحلیل در این مطالعه مضامینی است که در پی مصاحبه حاصل می‌شود. هدف در این مطالعه، کدگذاری مضامین یا متونی است که از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان استخراج می‌شود.

**مرحله پنجم: کدگذاری داده‌ها و استخراج مقولات**

کدگذاری در تحلیل محتوای کیفی در سه سطح کدهای اولیه، مقوله‌های فرعی و مقوله‌های اصلی انجام می‌گیرد. در جدول ۲ یک نمونه از کدگذاری انجام‌شده به جهت درک فرایند کدگذاری داده‌ها ارائه شده است.

جدول ۲. نمونه فرایند تحلیل داده‌های مصاحبه

مقولات اصلی	مقولات فرعی	کدهای اولیه	مضامین	
فرهنگ کارآفرینی	خلاقیت‌محوری	گرایش به خلق افکار جدید	همه عناصر اصلی سازمان باید تمایل زیادی برای خلق افکار و دیدگاه‌های تازه و نو داشته باشند تا زمینه نوآوری شکل بگیرد.	
		فراوانی تراوشات ذهنی	هرچقدر تعداد و کمیت ایده‌های ذهنی در سازمان‌ها بیشتر باشد در نتیجه موتور محرکه تولید هم بهتر به جلو می‌رود.	
		ثبت ایده‌های کاربردی	هرچند تعداد و کیفیت ایده‌هایی که از ذهن خارج می‌شود مهم است ولی مهم‌تر از آن ثبت به‌موقع این ایده‌هاست تا با گذشت زمان فراموش نشوند.	
		ایجاد واحد خلاقیت	مدیران در سازمان‌ها باید واحدها و اتاق‌های کاری به‌منظور هم‌اندیشی در جهت تولید ایده‌های کاربردی که بتواند به ارتقای تولید کمک کند، تاسیس و روی آن نظارت دقیقی اعمال کنند.	
		پاداش براساس خلاقیت	سیستم پاداش سازمان باید به‌نحوی تنظیم شود که حامی ایده‌های جدید باشد به‌صورتی که به هر ایده جدید، پاداشی در همان زمان داده شود تا افراد از تفکر کردن دلسرد نشوند.	
	تحمل ابهام	صبر در برابر تغییرات		در محیطی فعالیت می‌کنیم که تغییرات بسیار زیاد است، نباید عجولانه تصمیم بگیریم و باید با حوصله و صبر کافی و منطق مشخصی فعالیت کنیم.
			ایستادگی درقبال تحولات	زود جازدن باعث می‌شود تا اسیر تغییرات محیطی شویم، به‌عنوان مثال آگه بهانه بیاوریم که تحریم است و نمی‌شود کاری کرد با مشکل مواجه می‌شویم. باید در برابر مشکلات مقاومت کنیم.
			تمایل به کار در شرایط پیچیده	کار کردن در این شرایط مبهم و پیچیده خیلی سخت است و باید به فکر جذب نیروی انسانی باشیم که تحمل فعالیت در چنین محیطی را داشته باشد و میل درونی‌اش برای انجام کار در این شرایط بالا باشد.
		مقاومت در برابر خطرات محتمل		کار کردن در فضای کشور ما ریسک‌های زیادی را به همراه دارد و اگر تصمیم بگیریم همیشه در شرایطی کار کنیم که کاملاً روشن و شفاف باشد، فقط توانستیم وضع موجود را حفظ کنیم ولی برای توسعه و ارتقا کاری انجام ندادیم. باید خودمان را برای هر نوع ریسک و خطری آماده کنیم و توانمندی‌هایمان را به‌صورت چندوجهی ارتقا بدهیم.

مرحله ششم: تحلیل و استنباط گزارش نهایی

نتیجه حاصل از کدگذاری داده‌ها در قالب مقولات اصلی و فرعی به شرح جدول

۳ ارائه شده است:

جدول ۳. کدگذاری داده‌های مصاحبه

کد مقوله	مقولات اصلی	مقولات فرعی	کدهای اولیه
X1	فرهنگ کار	نگرش مثبت به کار	مثبت اندیشی، ادراک مثبت نسبت به کار، حس خوب فعالیت، نگاه خوشبینانه به کار
		عدالت سازمانی	توزیع عادلانه منافع، فرایند عادلانه پرداخت، احساس برابری
		وجدان کاری بالا	تعهد مثبت به کار، دغدغه‌مندی نسبت به کار، اولویت بالا برای انجام فعالیت، نگرانی از نتایج فعالیت‌ها
		ارزش‌های محوری کار	صداقت در کار، حس اعتماد، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، پرهیز از اتلاف وقت
		تصویر ذهنی کارکنان	ذهنیت کارکنان به کار، ادراک ماهیت کار، تصورات کارکنان از شغل
		احساس مفید بودن	درک اهمیت جایگاه خود، هدفمندی تلاش برای موفقیت سازمان، تاثیر فعالیت‌های شخصی بر نتایج سازمانی
X2	فرهنگ مصرف	صرفه‌جویی	پیشگیری از هدررفت منابع، پرهیز از اشتباه برای دوباره کاری، جلوگیری از مصرف انرژی، استفاده صحیح از مواد اولیه
		جلوگیری از احساس نیاز کاذب	جلوگیری از تبلیغات سودجویانه، تولید متناسب با نیاز، پیشگیری از القای نیازهای غیرلازم
		تبلیغ الگوی توسعه اسلامی	بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی در تبلیغات، تاکید بر شاخص‌های توسعه اسلامی، اشاعه شاخص‌های توسعه اسلامی در میان سازمان، نگاه معنوی در توسعه
		پیشگیری از تهاجم فرهنگی	جلوگیری از ارزش‌های مادی‌گرایانه، پرهیز از سیاست‌های غربی سرمایه‌داری، برتری معنویات به مادیات، توجه به ارزش درقبال سود
X3	فرهنگ کارآفرینی	خلاقیات محوری	گرایش به خلق افکار جدید، فراوانی تراوشات ذهنی، ثبت ایده‌های کاربردی، ایجاد واحد خلاقیات، پاداش براساس خلاقیات
		نوآور بودن	کاربردی کردن ایده‌ها، گرایش به رویکردهای نوین، بهره‌گیری از روش‌های نوین انجام کار
		ریسک‌پذیری	پذیرش خطرات، تصمیماتی با نااطمینانی بالا
		تحمل ابهام	صبر در برابر تغییرات، ایستادگی درقبال تحولات، تمایل به کار در شرایط پیچیده، مقاومت در برابر خطرات محتمل
		کنترل درونی	اعتماد به نفس، پذیرش مسئولیت، پذیرش نتایج تصمیمات
		نهراسیدن از شکست	نترس بودن درقبال نتایج، پذیرش شکست‌های متوالی
		آینده‌نگری	نگاه بلندمدت، برنامه‌ریزی بلندمدت، توجه به تغییرات احتمالی آتی
X4	رقابت محوری	هدف‌مداری	تدوین روشن اهداف، شفافیت در اهداف، بیان جزییات اهداف، شفاف‌سازی نحوه پیاده‌سازی اهداف
		رقابت سالم	رقابت براساس شایستگی، پرهیز از باندبازی، پرهیز از رفتارهای سیاسی در رقابت
		پرهیز از انحصارطلبی	بهره‌گیری از بازار آزاد، عدم ایجاد مشکل برای سایر رقبای، اجازه فعالیت به تمامی کسب‌وکارهای یک حوزه
		عدم مداخله ناسالم	پرهیز از پارتی‌بازی، جلوگیری از واگذاری اختیارات و طرح‌های دولت

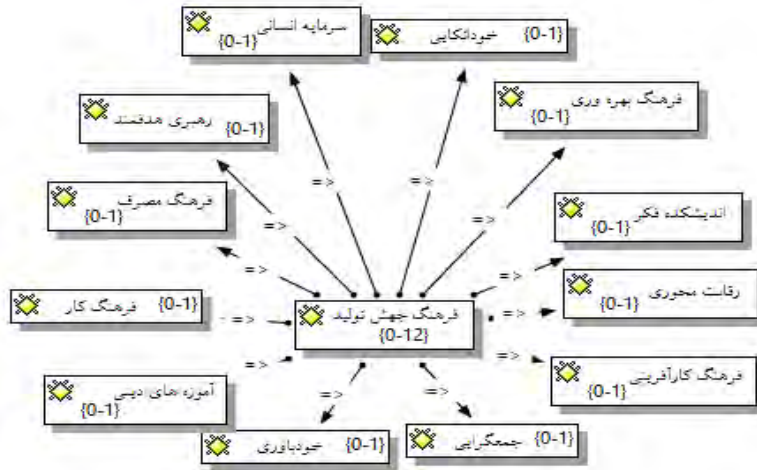


کد مقوله	مقولات اصلی	مقولات فرعی	کدهای اولیه
		دولت	به برخی سازمان‌ها، عدم‌دخالت در مناقصه‌های دولتی، پرهیز از جانبداری هدفمند
		پرهیز از رانت	جلوگیری از درز اطلاعات حساس، عدم‌دسترسی برخی از سازمان‌ها به اطلاعات آتی بازار، عدم‌ارتباط مدیران سیاسی با برخی از شرکت‌ها، پرهیز از اعطای رشوه
X5	اندیشکده‌های فکر	مشارکت خبرگان	هم‌اندیشی نخبگان سازمان، ارتباطات مستمر خبرگان، فضای همکاری خبرگان
		مشورت مستمر	تداوم در مشورت، مشورت در تمام امور سازمانی، نظرخواهی مستمر از افراد درگیر در فعالیت
		تعاملات هدفمند	ارتباطات با هدف مشخص، هدفمندی در گفت‌وگو، جلسات هدفمند
		تعارضات سازگار	تعارض در دیدگاه‌ها، ناهمخوانی دیدگاه‌های خبرگان، اختلافات هدفمند
X6	خودباوری	توکل به خداوند	ایمان به خداوند، باور به رحمت خداوند، ایمان به نتایج تلاش‌های مثبت
		دوری از سستی و تنبلی	پرهیز از تاخیر در فعالیت، بهره‌مندی از فرصت‌های موجود
		استقلال فکری	اختیار در تصمیم‌گیری، تحلیل‌های شخصی امور، توانایی اندیشیدن و تحلیل امور
		صبر	بردباری در مشکلات کاری، پرهیز از عجله و شتاب‌زدگی در کار
		پایبندی به تعهدات	تعهد به انجام کار، قبول مسئولیت
X7	سرمایه انسانی	کیفیت مطلوب نیروی کار	بهره‌گیری از نیروی کار متخصص، پرورش توانمندی نیروی کار، آموزش نیروی کار
		تشخیص نیازهای نیروی کار	نیازسنجی کارکنان، بررسی وضعیت معاش نیروی کار، تعیین احتیاجات ضروری نیروی کار، تشخیص نیاز مسکن نیروی کار
		هم‌راستایی منافع فردی و سازمانی	تطابق ارزش‌های فردی و سازمانی، تدوین اهداف فردی براساس اهداف سازمانی، مشارکت کارکنان در تدوین و تصمیم‌گیری اهداف
		جذب نخبگان دانشگاهی	توجه به نخبگان دانشگاهی، ایجاد واحدهای ارتباط صنعت با دانشگاه، اولویت‌گذاری جذب از دانشگاه‌ها
X8	خوداتکایی	جلوگیری از واردات بی‌رویه	تعرفه گمرکی در کالاهای وارداتی، سهمیه‌بندی واردات کالا
		استقلال تولید	بی‌نیازی به عرضه‌کنندگان خارجی، راه‌اندازی واحدهای تولیدکننده مواد اولیه، ورود فناوری‌های نوین تولیدی
		خودکفایی	تمرکز بر تولیدات بومی، افزایش کمیت تولیدات، بی‌نیازی به محصولات مشابه خارجی
X9	آموزه‌های دینی	ارزش‌های معنوی	توجه به ارزش‌های دینی، ارزش‌گذاری بیشتر به معنویات درقبال مادیات، اخلاق اسلامی
		تولید نیازمحور	تشخیص نیازهای مردم، ارزیابی سطوح نیاز، تولید براساس منطقه جغرافیایی، تولید متناسب با خاستگاه فرهنگی
		جلوگیری از انحرافات اخلاقی	پرهیز از انحرافات فردی، پرهیز از انحرافات سازمانی، جلوگیری از تفرقه، پرهیز از سرقت، پرهیز از آسیب‌زدن به سرمایه‌های سازمان

کد مقوله	مقولات اصلی	مقولات فرعی	کدهای اولیه
		انگیزش الهی	تلاش جهت رضایت خداوند، توجه به یاد خدا در انجام امور، تاکید بر رضایت خداوند در تصمیمات
		پرهیز از سرمایه‌داری	تلاش در راستای برابری براساس شایستگی، عدم تمرکز ثروت در حلقه‌های قدرت
		شفافیت اطلاعاتی	ارائه اطلاعات دقیق به همگان، روشن بودن ترازهای مالی، شفافیت تراکنش‌های مالی، شفافیت قراردادهای سازمانی
X10	فرهنگ بهره‌وری	تحقق اهداف	تلاش در جهت دستیابی به اهداف، ارزیابی دوره‌ای میزان تحقق اهداف، برنامه‌ریزی جهت رسیدن به هدف، تدوین راهبردهای مطلوب تحقق هدف
		جلوگیری از اتلاف منابع	تهیه مواد اولیه مطلوب، ارزیابی میزان دقیق نیاز به مواد اولیه، برنامه‌ریزی در نحوه مصرف مواد اولیه، جلوگیری از ایجاد ضایعات
		ارتقای ظرفیت‌ها	استفاده بیشتر از تجهیزات، ارتقای واحدهای تولیدی، تقسیم مطلوب کار جهت افزایش کمیت تولیدات، تعیین شیوه‌های انجام کار جهت تسریع در تولیدات
X11	رهبری هدفمند	قدرت تصمیم‌گیری	تصمیمات معقول، تصمیمات هدفمند، تجربه در اخذ تصمیمات، قدرت تصمیم در شرایط مبهم
		قدرت انتقال انگیزه	القای انگیزه به کارکنان، قدرت انتقال هدف محوری، توان تحریک مثبت کارکنان به انجام فعالیت، سخنوری هدفمند
		شایستگی رفتاری	الگوی رفتاری هدفمند، برخورد اخلاقی با کارکنان، تعامل موثر با ذی‌نفعان سازمانی
X12	جمع‌گرایی	هویت سازمانی	تعلق سازمانی، یکی شدن با سازمان، تعهد سطح بالا
		مشارکت سازنده	تلاش در جهت مشارکت میان اعضای سازمان، ارزش افزوده ناشی از هم‌اندیشی، ترویج مشارکت هدفمند
		ارزش‌های فرهنگی جمعی	کار تیمی، روحیه جمعی، تعاملات گروهی، پایبندی به ارزش‌های محوری گروه
		تجانس گروهی	ارزش‌های مشترک گروهی، رعایت هنجارهای مشترک گروهی، آرمان‌های مشترک

تحلیل داده‌های مصاحبه منجر به شناسایی ۱۲ مقوله اصلی و ۶۰ مقوله فرعی به‌عنوان پیش‌رمان‌های توسعه فرهنگ جهش تولید شد. کدگذاری داده‌های مصاحبه با نرم‌افزار atlas ti 8 به شرح شکل ۱ است:

شکل ۱. کدگذاری داده‌های مصاحبه با نرم‌افزار atlas ti 8



### یافته‌های بخش کمی

اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه فرهنگ جهش تولید با استفاده از روش فازی مثلثی انجام گرفت. در گام نخست، پرسشنامه طراحی شده در اختیار نمونه تعیین‌شده قرار داده شد تا فراوانی پاسخ‌های ارائه‌شده توسط خبرگان بر مبنای درجه اهمیت هریک از عوامل با توجه به مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت، معیاری برای دستیابی به میانگین فازی و تعیین اولویت هریک از عوامل شناسایی شده باشد. به منظور محاسبه میانگین فازی عوامل شناسایی شده از روابط زیر استفاده می‌شود:

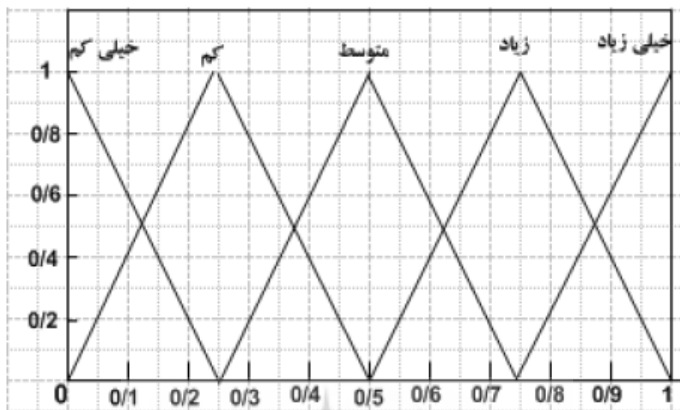
$$A_{ave} = (m_1, m_2, m_3) = \left( \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)} \right)$$

$$A_i = (a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}), i = 1, 2, 3, \dots, n$$

در این فرمول،  $A_i$  نشان‌دهنده‌ی نظر خبره‌ی  $i$ ام و  $A_{ave}$  بیان‌کننده‌ی میانگین نظرات خبرگان مطالعه است. با توجه به اینکه در روش دلفی فازی، خصوصیات شخصیتی گوناگون هریک از خبرگان بر ادراکات ذهنی آنها نسبت به متغیرهای کیفی تاثیر می‌گذارد؛ با تعریف طیف‌هایی برای متغیرهای کیفی، پاسخگویان با

ذهنیت مشابه به پرسش‌ها پاسخ می‌دهند. این متغیرها به صورت زیر در قالب اعداد فازی مثلثی تعریف و ارائه شده‌اند:

شکل ۲. تعریف متغیرهای زبانی بر پایه طیف پنج گزینه‌ای لیکرت



در جدول ۴ نحوه تبدیل متغیرهای زبانی به عدد فازی مثلثی و عدد فازی قطعی شده نشان داده شده‌است.

جدول ۴. تبدیل متغیرهای زبانی به فازی مثلثی

عدد فازی قطعی شده	عدد فازی مثلثی	متغیر زبانی
.۷۵	(.۷۵, ۱, ۱)	خیلی زیاد
.۵۶۲۵	(.۵, .۷۵, ۱)	زیاد
.۳۱۲۵	(.۲۵, .۵, .۷۵)	متوسط
.۰۶۲۵	(۰, .۲۵, .۵)	کم
.۰۶۲۵	(۰, ۰, .۲۵)	خیلی کم

بعد از برآورد میانگین فازی مثلثی برای هر یک از عوامل، با بهره‌گیری از فرمول مینکووسکی به شرح رابطه زیر، اعداد فازی قطعی شده برای هر یک از ۱۲ پیشران توسعه فرهنگ جهش تولید برآورد می‌شود.

$$\chi = m + \frac{\beta - \alpha}{4}$$

### نظرسنجی مرحله اول

باتوجه به آنچه پیش تر گفته شد، پرسشنامه در مرحله اول در اختیار خبرگان قرار

گرفت و فراوانی پاسخ‌های خبرگان براساس شدت اهمیت هر یک از عوامل براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت محاسبه شد. نتیجه حاصل از برآورد فراوانی پاسخ‌ها در مرحله اول به شرح جدول ۵ است:

جدول ۵. نتایج شمارش فراوانی پاسخ‌ها در مرحله اول

عوامل موثر بر خودکاو	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
فرهنگ کار	۳۵	۹	۱	۰	۰
فرهنگ مصرف	۳۶	۹	۰	۰	۰
فرهنگ کارآفرینی	۳۱	۱۲	۲	۰	۰
رقابت‌محوری	۲۲	۱۶	۵	۲	۰
اندیشکده‌های فکر	۳۰	۱۳	۲	۰	۰
خودباوری	۳۰	۱۲	۲	۱	۰
سرمایه انسانی	۳۱	۱۴	۰	۰	۰
خوداتکایی	۲۹	۱۰	۶	۰	۰
آموزه‌های دینی	۳۴	۱۱	۰	۰	۰
فرهنگ بهره‌وری	۲۹	۱۱	۵	۰	۰
رهبری هدفمند	۲۸	۱۲	۴	۱	۰
جمع‌گرایی	۳۲	۱۰	۳	۰	۰

پس از برآورد فراوانی پاسخ‌ها، میانگین فازی مثلثی و میانگین فازی زدایی برای هر یک از عوامل با استفاده از فرمول مینکووسکی محاسبه می‌شود. نتیجه محاسبات صورت گرفته در جدول ۶ مشاهده می‌شود:

جدول ۶. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظرسنجی مرحله اول

عامل	میانگین فازی مثلثی (m, α, β)	میانگین فازی زدایی
فرهنگ کار	(.۹۴۴, .۶۸۸, .۹۲۷)	.۹۹۱
فرهنگ مصرف	(.۱, .۷, .۹۲۸)	.۹۹۵
فرهنگ کارآفرینی	(.۹۸۸, .۶۶۱, .۹۱۱)	.۹۹۲
رقابت‌محوری	(.۹۵, .۵۷۲, .۸۲۲)	.۹۱۶
اندیشکده‌های فکر	(.۹۸۸, .۶۵۵, .۹۰۵)	.۹۸۸
خودباوری	(.۹۷۷, .۶۴۴, .۸۹۴)	.۹۷۷
سرمایه انسانی	(.۱, .۶۷۲, .۹۲۲)	.۹۹۷
خوداتکایی	(.۹۶۶, .۶۲۷, .۸۷۷)	.۹۶۱
آموزه‌های دینی	(.۱, .۶۸۸, .۹۳۸)	.۹۹۶
فرهنگ بهره‌وری	(.۹۵۵, .۶۲۷, .۸۷۲)	.۹۵۴
رهبری هدفمند	(.۹۶۶, .۶۲۲, .۸۵)	.۹۳۶
جمع‌گرایی	(.۹۸۸, .۵۷۲, .۹۲۲)	.۹۹۰

### نظرسنجی مرحله دوم

پس از برآورد مقادیر میانگین فازی زدایی مرحله اول، نیاز است تا پرسشنامه برای بار دوم در اختیار خبرگان قرار گیرد و فراوانی پاسخ‌های خبرگان براساس شدت اهمیت هریک از عوامل براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت محاسبه شود تا بدین طریق نتایج دو مرحله قابل مقایسه و انطباق با یکدیگر باشد. نتیجه حاصل از برآورد فراوانی پاسخ‌ها در مرحله دوم به شرح جدول ۷ است:

جدول ۷. نتایج شمارش فراوانی پاسخ‌ها در مرحله دوم

عوامل موثر بر خودکاوی	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
فرهنگ کار	۳۴	۱۱	۰	۰	۰
فرهنگ مصرف	۳۵	۱۰	۰	۰	۰
فرهنگ کارآفرینی	۳۲	۱۱	۲	۰	۰
رقابت‌محوری	۲۴	۱۶	۵	۰	۰
اندیشه‌های فکر	۲۹	۱۳	۳	۰	۰
خودباوری	۲۸	۱۳	۳	۱	۰
سرمایه انسانی	۳۳	۱۲	۰	۰	۰
خودتکایی	۳۰	۱۰	۵	۰	۰
آموزه‌های دینی	۲۵	۱۰	۰	۰	۰
فرهنگ بهره‌وری	۲۹	۱۲	۴	۰	۰
رهبری هدفمند	۲۹	۱۲	۴	۰	۰
جمع‌گرایی	۳۱	۱۱	۳	۰	۰

همانند مرحله اول، پس از برآورد فراوانی پاسخ‌ها، میانگین فازی مثلثی و میانگین فازی زدایی برای هریک از عوامل با استفاده از فرمول مینکوسکی برای دیدگاه‌های خبرگان حاصل از مرحله دوم محاسبه می‌شود. نتیجه محاسبات صورت گرفته در جدول ۸ مشاهده می‌شود:

جدول ۸. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظرسنجی مرحله دوم

عامل	میانگین فازی مثلثی $(m, \alpha, \beta)$	میانگین فازی زدایی
فرهنگ کار	(.۱، .۶۸۸، .۹۳۸)	.۹۹۶
فرهنگ مصرف	(.۱، .۶۹۴، .۹۴۴)	.۹۹۹
فرهنگ کارآفرینی	(.۹۸۸، .۶۶۶، .۹۱۶)	.۹۹۶
رقابت‌محوری	(.۹۷۲، .۶۰۵، .۸۵۵)	.۹۴۶
اندیشه‌های فکر	(.۹۸۳، .۶۴۴، .۸۹۴)	.۹۷۸
خودباوری	(.۹۷۲، .۶۲۷، .۸۷۲)	.۹۵۸

عامل	میانگین فازی مثلثی $(m, \alpha, \beta)$	میانگین فازی زدایی
سرمایه انسانی	(.۱, .۶۸۳, .۹۳۳)	.۹۹۷
خوداتکایی	(.۹۷۲, .۶۳۸, .۸۸۸)	.۹۷۱
آموزه‌های دینی	(.۱, .۶۹۴, .۹۴۴)	.۹۹۹
فرهنگ بهره‌وری	(.۹۷۷, .۶۳۸, .۸۸۸)	.۹۷۲
رهبری هدفمند	(.۹۷۷, .۶۳۸, .۸۸۸)	.۹۷۲
جمع‌گرایی	(.۹۸۳, .۶۵, .۹۰۵)	.۹۸۸

پس از اینکه محاسبات مرتبط در دو مرحله نظرسنجی از خبرگان انجام گرفت، لازم است تفاوت میان میانگین فازی زدایی شده پیشران‌های توسعه فرهنگ جهش تولید بررسی شود. براین اساس نتیجه تفاوت میان میانگین فازی زدایی شده در مرحله اول و دوم به شرح جدول ۹ است:

جدول ۹. تفاوت میانگین فازی زدایی شده نظرسنجی مرحله اول و دوم

عوامل	میانگین فازی زدایی مرحله اول	میانگین فازی زدایی مرحله دوم	تفاوت میانگین فازی زدایی شده نظرسنجی مرحله اول و دوم
فرهنگ کار	.۹۹۱	.۹۹۶	.۰۰۵
فرهنگ مصرف	.۹۹۵	.۹۹۹	.۰۰۴
فرهنگ کارآفرینی	.۹۹۲	.۹۹۶	.۰۰۴
رقابت‌محوری	.۹۱۶	.۹۴۶	.۰۳۰
اندیشکده‌های فکر	.۹۸۸	.۹۷۸	.۰۱۰
خودباوری	.۹۷۷	.۹۵۸	.۰۱۹
سرمایه انسانی	.۹۹۷	.۹۹۷	.۰۰۰
خوداتکایی	.۹۶۱	.۹۷۱	.۰۱۰
آموزه‌های دینی	.۹۹۶	.۹۹۹	.۰۰۳
فرهنگ بهره‌وری	.۹۵۴	.۹۷۲	.۰۱۸
رهبری هدفمند	.۹۳۶	.۹۷۲	.۰۳۶
جمع‌گرایی	.۹۹۰	.۹۸۸	.۰۰۲

باتوجه به نتایج نظرسنجی مرحله اول و انطباق آن با نتایج مرحله دوم، در صورتی که تفاوت میانگین فازی زدایی شده در دو مرحله از ۱/ کمتر شود، فرایند نظرسنجی به پایان می‌رسد. باتوجه به اینکه تفاوت میانگین فازی زدایی شده دیدگاه‌های خبرگان در دو مرحله از ۱/ کمتر است، خبرگان در مورد پیشران‌های توسعه فرهنگ جهش تولید به اجماع رسیده‌اند و نظرسنجی از خبرگان در مرحله دوم متوقف می‌شود؛ این بدان معنی است که خبرگان نسبتاً درک یکسانی از پیشران‌های توسعه فرهنگ جهش تولید دارند.

اولویت‌بندی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید بر اساس میانگین فازی زدایی شده عوامل در مرحله دوم نظرخواهی تعیین می‌شود. نتیجه بررسی و اولویت‌بندی صورت گرفته در قالب نمودار به شرح شکل ۱ است:

شکل ۱. اولویت‌بندی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید



### بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این مطالعه، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید بوده است. براین اساس مطالعه حاضر در دو سطح؛ شامل شناسایی عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید و اولویت‌بندی عوامل شناسایی شده صورت پذیرفت.

نتایج کدگذاری داده‌های مصاحبه منجر به شناسایی ۱۲ مقوله اصلی شامل فرهنگ کار، سرمایه انسانی، فرهنگ مصرف، خوداتکایی، فرهنگ کارآفرینی، آموزه‌های دینی، رقابت محوری، فرهنگ بهره‌وری، اندیشکده‌های فکر، رهبری هدفمند، خودباوری و جمع‌گرایی و ۶۰ مقوله فرعی به‌عنوان عوامل موثر بر شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید شد. نتیجه حاصل‌شده در ارتباط با شناسایی



عوامل بااهمیت سرمایه انسانی و جمع‌گرایی با یافته‌های مطالعه انجام‌گرفته توسط دی پائولا و مکا<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) مطابقت دارد. همچنین نتیجه به‌دست‌آمده در ارتباط با شناسایی عامل رقابت‌محوری با یافته‌های حاصل از مطالعه صورت‌گرفته توسط مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۹) مطابقت دارد. علاوه بر این یافته‌های این مطالعه در ارتباط با شناسایی نقش تعیین‌کننده آموزه‌های دینی در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید با نتایج مطالعه صورت‌گرفته توسط هاشم‌زهی و همکاران (۱۳۹۱) در خصوص فرهنگ ارتقای تولید مطابقت دارد.

نتیجه حاصل از اولویت‌بندی عوامل شناسایی‌شده نشان داد که آموزه‌های دینی، فرهنگ مصرف، سرمایه انسانی، فرهنگ کار، فرهنگ کارآفرینی، جمع‌گرایی، اندیشکده‌های فکر، رهبری هدفمند، فرهنگ بهره‌وری، خوداتکایی، خودباوری و رقابت‌محوری به‌ترتیب مهم‌ترین عوامل موثر در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید محسوب می‌شوند.

یافته‌های این مطالعه نشان داد که آموزه‌های دینی، مهم‌ترین عامل در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید است. جامعه ایران همانند سایر جوامع، متناسب با ساختار دینی و مذهبی خود، دارای ارزش‌هایی منحصربه‌فرد است. بنابراین مدل‌ها یا الگوهای توسعه غربی در سطوح مختلف، کاربرد چندانی در قلمروی ایران ندارد. براین اساس می‌بایست با کنکاش در آموزه‌های دینی و اسلامی؛ ارزش‌های محوری همچون جلوگیری از انحرافات اخلاقی، انگیزش الهی، پرهیز از سرمایه‌داری شناسایی شده و سعی در نهادینه‌کردن آن در میان ارکان مختلف سازمانی شود تا بدین طریق پذیرش چنین فرهنگی که حامی جهش تولید است با سهولت بیشتری انجام گیرد.

فرهنگ مصرف، عامل اثرگذار دیگری در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید است. توجه به معیارهایی همچون صرفه‌جویی و پرهیز از رفتارهای اسراف‌گرایانه غربی، همواره موردتاکید اندیشمندان دینی بوده است. سیاست‌گذاران کلان می‌بایست با بهره‌گیری از الگوی توسعه اسلامی، رفتارهایی همچون نیازهای

<sup>1</sup> . de Paula & Mecca

کاذب، تهاجم فرهنگی و .. را در میان سازمان‌های ایرانی کاهش داده و بدین طریق بتوانند ارزش‌هایی متناسب با جامعه ایرانی را نهادینه کرده که در نهایت منجر به شکل‌گیری فرهنگی حامی جهش تولید شود. در این راستا توجه به الگوهای مصرف اسلامی می‌تواند بسیار کارساز باشد.

همچنین سرمایه انسانی به‌عنوان اصلی‌ترین نیروی محرکه و توسعه تولید نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید دارد. دستیابی به فرهنگی که حامی ارتقای تولید باشد، نیازمند سرمایه انسانی باکیفیت بوده که با جذب و پرورش و تشخیص نیازهای در حال تغییر آن‌ها سعی در ایجاد هم‌راستایی میان اهداف فردی و سازمانی کند تا بدین طریق ارزش‌ها و هنجارهای محوری در میان کارکنان سازمان‌ها شکل بگیرد که می‌تواند پیش‌برنده تولید یا ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان باشد.

فرهنگ کار یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده فرهنگ جهش تولید است. هنگامی که کارکنان سازمان احساس مثبتی نسبت به کار و اهمیت وظیفه خود داشته باشند و به یقین برسند که عدالت‌رویه‌ای در سازمان‌شان به‌درستی برقرار می‌شود، تلاش می‌کنند تا با وجدان کاری بالا به فعالیت‌های خود پرداخته و احساس هویت سطح بالایی را از خود به نمایش گذارند. برآیند این شرایط، موجب ایجاد فرهنگ کار حامی جهش تولید می‌شود. این وضعیت سبب می‌شود تا تلاش‌های فردی و جمعی کارکنان در سازمان با محوریت اخلاق اسلامی به ثمر نشسته و خروجی‌های مطلوبی را نصیب سازمان‌ها کند.

همچنین فرهنگ کارآفرینی یکی دیگر از عوامل اثرگذار بر فرهنگ جهش تولید است. ترویج و توسعه ارزش‌هایی در میان عناصر اصلی سازمان همچون خلاقیت، نوآوری، صبر و بردباری و تحمل شکست و انتقاد سبب عزمی راسخ در میان کارکنان و دیگر ذی‌نفعان سازمانی در راستای تلاش به‌منظور دستیابی به اهداف کلان کشور می‌شود. بر این اساس و با توسعه و ترویج چنین ارزش‌هایی که پیش‌زمینه مطلوب دستیابی به تولیدات مستمر و باکیفیت است، می‌توان پیشرفت‌هایی را در تولیدات یا خدمات مشاهده کرد که در نهایت این وضعیت

منجر به شکل‌گیری یک فرهنگ غنی حامی ارتقای تولیدات، محصولات و خدمات می‌شود.

یافته‌های این مطالعه جمع‌گرایی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده فرهنگ جهش تولید مطرح کرده است. توسعه و ترویج تولیدات سازمانی نیازمند بهره‌گیری از فعالیت‌های جمعی و تیمی است چرا که چنین رویکردی در انجام فعالیت‌ها منجر به ایجاد ارزش‌افزوده‌ای شده که برآیند کارهای جمعی است. توسعه ارزش‌هایی همچون مشارکت، هویت‌سازمانی و رعایت هنجارهای جمعی که فعالیت‌های جمعی را موردحمایت قرار می‌دهد، باعث می‌شود تا تجمع دیدگاه‌ها و آرای اعضای سازمان از بروز خطا و اشتباه جلوگیری کرده و درنهایت با تلفیق ایده‌های مختلف، برنامه‌ریزی صحیحی جهت ارتقای تولیدات سازمانی فراهم آید.

همچنین اندیشکده‌های فکر، یکی از منابع اصلی شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید است. ایجاد ارزش‌های محوری که ارتقای تولیدات را بااهمیت می‌داند در گروهی سیاست‌گذاری مطلوب قرار دارد. براین‌اساس توجه به اندیشکده‌های فکر که می‌تواند با مشارکت و تلفیق آرای خبرگان سازمانی بهترین تصمیمات ممکن را اتخاذ کند، گامی موثر و مطلوب در راستای تدوین و پیاده‌سازی خط‌مشی مناسب ارتقای تولیدات برپایه ارزش‌های محوری ایرانی-اسلامی محسوب می‌شود.

همچنین توجه به مقوله رهبری هدفمند، می‌تواند فرهنگ جهش تولید را شکل داده و ارتقا بخشد. بدون شک ایجاد و توسعه ارزش‌ها و هنجارهای حامی ارتقای تولیدات نیازمند افرادی است که قدرت تعیین هدف، ابلاغ آن به اعضای سازمان، اعطای انگیزه و قدرت القای نگرشی مثبت نسبت به مسائل سازمانی را داشته باشند. براین‌اساس توجه به پرورش چنین افرادی که می‌توانند با قدرت تصمیم‌گیری خود راهگشای عملیاتی کردن برنامه‌های محوری سازمان باشند، می‌بایست بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گیرد.

فرهنگ بهره‌وری یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده فرهنگ جهش تولید بوده که در این مطالعه شناسایی شده است. آموزه‌های اسلامی و دینی همواره به الگوی

مصرف و جلوگیری از اتلاف منابع تاکید ویژه‌ای داشته‌اند. براین اساس توجه به تحقق اهداف و انجام فعالیت‌های سازمانی با صرف کمترین هزینه می‌تواند باعث ایجاد ارزشی محوری در میان اعضای سازمان‌ها شود که بهبود کیفیت تولیدات و ارتقای سطح تولیدات با کیفیت را به‌عنوان یک هدف عالی در دستور کار خود قرار دهند.

همچنین خوداتکایی و خودباوری، دیگر عوامل تعیین‌کننده فرهنگ جهش تولید محسوب می‌شوند. این مطالعه نشان داد که استقلال در تولیدات و تلاش در راستای خودکفایی به همراه ایمان به خدا و صبر و شکیبایی می‌تواند رمز موفقیت سازمان‌ها در خصوص ارتقای تولید باشد، چرا که پس از گذشت مدتی، چنین ارزش‌هایی در سازمان‌ها نهادینه شده و تبدیل به نوعی از فرهنگ می‌شود که حامی تلاش‌های مستقلانه در جهت توسعه محصولات و خدمات است.

در نهایت، رقابت محوری نیز عاملی تعیین‌کننده در شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید است. شکل‌گیری فرهنگ جهش تولید در گروهی رقابت‌سازنده و سالم قرار دارد به نحوی که هیچ شرکت و سازمانی با بهره‌گیری از رانت‌های اطلاعاتی نتواند انحصاری را برای خود ایجاد کرده و سایر سازمان‌های رقیب را به حاشیه براند. براین اساس رقابت سالم می‌تواند موجب ارتقای کمیت و کیفیت تولیدات شده و پویایی مثبتی را به همراه آورد.

یافته‌های این مطالعه پیشنهاداتی را ارائه می‌کند که می‌تواند مورد توجه سیاست‌گذاران و مدیران سازمان‌ها قرار گیرد. نتایج مطالعه حاضر پیشنهاد می‌کند که سازمان‌ها در تولید محصولات و خدمات خود به ارزش‌های دینی و اسلامی توجه ویژه‌ای کنند و با استخراج این ارزش‌ها و تعدیل کردن آن‌ها براساس ویژگی‌ها و شرایط سازمانی خود بهره‌لازم را در جهت توسعه تولیدات به عمل آورند. همچنین این مطالعه پیشنهاد می‌کند تا الگوهای توسعه اسلامی متناسب با ماهیت سازمانی مورد توجه قرار گرفته و در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت سازمانی بدان پرداخته شود. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود تا نخبگان دانشگاهی و پژوهشگران برتر در حوزه فعالیت سازمان در فرایندهای تولیدات و ارائه

محصولات مورد استفاده قرار گرفته و از دیدگاه‌های آنان به نحو احسن بهره‌برداری شود. همچنین به مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود تا تجدیدنظر مناسبی در سیستم‌های حقوق و دستمزد خود به عمل آورند تا بدین طریق با بهبود عدالت رویه‌ای، کارکنان تمایل و انگیزه مطلوبی در جهت ارائه دیدگاه‌ها و نظرات خلاقانه خود داشته باشند. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود در راستای بهبود تصمیمات کلان سازمانی، اتاق‌های فکر که دربرگیرنده خبرگان و ذی‌نفعان اصلی سازمان است، دایر شود. همچنین تدوین برنامه‌هایی در جهت انجام فعالیت‌های جمعی می‌تواند منجر به بهبود هویت سازمانی کارکنان و در نهایت مشارکت فعالانه آنان در جهت پذیرش و توسعه فرهنگ حامی جهش تولید شود.



## References

- Aqdaghi, M; Khanifar, H; Danaeifard, H and Delshad Tehrani, M. (2018). Analysis and understanding of Islamic principles of cultural policy-making based on the government of the Holy Prophet (PBUH), *Islamic Management Quarterly*, 26 (1). 107- 145. (In Persian)
- Bagheri, M; Salimi, Q; Mohammadi, M; Taybi Khorami, M. (2015). An analysis of structural and behavioral factors affecting the promotion of culture of science production in the country's universities; Case study: Shiraz University. *Management in Islamic University*, 4 (10), 181-206.(In Persian)
- Basirnia, Gh (2019). Cultural regulation of the production leap. Office of Cultural Monitoring and Evaluation of the Culture Headquarters of the Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution. Visited on 04/26/1399, from the site [www.irna.ir](http://www.irna.ir). (In Persian)
- Dai, K., Zhang, W., Zeng, R. J., & Zhang, F. (2020). Production of chemicals in thermophilic mixed culture fermentation: mechanism and strategy. *Critical Reviews in Environmental Science and Technology*, 50(1), 1-30.
- Damásio, M. J., & Paixão da Costa, J. (2020). Portuguese Soap Operas: A case study on the emergence of an original production culture. *Critical Studies in Television*, 15(1), 25-48.
- de Paula, T. M., & Mecca, M. S. (2018). Appreciation, preservation and promotion of local culture through the Creative Economy: the case of the production of gastronomic souvenir. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(2), 116-128.
- Fallahzadeh, N; Fallahzadeh, S and Fallah, Fh (2012), Cultivation of Support for Domestic Products, National Conference on Cultivation of Economic

- Behaviors in Iran Today, Abarkooh, Islamic Azad University, Abarkooh Branch. (In Persian)
- Gober, G. (2020). Gender and age inequalities in television and news production culture in Poland: Ethnography in a public broadcasting company. *Critical Studies in Television*, 15(1), 49-68.
- Hashemzahi, A; Quds Elahi, A and Farrokhfal, M (2012), An Introduction to Cultural Issues and Strategies for Supporting National Production with Considering the Views of the Supreme Leader, National Conference on Culturalization of Economic Behavior in Iran Today, Abarkooh, Islamic Azad University, Abarkooh Branch (In Persian)
- Islamic Consultative Assembly Research Center (2020). About Production Leap: Conceptual and Theoretical Framework of the Strategic Model of Production Support in Iran. Offices of Economic Studies. Tehran. (In Persian)
- Jawaid, S. A. (2013). Role of medical universities in promotion of research culture and production of new knowledge.
- Rai, S. (2020). From Bombay Talkies to Khote Productions: female star switching power in bollywood production culture. *Feminist Media Studies*, 1-15.
- Rostamzadeh Ganji, I; Zamahini, M; Forouzandeh Dehkordi, L and Moghli, A. (2018). Designing a model of value-based organization with an Islamic approach, *Islamic Management Quarterly*. 26 (1). 9- 37. (In Persian)
- Zohourian Abu Turabi, M; Mortazavi, S; Legzian, M and Farahi, M M. (2018). Identifying the components of jihadi organizational culture based on the experience of jihad-building managers, *Islamic Management Quarterly*, 26 (1). 147- 181. (In Persian)