



## The Effect of Culture on the Business Economy Performance in Hamedan Province

### Musa Jafari Babadi

PhD candidate of Islamic Economics, Dahaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.  
[babadimousa2020@gmail.com](mailto:babadimousa2020@gmail.com)

### Amir Hertamani

\* Assistant professor of economics, Dahaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.  
[amir\\_hortamani@yahoo.com](mailto:amir_hortamani@yahoo.com)

### Mehdi Basiart

Assistant Professor, Department of Economics, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Khuzestan, Iran.  
[Mehdi.Basirat@yahoo.com](mailto:Mehdi.Basirat@yahoo.com)

Received: 2022/08/3

Accepted: 2022/09/27

DOI:

10.22034/jpcs.2022.1270010.1122



### ABSTRACT

This research investigated the effect of culture on the businesses economy performance in Hamadan province. The statistical population of this research was made up of managers and owners who are active in the companies of Hamedan Industrial Town. The statistical sample number was 227 people based on simple stratified sampling and Cochran's formula. The present research is, according to the purpose, applied, and descriptive-causal in terms of the research method. In this regard, based on the review of the literature and the use of library resources, the researcher used a standardized questionnaire to collect the required data. The hypotheses of this research have been tested by structural equation method, SPSS, and Lisrel software. The results obtained from the research illustrate that culture has a significant effect on the economy performance of businesses in Hamadan province.

**Keywords:** culture, economy performance, business, Hamedan province.

► **Citation (Vancouver):** Jafari Babadi M, Hertamani A, Basiart M. The Effect of Culture on the Business Economy Performance in Hamedan Province. *Police Cultural Studies*, 2022; 9(3): 1-9.

► **Citation (APA):** Jafari Babadi, M, Hertamani, A., Basiart, M. (2022). The Effect of Culture on the Business Economy Performance in Hamedan Province. *Police Cultural Studies*, 9(3), 1-9.

## نقش فرهنگ در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای استان همدان

### چکیده

این پژوهش به بررسی نقش فرهنگ در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای استان همدان پرداخته است. جامعه آماری پژوهش حاضر را مدیران و مالکانی تشکیل دادند که در شرکت‌های شهرک صنعتی همدان فعالیت می‌کنند. تعداد نمونه آماری براساس نمونه‌گیری طبقه‌بندی ساده و فرمول کوکران ۲۲۷ نفر به دست آمد. پژوهش کنونی بر مبنای هدف، از نوع کاربردی و از لحاظ شیوه پژوهش، توصیفی-علی است. در همین راستا، طبق مرور ادبیات موضوع و استفاده از منابع کتابخانه‌ای، پژوهشگر از پرسشنامه استاندارد شده جهت گردآوری داده‌ها استفاده کرده است. فرضیات این پژوهش به وسیله روش معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS و لیزرل مورد آزمون قرار گرفته است. نتایج حاصل شده از پژوهش بیانگر آن است که فرهنگ در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای استان همدان تأثیر معناداری دارد.

**کلیدواژه‌ها:** فرهنگ، عملکرد اقتصادی، کسب و کار، استان همدان.

#### موسی جعفری بابادی

دانشجوی دکتری اقتصاد، واحد  
دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان،

ایران

[babadimousa2020@gmail.com](mailto:babadimousa2020@gmail.com)

#### امیر هرتمنی

\* استادیار گروه اقتصاد، واحد دهقان،  
دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

[amirhortamani@yahoo.com](mailto:amirhortamani@yahoo.com)

(نویسنده مسئول)

#### مهدی بصیرت

استادیار گروه اقتصاد، واحد اهواز،

دانشگاه آزاد اسلامی، خوزستان، ایران

[Mehdi.Basirat@yahoo.com](mailto:Mehdi.Basirat@yahoo.com)

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۹-۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۵

شناسه دیجیتال (DOI):

10.22034/jpcs.2022.1270010.1122

◀ **استناد (ونکوور):** هرتمنی، ا.، بصیرت، م.، جعفری بابادی، م. نقش فرهنگ در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای استان همدان. *مطالعات فرهنگی پلیس*، ۱۴۰۱، ۹(۳): ۱-۹.

◀ **استناد (APA):** هرتمنی، ا.، بصیرت، م.، جعفری بابادی، م. (۱۴۰۱). نقش فرهنگ در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای استان همدان. *مطالعات فرهنگی پلیس*، ۹(۳)، ۱-۹.

امروز، فضای فرهنگی به سرعت در حال تغییر است. بسیاری از کشورها به نحو فزاینده‌ای از ارزش مستقیم اقتصادی آن آگاهی یافته‌اند و با ادغام آن (به‌منزله سرمایه‌گذاری راهبردی) با راهبرد اصلی کسب و کار و فعالیت‌های مدیریتی خود، می‌توانند تأثیر مثبتی بر جامعه و محیط خود داشته باشند.

فرهنگ همه‌جانبه و فراگیر است و باید در حل معضلات اجتماعی جامعه نمود یابد و به‌عنوان ابزاری قدرتمند در جهت توانمند کردن بنگاه‌های اقتصادی مدنظر قرار گیرد. از این رو، بررسی محرک‌ها و پیامدهای فرهنگی می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای برای مشارکت هرچه بیشتر واحدهای تجاری در جامعه در پاسخ به دغدغه‌ها و بحث‌های مرتبط داشته باشد (آکم اوگلو و گوری،<sup>۱</sup> ۲۰۰۸) و اهمیت عوامل روان‌شناختی را برجسته کند (گلوبوکنیک و همکاران،<sup>۲</sup> ۲۰۲۰). در مورد شرایط اقتصادی، دولت‌ها در یک خلأ فرهنگی فعالیت نمی‌کنند، بنابراین باید سیاست‌هایی با هدف تقویت رشد اقتصادی متناسب با فرهنگ غالب انجام شود. علاوه بر این، همه فرهنگ‌ها برای رشد اقتصادی به همان اندازه مطلوب نیستند (موکیر،<sup>۳</sup> ۲۰۱۶).

آهرن<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۵) استدلال می‌کنند که ارزش‌های فرهنگی به احتمال زیاد بر ترجیحات اقتصادی و کاری افراد به طرز چشم‌گیری تأثیر می‌گذارد. آن‌ها به گوئیسو و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۶) رجوع می‌کنند و فرهنگ را به‌عنوان «آن عقاید و ارزش‌های عرفی تعریف می‌کنند که گروه‌های قومی، مذهبی و اجتماعی نسبتاً بدون تغییر از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌کنند.» به همین ترتیب، بوباکری و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۷) توضیح می‌دهند که فرهنگ می‌تواند نتایج اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد، یعنی رشد یک کشور، نظام‌های مالی و مؤسسات قانونی تأثیرپذیر از فرهنگ باشند. در این راستا، فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی نیز حتی تأثیرگذار است (میرزایی و همکاران، ۱۴۰۰).

با عبور از مرزهای علم اقتصاد و ورود به دیگر حوزه‌ها، مانند فرهنگ است که هر فرد با داشتن ذهنی آشنا نسبت به آن، به برقراری ارتباط با دیگران می‌پردازد (فانی و

همکاران، ۱۴۰۰). در واقع، تفاوت در ساختار فرهنگ‌های جوامع مختلف، می‌تواند یکی از دلایل اختلاف در رشد اقتصادی مناطق مختلف را توضیح دهد. تخمین شدت اثر فرهنگ بر عملکرد اقتصاد، یکی از مسائلی است که طی یک دهه اخیر بسیاری از اقتصاددانان در پژوهش‌ها و بررسی‌های خود به آن توجه کرده‌اند و کوشیده‌اند تا علاوه بر پایه‌گذاری مبانی نظری آن، شواهد تجربی را نیز مورد آزمون قرار دهند. در ایران نیز برخی از اقتصاددانان نوگرا بر این باورند که بخشی از ناکامی‌های سیاست‌های اقتصادی پس از جنگ تحمیلی، حاصل روند نزولی و رو به تخریب فرهنگ و سرمایه اجتماعی در این دوره بوده است. برای نمونه، در این رابطه رنانی و مؤیدفر (۱۳۸۷)، به بررسی تحلیلی و آزمون تجربی رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد اقتصادی در ایران پرداختند. نخست، چارچوبی نظری برای تبیین آثار مثبت سرمایه اجتماعی بر رشد اقتصادی ارائه کردند، سپس در یک آزمون تجربی این رابطه برای استان‌های ایران در سال ۱۳۸۰، مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور، با استفاده از داده‌های مربوط به ۲۸ استان کشور، رابطه بین اعتماد (در دو دسته اعتماد خاص و اعتماد عام) و رشد اقتصادی، بررسی شد. نتایج به دست آمده نشان داد که اعتماد عام از شدت اثر بیشتری با درجه معناداری بالاتری نسبت به شاخص عام برخوردار است. همچنین، تفکیک شاخص اعتماد عام به سه گروه مراجع قانونی، اجتماعی و اقتصادی تفاوت معنادار گروه‌ها را در توجیه تغییرات رشد اقتصادی در میان استان‌ها نشان داد. در این میان، اعتماد به مراجع اقتصادی و سپس مراجع قانونی به مراتب بیش از شاخص اعتماد به مراجع اجتماعی، رشد اقتصادی در میان استان‌ها را متأثر می‌سازد.

در این پژوهش، تلاش می‌شود تا پایه‌های نظری رابطه فرهنگ به‌عنوان یکی از اجزای اصلی سرمایه اجتماعی و رشد اقتصادی نمایش داده شود و آن را در مورد اقتصاد ایران بیازماید. بنابراین، این پژوهش در پی یافتن پاسخ برای این پرسش است که «آیا فرهنگ در عملکرد اقتصادی نقش معناداری دارد؟»

4- Ahern  
5- Guiso and et al.  
6- Boubakri and et al.

1- Acemoglu & Guerrieri  
2- Globocnik and et al.  
3- Mokyr

## روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ چگونگی گردآوری داده‌ها، توصیفی مبتنی بر الگوی معادلات ساختاری و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی مقطعی است. در این پژوهش، به منظور بررسی پرسش پژوهش، داده‌ها به وسیله معادلات ساختاری و به وسیله نرم‌افزار لیزرل آزمون شدند. داده‌های این پژوهش در طیف داده‌های نرمال قرار می‌گیرند که به این علت می‌توان از نرم‌افزار لیزرل جهت سنجش داده و الگویابی بهره برد. در این پژوهش، در خصوص جمع‌آوری داده‌ها برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. این پژوهش در شرکت‌های موجود در شهرک صنعتی همدان انجام شد و از مهرماه تا دی‌ماه ۱۳۹۹ طول کشید. برای انجام پژوهش، به شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی همدان مراجعه شد و اطلاعات مورد نیاز گردآوری شد. ضمن مراجعه به مدیران/مالکان شرکت‌ها، اقدام به تکمیل پرسشنامه‌ها شد. جامعه آماری شامل ۵۵۰ نفر از مدیران/مالکان شرکت‌های شهرک صنعتی همدان بود که در ۶ خوشه صنعتی متمرکز بودند. به روش نمونه‌گیری تصادفی و با بهره‌گیری از فرمول محاسباتی کوکران<sup>۱</sup>، تعداد ۲۲۷ به عنوان نمونه انتخاب گردیدند.

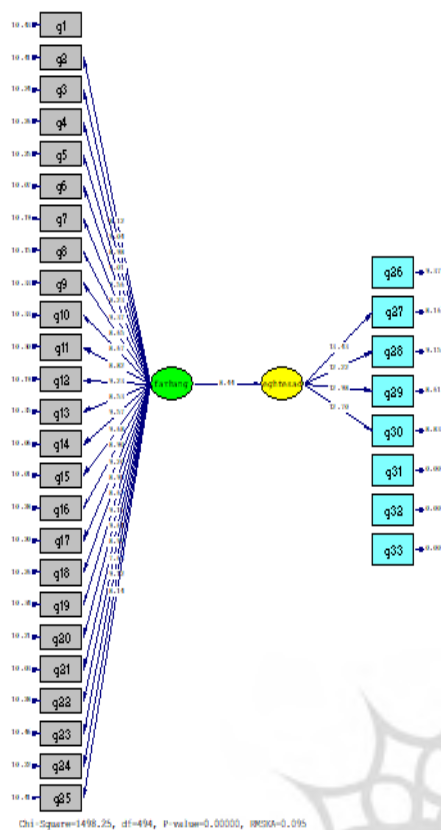
در پژوهش حاضر، از پرسشنامه استاندارد فرهنگ هافستد و پرسشنامه استاندارد عملکرد اقتصادی خاکپورمقدم (۱۳۹۰)، جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد که در ادامه آمده‌اند:

۱- پرسشنامه فرهنگ: در بخش اول، ۲۵ پرسش مربوط به فرهنگ مطرح شده است. پرسش‌های این بخش به گونه‌ای طراحی شده است که پاسخ‌گویان، گزینه‌ها را بر مبنای طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم، مخالفم، بی‌نظرم، موافقم، کاملاً موافقم) علامت‌گذاری می‌کنند. لازم به ذکر است که پرسش‌های این بخش در قسمت مردسالاری-زن‌سالاری گرایش به سمت مردسالاری است و در قسمت فردگرایی-گروه‌گرایی تمایل به سمت گروه‌گرایی بوده است. پرسش‌های فاصله قدرت به دلیل بار عاملی پایین، از پرسشنامه حذف شدند.

از آن‌جا که از پرسشنامه استاندارد فرهنگ‌سازمانی هافستد، قبلاً به کرات در پژوهش‌های مشابه استفاده شده است، این پرسشنامه از روایی مناسبی برخوردار است. برای سنجش پایایی پرسشنامه، یک مرحله پیش‌آزمون انجام گرفت. به این صورت که ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه در جامعه مورد نظر توزیع و پس از وارد کردن داده‌ها، ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید. ضریب مورد نظر برای پرسشنامه فرهنگ سازمانی ۰/۷۹ تعیین شد. با توجه به این که مقدار به دست آمده از مقدار استاندارد تعریف شده ۰/۷ بیشتر است، پرسش‌های مذکور از هم‌پوشانی خوبی برخوردار بوده و پایایی پرسشنامه تأیید می‌گردد.

## ۲- پرسشنامه عملکرد اقتصادی: برای سنجش عملکرد

اقتصادی از پرسشنامه خاکپورمقدم (۱۳۹۰) استفاده شد. این پرسشنامه محقق‌ساخته و بومی و شامل ۸ عبارت است که با مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت درجه‌بندی شده است. به منظور بررسی روایی پرسشنامه عملکرد اقتصادی از دو روش استفاده شد: الف- روایی صوری و محتوایی: پرسشنامه به وسیله چند تن از اساتید، از جمله اساتید رشته اقتصاد مورد بررسی قرار گرفت تا نظر کارشناسی آن‌ها در مورد روایی محتوایی و صوری آن دریافت شود که در نهایت نظر مثبت خود را اعلام کردند. همچنین، برای بررسی روایی صوری و محتوایی پرسش‌ها، به ۲۵ مورد از اعضای نمونه پژوهش مراجعه شد و نظر آنان در مورد محتوا و عبارات پرسش‌های پرسشنامه پرسیده شد و نظر اصلاحی آن‌ها اعمال گردید. ب- روایی سازه: برای بررسی روایی سازه، از روش همبستگی بین پرسش و کل آزمون بهره برده شد. همبستگی هر یک از پرسش‌های آزمون با کل آزمون به ترتیب زیر بود. فروش محصولات = ۰/۷۰۴، تعداد کارکنان = ۰/۷۰۲، تنوع تولید = ۰/۶۱۲، تعداد شعبات فروش و مشتریان = ۰/۵۶۱، استاندارد تولید = ۰/۵۴۱، جایزه‌های ملی و بین‌المللی = ۰/۴۵۵، سودآوری = ۰/۵۹۳، رضایت‌مندی مشتریان = ۰/۵۳۲.



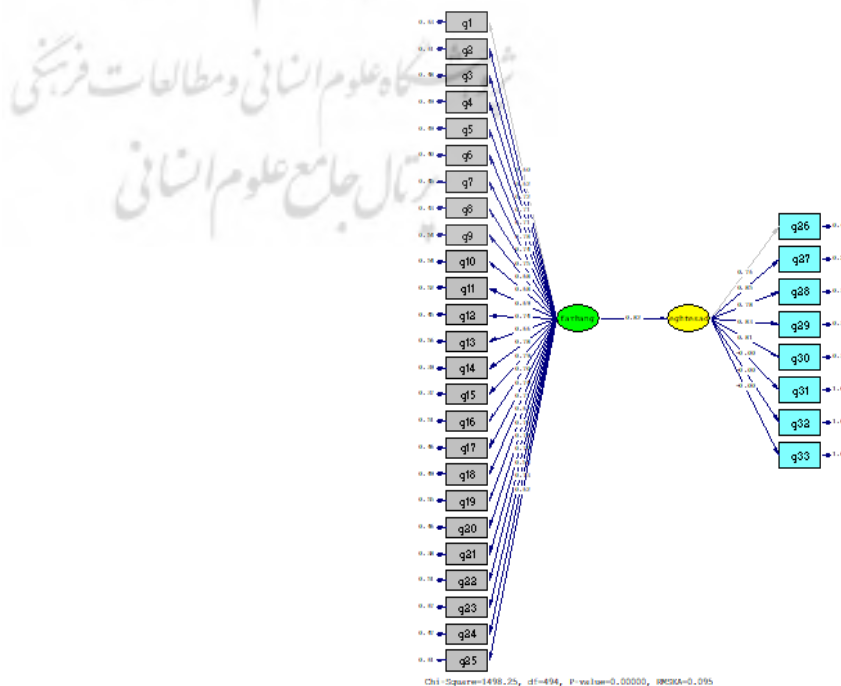
نمودار ۲- الگوی اندازه‌گیری در حالت اعداد معنادار

این ضرایب نشان دادند که کل پرسش‌های مقیاس رشد این آزمون توانایی اندازه‌گیری عواملی را که برای آن‌ها طراحی شده‌اند، دارند.

### یافته‌ها

در این بخش از تجزیه و تحلیل آماری به بررسی چگونگی توزیع نمونه‌های آماری از حیث متغیرهای جمعیت‌شناختی پرداخته شده است. جنسیت پاسخ‌گویان ۶۵ نفر (۲۸/۶ درصد) مرد و ۱۶۲ نفر (۷۱/۴ درصد) زن است. پاسخ‌گویان این پژوهش، از لحاظ سنی، ۱۱ نفر (۴/۸ درصد) بیست سال، ۲۹ نفر (۱۲/۸ درصد) ۲۱-۲۵، ۳۷ نفر (۱۶/۳ درصد) ۲۶-۳۰، ۴۲ نفر (۱۸/۵ درصد) ۳۱-۳۵، ۴۷ نفر (۲۰/۷ درصد) ۳۶-۴۰ و ۶۱ نفر (۲۶/۹ درصد) ۴۱ سال به بالا سن دارند. پاسخ‌گویان از لحاظ تحصیلات ۸/۸ درصد دارای دیپلم، ۱۱/۵ درصد فوق دیپلم، ۴۶/۳ درصد لیسانس، ۳۰ درصد فوق لیسانس و ۳/۱ درصد دکتری هستند. نتایج نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به مدرک تحصیلی لیسانس و فوق لیسانس بوده است. پاسخ‌گویان از نظر سابقه خدمت ۵۳/۷ درصد تقریباً یک سال، ۱۷/۶ درصد حدود دو سال، ۱۷/۶ درصد ۳ تا ۵ سال و ۱۱ درصد ۶ سال بیشتر بودند.

تحلیل عاملی تأییدی و الگوی اندازه‌گیری در حالت استاندارد و معناداری در زیر قابل مشاهده است:



نمودار ۱- الگوی اندازه‌گیری در حالت استاندارد

جدول ۱- نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرهای برونزا

نتیجه	آماره تی	میزان همبستگی با متغیر مکنون (بار عاملی)	نتیجه	آماره تی	میزان همبستگی با متغیر مکنون (بار عاملی)
تأیید	۸/۹۸	۰/۷۱	تأیید	۱۰/۴۳	۰/۶۰
تأیید	۸/۶۲	۰/۶۷	تأیید	۸/۱۲	۰/۶۲
تأیید	۹/۱۷	۰/۷۳	تأیید	۹/۰۴	۰/۷۲
تأیید	۹/۶۴	۰/۷۹	تأیید	۸/۹۸	۰/۷۱
تأیید	۸/۹۰	۰/۷۰	تأیید	۹/۰۱	۰/۷۱
تأیید	۷/۶۳	۰/۵۸	تأیید	۹/۵۶	۰/۷۸
تأیید	۹/۱۲	۰/۷۳	تأیید	۹/۲۳	۰/۷۴
تأیید	۸/۱۴	۰/۶۲	تأیید	۹/۳۷	۰/۷۵
تأیید	۹/۳۷	۰/۷۶	تأیید	۸/۶۵	۰/۶۸
تأیید	۱۳/۴۳	۰/۸۵	تأیید	۸/۶۷	۰/۶۸
تأیید	۱۲/۲۲	۰/۷۸	تأیید	۸/۸۲	۰/۶۹
تأیید	۱۲/۹۸	۰/۸۳	تأیید	۹/۲۳	۰/۷۴
تأیید	۱۲/۷۰	۰/۸۱	تأیید	۸/۵۳	۰/۶۶
تأیید	۰/۰۰	۰/۰۰	تأیید	۹/۵۷	۰/۷۸
تأیید	۰/۰۰	۰/۰۰	تأیید	۹/۶۸	۰/۷۹
تأیید	۰/۰۰	۰/۰۰	تأیید	۸/۹۰	۰/۷۰
			تأیید	۹/۲۰	۰/۷۴

با توجه به جدول ، کلیه پرسش‌های مربوط به متغیرها به‌جز پرسش‌های ۳۱، ۳۲ و ۳۳ دارای ضرایب همبستگی معناداری با متغیرهای پژوهش هستند. چراکه، میزان آماره تی بالاتر از ۱/۹۶ است. در ادامه، به بررسی شاخص‌های برازش الگوی اندازه‌گیری پژوهش پرداخته می‌شود:

جدول ۲- شاخص‌های معناداری و برازش الگوی اندازه‌گیری متغیر برونزا

شاخص	RMSEA	GFI	IFI	CFI	NFI	NNFI
مقدار	۰/۰۹۵	۰/۸۹	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۶	۰/۹۸
حالت مطلوب	$0 \leq x \leq 0/1$	$0/8 \leq x \leq 1$	$0/8 \leq x \leq 1$	$0/8 \leq x \leq 1$	$0/8 \leq x \leq 1$	$0/8 \leq x \leq 1$

با توجه به جدول ۲، شاخص‌های معناداری و برازش الگوی اندازه‌گیری متغیر برونزا در وضعیت مناسب قرار دارد.

پس از آن که برآورد پارامترها برای یک الگوی تدوین‌شده و مشخص به‌دست آمدند، باید تعیین شود که داده‌ها تا چه حد با الگو برازش دارند، یعنی تا چه اندازه

الگوی نظری به‌وسیله داده‌های نمونه حمایت می‌شود. جدول زیر، معرف انواع شاخص‌های برازش و معناداری الگو است:

جدول ۳- شاخص‌های معناداری و برازش الگو

نام آزمون	معیار اصلی	برازنده است اگر	نتیجه آزمون در مدل
Root Mean Square Error of Approximation( RMSEA)	خطای مجموع مجزورات میانگین	کوچک‌تر از ۰/۰۸ باشد	۰/۰۶۶
$\frac{\chi^2}{df}$	درجه آزادی/کای دو	مساوی کوچک‌تر از ۵ باشد	۱/۶۷
Goodness of Fit Index(GFI)	ارزیابی نسبی واریانس و کواریانس	بزرگ‌تر از ۰/۸ باشد	۰/۸۵
Normal Fit Index(NFI)	مقایسه مدل مورد نظر با الگوی بدون رابطه‌هایش	بزرگ‌تر از ۰/۸ باشد	۰/۹۷
Non-Normal Fit Index(NNFI)	مقایسه الگوی مورد نظر با الگوی بدون رابطه‌هایش	بزرگ‌تر از ۰/۸ باشد	۰/۹۹
Comparative Fit Index(CFI)	مقایسه الگوی مورد نظر با الگوی بدون رابطه‌هایش	بزرگ‌تر از ۰/۸ باشد	۰/۹۹

همان‌طور که از خروجی نرم‌افزار از تخمین‌های استاندارد و نیز اعداد معناداری مشاهده می‌شود، جدول نتایج اثرات غیرمستقیم متغیرهای الگو در جدول زیر محاسبه شده است:

جدول ۴- نتایج تحلیل مسیر در الگوی ساختاری

مسیر	اثر غیر مستقیم
فرهنگ ← عملکرد اقتصادی	۰/۸۲ (۸/۴۴)

توجه: عدد ردیف بالا ضرب مسیر عدد ردیف پایین مقدار معناداری t مسیر است.

شکل اصلی تمام فعالیت‌های نظام یک کشور، از ماهیت فرهنگی آن، هویت و رنگ می‌گیرد. به عبارتی، حفظ یک نظام اگرچه به‌ظاهر، بستگی به پویایی و استقلال فعالیت‌های سیاسی و اقتصادی دارد، اما در واقع نحوه فعالیت در اقتصاد و یا سیاست‌گذاری در بخش‌های دیگر متأثر از فرهنگ آن نظام اجتماعی است. اکنون، این اجماع نظر اکثریتی وجود دارد که مبنای هر نوع توسعه، توسعه فرهنگی است و از آن‌جا که دغدغه اصلی دولت‌ها رسیدن به توسعه همه‌جانبه است و مبنای این توسعه، فرهنگی بودن انسان است، زیربنای توسعه حقیقی و پایدار نیز توسعه فرهنگی خواهد بود.

در حوزه مسائل فرهنگی، توجه ویژه به شاخص‌های آن می‌تواند دیدگاه روشن‌تری را ارائه کرده و در دست‌یابی به اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت مؤثر باشد. در این راستا، شاخص‌هایی همچون سینما، هزینه‌های مذهبی و مطبوعات را به‌عنوان شاخص‌های توسعه فرهنگی مورد ارزیابی قرار داده‌اند و روند تغییرات بعضی از این

فرضیه پژوهش مبنی بر نقش فرهنگ در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای همدان، با توجه به الگوی پژوهش، در حالت اعداد معناداری، میزان آماره t بین دو متغیر برابر با ۸/۴۴ است و از آن‌جا که در خارج از بازه [۱/۹۶ و ۱/۹۶] قرار دارد، تأیید می‌شود. با توجه به ضریب استاندارد هم می‌توان اظهار داشت که میزان تأثیر فرهنگ در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای همدان برابر با ۰/۸۲ است.

### بحث و نتیجه‌گیری

فرهنگ، عنصری است که شامل همه کنش‌ها و واکنش‌های فرد و محیط پیرامون او با بعد زیرین زندگی گروه‌های اجتماعی می‌شود، یعنی مجموعه روش‌ها و شرایط زیست یک جامعه براساس بنیاد مشترکی از سنت‌ها و دانش و نیز اشکال مختلف جایگاه فرد در جامعه که به هم پیوند خورده است. تنها با دخالت عوامل فرهنگی در راه حل‌های انتخاب‌شده برای توسعه می‌توان به‌طور کامل نیازها و خواسته‌های گروه‌های اجتماعی و ملت‌ها را برآورده ساخت.

شاخص‌ها در ایران طی دهه‌های گذشته مورد بررسی قرار گرفته است. بررسی روند عملکرد اقتصادی نیز یکی از ابزارهای تحلیل توسعه فرهنگی است.

به‌طور کلی، می‌توان توسعه را فرآیندی زمان‌بر از تجربه و نوآوری دانست که همه ابعاد زندگی انسانی را دربر می‌گیرد و باعث ایجاد تحول در بینش، دانش، مهارت، اخلاق، روابط انسانی و سطح زندگی می‌شود. توسعه ابعادی دارد که شاخص‌ترین بعد آن، در توسعه اقتصادی تجلی می‌یابد. همواره حرکت از شاخص توسعه به شاخص «کیفیت زندگی» نام برده می‌شود. تحولات فرهنگی که نوعی تحولات کیفی در زندگی فردی و اجتماعی است، همواره به‌عنوان عاملی مؤثر بر تغییرات شاخص‌های توسعه تأثیر داشته است. شناخت عوامل و میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل فرهنگی بر رشد اقتصادی و سیاست‌گذاری مناسب در آن حوزه می‌تواند آهنگ رشد و توسعه را در یک کشور افزایش دهد. وقوع عوامل سیاسی و اجتماعی، همچون انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی و ظرفیت بالقوه بالای ایجاد تحولات فرهنگی زمینه‌ساز تأثیرگذاری بر رفتار اقتصادی عوامل تولید در ایران بوده است. در این پژوهش، اثر شاخص‌های فرهنگی بر عملکرد اقتصادی استان‌های منتخب کشور بررسی شد. از شاخص‌های فرهنگی مطرح‌شده در این پژوهش اثر متغیرهایی همچون هزینه‌های مذهبی و مطبوعات بر عملکرد اقتصادی مثبت و معنادار هستند. اما، اثر متغیر ظرفیت سینما بر عملکرد اقتصادی منفی و معنادار است. این پژوهش، از نظر مکانی در شهر همدان انجام شده و داده‌های حاصل از پرسشنامه به‌وسیله مدیران شرکت‌های موجود در شهرک صنعتی همدان به‌دست آمده است. بنابراین، برای تعمیم نتایج به جامعه‌های آماری دیگر لازم است احتیاط شود. همچنین، این پژوهش در پاییز و زمستان سال ۱۳۹۹ صورت گرفته که اوج همه‌گیری بیماری کرونا بوده است. در آن زمان بیشتر شرکت‌ها تعطیل و یا مدیران برخی شرکت‌ها در محل کار خود حاضر نبودند و پاسخ‌ها ممکن است در این زمان تحت تأثیر اضطراب ناشی از بیماری کرونا باشد.

با توجه به فرضیه پژوهش، به مدیران و مالکان شرکت‌های موجود در شهرک صنعتی همدان پیشنهاد می‌شود با برگزاری کلاس‌های فرهنگی برای کارکنان تأثیر فرهنگ کاری را بر افزایش عملکرد جمعی شرح دهند و

آن‌ها را برای ارائه رفتارهای فرهنگی تشویق کند. علاوه بر این، به مدیران سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی استان همدان پیشنهاد می‌شود که با توجه به تقویم در روزهای خاص فرهنگی، مانند اعیاد مذهبی و یا در بزرگداشت افراد تأثیرگذار، نقاط قوت فرهنگی این افراد را که می‌تواند بر عملکرد کارکنان تأثیر داشته باشد، در جلسات هم‌فکری با کارکنان استخراج کنند و با مشارکت کارکنان این رفتارها را تبدیل به قوانین داخلی برای شرکت نمایند. در همین راستا، به شرکت‌های صنعتی پیشنهاد می‌گردد تا معیارهای فرهنگی لازم را از طریق نظرسنجی از کارکنان در شرکت خود به‌دست بیاورند و در استخدام کارکنان جدید این معیارها را به‌کار بگیرند تا افراد تازه‌استخدام‌شده اهدافی در راستای اهداف سازمان داشته باشند؛ در نتیجه، عملکرد سازمان در تمام بخش‌ها و نهایتاً عملکرد اقتصادی سازمان بهبود پیدا می‌کند. در نهایت، به مدیران شرکت‌های صنعتی پیشنهاد می‌شود، با ایجاد صفحه در شبکه‌های مجازی و فعالیت فرهنگی در آن، مشتریان را جذب کنند و بتوانند از حضور مشتریان در شبکه‌های اجتماعی بهره ببرند و عملکرد اقتصادی خود را بهبود ببخشند.

### تقدیر و تشکر

به این وسیله، قدردان تمامی مدیران و مالکانی هستیم که در شرکت‌های شهرک صنعتی همدان فعالیت می‌کنند و کمال تشکر را از آن‌ها داریم که ما را در انجام این پژوهش یاری کردند.

### منابع

۱. رنایی، محسن، مؤیدفر، رزیتا، (۱۳۸۷)، سرمایه اجتماعی و عملکرد اقتصادی: بررسی مقایسه‌ای استان‌های ایران، فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۶۸-۶۹، صص ۸۰-۱۰۶.
۲. میرزایی، داوود، امرایی، ساسان، نظری، نبی. (۱۴۰۰). رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی. مطالعات فرهنگی پلیس، ۸(۴)، ۱۳-۲۱.
۳. فانی، مجید، ترابی، محمدامین، مقدم، متینه، غمخواری، سیده معصومه، حیدری، حسام. (۱۴۰۰).

<http://dorl.net/dor/20.1001.1.17350719.1387.21.2.4.7>

<https://dx.doi.org/10.22034/jpcs.2022.1266625.1073>



بررسی تاثیر تراشکاری سازمانی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی شایسته هراسی در بین کارکنان نیروی انتظامی همدان. مطالعات فرهنگی پلیس, ۸(۳), ۵۷-۶۵.

<https://dx.doi.org/10.22034/hpsj.2021.209782.1055>

۴. خاکپورمقدم، مجید. (۱۳۹۰). نقش اقدام‌های رهبری در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای خانوادگی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرین، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

<https://edu-admin.ir/1398/02/11/>

5. Acemoglu, D. & Guerrieri, V. (2008). *Introduction to Modern Economic Growth*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1086/589523>
6. Ahern, K.R., Daminelli, D., Fracassi, C., 2015. Lost in translation? The effect of cultural values on mergers around the world. *J. Financ. Econ.* 117, 165–189. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2012.08.006>
7. Boubakri, N., Mirzaei, A., Samet, A., 2017. National culture and bank performance: evidence from the recent financial crisis. *J. Financ. Stab.* 29, 36–56. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2017.02.003>
8. Globocnik, D., Rauter, R., & Baumgartner, R. J. (2020). Synergy or conflict? The relationships among organisational culture, sustainability-related innovation performance, and economic innovation performance. *International Journal of Innovation Management*, 24(01), 2050004. <https://doi.org/10.1142/S1363919620500048>
9. Guiso, L., Sapienza, P., Zingales, L., 2006. Does culture affect economic outcomes? *J. Econ. Perspect.* 20, 23–48. <https://doi.org/10.1086/261959>
10. Mokyr, J. (2016). *A Culture of Growth: The Origins of the Modern Economy*. Princeton: Princeton University Press. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9781400882915/html>

