



Identifying the Components and Models of Innovation and Value creation in Defense Policies to Support the Promotion of Participants

Mohsen Rahmani¹, Ahad Angazi Ghodes², Reza Mohammadzadeh³, seyed hasan hosseini⁴

Abstract

Purpose

The current research was carried out with the aim of identifying the components and model of innovation and value creation in defense policies to promote participation.

Method

This research was conducted In terms of design and in terms of data collection, it is descriptive (survey) and in terms of purpose, it is applied and developmental, and in terms of method, it is quantitative and qualitative and has been done using fuzzy Delphi method. The statistical population of this research is the commanders, managers and experts of the Islamic Republic of Iran Army, and by using the snowball sampling method, 16 people (6 academic experts and 10 commanders) were selected from people with experience and opinions in the field of defense policies. The tools of data collection in the qualitative part were library studies and semi-structured interviews, and in the quantitative part, a researcher-made questionnaire.

Findings

Further, After categorizing the final criteria, the number of 46 components and 5 dimensions was obtained. In the final step, by implementing the fuzzy Delphi technique in 2 rounds, the criteria were screened and validated, so that in the first round, 6 criteria were removed, and in the second round, no criteria were removed, which was a sign of the end of the Delphi rounds.

Results

the findings of the research showed that the model of innovation and value creation in defense policies based on the promotion of employee participation has 40 components and 5 dimensions.

Keywords: Model, Innovation, Value creation, Promotion of employee Participation, Defense Policies

1. Ph.D., Professor of Management Department, Imam Ali University (A.S.) groupmohsenrahmani7516@gmail.com

2. Ph.D. student, Professor of Management Department, Imam Ali University (AS) (**corresponding author**)ahad.angazi@gmail.com

3. Ph.D. student, Professor of Management Department, Imam Ali University (AS)rezamohmadzade@gmail.com

4 Ph.D., Professor of Management Department, Imam Ali University (A.S.). sh.hosseini81@yahoo.com

Received: December 22, 2023; Accepted: February 20, 2023

Journal of maritime science management ,2023,vol. 3,No4pp.7-29

Doi:<https://doi.org/10.22034/MMR.2023.316570.1091>

Article Type: Research-based Published by Faculty of Management and Marine Commissary





شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان

محسن رحمانی^۱، احدا...انگزی قدس^۲، رضاحمدزاده^۳، سیدحسین حسینی^۴

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان صورت گرفته است.

روش: این پژوهش از نظر طرح و از حیث گردآوری داده‌ها، توصیفی (پیمایشی) و از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای و از منظر روش، کمی و کیفی و به روش دلفی فازی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش، فرماندهان، مدیران و کارشناسان ارتش جمهوری اسلامی ایران است و با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، تعداد ۱۶ نفر (۶ خیره دانشگاهی و ۱۰ فرمانده) از افراد با تجربه و صاحب نظر در حوزه خط‌مشی‌های دفاعی انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته بود.

یافته‌ها: در ادامه با مقوله‌بندی و دسته‌بندی معیارهای نهایی، تعداد ۴۶ مؤلفه‌ها و ۵ ابعاد حاصل گردید. در گام نهایی، با اجرای تکنیک دلفی فازی در ۲ راند اقدام به غربالگری و اعتبارسنجی معیارهای گردید، به نحوی که در راند اول تعداد ۶ معیاری حذف و در راند دوم هیچ معیاری حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان راندهای دلفی بوده است.

نتایج: در این پژوهش نتایج نشان داد که مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان دارای ۴۰ مؤلفه و ۵ ابعاد است.

کلیدواژه‌ها: مدل، نوآوری، ارزش آفرینی، ارتقاء مشارکت کارکنان، خط‌مشی‌های دفاعی

۱. استادیار گروه مدیریت دانشگاه امام علی (ع) تهران، ایران.

۲. دانشجوی دکتری تخصصی، مربی گروه مدیریت دانشگاه امام علی (ع) تهران ایران. نویسنده مسؤل مقاله، ایمیل:

ahad.angazi@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری مدیریت، مربی گروه مدیریت دانشگاه امام علی (ع)

۴. دکتری تخصصی، استادیار گروه مدیریت دانشگاه امام علی (ع)

Doi: <https://doi.org/10.22034/MMR.2023.316570.1091>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۰/۱؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۰۱

مقدمه

مشارکت عمومی در فرآیند تصمیم‌گیری‌های سیاسی به دموکراسی در یونان باستان برمی‌گردد و در قرن‌های بعد در معرض تغییرات مداوم بوده است (واگنر، وگت و کبست؛ ۲۰۱۶: ۴۳۵). از حدود دو دهه پیش مشارکت عمومی وارد عصر جدیدی شده است. گسترش انقلابی فناوری اطلاعات و ارتباطات، راهی که افراد، سازمان‌ها و دولت‌ها برای برقراری ارتباط و تعامل استفاده می‌کردند را تغییر داده است. در این زمینه، به‌ویژه توسعه رسانه‌های اجتماعی با تبدیل اینترنت از سیستم ذخیره‌سازی و بازیابی اطلاعات ارتباطی منفعل و غیرفعال به یک بستر ارتباطی دوطرفه تعاملی، تأثیر بسزایی داشته است (ویرتز، دیسر و بینکوسکا؛ ۲۰۱۸: ۱). امروزه مشارکت در بستر جامعه‌ای دموکراتیک و مدنی صورتی نهادینه به خود گرفته است. بنیادی‌ترین اندیشه زیر ساز مشارکت، پذیرش اصل برابری مردم است و هدف از آن، تشریک‌مساعی افراد در جهت بهبود کیفیت زندگی در تمامی زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است (مهرگان، فقیهی و میرسپاسی، ۱۳۹۷: ۲). مشارکت مردم در فضای جامعه، بی‌تردید مستلزم استقرار یک فلسفه سیاسی بردبارانه و توسعه‌گرایانه از سوی دولت‌ها است. در حقیقت، مشارکت باید به‌عنوان جزئی از راهبرد شهروندی جامع، پیگیری و منظور شود تا از آن طریق بتوان التزام فوری و نه مقید به امکانات خاص دولت‌ها را به پذیرش تعهدات خویش، در احترام به حمایت و ایفای حق مشارکت به‌مثابه یکی از حق‌های بنیادین بشری خواستار شد (قاری، ۱۳۹۷: ۴۴). این موضوع به‌عنوان راهی برای عمیق‌تر کردن شیوه‌هایی که افراد عادی می‌توانند مشارکت مؤثر در خط‌مشی‌هایی که بر زندگی آن‌ها به‌طور مستقیم تأثیر می‌گذارد، در نظر گرفته شود. در بسیاری از نظام‌های نمایندگی این اجماع وجود دارد که فراتر از فرصت‌های گاه‌گاهی برای رأی‌دهی، باید به شهروندان اجازه داده شود و در واقع، تشویق شوند تا در تصمیماتی که بر آن‌ها اثر می‌گذارد مشارکت کنند (ایانلو و همکاران، ۲۰۱۹: ۲۱). در اسناد و برنامه‌های کلان و بالادستی کشور به ساماندهی و انسجام‌بخشی نظام مدیریت علم، فناوری و نوآوری تأکید شده است. مدیریت دانش و پژوهش و انسجام‌بخشی در خط‌مشی‌گذاری، برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی در حوزه علم و فناوری و ارتقاء مستمر شاخص‌ها و روزآمدسازی نقشه جامع علمی کشور با توجه به تحولات علمی و فنی در منطقه و جهان، ساماندهی و تقویت نظام‌های نظارت، ارزیابی، اعتبارسنجی و رتبه‌بندی در حوزه‌های علم و فناوری، ساماندهی نظام ملی آمار و اطلاعات علمی، پژوهشی و فناوری جامع و کارآمد از مواردی است که در خط‌مشی‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در حوزه علم و فناوری آمده است (علی پور، ۱۴۰۰: ۸۹). اصلاح ساختارها و نهادهای علم و فناوری و انسجام بخشیدن به آن‌ها در مراحل خط‌مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان از طریق تعیین حدود مدیریت و مالکیت نهادهای مرتبط با حوزه علم و فناوری، بازنگری، اصلاح، یکپارچه‌سازی، ساده‌سازی و به‌روزرسانی قوانین و مقررات

نظام علم و فناوری کشور، اصلاح فرآیندها و ساختارهای نظارت و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری ملی و تعیین اسـتـانداردهای بومی در حوزه علم و فناوری در چارچوب نیازهای اقتصادی و اجتماعی کشور، ساماندهی نظام تأمین مالی توسعه علم و فناوری، از جمله راهبردهای کلان و ملی است که در نقشه جامع علمی کشور گنجانده شده است (جم‌شیدی، ۱۴۰۰: ۱۳۰). با این حال، در حال حاضر در ایران شهروندان، کمتر در فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی نقش ایفا می‌کنند. به طوری که این کمبود به عنوان یک چالش و ضرورت تعامل سیستم خط‌مشی‌گذاری عمومی با شهروندان و جامعه مدنی به عنوان یک نیاز اساسی مطرح شده است (رودساز و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۲). فرایند خط‌مشی‌گذاری با مراحل از قبیل شناخت و درک مسئله، طرح مسئله و تهیه و تدوین راه‌حل‌ها، قانونی کردن و مشروعیت بخشیدن به خط‌مشی، ابلاغ و اجرای خط‌مشی و ارزیابی خط‌مشی شناخته می‌شود (گرچی پور و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۰). از طرفی نحوه وضع خط‌مشی در نهادها و دستگاه‌های مختلف دولتی، متفاوت است. تدوین هر خط‌مشی باید منطبق بر مدل، اصول و فرآیندهای خط‌مشی‌گذاری عمومی و الزامات و اقتضائات مورد نیاز جوهره همان موضوع باشد. یکی از خط‌مشی‌های مهم عمومی، خط‌مشی‌ها دفاعی هر کشور است هرچند که این مقوله تا حال چندان که باید و شاید در محافل علمی و خط‌مشی‌گذاری ملی فراگیر نشده است و این در حالی است که نیروهای مسلح با داشتن انبوه منابع انسانی، امکانات، تخصص، دانش و حتی خلق نوآوری‌های می‌توانند به نیازهای پیچیده و در حال تغییر نیروهای مسلح پاسخ داده و شایستگی‌های نظامی خود را با شایستگی‌های خط‌مشی‌گذاری تلفیق نمایند. علیرغم بحث‌های زیادی که در این زمینه وجود دارد، پژوهش خاصی پیرامون مدل‌سازی ارتقاء مشارکت کارکنان در خط‌مشی‌های دفاعی صورت نگرفته است. از این رو، هدف این شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان است. در نتیجه با توجه به اهمیت ارتقاء مشارکت کارکنان و هم‌پوشانی بین این نیروها با رویکرد افزایش بازدارندگی و قدرت مانور در سطوح زمین، هوا و دریا، تنها بخشی از دستاوردهای آن است. از این رو پرسش‌های تحقیق با توجه به هدف تحقیق به شرح زیر مطرح شده‌اند:

۱) مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان چیست؟

۲) مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان کدامند؟

۱. مبانی نظری پژوهش

۱-۱. مدل!

الگو نمای ساده‌ای از برخی جنبه‌های جهان واقعی و نیز بازسازی و تلخیصی از واقعیت است که با دربرداشتن ویژگی‌های اصلی از واقعیت، شناخت ما را تسهیل می‌کند (دای، ۲۰۱۲: ۴۷۱).

۱-۲. نوآوری؟

امروزه به سه دلیل بازارهای گسسته، رقابت شدید جهانی و بین‌المللی و تکنولوژی شاهد طرح نوآوری در سازمان‌ها می‌باشیم به نحوی که می‌توان گفت رشد و رفاه اقتصادی در سراسر جهان به نوآوری در سازمان‌ها بستگی دارد (اسدپور و کارگر، ۱۳۹۴) در واقع استعداد سازمان جهت گسترش تولیدات و ایجاد فرآیندهای نو و خلاق را نوآوری سازمانی اطلاق می‌شود، که شامل دارایی غیر ملموس سازمان و توانایی استخراج این سرمایه و تولید نوآوری‌های جدید به صورت مداوم می‌باشد. همچنین می‌توان بیان کرد که، قابلیت و توانایی نوآوری در یک سازمان، توانایی آن سازمان جهت تغییر مداوم و همیشگی ماهیت دانش و تجربیات به محصولات، فرآیندها و سیستم‌هایی برای سوددهی شرکت و سهامداران، است. به طوری که انرژی پیش برنده برای تولید و بررسی تصورات و عقاید جدید بنیادی و همچنین توسعه بخشیدن آنها به نوآوری‌های تأثیرگذار و قابل عرضه بر روی منابع و توانمندی‌های درونی و بیرونی است (کفاش و همکاران، ۱۳۹۴). و این در حالی است که در عصر اطلاعات و فضای حاکم بر عصر کنونی هر سازمانی نیازمند تغییرات و تحولات اثربخش یکی از معیارهای حیاتی پیشرفت و تعالی محسوب می‌گردد که می‌توان اظهار داشت زمینه ساز این تغییرات و تحولات اثربخش نوآوری می‌باشد. همچنین از طرفی جهت ایجاد نوآوری نیازمند مجموعه‌ای از شرایط اعم از شرایط نرم افزاری و سخت افزاری می‌باشد که مهمترین آنها را می‌توان سرمایه انسانی^۴ هر سازمانی دانست. با این اوصاف جهت نوآوری در سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های دفاعی نیازمند ارتقاء مشارکت کارکنان می‌باشیم تا در دستیابی به اهداف عالیه سازمان تسریع ایجاد نماید و منجر به ایجاد فرهنگ مشترک در پذیرش نوآوری و مزیت رقابتی^۵ برای سازمان گردد.

۱-۳. ارزش آفرینی؟

در ساده‌ترین تعریف ارزش آفرینی را می‌توان تولید ثروت، ایجاد کسب و کار، گسترش فناوری و ایجاد اشتغال بیان کرد به نحوی که هر گروه از ذینفعان ممکن است مفهوم مورد انتظار خود را نسبت به ارزش داشته باشند (پازری و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۹۵). در واقع به مفهوم خلق ارزش ناشی از اعمال مدیریتی و انسانی است (گود هارت و

¹Model

²Dye

³Innovation

⁴Human Capital

⁵Competitive Advantage

⁶Value Creation

همکاران، ۲۰۲۰). به طوری که یی و گونگ (۲۰۱۳) معتقدند ارزش آفرینی برای مشتریان شامل ۱- رفتارهای مشارکت مشتری مبتنی بر مشارکت اطلاعاتی مشتری، مسئولیت پذیری و رفتارهای تعامل شخصی ۲- رفتارهای شهروندی مشتری که منجر به ایجاد فرصت است؛ زیرا این فرصت را فراهم می‌کند تا مشتریان و برندهای دیگر بازخورد، حمایت، کمک و تحمل را برای ایجاد سطح بالاتری از آگاهی ایجاد کنند. برخی از سازمان‌ها در بازارهای کسب و کار قادر به تعریف ارزش و نحوه‌ی اندازه‌گیری آن و چگونگی خدمات رسانی به مشتریانانشان هستند (داپیران و همکاران، ۲۰۱۷). ارزش آفرینی شاخصی است که اگر در محیط کسب و کار لحاظ گردد و به عنوان یک عامل مهم و کلیدی مدنظر باشد قادر است برای مشتریان سازمان‌ها ارزش بالا و والایی ایجاد نماید و هم منجر به ایجاد سود خوبی برای ذینفعان سازمان گردد. ارزش آفرینی به عنوان هدف اصلی هر سازمان است. از بعد مشتری به خدمات رسانی و فروش محصولات و از بعد سهام داران به صورت افزایش قیمت سهام و دسترس بودن سرمایه در راستای بهبود تأمین مالی کمک می‌نماید (دیدوج و همکاران، ۲۰۲۱). خلق ارزش بیانگر این است که چگونه سازمان‌ها قادرند به شکل هم‌زمان ارزش تجاری و مزایای اقتصادی را ارائه دهند خلق ارزش در سازمان مستلزم استفاده از منابع بیرونی و درونی در راستای افزایش ارزش سازمان و حداکثر سازی ثروت سهام داران است (پورتر و همکاران، ۲۰۱۹). و این در حالی است که سازمان‌های دولتی به ویژه سازمان‌های دفاعی به علت تمایز با سازمان‌های خصوصی نیازمند راهبردها و استراتژی‌های خاص می‌باشند که موجبات ایجاد نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی را فراهم سازید، که این مهم با رویکرد ارتقاء مشارکت کارکنان دست یافتنی‌تر است.

۴-۱. خط‌مشی عمومی^۵

به‌طور کلی خط‌مشی عبارت است از خط سیر و راهی که انسان در پیش رو دارد (الوانی، ۱۳۹۵). در واقع به تدریج که بر وظایف دولت‌ها و حکومت‌ها افزوده شد و پیچیدگی‌های محیطی رو به فزونی گذاشت اهمیت مقوله خط‌مشی گذاری بیش‌ازپیش روشن گردید. به طوری که امروز بعد جدیدی در مدیریت و به‌ویژه مدیریت دولتی مطرح است که می‌توان آن را بعد خط‌مشی نام نهاد (قربانی زاده و همکاران، ۱۳۹۴). از این رو خط‌مشی فرآیندی تلقی می‌شود که طی آن مسئله‌ای در عرصه عمومی شناسایی می‌شود در یک نظام پویا مورد بررسی قرار می‌گیرد و راه‌حلی برای آن اتخاذ و اجرا می‌شود. (ساباتیر، ۱۹۹۱). در این بین خط‌مشی عمومی دربرگیرنده اجزایی است که اصطلاحاً هدف، محتوا و اثر نامیده می‌شود. هدف به مقصدی گفته می‌شود که خط‌مشی عمومی برای نیل به آن شکل گرفته است. محتوا به بخشی از خط‌مشی

^۱Goedhart et al

^۲Yi & Gong

^۳Dapiran et al

^۴Dyduch et al

^۵Public policy

^۶Sabatier

اطلاق می‌شود که از انتخاب گزینه مطلوب به دست می‌آید و اثر خطمشی نیز به تغییراتی که به سبب اجرای خطمشی حادث می‌شود دلالت دارد (الوانی و شریفزاده، ۱۳۹۱: ۲۴). از طرفی می‌توان گفت که فرایند خطمشی گذاری، مجموعه به هم وابسته‌ای از فعالیت‌ها و اقداماتی است که با شناسایی مسائل عمومی، ایده‌ها و اولویت‌های دولت را در حالت‌های مختلف برای افراد یا مراجع تصمیم‌گیرنده تعیین می‌کند و بدین‌وسیله آن‌ها تعیین می‌کنند که کدام گزینه و چه وقت باید به یک اقدام عملی تبدیل شود. این فرایند پیچیده حاصل چهار گروه متغیر است که عبارت‌اند از: حوادث و رویدادهای عمومی، بازیگران از جمله بازیگران رسمی (قوای سه‌گانه)، احزاب و گروه‌های ذینفع، مجریان خطمشی‌ها (دانش فرد، ۱۳۹۵: ۱۲). از طرفی خطمشی گذاری به صورت یک چرخه فرآیندی را تشکیل می‌دهد که شامل چندین فعالیت و مرحله است. کابرنی^۲ (۲۰۱۶) فرآیند خطمشی گذاری را توالی منطقی فعالیت‌هایی دانسته است که در طی آن خطمشی‌های عمومی ایجاد می‌شوند. صاحب‌نظران این مراحل را به‌طور کلی در سه مرحله تدوین، اجرا و ارزیابی تقسیم می‌کنند. یکی دیگر از این تقسیم‌بندی‌ها بر اساس قوای سه‌گانه است: الف) خطمشی‌های تقنینی که به‌وسیله قوه مقننه وضع می‌شود، ب) خطمشی‌های اجرایی که توسط قوه مجریه وضع می‌شود، ج) خطمشی‌های قضایی که توسط قوه قضاییه وضع می‌شود (مکندی، ۲۰۰۵: ۱۲۳). در این بین یکی از مهم‌ترین خط مشی‌های عمومی که می‌توان از آن نام برد خطمشی‌های دفاعی^۳ است که در این پژوهش به این مهم پرداخته شده است و منظور از آن، یک‌جهت‌گیری کلی است که چگونگی عمل نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران و سازمان‌های وابسته در آن را در شرایط خاصی در آینده نزدیک مشخص می‌کند. و این در حالی است که ما باید بتوانیم با تدوین و اجرا و ارزیابی خط مشی‌های دفاعی به صورت هوشمندانه عمل کنیم به ویژه در نیروهای ارتش جمهوری اسلامی که ملزم به مشارکت با همدیگر بوده است بر اهمیت دو چندان این موضوع می‌افزاید که خط مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان باشد.

۵-۱. مشارکت؟

در تعریفی ساده، مشارکت عمومی را میزان آگاهی و تمایل مردم برای دخالت و اثرگذاری بر خطمشی‌های عمومی، اداره امور عمومی و تعیین سرنوشت خود و کشور خود به‌صورت جمعی، برشمرده‌اند (دوئل، ۲۰۱۵). در واقع در برنامه‌ریزی‌های عمومی جهت کاهش ریسک تقویت اثر برنامه‌های ملی در آینده از مشارکت به‌عنوان مکانیزم مؤثر و کاتالیزور تغییر اجتماعی یاد می‌شود (ایوانس و همکاران، ۲۰۱۹: ۲). مشارکت به‌طور کلی به دودسته کلی تقسیم می‌شود: نوع اول مشارکت اجتماعی که شامل: انواع فعالیت‌های فردی یا جمعی که بر تصمیم‌گیری‌ها و خطمشی‌های دستگاه‌های عمومی از سطوح پایین (شهرداری، نظام آموزشی و...) تا سطوح بالاتر (دستگاه‌های عالی قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی)

^۱Public policy process

^۲Cairney

^۳Defense policies

^۴participation

می‌تواند تأثیرگذار باشد را پوشش می‌دهد به نحوی که مشارکت اجتماعی را می‌توان همکاری مردم در گروه‌ها، برنامه‌های اجتماعی، خاصه انجمن‌های داوطلبانه و سازمان‌های غیردولتی، دانست که در معنای وسیع، دربرگیرنده انواع کنش‌های فردی و گروهی به‌منظور دخالت در تعیین سرنوشت خود و جامعه و تأثیر نهادن بر فرآیندهای تصمیم‌گیری درباره امور عمومی است (فتحی و میرزا پوری، ۱۳۹۵: ۹۰). نوع دوم مشارکت سیاسی؛ به معنای انتخاب رهبران به صورت مستقیم و غیرمستقیم در خط‌مشی‌گذاری عمومی است. به عبارت دیگر مشارکت سیاسی فرآیندی که مجموعه افراد جامعه با شرکت در تصمیم‌گیری‌ها در اداره و سازمان‌دهی جامعه سهیم می‌شوند و خط‌مشی‌های عمومی را تبیین و یا بر آن تأثیر می‌گذارند (ملکی، ۱۳۹۷: ۱۰۲). در یک طبقه‌بندی دیگر، انواع مشارکت به صورت زیر تقسیم شده است: ۱- مشارکت ابزاری، در این نوع مشارکت کارکنان به صورت یک ابزار ملاحظه می‌شوند. این نگرش بدون توجه به مبانی انسانی و فرهنگی افراد، صرفاً به انسان با دیدی اقتصادی و مادی توجه می‌کند. ۲- مشارکت تحمیل شده، این نوع مشارکت که توسط افراد نخبه در سطوح سازمانی توسط مدیران ارشد هدایت می‌شود به صورت برنامه‌ریزی شده و هدایت شده افراد را در اداره امور سهیم می‌سازد. ۳- مشارکت توسعه‌ای، این نوع مشارکت فرآیندی است: اجتماعی، یکپارچه، جامع، پویا، همبسته، مکمل، چندبعدی و چند فرهنگی؛ به عبارت دیگر، مشارکت توسعه‌ای خواهان مشارکت همه افراد در سازمان‌دهی جامعه است. در مشارکت توسعه‌ای به نیازهای عالی‌انسانی توجه می‌شود (سعادت و باقری، ۱۳۹۹: ۴۲).

۲. پیشینه‌های پژوهش

تاکنون پژوهش‌های متعددی در زمینه ارتقاء مشارکت کارکنان، سازمان‌های دانش بنیان، همچنین عوامل موثر بر ارتقاء مشارکت کارکنان و پیامدهای آن انجام شده است که برخی از آن‌ها در زیر مرور شده است.

رضان پور و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «ارائه الگوی عوامل مؤثر بر مشارکت نخبگان در فرایند تدوین خط‌مشی‌های عمومی نظام جمهوری اسلامی ایران» پرداخته است. بر اساس نتایج پژوهش، نشان داد که ایجاد شبکه‌های آموزشی و پژوهشی و فن‌آوری بین دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و سازمان‌های اجرایی کشور، تأثیرگذارترین عامل و اصلاح رفتار سیاسی-اجتماعی در سطح ملی، تأثیرپذیرترین عامل در بین عوامل احصا شده است.

ثنایی پور (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تبیین مبانی فکری سیاست‌گذاری کارآفرینی» پرداخته است. بر اساس نتایج پژوهش، نشان داد که سیاست‌های کارآفرینی از نظر اهداف، ابزار، تمرکز، دوره زمانی، اولویت بندی، نحوه ارزیابی و نتایج، منحصر به فرد بوده و نسبت به سایر مفاهیم مشابه از جمله سیاست‌های توسعه کسب‌وکار، متفاوت است.

ثنایی پور و جعفری مقدم (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان «تحلیل محتوای سیاست‌های توسعه کارآفرینی در برنامه‌های پنج ساله توسعه کشور» پرداخته اند. بر اساس نتایج پژوهش، اگرچه بازگویی واژگان کارآفرین، کارآفرینی و کسب‌وکار، در محتوای برنامه‌های اول تا ششم توسعه با رشد همراه بوده؛ لیکن سیاست‌های تدوین شده از نظر مولفه‌های مدل توسعه کارآفرینی تناسب چندانی با یکدیگر نداشته و بیشترین توجه، به رفتارها و نتایج کارآفرینانه و سپس به نگرش‌های کارآفرینانه معطوف بوده است.

قلی پور سوته و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان « کارآفرینی خط مشی: مطالعه موردی شرکت تولید برق حرارتی » پرداخته‌اند. بر اساس نتایج پژوهش، ۲۴۴ کد باز، ۸۴ کد گزینشی و ۱۶ مؤلفه اصلی در سه بعد زمینه‌ای، ساختاری و رفتاری ارائه شد.

کریمی طررانی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان « تأثیر عوامل مؤثر بر خط مشی گذاری پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های دانش بنیان بر برون‌دادهای آن‌ها با نقش میانجی کارآفرینی فناورانه » پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل شبکه سازی، سازمانی، بعد عوامل نهادی و برون سازمانی، عوامل مؤثر خط مشی گذاری پارک‌های علم و فناوری هستند.

جوادی و همکاران (۱۳۹۹)، به ارائه « شناسایی سیاست گذاری جامعه شناختی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران » پرداخته‌اند. نتایج نشان داد با مقوله بندی و دسته بندی معیارهای نهایی، تعداد ۹ مقوله اصلی و تعداد ۴۴ مقوله برای شناسایی شاخص‌های سیاست گذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران حاصل گردید.

بنار و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان « طراحی الگوی سیاست گذاری مبتنی بر هوش تجاری در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با دو رویکرد کلان و تفصیلی » پرداخته‌اند. بر اساس نتایج پژوهش، اسناد بالادستی و شواهد، تعیین چشم انداز، مأموریت و سیاست‌ها، تعیین اهداف کلان و استراتژی، طراحی مدل و ارزیابی اهداف کلان و استراتژی، تعریف اهداف کمی و عملیاتی، طراحی مدل و ارزیابی اهداف کمی و عملیاتی و انتخاب و تعیین اهداف کمی و عملیاتی به عنوان اجزای شش گانه الگوی طراحی شده، تعیین و تبیین شدند.

قلایچی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان « شناسایی ملاک‌های اجرای موفق خط‌مشی مالکیت صنعتی » پرداخته‌اند. بر اساس نتایج پژوهش، ۱۵ مقوله شامل ۱۷۵ ملاک در ارزیابی اجرای موفق خط‌مشی، نتایج و پیامدهای آن تأثیرگذارند.

محمدی و نصراللهی (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان « سیاست گذاری رسانه‌های نوین در ایران (مطالعه موردی: سازمان صدا و سیما و مرکز ملی فضای مجازی) » پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌های پژوهش، نقاط ضعف سازمان صدا و سیما در سیاست گذاری رسانه‌های نوین، بیشتر از نقاط قوت آن بوده و تهدیدهای پیش روی این سازمان نیز بر فرصت‌های آن غلبه دارد.

صمدزاده و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان « خط مشی گذاری استراتژیک در برون سپاری فناوری اطلاعات (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی) » پرداخته‌اند. نتایج پژوهش شامل سه مؤلفه تجزیه و تحلیل و تدوین خط مشی، اجرای خط مشی استراتژیک و ارزیابی خط مشی استراتژیک می‌باشد، همچنین برون سپاری فناوری اطلاعات شامل ۷ مؤلفه: عملکرد، ارائه خدمات پشتیبانی، فناوری اطلاعات سبز، شکاف کاربردی فناوری اطلاعات، اهمیت استراتژیک، ویژگی‌های سازمان و پروژه و ویژگی‌های تأمین کنندگان پروژه می‌باشد.

قدمی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان « طراحی الگوی خط مشی گذاری بانکداری دیجیتال در ایران مبتنی

بر رویکرد شبکه‌ای» پرداخته‌اند. براساس یافته‌های پژوهش، الگوی طراحی شده شامل: ضرورت‌ها، درونداده‌ها، بازیگران، تعاملات هم افزا بین بازیگران و پیامدهای خط مشی گذاری شبکه‌ای در حوزه بانکداری دیجیتال می‌باشد.

موسوی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر حاکمیت فرهنگ مشارکتی بر ارتقای بهره‌وری کارگزاران دانشی با تأکید بر نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و جو نوآورانه در سازمان‌های دانش بنیان» پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داد که فرهنگ مشارکتی بر بهره‌وری کارگزاران دانشی، قابلیت‌های نوآوری و جو نوآورانه در سازمان‌های دانش بنیان اثر معنی دار و مثبت دارد.

ابراهیمیان و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل اجرای خط‌مشی دانشگاه کارآفرین مبتنی بر سیاست‌های علم و فناوری» پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داد که مدل اجرای خط‌مشی دانشگاه کارآفرین مبتنی بر سیاست‌های علم و فناوری شامل سه بعد حمایت‌ها، الزامات، تعاملات با ۲۰ مؤلفه و ۹۶ شاخص می‌باشد.

محققین غیر ایرانی نیز پژوهش‌های متعددی در این خصوص انجام داده‌اند که در ذیل به تشریح آن‌ها می‌پردازیم: ژوانک (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان «الگوی توسعه پارک‌های علم و فناوری» پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داد که سند راهبردی این مراکز باید دارای ویژگی‌های زیر باشد: مسائل مالی، سرمایه‌فکری، تعامل، توسعه منطقه، آینده پژوهی، رقابت‌پذیری، شکار استعدادها، تقویت جریان دانش پایدار و رهبری فناورانه.

پی - ج و دیگ - ران (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان «سیاست‌های توسعه کارآفرین - سی و کس - ب و کارهای کوچک و متوسط را با رویکرد آمیخته اکتشافی و پژوهش موردی» پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داد که عوامل بخش عمومی بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مؤثرند.

سوبوایز (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی روابط بین «سرمایه اجتماعی، مشارکت شهروندان و عملکرد بخش عمومی در تایلند» پرداخته است. یافته‌ها نشان داده است که شبکه‌های اجتماعی، انگیزه و توانایی شهروندان را برای مشارکت در امور عمومی افزایش می‌دهند و از این رو می‌توانند اثربخشی تأمین کالاهای عمومی را افزایش دهند. مقامات استانی و محلی با افزایش منابع دولتی تمایل زیادی به بهبود کالاها و خدمات عمومی ندارند، بنابراین در تایلند جایی که مسئولیت‌پذیری بخش دولتی اغلب ضعیف است، سرمایه اجتماعی و مشارکت شهروندان می‌تواند پاسخگویی و عملکرد بخش عمومی را بهبود بخشد.

هندرسون (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان «زمینه کارآفرینی خط‌مشی: درک پیدایش راه‌حل‌های جدید خط‌مشی برای نوآوری خدمات در فنلاند و ایرلند» پرداخته‌اند. یافته‌ها پژوهش شامل: اجرای تحقیقات سیاسی، استفاده از مشاوران

متخصص خارجی و شبکه سازی در عرصه داخلی / بین المللی و تداوم تلاش‌ها، بود.

برتون رابرتسون (۲۰۱۹)، در پژوهشی به بررسی « مطالعه ۴۳ پارک علم و فناوری » پرداخته‌اند. براساس یافته‌ها پژوهش، هسته رهبری قوی، محیط توسعه‌ای، تنوع در مبنای تأمین مالی، مرکز علمی قوی و فرهنگ کارآفرینانه یکپارچه، سرمایه اجتماعی و مشارکت شهروندان می‌تواند پاسخگویی و عملکرد بخش عمومی را بهبود بخشد. هی و ما (۲۰۲۰) در پژوهش خود بیان کرده‌اند که شهروندانی که معتقدند به نظراتشان توسط دولت در نظر گرفته می‌شود، رضایت بیشتری دارند که به نوبه خود منجر به اعتماد بیشتر به دولت می‌شود.

سیمونوفسکی و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی «درگیر کردن شهروندان در شهر هوشمند از طریق بسترهای مشارکت: چهارچوبی برای کارمندان عمومی و توسعه‌دهندگان» پرداخته‌اند. در این پژوهش بررسی شد که یک پلتفرم مشارکت باید از چه ویژگی‌هایی برخوردار باشد تا با الزامات شهروندان و کارمندان عمومی هم‌سو شود. بررسی کمی از شهروندان و مصاحبه‌های کیفی کارمندان عمومی برای استخراج این نیازها انجام شده است. مهم‌ترین الزامات شهروندان، دسترسی آزاد، کاربرپسندی و استفاده دولت از ایده‌ها است، درحالی‌که مهم‌ترین الزامات برای کارمندان عمومی نمایاندن هویت شهر، ویژگی‌های پیشرفته و فراگیر بودن شهر است.

بررسی‌های موجود در زمینه پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهند که در حوزه ابعاد و مؤلفه‌های مدل ارتقاء مشارکت کارکنان در خط‌مشی‌های دفاعی مستقیماً پژوهشی صورت نپذیرفته است و خلأ دانشی در ارتقاء مشارکت کارکنان در خط‌مشی‌های دفاعی مشاهده می‌شود. از این رو پژوهش حاضر در زمینه شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل ارتقاء مشارکت کارکنان در خط‌مشی‌های دفاعی بخشی از خلأ پژوهشی موجود را پر می‌کند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از زمره پژوهش‌های بنیادی که به روش کمی - کیفی انجام شده است می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، فرماندهان، مدیران و کارشناسان ارتش جمهوری اسلامی ایران است و با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، تعداد ۱۶ نفر (۶ خبره دانشگاهی و ۱۰ فرمانده) از افراد با تجربه و صاحب نظر در حوزه خط‌مشی‌های دفاعی انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته بود.

۳-۱- روایی و پایایی:

در بخش کیفی الف) جهت روایی پژوهش بنا به معیارهای ارائه‌شده توسط «کرسول و میلر» اقدامات زیر انجام شد:

۱-تطبیق توسط اعضا مشارکت کننده: به‌طور هم‌زمان مشارکت‌کنندگان در طول پژوهش با ابراز نظر و بازبینی ابعاد

و مؤلفه‌ها را بررسی نمودند.

۲- بررسی همکار: از چندین تن از دانشجویان دکتری مدیریت و اعضای هیئت علمی دانشگاه، که در مصاحبه‌ها مورد مشارکت قرار نگرفته بودند، استفاده شد.

۳- بازخور مشارکت‌کننده: تفسیرها و نتایج به مشارکت‌کنندگان ارائه و موارد بد درک شده تعیین و اصلاح شدند.

۴- دریافت نظرات همکاران خبره: در طول پژوهش نظرات خبرگان اعمال گردید.

ب) جهت بهبود پایایی اقدامات زیر صورت گرفت:

۱- هدایت دقیق جریان مصاحبه برای گردآوری داده‌ها: پس از کدگذاری اولیه، در فاصله زمانی کوتاهی کدگذاری‌ها بازبینی شد و نظرات تکمیلی مصاحبه‌شوندگان دریافت شد.

۲- ایجاد فرایندهای ساختمند برای اجرا و تفسیر مصاحبه‌ها: در فرایند مصاحبه‌ها، هر مصاحبه به‌طور جداگانه ثبت و در محیط آرام به پیاده‌سازی کدها مبادرت ورزیده شد.

۳- استفاده از کمیته تخصصی: کلیه فرایندهای این پژوهش با نظارت اساتید هیئت علمی صورت گرفت.

در بخش کمی جهت روایی و پایایی پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از آزمون اعتبار محتوا و روش باز آزمون

تأیید شد. در ادامه در جدول (۲) خلاصه‌ای از اطلاعات اعضای پنل دلفی نشان داده شده است:

جدول ۲ خلاصه‌ای از اطلاعات اعضای پنل دلفی

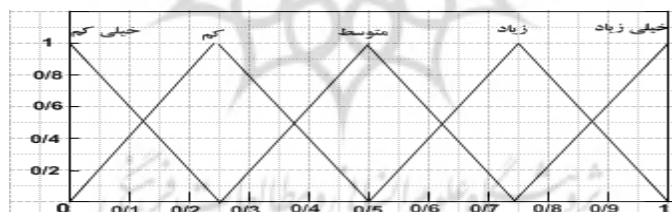
ردیف	تحصیلات	رشته تحصیلی	سابقه مدیریت	سن	نوع نیروی خدمتی
۱	دکترا	مدیریت آموزش	۴۰	۷۱	زمینی
۲	دکترا	مدیریت منابع انسانی	۳۰	۶۸	زمینی
۳	دکترا	مدیریت دولتی	۳۴	۶۸	هوایی
۴	دکترا	مدیریت دولتی	۲۵	۶۰	هوایی
۵	دکترا	مدیریت منابع انسانی	۲۴	۵۵	پدافند
۶	دکترا	مدیریت دولتی	۲۱	۵۰	دریایی
۷	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۰	۵۵	زمینی
۸	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۲	۵۴	زمینی
۹	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۶	۵۶	زمینی
۱۰	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۲	۵۰	زمینی
۱۱	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۴	۵۴	هوایی
۱۲	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۷	۵۷	هوایی
۱۳	دکترا	مدیریت استراتژیک	۲۹	۵۵	هوایی
۱۴	دکترا	مدیریت استراتژیک	۲۸	۵۰	پدافند
۱۵	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۵	۵۶	پدافند
۱۶	دکترا	مدیریت استراتژیک	۳۰	۵۵	دریایی

۲-۳. روش دلفی فازی:

روش دلفی تکنیک پیمایشی بر مبنای نظر متخصصان و با سه ویژگی اصلی: گمنامی، تکرار و بازخورد کنترل شده و پاسخ گروهی آماری که اولین بار توسط دالکی و هلمر در سال ۱۹۶۳ بیان شد، در واقع این تکنیک جهت هماهنگی نظرات گروهی از متخصصان در یک موضوع خاص یا درباره سؤال است که مبنای آن عدم قطعیت موجود در قضاوت متخصصان را به صورت اعداد کمی قطعی بیان و تفسیر می‌کند، همچنین می‌توان اینگونه بیان داشت که ابزار مناسبی برای مقابله با ابهام و عدم قطعیت موجود در فرآیند تصمیم‌گیری است. بنابراین در این پژوهش از روش دلفی فازی به منظور تأیید و غربالگری شاخصهای شناسایی شده استفاده شده است. موسوی و همکاران (۲۰۱۵): روش دلفی فازی را شامل گام‌های می‌بینند که در ادامه بیان شده است:

۱- شناسایی شاخص‌های پژوهش: با استفاده از مرور جامع مبنای نظری پژوهش و مصاحبه نیمه ساختار یافته با خبرگان محقق شد.

۲- جمع آوری نظرهای متخصصان تصمیم‌گیرنده: در این مرحله با بررسی‌های عمیق و گسترده گروهی از خبرگان مرتبط با موضوع پژوهش تشکیل شده و پرسشنامه‌ای محقق ساخته بین آنان توضیح شد که در آن متغیرهای زبانی شکل (۱) برای بیان اهمیت هر شاخص به کار برده شد. همچنین در این پژوهش از اعداد فازی مثلثی مطابق جدول (۳) استفاده شده است.



شکل ۱ تعریف متغیرهای زبانی

جدول ۳ عبارات زبانی و اعداد دلفی فازی (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۹۵؛ موسوی و همکاران، ۱۳۹۴).

عبارات زبانی	عدد فازی مثلثی	عدد فازی قطعی شده
خیلی زیاد	(۰/۷۵، ۱، ۱)	۰/۷۵
زیاد	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	۰/۵۶۲۵
متوسط	(۰/۲۵، ۰/۵، ۰/۷۵)	۰/۳۱۲۵
کم	(۰، ۰/۲۵، ۰/۵)	۰/۰۶۲۵
خیلی کم	(۰، ۰، ۰/۲۵)	۰/۰۶۲۵

۳- تأیید و غربالگری شاخص‌ها: در این مرحله هر شاخص با مقدار آستانه از طریق مقایسه مقدار ارزش اکتسابی \bar{G} صورت می‌پذیرد. در این پژوهش مقدار ۰,۷ به عنوان مقدار آستانه در نظر گرفته شده است (راهداری و نصر، ۱۳۹۶).

برای این منظور مقادیر فازی مثلثی نظرهای خبرگان محاسبه شد، سپس برای محاسبه میانگین نظرات n پاسخ دهنده، میانگین فازی آن‌ها از روابط زیر استفاده شد. (راهداری و نصر، ۱۳۹۶؛ سیف الدین و همکاران، ۱۳۹۶).

$$\bar{r}_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij}), \quad \begin{matrix} i = 1, 2, \dots, n \\ j = 1, 2, \dots, m \end{matrix} \quad \text{رابطه ۱-}$$

$$a_j = \sum \frac{a_{ij}}{n} \quad \text{رابطه ۲-}$$

$$b_j = \sum \frac{b_{ij}}{n} \quad \text{رابطه ۳-}$$

$$c_j = \sum \frac{c_{ij}}{n} \quad \text{رابطه ۴-}$$

در وقت در روابط بالا اندیس i به فرد خبره و اندیس j به شاخص تصمیم‌گیری اشاره دارد. همچنین مقدار دیفازی شده میانگین عدد فازی از رابطه ۵ بدست می‌آید (راهداری و نصر، ۱۳۹۶).

$$Crisp = \frac{a + b + c}{3} \quad \text{رابطه ۵-}$$

۴- مرحله اجماع و اتمام دلفی فازی: در این مرحله چنانچه اختلاف میانگین دو راند متوالی دلفی فازی از ۰٫۱ کمتر باشد دلفی فازی به اتمام می‌رسد (چنگ و لین، ۲۰۰۲). در واقع الگوریتم کلی روش دلفی فازی به صورت شکل (۲) است:



شکل ۲ الگوریتم اجرای روش دلفی فازی

۴. یافته‌های پژوهش

در این بخش به شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان پرداخته می‌شود، که در جدول (۴) مجموعه مؤلفه‌های و ابعاد نشان داده شده است.

جدول ۴ مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان

معرف	مؤلفه‌ها	ابعاد	معرف	مؤلفه‌ها	ابعاد
C24	بهبود کیفیت خدمات	ادامه عوامل سازمانی	C1	سن	عوامل فردی
C25	رفع مشکلات موجود		C2	دین و مذهب	
C26	توجه به ارزش‌ها		C3	نژاد و قومیت	
C27	پاسخگویی به نیازهای فردی		C4	شغل	
C28	سازوکارهای ارتقاء مشارکت		C5	تحصیلات	
C29	گسترش اخلاق		C6	رضایت‌مندی از مشارکت	
C30	فرهنگ کار تیمی		C7	تجربه سودمند بودن مشارکت	
C31	نگرش و سبک رهبری		C8	احساس مشارکت واقعی	
C32	ویژگی‌های شخصیتی	عوامل رفتاری	C9	روحیه بالا برای مشارکت	عوامل سازمانی
C33	مهارت‌های ارتباط مؤثر		C10	باور به مشارکت	
C34	عوامل ادراکی		C11	تعهد سازمانی	
C35	تجربیات گذشته		C12	احترام و تکریم	
C36	رفتار زیردستان		C13	نوع دوستی و برابری	
C37	اجتماعی		C14	اعتماد کارکنان به سازمان	
C38	فرهنگی	عوامل محیطی	C15	مأموریت و چشم‌انداز	عوامل سازمانی
C39	اقتصادی		C16	اهداف	

معرف	مؤلفه‌ها	ابعاد	معرف	مؤلفه‌ها	ابعاد
		عوامل قانونی		برنامه‌ریزی	
C40	سیاسی		C17	شفاف‌سازی	
C41	رسانه‌ها		C18	شایسته‌سالاری و عدالت	
C42	اقدامات بین‌المللی		C19	حفظ مالکیت فکری	
C43	نبود قانون مناسب		C20	کاهش فساد	
C44	ضعف در اجرا و ارزیابی		C21	بهره‌وری	
C45	ضعف در بازنگری قوانین		C22	حفظ شأن و جایگاه کارکنان	
C46	نبود سازوکار تغییر قوانین		C23	ارتقاء پاسخگویی	

۱-۴.۴ راند اول:

پس از شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان، پرسشنامه‌ای بر مبنای آن در اختیار خبرگان قرار گرفت و با توجه به طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت و متغیرهای زبانی تعریف شده، نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله نخست نظرسنجی در جدول ۴ آورده شده است.

جدول نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله نخست نظرسنجی

معرف	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	معرف	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	معرف																																																																																																																																																																																																																																																																								
												تعداد ۱	تعداد ۲	تعداد ۳	تعداد ۴	تعداد ۵																																																																																																																																																																																																																																																																				
C1	۰	۰	۴	۱۰	۴	C24	۰	۱	۰	۴	۱۲	C2	۰	۰	۱	۲	۹	۴	C25	۰	۰	۱	۲	۹	C3	۰	۴	۶	۴	۲	C26	۰	۰	۲	۴	۸	C4	۲	۵	۲	۵	۲	C27	۰	۰	۳	۸	۵	C5	۰	۰	۴	۸	۵	C28	۰	۰	۰	۷	۲	C6	۰	۰	۰	۷	۲	C29	۰	۰	۰	۷	۲	C7	۰	۰	۰	۵	۱۱	C30	۰	۰	۰	۲	۶	C8	۰	۲	۰	۸	۶	C31	۰	۱	۱	۷	۳	C9	۰	۱	۱	۷	۷	C10	۰	۰	۱	۶	۹	C32	۰	۰	۰	۶	۷	C11	۰	۰	۳	۵	۸	C33	۰	۰	۳	۵	۸	C34	۰	۰	۳	۵	۸	C12	۰	۰	۳	۵	۸	C35	۰	۰	۰	۷	۹	C13	۰	۰	۰	۷	۹	C36	۰	۰	۰	۷	۹	C14	۰	۱	۳	۷	۵	C37	۰	۱	۳	۷	۵	C15	۰	۱	۳	۷	۵	C38	۰	۱	۲	۶	۷	C16	۰	۱	۲	۶	۷	C39	۰	۰	۲	۶	۷	C17	۰	۰	۲	۶	۷	C40	۰	۰	۲	۶	۷	C18	۰	۰	۴	۳	۹	C41	۰	۰	۴	۳	۹	C19	۰	۲	۰	۹	۵	C42	۰	۲	۰	۹	۵	C20	۰	۱	۴	۱۱	۰	C43	۰	۱	۴	۱۱	۰	C21	۰	۱	۰	۸	۷	C44	۰	۱	۰	۸	۷	C22	۰	۰	۳	۷	۶	C45	۰	۰	۳	۷	۶	C23	۰	۱	۱	۱۱	۳	C46	۰	۱	۱	۱۱	۳

پس از مشخص شدن تعداد پاسخ‌ها به شاخص‌ها و بعد از محاسبه میانگین فازی مثلثی برای عوامل از فرمول رابطه-

۵ و اعداد فازی قطعی شده برای هر عامل محاسبه می‌شود. نتایج میانگین فازی و فازی زدایی مؤلفه‌ها به این شرح

است:

جدول ۵ میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظر سنجی مرحله اول

معرف	میانگین فازی			رد	وضعیت	رد	میانگین فازی			وضعیت
	حدا	میانگین فازی	حدا				حدا	میانگین فازی	حدا	
C1	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۵۳	تایید	تایید	C24	۰,۶۵۶	۰,۹۰۶	۰,۹۶۹	تایید
C2	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۸۴	تایید	تایید	C25	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۳۸	تایید
C3	۰,۳۱۳	۰,۵۶۳	۰,۷۸۱	رد	رد	C26	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۳۸	تایید
C4	۰,۲۸۱	۰,۵۰۰	۰,۷۱۹	رد	رد	C27	۰,۵۴۷	۰,۷۹۷	۰,۹۶۹	تایید
C5	۰,۵۳۱	۰,۷۸۱	۰,۹۵۳	تایید	تایید	C28	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۲۲	تایید
C6	۰,۶۴۱	۰,۸۹۱	۱,۰۰۰	تایید	تایید	C29	۰,۲۵۰	۰,۴۸۴	۰,۷۰۳	رد
C7	۰,۶۷۲	۰,۹۲۲	۱,۰۰۰	تایید	تایید	C30	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۰۶	تایید
C8	۰,۵۳۱	۰,۷۸۱	۰,۹۳۸	تایید	تایید	C31	۰,۵۴۷	۰,۷۹۷	۰,۹۳۸	تایید
C9	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۵۳	تایید	تایید	C32	۰,۵۱۶	۰,۷۶۶	۰,۹۶۹	تایید
C10	۰,۶۲۵	۰,۸۷۵	۰,۹۸۴	تایید	تایید	C33	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۶۹	تایید
C11	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۵۳	تایید	تایید	C34	۰,۴۶۹	۰,۷۱۹	۰,۹۲۲	تایید
C12	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۵۳	تایید	تایید	C35	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۵۳	تایید
C13	۰,۶۴۱	۰,۸۹۱	۱,۰۰۰	تایید	تایید	C36	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۶۹	تایید
C14	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۲۲	تایید	تایید	C37	۰,۴۸۴	۰,۷۳۴	۰,۸۹۱	تایید
C15	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۲۲	تایید	تایید	C38	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۳۸	تایید
C16	۰,۵۴۷	۰,۷۹۷	۰,۹۳۸	تایید	تایید	C39	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۳۸	تایید
C17	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۶۹	تایید	تایید	C40	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۸۴	تایید
C18	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۳۸	تایید	تایید	C41	۰,۵۳۱	۰,۷۸۱	۰,۹۵۳	تایید
C19	۰,۵۱۶	۰,۷۶۶	۰,۹۳۸	تایید	تایید	C42	۰,۲۹۷	۰,۵۳۱	۰,۷۳۴	رد
C20	۰,۴۰۶	۰,۶۵۶	۰,۹۰۶	رد	رد	C43	۰,۵۱۶	۰,۷۶۶	۰,۹۰۶	تایید
C21	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۶۹	تایید	تایید	C44	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۵۳	تایید
C22	۰,۵۴۷	۰,۷۹۷	۰,۹۵۳	تایید	تایید	C45	۰,۲۹۷	۰,۵۳۱	۰,۷۳۴	رد
C23	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۵۳	تایید	تایید	C46	۰,۵۱۶	۰,۷۶۶	۰,۹۰۶	تایید

پس از اتمام مرحله اول ، مرحله دوم را نیز باید صورت گیرد تا بتوانیم جهت مقایسه و تحلیل و نتیجه هر دو مرحله

اقدام کنیم.

۲-۴. راند دوم

در نظرسنجی مرحله دوم نتایج شمارش پاسخ‌ها به شاخص‌ها به شرح جدول ذیل است:

جدول ۴: نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله دوم نظرسنجی

معرف	خیلی کم تعداد ۱	کم تعداد ۲	متوسط تعداد ۳	زیاد تعداد ۴	خیلی زیاد تعداد ۵	معرف	خیلی کم تعداد ۱	کم تعداد ۲	متوسط تعداد ۳	زیاد تعداد ۴	خیلی زیاد تعداد ۵
C1	۰	۰	۴	۱۰	۴	C24	۰	۱	۰	۴	۱۲
C2	۰	۰	۱	۹	۶	C25	۰	۰	۲	۷	۷
C5	۰	۰	۲	۶	۸	C26	۰	۰	۴	۴	۸
C6	۰	۰	۰	۷	۹	C27	۰	۰	۲	۹	۵
C7	۰	۰	۰	۵	۱۱	C28	۰	۲	۱	۸	۵
C8	۰	۲	۰	۸	۶	C30	۰	۱	۴	۵	۶
C9	۰	۱	۱	۷	۷	C31	۰	۱	۲	۶	۷
C10	۰	۰	۱	۶	۹	C32	۰	۱	۰	۱۲	۳
C11	۰	۰	۳	۵	۸	C33	۰	۰	۲	۷	۷
C12	۰	۰	۴	۳	۱۰	C34	۰	۱	۳	۹	۳
C13	۰	۰	۰	۷	۹	C35	۰	۱	۱	۷	۷
C14	۰	۱	۳	۷	۵	C36	۰	۰	۲	۸	۶
C15	۰	۱	۳	۷	۵	C37	۰	۱	۵	۴	۶
C16	۰	۱	۲	۶	۷	C38	۰	۱	۲	۹	۴
C17	۰	۰	۲	۸	۶	C39	۰	۰	۴	۴	۸
C18	۰	۰	۴	۳	۹	C40	۰	۰	۱	۹	۶
C19	۰	۲	۰	۵	۹	C41	۰	۱	۱	۹	۵
C21	۰	۱	۰	۸	۷	C43	۰	۱	۴	۴	۷
C22	۰	۰	۳	۷	۶	C44	۰	۱	۱	۷	۷
C23	۰	۰	۱	۱۰	۵	C46	۰	۰	۲	۶	۸

جدول میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظر سنجی مرحله دوم

معرف	میانگین فازی			معرف	وضعیت	معرف	میانگین فازی		
	زدا	میانگین فازی	وضیعت				زدا	میانگین فازی	وضیعت
C1	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۵۳	C24	تایید	۰,۷۳۴	۰,۷۷۱	۰,۹۶۹	
C2	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۸۴	C25	تایید	۰,۷۹۷	۰,۷۲۴	۰,۹۲۲	
C5	۰,۵۹۴	۰,۸۴۴	۰,۹۶۹	C26	تایید	۰,۸۰۲	۰,۷۱۹	۰,۹۰۶	
C6	۰,۶۴۱	۰,۸۹۱	۱,۰۰۰	C27	تایید	۰,۸۴۴	۰,۷۶۰	۰,۹۳۸	
C7	۰,۶۷۲	۰,۹۲۲	۱,۰۰۰	C28	تایید	۰,۸۶۵	۰,۷۵۰	۰,۹۶۹	
C8	۰,۵۳۱	۰,۷۸۱	۰,۹۳۸	C30	تایید	۰,۷۵۰	۰,۷۹۲	۰,۹۶۹	
C9	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۵۳	C31	تایید	۰,۷۷۶	۰,۷۰۳	۰,۹۲۲	
C10	۰,۶۲۵	۰,۸۷۵	۰,۹۸۴	C32	تایید	۰,۸۲۸	۰,۷۷۶	۰,۹۵۳	
C11	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۵۳	C33	تایید	۰,۷۸۶	۰,۷۸۱	۰,۹۶۹	
C12	۰,۶۰۹	۰,۸۵۹	۰,۹۵۳	C34	تایید	۰,۸۰۷	۰,۷۰۳	۰,۸۹۱	
C13	۰,۶۴۱	۰,۸۹۱	۱,۰۰۰	C35	تایید	۰,۸۴۴	۰,۷۲۹	۰,۹۳۸	
C14	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۲۲	C36	تایید	۰,۷۳۴	۰,۷۷۱	۰,۹۳۸	
C15	۰,۵۰۰	۰,۷۵۰	۰,۹۲۲	C37	تایید	۰,۷۳۴	۰,۷۹۷	۰,۹۸۴	
C16	۰,۵۴۷	۰,۷۹۷	۰,۹۳۸	C38	تایید	۰,۷۶۰	۰,۷۵۵	۰,۹۵۳	
C17	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۶۹	C39	تایید	۰,۷۸۱	۰,۷۲۹	۰,۹۰۶	
C18	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۳۸	C40	تایید	۰,۷۸۱	۰,۷۷۶	۰,۹۵۳	
C19	۰,۵۱۶	۰,۷۶۶	۰,۹۳۸	C41	تایید	۰,۷۴۰	۰,۸۰۲	۰,۹۶۹	
C21	۰,۵۷۸	۰,۸۲۸	۰,۹۶۹	C43	تایید	۰,۷۹۲	۰,۷۷۱	۰,۹۶۹	
C22	۰,۵۴۷	۰,۷۹۷	۰,۹۵۳	C44	تایید	۰,۷۶۶	۰,۷۲۴	۰,۹۲۲	
C23	۰,۵۶۳	۰,۸۱۳	۰,۹۸۴	C46	تایید	۰,۷۸۶	۰,۷۱۹	۰,۹۰۶	

پس از اینکه هر دو مرحله نظرسنجی انجام شد، لازم است اختلاف میان میانگین فازی زدایی شده شاخص‌ها مورد

بررسی و تحلیل قرار گیرد. بررسی اختلاف میانگین فازی زدایی شده شاخص‌ها در مرحله اول و دوم به این شرح است:

جدول ۸ اختلاف میانگین فازی زدایی شده مرحله اول و دوم نظرسنجی

معرف	زدایی مرحله ۱ میانگین فازی	زدایی مرحله ۲ میانگین فازی	اختلاف	معرف	زدایی مرحله ۱ میانگین فازی	زدایی مرحله ۲ میانگین فازی	اختلاف
C1	۰,۷۳۴	۰,۷۳۴	۰	C24	۰,۸۴۴	۰,۷۷۱	-۰,۰۷۳
C2	۰,۷۹۷	۰,۷۹۷	۰	C25	۰,۷۲۹	۰,۷۲۴	-۰,۰۰۵
C5	۰,۷۵۵	۰,۸۰۲	۰,۰۴۷	C26	۰,۷۷۱	۰,۷۱۹	-۰,۰۵۲
C6	۰,۸۴۴	۰,۸۴۴	۰	C27	۰,۷۷۱	۰,۷۶۰	-۰,۰۱۱
C7	۰,۸۶۵	۰,۸۶۵	۰	C28	۰,۷۲۴	۰,۷۵۰	۰,۰۲۶
C8	۰,۷۵۰	۰,۷۵۰	۰	C30	۰,۷۱۹	۰,۷۹۲	۰,۰۷۳
C9	۰,۷۷۶	۰,۷۷۶	۰	C31	۰,۷۶۰	۰,۷۰۳	-۰,۰۵۷
C10	۰,۸۲۸	۰,۸۲۸	۰	C32	۰,۷۵۰	۰,۷۷۶	۰,۰۲۶
C11	۰,۷۸۶	۰,۷۸۶	۰	C33	۰,۷۹۲	۰,۷۸۱	-۰,۰۱۱
C12	۰,۷۸۶	۰,۸۰۷	۰,۰۲۱	C34	۰,۷۰۳	۰,۷۰۳	۰
C13	۰,۸۴۴	۰,۸۴۴	۰	C35	۰,۷۷۶	۰,۷۲۹	-۰,۰۴۷
C14	۰,۷۲۴	۰,۷۲۴	۰	C36	۰,۷۸۱	۰,۷۷۱	-۰,۰۰۱
C15	۰,۷۲۴	۰,۷۲۴	۰	C37	۰,۷۰۳	۰,۷۹۷	۰,۰۷۶
C16	۰,۷۶۰	۰,۷۶۰	۰	C38	۰,۷۲۹	۰,۷۵۵	۰,۰۲۶
C17	۰,۷۸۱	۰,۷۸۱	۰	C39	۰,۷۷۱	۰,۷۲۹	-۰,۰۴۲
C18	۰,۷۸۱	۰,۷۸۱	۰	C40	۰,۷۹۷	۰,۷۷۶	-۰,۰۲۱
C19	۰,۷۴۰	۰,۷۴۰	۰	C41	۰,۷۵۵	۰,۸۰۲	۰,۰۴۷
C21	۰,۷۹۲	۰,۷۹۲	۰	C43	۰,۷۲۹	۰,۷۷۱	۰,۰۴۲
C22	۰,۷۶۶	۰,۷۶۶	۰	C44	۰,۷۷۶	۰,۷۲۴	-۰,۰۵۲
C23	۰,۷۳۴	۰,۷۸۶	۰,۰۵۲	C46	۰,۷۲۹	۰,۷۱۹	-۰,۰۱۰

با توجه به مقایسه مرحله اول و مرحله دوم در صورتی که اختلاف میانگین فازی زدایی شده از (۰/۱) کمتر باشد، فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود. با توجه به اینکه اختلاف میانگین فازی زدایی شده نظر خبرگان در دو مرحله از (۰/۱) کمتر است، نظرسنجی در این مرحله متوقف می‌شود.

۵. بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خط‌مشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان و از روش تحقیق، بنیادی، و به روش تحقیقات کمی-کیفی انجام گردید؛ جامعه آماری این پژوهش، فرماندهان، مدیران و کارشناسان ارتش جمهوری اسلامی ایران است که به صورت کیفی اکتشافی، موضوع را بررسی می‌کند؛ آن‌گاه یافته‌های کیفی، مبنای توسعه فرضیاتی درباره شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل نوآوری و ارزش آفرینی در

خطمشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان می‌شود. حجم نمونه پژوهش با نمونه‌گیری گلوله برفی ۱۶ نفر است. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق، مصاحبه نیمه ساختار یافته و پرسش نامه است. به این ترتیب بر مبنای مصاحبه‌ها و مطالعات پیشین و پس از بررسی و تلفیق، ۴۶ مؤلفه استخراج شد، و ۵ بعد اصلی جانمایی شدند. در نهایت با بهره‌گیری از پرسش نامه و استفاده از روش دلفی فازی، از ۴۶ مؤلفه، ۶ معیار حذف شد و ۴۰ معیار در قالب ۵ گروه اصلی، برای مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خطمشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان شناسایی شد. نتایج به‌دست‌آمده با بخشی از نتایج گزارش‌شده در مطالعات سیمنوفسکی و همکاران (۲۰۲۱)؛ ابراهیمیان و همکاران (۱۴۰۱)؛ صمد زاده و همکاران (۱۴۰۱)؛ موسوی و همکاران (۱۴۰۱)؛ بنار و همکاران (۱۴۰۰)؛ جوادی و همکاران (۱۳۹۹)؛ رمضان پور و همکاران (۱۳۹۸)، همخوانی دارد، در این راستا یافته‌های پژوهش نشان دادند، اگرچه حمایت سازمانی، فرهنگ مشارکتی در ابتدای راه و در کانون فرایند مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خطمشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان است، یعنی برنامه‌های مطلوب که با مشارکت و همفکری فرماندهان همسو با تحولات نوین جهانی در جهت بالنده نمودن فرماندهان طراحی و اجرا شود و هدف نهایی اجرای آن تربیت فرماندهان توانمند و خلاق باشد. به احتمال زیاد، تجربه فرماندهان از شرکت در برنامه‌هایی که در راستای رفع نیازهای آنان طراحی نگردیده و به‌درستی اجرا نشده است، باعث شده است که تدوین برنامه منسجم با مشارکت خودشان مهم‌ترین دغدغه و اولویت آنان در راه رشد و بالندگی باشد. افزایش اقدامات مدل نوآوری و ارزش آفرینی در خطمشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان اساسی‌ترین راه‌حل دستیابی به رویکردها و رویه‌های آموزشی مؤثر، کارآمد و اثربخش به‌منظور پاسخگویی به نیازهای سازمان و جامعه، آماده‌سازی کارکنان برای محیط‌ها و موقعیت‌های اجتماعی و شغلی در آینده است. جایگاه و اهمیت حیاتی کارکنان و تأثیر آن‌ها بر فرایندها و پیامدهای دفاعی منجر به توجه به تقویت افزایش سطح کمی و کیفی نوآوری و ارزش آفرینی در خطمشی‌های دفاعی مبتنی بر ارتقاء مشارکت کارکنان شده است. همچنین انجام پژوهش‌های بیشتر در زمینه شرایط و روش‌های نوین و در سطح گسترده به روشن شدن این امر کمک شایانی خواهد کرد. حال بر مبنای یافته‌های این مطالعه، متصدیان امر خطمشی‌گذاری‌های دفاعی می‌توانند شاهد حضور و نقش پررنگ‌تری در زمینه ارتقاء مشارکت کارکنان در خطمشی‌های دفاعی را داشته باشند. لذا، باید با اتخاذ خطمشی‌های مقرراتی، این حضور را تقویت نمایند و از دانش و همکاری‌های همه‌جانبه و بهره‌گیری از ظرفیت کارکنان در ایجاد خطمشی‌های دفاعی و سپس در ارزیابی فرایندها و برنامه‌های اجراشده بهره‌برند تا در نهایت به اهداف کلان خطمشی‌های دفاعی و امنیت پایدار ارائه‌شده در قالب اسناد ملی نائل گردند. در این زمینه، تدوین برخی قوانین جدید، ارائه اطلاعات در راستای شفاف‌سازی وضعیت مشارکت و شرایط وضع خطمشی‌ها، ایجاد برخی مکانیزم‌های تسهیل حضور در ایجاد و ارزیابی خطمشی‌ها، مانند مکانیزم‌های مشارکتی الکترونیکی، ارائه مشوق‌ها برای حضور بیشتر و حمایت‌های مالی و اعتباری جهت پیش برد اهداف و برنامه‌های خود در راستای ارتقاء مشارکت کارکنان در خطمشی‌های دفاعی، از پیشنهاد‌های این مطالعه است.

قدردانی

از کلیه اساتید و خبرگان که در مراحل مختلف این پژوهش، دانش خویش را سخاوتمندانه در اختیار محققان قرار دادند، تشکر و قدردانی می‌نماییم.

منابع

- آذر، عادل، خسروانی، فرزانه و جلالی، رضا. (۱۳۹۵). تحقیق در عملیات نرم، رویکردهای ساختاردهی مسئله. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- ابراهیمیان، مرضیه، رجبی فرجاد، حاجیه و کردلوئی، حمید رضا. (۱۴۰۰). طراحی مدل اجرای خطمشی دانشگاه کارآفرین مبتنی بر سیاست‌های علم و فناوری. خطمشی‌گذاری عمومی در مدیریت. ۱۳ (۴۷): ۱۶۷-۱۸۳.
- اسدپور، مرتضی، کارگر، مهناز. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر نوآوری سازمانی و نوآوری مدیریتی در موفقیت شرکتهای دانش بنیان مورد مطالعه: شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری گیلان، فصلنامه رشد فناوری، ۱۱ (۴۳): ۱۰.
- بنار، احد، رضائیان، علی، معماریانی، عزیزالله و معینی، علی. (۱۴۰۰). طراحی الگوی سیاست‌گذاری مبتنی بر هوش تجاری در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با دو رویکرد کلان و تفصیلی. فصلنامه علمی مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی. ۱۱ (۴۲): ۷-۴۲.
- پازری، محسن، حقیقی نسب، منیژه و عدالتیان شهریاری، جمشید. (۱۴۰۰). ارائه مدل ارزش آفرینی در اکوسیستم کارآفرینی فناوری اطلاعات و ارتباطات. دو فصلنامه علمی فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران. ۱۳ (۵۰): ۱۹۵-۲۱۲.
- ثنائی پور، هادی. (۱۳۹۹). فرا تحلیل مطالعات سیاست‌گذاری کارآفرینی در ایران: تجربیات گذشته و چشم‌اندازهای آینده. مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی، ۱۰ (۳۹): ۴۲۰-۳۸۹.
- ثنائی پور، هادی و جعفری مقدم، سعید. (۱۳۹۹). تحلیل محتوای سیاست‌های توسعه کارآفرینی در برنامه‌های پنج ساله توسعه کشور. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۸ (۳): ۵۳۷-۵۵۸.
- جمشیدی، صید حسین، امینی سابق، زین‌العابدین، ساده، احسان و شیخ‌الاسلامی کندلوسی، نادر. (۱۴۰۰). طراحی مدل اجرای خطمشی‌های عمومی در شرکت‌های دولتی پروژه محور نفتی. فرایند مدیریت و توسعه. ۳۴ (۲): ۱۵۰-۱۲۷.
- جوادی، محمدمرتضی، الوانی، سید مهدی، رضایی میرقائد، محسن، موسی خانی، مرتضی و عظیمی، پرهام. (۱۳۹۹). شناسایی سیاست‌گذاری جامعه‌شناختی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران. علوم اجتماعی، ۱۴ (۴): ۱-۲۶.
- حاجی پور، ابراهیم، فروزند، لطف‌الله، دانایی‌فرد، حسن و فانی، اصغر. (۱۳۹۴). طراحی الگوی آسیب‌شناسی اجرای خطمشی عمومی در ایران. فصلنامه مدیریت نظامی، ۱۵ (۵۸): ۱-۲۳.

حیرانی، حسین، باقری مقدم، ناصر و رضوی پور، رضا. (۱۳۹۳). نگاهت خط مشی گذاری علم و فناوری در کشور براساس مدل فرآیندی خط مشی گذاری (مطالعه موردی: شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری). سیاست نامه علم و فناوری، ۳(۳): ۵۳-۷۲

رمضانپور، دانیال، عبدالحمید، مهدی، رضائیان، علی. (۱۳۹۸). ارائه الگوی عوامل مؤثر بر مشارکت نخبگان در فرایند تدوین خط‌مشی‌های عمومی نظام جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی. زمستان ۹۸ صمدزاده، مسعود، گیوریان، حسن، ربیعی مندجین، محمدرضا و هاشم زاده خوراسگانی، غلامرضا. (۱۴۰۱). خط مشی گذاری استراتژیک در برون سپاری فناوری اطلاعات (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی). فصلنامه خط مشی گذاری عمومی در مدیریت. ۱۳ (۴۵): ۳۵-۴۹

علی پور، فرهاد، رحیمیان، محمد و سدیری جوادی، عاطفه. (۱۴۰۰). تأثیر بیگانه پنداری کارکنان نسبت به کار و خط‌مشی‌های سازمان بر نگرش‌ها و رفتارهای آنان. فرایند مدیریت و توسعه. ۱۴۰۰؛ ۳۴ (۳): ۱۱۲-۸۷
 قدمی، مهدی، موسی خانی، مرتضی، الوانی، سید مهدی و یزدانی، حمیدرضا. (۱۴۰۱). طراحی الگوی خط مشی گذاری بانکداری دیجیتال در ایران مبتنی بر رویکرد شبکه‌ای. فرایند سیاست گذاری عمومی. ۸ (۱): ۱۴۱-۱۲۵
 قلی پور سوتنه، رحمت اله، محمدی الیاسی، قنبر، شریف زاده، فتاح و باقری، فرشته. (۱۳۹۹). کارآفرینی خط مشی: مطالعه موردی شرکت تولید برق حرارتی. فصلنامه پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه ریزی انرژی، ۶(۲۰): ۱۲۳-۱۵۷.
 قلاچی، مسعود، رهنورد، فرج الله و مرتضوی، مهدی. (۱۴۰۱). شناسایی ملاک‌های اجرای موفق خط‌مشی مالکیت صنعتی. مطالعات مدیریت دولتی ایران

کریمی طرارانی، محبوب، شریف زاده، فتاح، میرعلی، سیدنقوی و حسین پور، داود. (۱۳۹۹). تأثیر عوامل مؤثر بر خط مشی گذاری پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های دانش بنیان بر بروندهای آن‌ها با نقش میانجی کارآفرینی فناورانه. مطالعات مدیریت دولتی ایران، ۳(۴): ۹۹-۱۲۶

محمدی، حمید و نصراللهی، اکبر. (۱۴۰۱). سیاست گذاری رسانه‌های نوین در ایران: (مطالعه موردی سازمان صدا و سیما و مرکز ملی فضای مجازی). فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۱۶(۴۲): ۱۰۸-۸۱

موسوی، نجم‌الدین، فاضل پور، فاطمه، قاسم پور، حامد و میر، سعید. (۱۴۰۱). تأثیر حاکمیت فرهنگ مشارکتی بر ارتقای بهره‌وری کارگزاران دانشی با تأکید بر نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و جو نوآورانه در شرکت‌های دانش بنیان. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی. ۵ (۱۵): ۸۴-۵۹

مهدی نژاد نوری، محمد، سعادت، مجتبی، خسروجردی، علی و فخری، مجید. (۱۳۹۶). طراحی الگوی سازمان‌های دفاعی دانش، فصلنامه مطالعات راهبردی دفاعی، ۱۵ (۶۸): ۷۱-۹۲

- Boenigk, S., Fisk, R., Kabadayi, S., Alkire, L., Cheung, L., Corus, C., ... & Smidt, N. (2021). Rethinking service systems and public policy: a transformative refugee service experience framework. *Journal of Public Policy & Marketing*, 40(2), 165-183.
- Carpenter, D., & Moss, D. A. (Eds.). (2013). Preventing regulatory capture: Special interest influence and how to limit it. Cambridge University Press.
- Day, J. C. (2017). Effective public participation is fundamental for marine conservation—lessons from a large-scale MPA. *Coastal Management*, 45(6), 470-486.
- Ghazinoory, S., & Aghaei, P. (2021). Differences between policy assessment & policy evaluation; a case study on supportive policies for knowledge-based firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 169, 120801.
- Innes, A. (2014). The Political Economy of State Capture in Central E Urope. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 52(1), 88-104.
- Monnet, É., Pagliari, S., & Vallée, S. (2014). Europe between financial repression and regulatory capture (No. 2014/08). Bruegel Working Paper.
- Wang, Catherine, L., & Ahmad, Pervez, K. (2003). Structure & structural dimensions for knowledge-based organization, measuring business excellence, Vol., issue 1.
- Wellstead, A. M., & Howlett, M. (2021). (Re) Thinking think tanks in the age of policy labs: The rise of knowledge-based policy influence organisations. *Australian Journal of Public Administration*.
- Yi, Y., Gong, T., (2013). Customer value co-creation behavior: scale development and validation. *Journal of Business Research*, 66 (9), 1279–1284.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.02.026>.