تاثیر خرد محلی و ذهن کارآفرین کارکنان بر تاب آوری سازمانی با توجه به نقش نوآوری

جواد راهدارپور
گروه مدیریت، واحد زابل، دانشگاه آزاد اسلامی، زابل، ایران
Javad Rahdarpour
Department of management, ZAB.C., Islamic Azad University, Zabol, Iran
drjrahdarpour@iau.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تاثیر خرد محلی و ذهن کارآفرین کارکنان بر تاب آوری سازمانی با توجه به نقش نوآوری صورت گرفت. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی–همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت های کوچک و متوسط تولیدکننده برنج در ایران است که تعداد ۳۶۹ نفر از مدیران به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی طبقه‌ای متناسب بوده است. روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش پیمایشی بوده و ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه استاندارد است.برای بررسی روایی ابزار پژوهش از روایی صوری، محتوایی و سازه استفاده شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. در این پژوهش، داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS انجام شد. نتایج نشان داد خرد محلی و ذهن کارآفرین کارکنان بر تاب آوری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نوآوری این رابطه را میانجی می کند.

واژگان کلیدی: خرد محلی، ذهن کارآفرین کارکنان، تاب آوری سازمانی، نوآوری

The Impact of Local Wisdom and Entrepreneurial Mindset of Employees on Organizational Resilience with Respect to The Role of Innovation

Abstract

The present study aimed to investigate the impact of local wisdom and entrepreneurial mindset of employees on organizational resilience with respect to the role of innovation. This research is applied in terms of its purpose and descriptive-correlation in terms of its nature and method. The statistical population of the study includes all small and medium-sized rice producing companies in Iran, of which 369 managers were selected as a statistical sample. The sampling method in this study was proportional stratified random. The data collection method in this study was a survey and the main tool for collecting information was a standard questionnaire. To examine the validity of the research tool, face, content and construct validity were used. To measure the reliability of the questionnaires, Cronbach's alpha coefficient and composite reliability were used. In this study, data were analyzed at two levels of descriptive statistics and inferential statistics. Data analysis was performed using SPSS and SmartPLS software. The

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

results showed that local wisdom and the entrepreneurial mindset of employees have a positive and significant effect on organizational resilience. Innovation also mediates this relationship.
Keywords: Local wisdom, Entrepreneurial mindset of employees, Organizational resilience, Innovation

مقدمه

تأثیر جهانی شدن، سبک زندگی بسیاری از مردم را تغییر داده است، توسعه نیازهای زندگی بشر نیز به شدت تحت تأثیر پیشرفت‌های علم و فناوری قرار گرفته است. با این حال، اساساً نقش جهانی شدن، وقتی از جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی که در همه کشورهای جهان رخ می‌دهد، بررسی شود، یک فرآیند طبیعی است که باعث ایجاد پیوندهای فراوان و به طور فزاینده‌ای تغییر مرزهای جغرافیایی بین کشورها می‌شود (سندی[1]، ۲۰۲۲). تأثیر مثبت ناشی از جهانی شدن شدید، اتحاد بخش‌های مختلف جهان در انجام همکاری در حوزه اقتصادی است، اما در واقع این امر تأثیرات دیگری نیز دارد که چالش‌هایی را برای کشورهای در حال توسعه مانند ایران در زمینه تجارت و سرمایه‌گذاری ایجاد می‌کند (عظیمی، ۱۴۰۱). این رقابت، ایران را وارد فضای فرارقابتی کرده است، یعنی یک محیط رقابتی بسیار فشرده و پویا که در آن هر عنصر تجاری از کوچکترین حوزه‌ها مانند شرکت‌های کوچک و متوسط گرفته تا شرکت‌های بزرگ، باید در ایجاد مزیت‌ها خلاقیت داشته باشد تا بتواند رقبای خود را شکست دهد (سولیمن و همکاران[2]، ۲۰۲۲). رقابت شدید و جمعیت بسیار زیاد برای کار، فرصت‌های شغلی محدودی را ایجاد کرده است، بنابراین باعث ظهور کسب‌وکارهای بخش واقعی مانند شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط می‌شود. سوگیری[3] (۲۰۲۰) توضیح می‌دهد که شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط یک واحد تجاری هستند که بخشی از یک کسب و کار ملی با موقعیت استراتژیک، پتانسیل و نقش در تحقق اهداف توسعه ملی می‌باشند. شرکت‌های کوچک و متوسط در ایران نقش بسیار مهمی در چگونگی حل مشکلات اقتصادی مانند فقر، بیکاری، نابرابری اجتماعی و توسعه نامتوازن توسط کشور ایفا می‌کنند (جهانفر، ۱۴۰۳). با این حال، در پاسخ به این چالش، شرکت‌های کوچک و متوسط باید درک کنند که اگر در مواجهه با بازارهای آزاد و جهانی شدن اقتصاد نوآوری نداشته باشند، حفظ موجودیت آنها بسیار دشوار خواهد بود (آریانسا و همکاران[4]، ۲۰۲۰).

در این میان تنوع الگوهای سازگاری با محیط زیست که در جامعه ایران وجود دارد و از نسلی به نسل دیگر منتقل شده است، به راهنمایی در استفاده از منابع طبیعی و محیط زیست تبدیل شده است که به عنوان خرد محلی یک جامعه شناخته می‌شود و از طریق این خرد محلی، جامعه قادر است از بحران‌های مختلفی که برای

[1] Sandy
[2] Sulaeman et al
[3] Sugiri
[4] Aryansah et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

آن رخ می‌دهد، جان سالم به در ببرد (یوسفی گسکری، ۱۴۰۳). فرآیند نوآوری در اداره یک کسب و کار در شرکت های کوچک و متوسط، از مفروضات، توصیه‌ها و دیدگاه‌های مربوط به زندگی که از خرد محلی در هر فرهنگ زاده می‌شوند، جدایی‌ناپذیر است (پراتیکتو[1]، ۲۰۲۵). برای مردم استان ایران که در زمینه هایی همچون کشاورزی، دامداری، فرش بافی و ... دارای خرد و فرهنگ هستند، ترکیب این خرد با نوآوری و تکنولوژی می تواند نتایج بسیار موثری در پیشبرد اهداف سازمانی داشته باشد. برای مثال در تحقیقی که توسط تاماراتیکا و روسیدی[2] (۲۰۱۷) انجام شد، بیان شد که توسعه گردشگری اندونزی بر اساس اصول گردشگری پایدار است، به ویژه به دلیل بیشترین پتانسیل آن در گردشگری دریایی و فرهنگی. خرد محلی روح هویت‌های فرهنگی متنوع اندونزی است. این موضوع می‌تواند به عنوان یک نوآوری برای توسعه گردشگری پایدار مورد استفاده قرار گیرد (تاماراتیکا و روسیدی، ۲۰۱۷).

در این میان تحقیقات نوریادی[3] (۲۰۱۳) توسعه مشارکت اجتماعی را بر اساس ویژگی‌های محلی و پیامدهای آن برای تاب‌آوری منطقه‌ای بیان می‌کند. در واقع این تحقیق معتقد است که خرد محلی که با فرهنگ یکپارچه و واحد عجین شده، منجر به ایجاد یک انسجام و تاب آوری در بین افراد می شود. در این حالت، تاب‌آوری در سازمان‌های اجتماعی و منطقه‌ای می‌تواند تحت الشعاع ویژگی‌های جوامع محلی قرار گیرد. از طرفی در ایجاد یک کسب و کار، نه تنها خلق ارزش مورد نیاز است، بلکه توانایی تولید نیز باید در نظر گرفته شود. گلمن[4] (۲۰۰۶) معتقد است که شایستگی ذهنی تأثیری دو برابر شایستگی فنی بر پیشرفت و موفقیت دارد. بسیاری از پیشرفت‌ها و ایده‌ها هنگام انجام فعالیت‌های روزانه، شرکت در کلاس‌های انگیزشی یا شرکت در فعالیت‌های دیگر به ذهن خطور می‌کنند. کارآفرینی یک نگرش و روح ذهنی است که همیشه فعال یا خلاق، توانمند، خلاق، مبتکر و متواضع است تا درآمد را در فعالیت‌های تجاری افزایش دهد. در عمل، فعال بودن یک ذهنیت تجاری خلاق است که برای پایداری کاری که انجام می‌شود، نوآوری ایجاد می‌کند (کارنیولا[5]، ۲۰۲۱). در این میان تحقیقات نشان داده اند که افرادی با ذهن خلاق، تاب آوری بالاتری نیز دارند (مائولیدا و همکاران[6]، ۲۰۱۶).

در شرکت‌های کوچک و متوسط محلی تولید برنج، علی‌رغم نقش مهم آن‌ها در امنیت غذایی، اشتغال و اقتصاد محلی، اغلب چالش‌هایی مانند نوسانات شدید بازار، تغییرات اقلیمی، محدودیت منابع مالی و فناورانه، و فشار رقابتی بالا وجود دارد که تاب‌آوری سازمانی آن‌ها را به‌طور جدی تهدید می‌کند. در این میان، بخش قابل

[1] Pratikto
[2] Tamaratika & Rosyidie
[3] Nuryadi
[4] Golman
[5] Kurniulllah
[6] Maulida et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

توجهی از دانش و تجربه ارزشمند این شرکت‌ها به‌صورت «خرد محلی» و ضمنی در ذهن کارکنان نهفته است، اما به دلیل نبود ذهن کارآفرینانه، ساختارهای نوآورانه و سازوکارهای تبدیل این خرد به نوآوری عملی، به‌درستی مورد بهره‌برداری قرار نمی‌گیرد. این شکاف موجب می‌شود سازمان‌ها نتوانند به‌موقع با بحران‌ها و تغییرات محیطی سازگار شوند یا از فرصت‌های جدید بهره ببرند. بنابراین، مسئله اصلی این پژوهش، نبود درک روشن از چگونگی تأثیر خرد محلی و ذهن کارآفرین کارکنان بر تاب‌آوری سازمانی، به‌ویژه از مسیر نوآوری، در شرکت‌های کوچک و متوسط محلی تولید برنج است؛ خلأیی که پر کردن آن می‌تواند به تقویت پایداری و رقابت‌پذیری این بنگاه‌ها کمک کند. در این راستا در این پژوهش به این این سوال پرداخته می شود که خرد محلی و ذهن کارآفرین کارکنان با توجه به نقش نوآوری چه تاثیری بر تاب آوری سازمانی دارد؟

فرضیه اصلی

خرد محلی و ذهن کارآفرین کارکنان با توجه به نقش نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.

فرضیه های فرعی

خرد محلی با توجه به نقش نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.

ذهن کارآفرین کارکنان با توجه به نقش نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.

روش شناسی

تحقیق حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی می‌باشد. این نوع تحقیق به منظور بهبود رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می گیرد. این تحقیق از نتایج تحقیقات بنیادی کمک می گیرد و هدف آن توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. همچنین با توجه به اینکه در این تحقیق از روش‌های مطالعه کتابخانه ای و نیز روش‌های میدانی نظیر پرسشنامه استفاده شده است، می‌توان بیان کرد که تحقیق حاضر بر اساس ماهیت و روش، یک تحقیق توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی است.

جامعه آماری پژوهش حاضر را شرکت‌های کوچک و متوسط محلی تولید برنج تشکیل داده اند. در راستای تعیین حجم نمونه، کلاین[1] (۲۰۱۵) بیان می‌دارد که برای مدل‌های ساده، حداقل ۱۰۰ نفر نمونه و برای مدل‌های پیچیده‌تر، حداقل ۲۰۰ نفر نمونه مورد نیاز است. همچنین وی در اکثر آثار منتشر شده خود در خصوص حداقل حجم نمونه، زمانی که آزمون آماری تحلیل عاملی تاییدی یا مدل ساختاری باشد، توصیه می‌کند که حداقل حجم نمونه باید، ۲۰۰ آزمودنی باشد (گودبوی و کلاین[2]، ۲۰۱۷؛ کلاین، ۱۹۹۸، ۲۰۱۲، ۲۰۱۳، ۲۰۱۴،

[1] Kline
[2] Goodboy & Kline

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

۲۰۱۸، ۲۰۲۳). سایر نظریه پردازان برجسته در حوزه مدلسازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی، حداقل حجم نمونه ۲۰۰ نفر را به عنوان یک قاعده عمومی و مناسب برای مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی پیشنهاد می‌کنند (شوقی و کریمی، ۱۴۰۳). در هر صورت، باید در نظر داشت، حجم نمونه بزرگ‌تر باعث افزایش قدرت آماری، دقت و تعمیم پذیری بیشتر نتایج خواهد شد. لذا در این پژوهش با توجه به استفاده از حداقل حجم نمونه در آزمون تحلیل عاملی تأییدی، ۳۸۰ نفر از تولیدکنندگان برنج در کشور به عنوان حجم نمونه درنظر گرفته شد و پرسشنامه میان آن‌ها توزیع شد که ۱۱ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن کنار گذاشته شد و عملیات آماری بر روی ۳۶۹ پاسخ دهنده انجام شد. این افراد با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند.

در این تحقیق در خصوص گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از روش‌های کتابخانه ای و جهت جمع آوری اطلاعات برای تایید یا رد فرضیه‌های پژوهش از روش میدانی استفاده شده است. در بخش میدانی ابزار گردآوری داده‌های اولیه از طریق پرسشنامه بود که با استفاده از مقیاس درجه بندی لیکرت پرسشنامه مقدماتی تهیه شد. این پرسشنامه ها استاندارد بوده و برگرفته از ادبیات تحقیق هستند. به‌منظور تعیین روایی پرسشنامه از روایی ظاهری، محتوایی و سازه استفاده شد. در روایی ظاهری پرسشنامه‌ها قبل از توزیع توسط پژوهش‌گر، چند نفر از اعضای نمونه و برخی خبرگان مورد بررسی قرار گرفت. در روایی محتوایی با کمک فرم‌های لاوشه نسبت روایی محتوا[1] و شاخص روایی محتوا[2] به کمک ده نفر از خبرگان پژوهش بررسی شد. در این راستا محتوای پرسشنامه ازنظر سؤال‌های اضافی و یا اصلاح سؤال‌ها مورد بررسی قرار گرفت. فرم شاخص روایی محتوا نشان داد که همه سؤال‌های هر دو پرسشنامه پژوهش از نقطه‌نظر ساده بودن، واضح بودن و مربوط بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند (میزان این ضریب برای هر یک از سؤال‌ها بالاتر از۰/۷۹ بود)؛ هم‌چنین با توجه به اینکه مقدار نسبت روایی محتوا برای همه سؤال‌ها بالای۰/۶۲به دست آمد هیچ سؤالی نیاز به حذف شدن نداشت. در مورد روایی سازه نیز از دو نوع روایی همگرا و واگرا با کمک نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۳[3] استفاده شد که یافته‌ها بیانگر تایید روایی سازه بود که نتایج در جدول زیر قابل ملاحظه است.

در این پژوهش پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ[4] ، پایایی ترکیبی[5] و اومگای مک دونالد[6] محاسبه شد. مقادیر این ضریب برای همه ابعاد پرسشنامه بالای ۰/۷ (هیر و همکاران، ۲۰۱۷) به دست آمد که نشان‌دهنده

[1] CVR
[2] CVI
[3] Smart-Pls 3
[4] α
[5] CR
[6] McDonald’s Omega

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

پایا بودن ابزار اندازه‌گیری بود. لازم به ذکر است در پژوهش‌هایی که از روش‌های مختلط استفاده می‌کنند و به‌دنبال اعتبارسنجی ابزارهای اندازه‌گیری کیفی و کمی هستند، از اُمگای مک‌دونالد برای ارزیابی پایایی استفاده می‌شود (مک دونالد[1]، ۱۹۹۹). ضرایب روایی و پایایی ذکر شده برای پرسشنامه اصلی در جدول ۱ قابل‌مشاهده است.

جدول ۱: نتایج محاسبه روایی و پایایی پرسشنامه اصلی پژوهش

بعد	α	CR	ω	AVE	MSV	ASV
خرد محلی	۰.۷۴	۰.۸۴	۰.۸۹	۰.۵۶	۰.۴۱	۰.۲۳
ذهن کارآفرین کارکنان	۰.۷۹	۰.۸۹	۰.۸۱	۰.۵۸	۰.۴۴	۰.۲۶
تاب آوری سازمانی	۰.۷۴	۰.۷۵	۰.۷۵	۰.۶۴	۰.۴۶	۰.۳۱
نوآوری	۰.۷۵	۰.۷۴	۰.۷۶	۰.۵۹	۰.۳۵	۰.۲۹

یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد که مقادیر AVE برای همه متغیرها و ابعاد به طور قابل توجهی بالاتر از ۰.۵ هستند، که نشان‌دهنده این است که بیش از نیمی از واریانس هر یک از این ابعاد توسط آیتم‌های مربوط به آن‌ها توضیح داده می‌شود. این امر به تأیید روایی همگرا کمک می‌کند. از طرف دیگر با توجه به معیار فورنل-لارکر، که بیان می‌کند AVE هر سازه باید بیشتر از مربع همبستگی آن با سایر سازه‌ها باشد، نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که هر یک از ابعاد به‌خوبی از یکدیگر متمایز هستند و هیچ تداخلی با یکدیگر ندارند و لذا روایی واگرا مبتنی بر معیار فورنل لارکر تأیید می‌گردد. همچنین یافته‌های پژوهش شما نشان می‌دهد که برای همه متغیرها و ابعاد مورد بررسی، مقادیر حداکثر واریانس مشترک MSV و ASV میانگین واریانس مشترک به‌طور مؤثری کمتر از AVE (میانگین واریانس استخراج‌شده) هر بعد است. این نتایج به‌وضوح نشان‌دهنده این است که هر یک از این ابعاد به‌طور مستقل و مؤثر به اندازه‌گیری سازه‌های خود می‌پردازند و از یکدیگر متمایز هستند. لذا روایی واگرا نیز بر اساس این شاخص‌ها تأیید می‌شود. این یافته‌ها تأییدکننده روایی واگرا برای ابعاد مختلف پژوهش هستند. به‌ویژه، وقتی که MSV هر بعد کمتر از AVE آن بعد باشد، این نشان می‌دهد که حداکثر واریانس مشترک بین هر بعد و دیگر ابعاد، به‌طور معناداری کمتر از واریانس اختصاصی آن بعد است. به عبارت دیگر، این ابعاد به‌خوبی قادر به توضیح و اندازه‌گیری ویژگی‌های خاص خود هستند و تداخل کمی با یکدیگر دارند. همچنین، با توجه به اینکه ASV نیز کمتر از AVE هر بعد است، می‌توان نتیجه گرفت که میانگین واریانس مشترک بین هر بعد و سایر ابعاد نیز در سطح

[1] McDonald

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

پایینی قرار دارد. این امر به اعتبار و دقت ابزار اندازه‌گیری افزوده و نشان‌دهنده این است که هر یک از ابعاد به‌طور مؤثر و مستقل سازه‌های خود را نمایندگی می‌کنند.

در این پژوهش با توجه به سؤال‌های پژوهش از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش توصیفی، برای توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی شامل سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کار از درصد، فراوانی، جدول و نمودار و همچنین برای توصیف متغیرهای پژوهش از میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی با نرم افزار IBM SPSS-23 نسخه Statistics سال ۲۰۱۵ استفاده شد. در بخش استنباطی برای بررسی فرضیه ها از مدل معادلات ساختاری با نرم افزار SmartPLS-V3 سال ۲۰۱۶ [1] استفاده شد. لازم به ذکر است که در آمار استنباطی برای سنجش جنبه هایی از اعتبار مدل شامل سنجش اعتبار درونی با مدل اندازه گیری و همچنین سنجش اعتبار بیرونی از طریق توانایی پیش بینی در مدل طراحی شده با کمک شاخص برازش Q^2 از آزمون تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

یافته ها

در ابتدا به توصیف ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان پرداخته شد. تحلیل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی بین ۴۶ تا ۵۰ سال است که ۳۲.۶ درصد از شرکت‌کنندگان را تشکیل می‌دهد، در حالی که تنها ۱۸.۷ درصد زیر ۴۰ سال هستند. از نظر جنسیت، ۶۱.۷ درصد از نمونه مردان و ۳۸.۳ درصد زنان هستند. همچنین، در بخش سابقه کار، گروه با بیشترین فراوانی، افراد با سابقه بین ۱۴ تا ۲۰ سال هستند که ۳۱.۶ درصد را شامل می‌شوند و تنها ۱۷.۱ درصد دارای سابقه کاری کمتر از ۷ سال هستند. این داده‌ها حاکی از آن است که اکثر شرکت‌کنندگان تجربه کاری قابل توجهی دارند. در ادامه، به بررسی متغیرهای پژوهش پرداخته شد که نتایج به شرح جدول زیر است.

جدول ۲: توصیف آماری ابعاد اصلی پژوهش از طریق شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و توزیع داده (حجم نمونه= ۳۶۹ پاسخ دهنده)

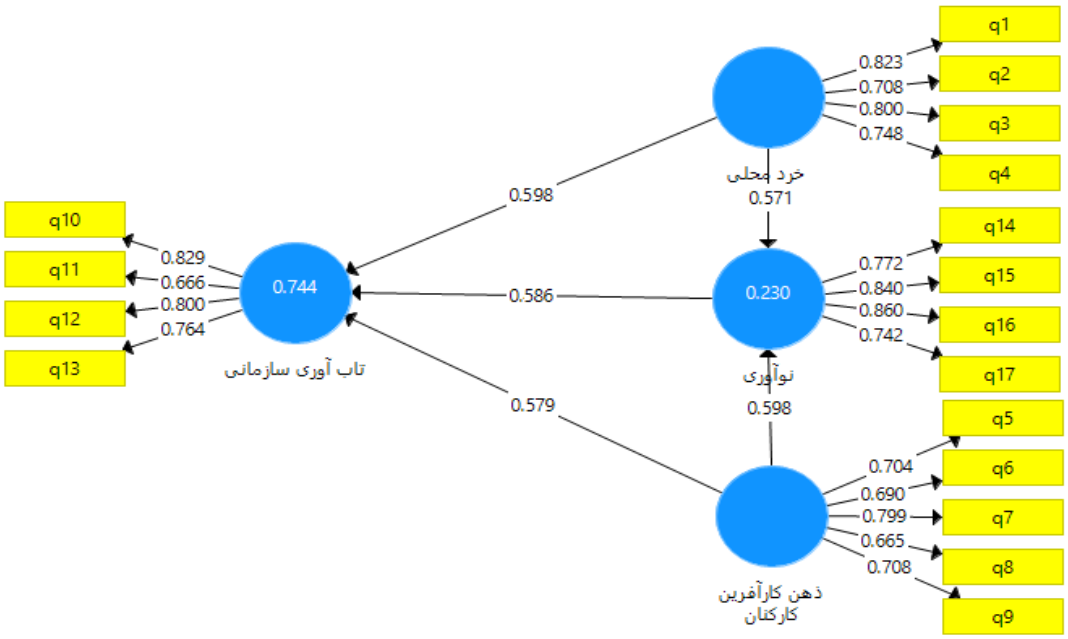
ابعاد	میانگین (لیکرت)	انحراف معیار	آماره چولگی	آماره کشیدگی
خرد محلی	۲.۷۳	۰.۹۰۱	۰.۸۱۲	-۰.۵۲۷
ذهن کارآفرین کارکنان	۲.۸۳	۰.۸۱۶	-۰.۲۷۳	-۰.۲۱۲
تاب آوری سازمانی	۳.۳۱	۰.۷۱۹	-۰.۰۸۷	-۰.۳۹۸
نوآوری	۳.۸۵	۰.۵۳۴	-۰.۱۶۳	۰.۰۴۱

[1] Partial Least Squares

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

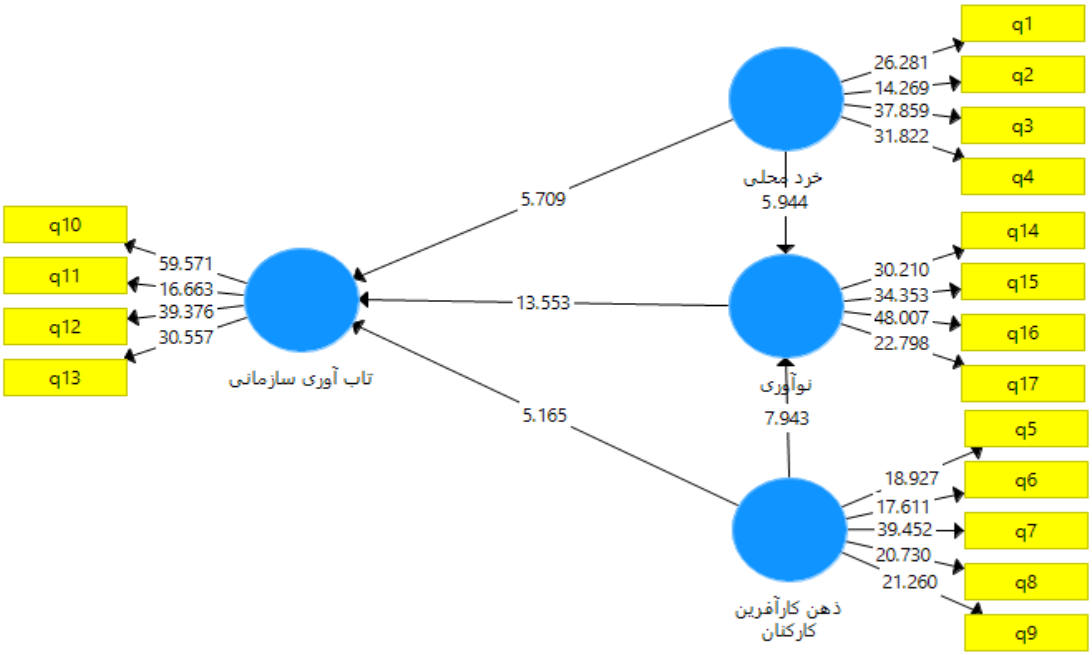
به طور کلی، داده‌های به دست آمده از این متغیرها نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع داده‌ها در هر یک از آن ها است، چرا که در دامنه قابل قبول (۲-و۲+) که قبلا ذکر شد، قرار دارند که این امر به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که از آزمون‌های آماری پارامتریک مناسب برای تحلیل‌های آماری استفاده کنند.

در ادامه به بررسی فرضیه های پژوهش پرداخته شد. همان‌گونه که بیان شد، جهت بررسی بخش استنباطی پژوهش از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی بهره گرفته‌شده است. شکل ۱ و ۲ مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱: ضرایب مسیر استاندارد فرضیه‌های پژوهش

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]



شکل ۴-۲- نتایج آزمون تی- استیودنت بررسی معناداری فرضیه‌های پژوهش

بر اساس نتایج مدل اندازه‌گیری، مقدار بار عاملی استاندارد تمامی متغیرهای آشکار بیشتر از ۰/۵ و مطلوب می‌باشد از طرفی مقدار بوت استراپینگ (آماره t) در تمامی موارد از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای قابل‌مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هر متغیر اصلی به‌درستی موردسنجش قرارگرفته است.

شاخص ضریب تعیین (R^2) متغیرهای وابسته

ضریب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) است و تأثیر یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته را نشان می‌دهد که سه مقدار ۰/۱۹ ، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شوند. مقدار R^2 برای سازه‌های درون‌زای مدل ۰.۲۳۰ و ۰.۷۴۴ محاسبه‌شده است.

شاخص ارتباط پیش‌بین Q^2

این معیار، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را نشان می‌دهد. ملاک تفسیر Q^2، سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵و ۰/۳۵ عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی هست. اگر این شاخص مثبت باشد مطلوب است. مقدار Q^2 برای متغیرهای مدل ۰.۳۵۸، ۰.۳۱۵، ۰.۲۹۸، ۰.۲۸۴ است که مثبت و در سطح مطلوب است. بر همین اساس می‌توان گفت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرها مطلوب هستند.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

شاخص GOF

شاخص که برای برازش توسط تنن هاوس و همکاران[1] (۲۰۰۵) معرفی‌شده است، ملاک کلی برازش(GOF) است که با محاسبه میانگین هندسی میانگین اشتراک و R^2 به‌صورت زیر محاسبه می‌شود.

$$GOF = \sqrt{\overline{communality} \times \overline{R^2}}$$

این شاخص نیز همانند شاخص‌های برازش مدل لیزرل عمل می‌کند و بین صفرتا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. البته باید توجه داشت این شاخص همانند شاخص‌های مبتنی بر خی دو در مدل‌های لیزرل به بررسی میزان برازش مدل نظری با داده‌های گردآوری‌شده نمی‌پردازد. بلکه توانایی پیش‌بینی کلی مدل را موردبررسی قرار می‌دهد و اینکه آیا مدل آزمون شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا نه.

$$GOF = \sqrt{\overline{communality} \times \overline{R^2}} = \sqrt{0.592 \times 0.487} = .536$$

متخصصان مدل یابی ساختاری به روش PLS شاخص GOF کمتر از ۰/۱ را کوچک، بین ۰/۱ تا ۰/۲۵ را متوسط و بیش از ۰/۳۶ را بزرگ قلمداد می‌کنند. با در نظر گرفتن این معیارها شاخص برازش مدل نمونه موردبررسی ۰/۵۳۶ می‌باشد که جز اندازه‌های بزرگ است. با توجه به این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده در نمونه موردبررسی برازش مناسبی دارد.

مهم‌ترین بخش از تحلیل آماری بررسی فرضیات و رسیدن به سؤالاتی می‌باشد که در بطن پژوهش گنجانده‌شده است. درواقع پس از توصیف متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای اصلی تحقیق، ارزیابی پرسشنامه‌ها با تحلیل عاملی تأییدی (مدل‌های اندازه‌گیری) و تعیین نوع توزیع آن‌ها و کشف روابط بین آن‌ها در این بخش از تحقیق به بررسی فرضیات تحقیق با تکنیک تحلیل مسیر پرداخته‌شده است.تصمیم‌گیری در خصوص تائید یا رد فرضیات بر اساس مقدار آماره تی(T-VALUE) و سطح معناداری صورت خواهد گرفت. ضرایب مسیر و نتایج مربوط به معناداری آن‌ها در جدول زیر نشان داده‌شده است.

خرد محلی با توجه به نقش نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.

ذهن کارآفرین کارکنان با توجه به نقش نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.

جدول ۳: نتایج حاصل از ارزیابی مدل ساختاری برای بررسی فرضیه‌های پژوهش

مسیر	ضریب مسیر (β)	عدد معنی‌داری (t-value)	نتیجه آزمون

[1] Tennen House et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

خرد محلی بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.		۰.۵۹۸	۵.۷۰۹	قبول فرضیه
ذهن کارآفرین کارکنان بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.		۰.۵۷۹	۵.۱۶۵	قبول فرضیه
نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.		۰.۵۸۶	۱۳.۵۵۳	قبول فرضیه
فرضیه میانجی	مستقیم	غیرمستقیم	کل	
خرد محلی با توجه به نقش نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.	۰.۵۹۸	۰/۵۷۱*۰/۵۸۶=۰/۲۶۹	۰/۹۳۲	قبول فرضیه
ذهن کارآفرین کارکنان با توجه به نقش نوآوری بر تاب آوری سازمانی تاثیرگذار است.	۰.۵۷۹	۰/۵۹۸*۰/۵۸۶=۰/۲۶۹	۰/۹۲۹	قبول فرضیه

بحث، نتیجه گیری و پیشنهادات

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد خرد محلی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط محلی تولید برنج دارد. این نتیجه بیانگر آن است که دانش بومی، تجربیات انباشته ناشی از فعالیت طولانی‌مدت در محیط محلی، و درک عمیق کارکنان از شرایط اقلیمی، بازار و فرهنگ منطقه، به‌عنوان یک منبع راهبردی، توان سازمان را در پیش‌بینی، مقابله و بازیابی از شوک‌ها و بحران‌های محیطی افزایش می‌دهد. خرد محلی با فراهم‌کردن راه‌حل‌های عملی، کم‌هزینه و متناسب با شرایط واقعی، موجب افزایش انعطاف‌پذیری و سازگاری سازمان می‌شود و به این ترتیب، سازمان را در مسیر تداوم فعالیت و حفظ عملکرد پایدار یاری می‌کند.

نتایج پژوهش همچنین حاکی از آن است که ذهن کارآفرین کارکنان تأثیر معنادار و مستقیمی بر تاب‌آوری سازمانی دارد. این یافته نشان می‌دهد ویژگی‌هایی نظیر خلاقیت، نوآوری‌محوری، فرصت‌شناسی، ریسک‌پذیری منطقی و تمایل به ابتکار عمل در میان کارکنان، نقش مهمی در تقویت ظرفیت سازمان برای مواجهه با عدم‌قطعیت‌ها و تغییرات ایفا می‌کند. کارکنانی که از ذهن کارآفرین برخوردارند، در شرایط بحرانی به‌جای واکنش منفعلانه، به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، بهبود فرآیندها و ارائه راه‌حل‌های نو هستند که این امر موجب افزایش توان تطبیق‌پذیری، یادگیری سازمانی و در نهایت تاب‌آوری سازمان می‌شود.

همچنین با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تأثیر خرد محلی و ذهن کارآفرین کارکنان بر تاب‌آوری سازمانی تنها به‌صورت مستقیم نیست، بلکه تا حد زیادی از طریق نوآوری تحقق می‌یابد. به این معنا که خرد محلی زمانی بیشترین اثرگذاری را بر تاب‌آوری سازمان دارد که به نوآوری در محصولات، فرآیندها یا روش‌های مدیریتی تبدیل شود و از حالت دانش ضمنی خارج گردد. از سوی

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

دیگر، ذهن کارآفرین کارکنان زمینه‌ساز خلق و پیاده‌سازی نوآوری‌هایی است که سازمان را قادر می‌سازد سریع‌تر به تغییرات محیطی پاسخ دهد. در نتیجه، نوآوری به‌عنوان یک سازوکار کلیدی، دانش بومی و نگرش کارآفرینانه کارکنان را به قابلیت‌های عملی تبدیل کرده و از این طریق، تاب‌آوری سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط محلی تولید برنج را به‌طور معناداری تقویت می‌کند.

در این رایتا پیشنهاد می شود مدیران شرکت‌های محلی تولید برنج می‌توانند با ایجاد جلسات منظم تجربه‌نگاری، مستندسازی شیوه‌های سنتی کشت، فرآوری و توزیع، و تشکیل گروه‌های یادگیری درون‌سازمانی، خرد محلی نهفته در ذهن کارکنان باتجربه را به دانش قابل استفاده تبدیل کنند. این اقدام از اتلاف دانش جلوگیری کرده و ظرفیت سازمان را برای مواجهه با بحران‌های محیطی افزایش می‌دهد. همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت در زمینه خلاقیت، حل مسئله، فرصت‌شناسی و مدیریت ریسک، متناسب با شرایط محلی صنعت برنج، می‌تواند ذهن کارآفرین کارکنان را تقویت کند. این آموزش‌ها باید بر مسائل واقعی سازمان تمرکز داشته باشند تا کارکنان بتوانند در شرایط بحرانی، راه‌حل‌های نوآورانه و عملی ارائه دهند. از طرفی طراحی یک نظام ساده و کم‌هزینه برای دریافت و پاداش‌دهی به ایده‌های نوآورانه کارکنان، به‌ویژه ایده‌هایی که ریشه در دانش بومی و تجربه محلی دارند، می‌تواند نوآوری مستمر را در سازمان نهادینه کند. این نظام به تبدیل خرد محلی و ذهن کارآفرین به نوآوری‌های کاربردی کمک کرده و تاب‌آوری سازمانی را افزایش می‌دهد.

منابع

جهانفر، پیمان (۱۴۰۳). نقش بنگاه های کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی کشور ایران، *اولین کنفرانس بین المللی بازرگانی بین الملل، مطالعات اقتصادی و علوم انسانی.*

عظیمی، ناصرعلی. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر جهانی شدن بر پیچیدگی اقتصادی کشورها. *برنامه ریزی منطقه ای*، ۱۲(۴۵)، ۳۲-۱۹.

یوسفی گسکری، سعیده (۱۴۰۳). نقش صندوق های خرد محلی در توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی افراد دارای معلولیت: مطالعه موردی شهرستان رودسر با تاکید بر رویکرد توانبخشی مبتنی بر جامعه (CBR)،هفتمین همایش بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی، همدان.

Aryansah, J.E., Mirani, D., Martina. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid -19. *Jurnal Seminar NasionalAvoer XII*.

Kurniulllah, A. Z., dkk. (2021). *Kewirausahaan dan Bisnis.* Medan: Yayasan Kita Menulis.

Maulida, A. N., Kusumah, I. H., & Permana, T. (2016). Karakteristik Sikap Mental Wirausaha Mahasiswa. *Journal of Mechanical Engineering Education, Vol. 3, No. 1*

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

Nuryadi, M. H. (2013). Model Pengembangan Peran Serta Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal Dalam Otonomi Daerah Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Wilayah Kota Surakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional, No. XIX,* , 1-11.

Pratikto, H. (2025). Pembelajaran Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 179.

Sandy, K. F. (2022). Survei BI: 72,6 Persen UMKM Turun Omzet akibat Pandemi Covid-Inews.Com.IdFinance.https://www.inews.id/financ e/makro/survei-bi-726-persen-umkmturun-omzetakibat-pandemi-covid-19

Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, *19*(1), 76–86.

Sulaeman, E., Angelina, N. P., Oktaviani, A., & Ananda, E. P. (2022). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan berbasis kearifan lokal melalui pelatihan usaha batik tradisional: Studi kasus Workshop Batik Karawang. *IMKA : Impelementasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 107-117.

Tamaratika, F., & Rosyidie, A. (2017). Inkorporasi Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Di Lingkungan Pantai. *Jurnal Sosioteknologi, Vol. 16, No. 1*.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]