

بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان  
**Evaluation of factor analysis and reliability of questionnaire of  
Cultural values in Organization**

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۵/۲۵، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۱/۱۱/۲۱، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۴/۲۳

**R. Mansouri Sepehr.,** (Ph.D student). **H. Motiee.,** (Ph.D student) **J. Shekarriz.,** (M.A) & **V. Nejati.,** (Ph.D)

روح‌الله منصوری سپهر<sup>۱</sup>، حورا مطیعی<sup>۲</sup>، جواد شکرریز<sup>۳</sup> و وحید نجاتی<sup>۴</sup>

**Abstract:** Culture as values, insights, ideas and patterns of thinking has a main effect on all aspects of social, organizational and individual life. Furthermore, with respect to globalization and increasing effect of culture on international communication and business, it seems that sociology and psychology should be more attended to cultural factors. Evaluating different dimensions of culture, with respect to variability of cultural aspects across time, requires development of valid measure for evaluation of cultural dimensions. The purpose of present study is evaluation of psychometric properties of Hofstede questionnaire of cultural dimensions for Iranian population. In the present study, 300 university students (300 male and 500 female) participated in the study. Data were analyzed using SPSS software by exploratory factor analysis. Factor analysis revealed four factors for Iranian version of questionnaire. The results of Cronbach's alpha showed that reliability of questionnaire is acceptable.

**Key Word:** Culture, Factor Analysis, Reliability, Cultural Value

چکیده: فرهنگ به‌عنوان ارزش‌ها، نگرش‌ها، اعتقادات و الگوهای تفکر، تاثیر عمده‌ای بر تمام جوانب زندگی اجتماعی و سازمانی و فردی دارد. به‌علاوه، با توجه به جهانی‌سازی و افزایش تاثیر فرهنگ در ارتباطات و تجارت بین‌الملل، به‌نظر می‌رسد علوم اجتماعی و روان‌شناسی بایستی با تاکید بیشتری به عوامل میان فرهنگی نگاه کند. سنجش ابعاد مختلف فرهنگ در کنار این واقعیت که ارزش‌های فرهنگی ممکن است با گذشت زمان تغییر یابد، توسعه ابزارهای معتبر برای اندازه‌گیری این ارزش‌ها را ضروری می‌سازد. از این‌رو هدف این پژوهش بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه ارزش‌های فرهنگی هافستد، که یکی از ابزارهای جامع و جدید در این زمینه می‌باشد در جامعه ایرانی است. به این منظور ۸۰۰ نفر دانشجوی (۳۰۰ مرد و ۵۰۰ زن) با استفاده از نمونه انتخاب شده و به ماده‌های این مقیاس پاسخ دادند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش تحلیل عامل اکتشافی، مولفه‌های اصلی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این تحلیل با چرخش واریماکس در نهایت منجر به حذف ۶ آیتم از پرسشنامه اصلی و استخراج ۴ عامل مجزا شد. اعتبار پرسشنامه نیز با روش محاسبه آلفای کرونباخ در حد قابل قبول به‌دست آمد.

**کلید واژه‌ها:** فرهنگ، تحلیل عاملی، اعتبار، ارزش‌های فرهنگی

۱. دانشجوی دکتری روانشناسی عمومی دانشگاه شهید بهشتی

۲. دانشجوی دکتری روانشناسی عمومی دانشگاه شهید بهشتی

۳. کارشناس ارشد مدیریت دولتی و عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

۴. نویسنده مسئول: وحید نجاتی، استادیار دانشگاه شهید بهشتی

## مقدمه

در چند دهه گذشته، مسائل ميان فرهنگى از روان‌شناسى و آموزش، تا حسابدارى و بازاریابى، مورد توجه زيادى بوده است. فرهنگ به‌عنوان ارزش‌ها، نگرش‌ها، اعتقادات و الگوهاى تفکر اصلى تعريف مى‌شود، خاستگاه فرهنگ يك منطقه يا جامعه مى‌باشد و مشخص مى‌کند، جهان چگونه کار مى‌کند و افراد يا گروه‌ها چگونه بايد در اين جهان عمل کنند. اين مسئله به افراد مفهومی مشترک از هويت مى‌دهد و ابزاری جهت ارتباط فراهم مى‌کند (أبيدات<sup>۱</sup>، شناک<sup>۲</sup>، مساده<sup>۳</sup>، و الجراح<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). فرهنگ تاثير عمده‌اى بر تقريباً تمام جوانب زندگى اجتماعى، سازمانى و فردى دارد و در نتيجه بسيار مورد توجه قرار گرفته است. افزون بر اين، با توجه به رشد جهانى‌سازى و افزايش هم‌زمان آن در ارتباطات، مشاغل و تجارت بين‌الملل، به‌نظر مى‌رسد، علوم اجتماعى و روانشناسى بایستى با تاکيد بيشترى به‌عوامل ميان فرهنگى نگاه کند (تاراس<sup>۵</sup>، استيل<sup>۶</sup>، کرکمن<sup>۷</sup>، ۲۰۱۲). اين افزايش توجهات به سمت مسائل ميان فرهنگى بعد از انتشار کتاب "دستاوردهاى فرهنگ" از هافستد<sup>۸</sup> در سال ۱۹۸۰ که يکى از تاثيرگذارترين آثار در اين حيطه بود، به‌وجود آمد. اگرچه مدل‌هاى ديگرى از فرهنگ‌ها قبلاً ارائه شده بود (به‌عنوان مثال، انگلند<sup>۹</sup>، ۱۹۶۷؛ هايير<sup>۱۰</sup> و همکاران، ۱۹۶۶)، اما تحقيقات هافستد اولين پژوهشى بود که بر مبنای نمونه‌اى وسيع و بين‌المللى انجام شد و نسبت به زمان خود تحليل آمارى و طرح پژوهشى پيشرفته‌اى در آن به کار گرفته شد (تاراس و همکاران، ۲۰۱۲). در ميان مطالعات ميان فرهنگى انجام شده، اثر هافستد، که شامل ارائه يك سيستم ارزشى پنج بعدى است و توسط آن نقشه فرهنگى جهان در قالب مقايسه ۵۳ کشور يا منطقه ترسيم شده است، يکى از جامع‌ترين تحقيقات در نوع خود است (لطفى، ۱۳۸۴). اين تعداد منطقه تا سال ۲۰۰۱ به ۷۴ کشور گسترش پيدا کرد (شى<sup>۱۱</sup>)، و وانگ<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۱). حاصل اين تلاش‌ها مجموعه مختصرى از شاخص‌هاى كمى براى تعريف و دسته بندى کشورها در چند بعد فرهنگى شده‌است. اين موارد مدلى ساده و بسيار قابل فهم از تفاوت-

1. Obeidat, B.Y.
2. Shannak, R.O.
3. Masadeh, R.
4. Al-Jarrah, I. M.
5. Taras, V.
6. Steel, P.
7. Kirkman, B.
8. Hofstede, G.
9. England, G.W.
10. Heire, M.
11. Shi, X.
12. Wang, J.

بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان

های فرهنگی را ارائه می‌دهد و نیز مسیری را برای هدایت آسان قیاس‌های فرهنگی بین کشورها ایجاد می‌کند. با این حال، عمومیت و نیاز به چنین مدلی با شاخص‌های فرهنگی کمی آن، امری انکارناپذیر است (تاراس، و همکاران، ۲۰۱۲) و به‌نظر می‌رسد بررسی این شاخص‌ها در هر فرهنگی به‌صورت جداگانه لازم است. هم‌چنین یکی از موانع اصلی برای تحقیق‌های بنیادی در زمینه روان‌شناسی، فقدان آزمون‌های استاندارد است که با مرتفع شدن این مانع به‌طور طبیعی مسیر پیشرفت تحقیقات هموار خواهد شد (محو‌ی شیرازی، ۱۳۸۷).

## مروری بر مدل هافستد

در سه دهه گذشته، ابعاد فرهنگی و مرتبط با کار هافستد (۱۹۸۰، ۲۰۰۱) به‌عنوان نمونه‌ای تحقیقاتی در زمینه ارتباطات میان فرهنگی، روانشناسی میان فرهنگی و مدیریت بین‌المللی به کار رفته است. دسته‌بندی کشورها توسط وی در پنج ارزش فرهنگی مرتبط با کار یعنی توزیع قدرت<sup>۱</sup>، درجه پذیرش ابهام<sup>۲</sup>، زنانگی - مردانگی<sup>۳</sup>، فردگرایی-جمع‌گرایی<sup>۴</sup> و پویایی کنفسیوسی<sup>۵</sup> یا جهت‌گیری کوتاه‌مدت-بلندمدت<sup>۶</sup>، در دهه‌های گذشته بارها توسط محققان ذکر شده است. تعریف‌های ابعاد در ادامه ارائه شده است، که اکثراً از زبان خود هافستد هستند.

توزیع قدرت: "هر اندازه که افرادی با قدرت کمتر در یک جامعه نابرابری در قدرت را می‌پذیرند و آن را امری معمول می‌دانند" (هافستد، ۱۹۸۶: ۳۰۷)، میزان توزیع قدرت را نشان می‌دهد. متناوباً افراد، وابسته به‌همین میزان برای نشان دادن مخالفت با افراد مافوق خود اکراه دارند و انتظار ندارند که افراد مافوق با آن‌ها در فرایند تصمیم‌گیری مشورت کند (هافستد، ۱۹۸۰، ۲۰۰۱).

فردگرایی: این مورد عبارت است از "میزانی که افراد در یک کشور ترجیح دهند به‌عنوان فرد عمل کنند تا اعضای یک گروه" (هافستد، ۱۹۹۴: ۶). فرهنگ‌های فردگرا تصور می‌کنند هر فرد ابتدا به‌دنبال علاقمندی خود و سپس علاقمندی خانواده خود (همسر و فرزندان) است. در فرهنگ‌های جمع‌گرا هر فرد خود را به یک یا چند گروه داخلی متعلق می‌داند که نمی‌تواند از آن جدا شود. این گروه داخلی (چه خانواده باشد یا طایفه یا سازمان) از علاقمندی اعضای خود حمایت می‌کند اما در مقابل از آن‌ها انتظار وفاداری مداوم دارد (هافستد، ۱۹۸۶: ۳۰۷). در مقابل

1. Power Distance
2. Uncertainty Avoidance
3. Masculinity-Femininity
4. Individualism-Collectivism
5. Confucian Dynamism
6. long- vs. short-term orientation

در بسیاری از فرهنگ‌های شرق دور به‌عنوان نماد فرهنگ‌های جمع‌گرا، مردم به‌گونه‌ای اجتماعی می‌شوند تا روابط هم‌آهنگ و یکپارچه‌ای با دیگران داشته باشند. تلاش افراد در چنین فرهنگی داشتن پیوند با دیگران و رفتارهای متناسب با گروه اجتماعی است. به این ترتیب خویشتن، به هم‌وابسته با دیگران انگاشته می‌شود و به‌صورت بخشی از شبکه‌ی اجتماعی درک می‌گردد. در نتیجه، خویشتن ممکن است حکم مایعی را پیدا کند که در موقعیت‌های اجتماعی مختلف اشکال گونه‌گونی به‌خود می‌گیرد (کاندا<sup>۱</sup>، ۱۳۸۸/۱۹۹۹).

*مردانگی*: مردانگی عبارت است از "میزان بها دادن به ارزش‌های مردانه هم‌چون پیشرفت، کسب درآمد، آموزش، بروز بودن و ارزش‌های زنانه همچون جو دوستانه، امنیت جایگاه، شرایط فیزیکی و همکاری" (هافستد، ۲۰۰۱: ۲۸۱)؛ "میزان بها دادن بیشتر به ارزش‌هایی هم‌چون جرات، عملکرد، موفقیت و رقابت [...] نسبت به ارزش‌هایی چون کیفیت زندگی، حفظ ارتباطات گرم شخصی، خدمات، مراقبت از ضعیفان و همبستگی" (هافستد، ۱۹۹۴: ۶). ارزش‌های غالب در فرهنگ‌های مردانه پیشرفت و موفقیت بوده، حال آن‌که در فرهنگ‌های زنانه کیفیت زندگی و مراقبت و توجه به دیگران به‌عنوان ارزش‌های غالب مطرح هستند. در فرهنگ‌های مردانه میزان تفاوت نقش‌های جنسیتی نسبت به فرهنگ‌های زنانه به مراتب بیشتر است (مویج<sup>۲</sup> و هافستد، ۲۰۰۲).

*درجه پذیرش/ابهام*: درجه پذیرش ابهام عبارت است از "میزان عصبی شدن افراد از موقعیت‌هایی که تصور می‌کنند سازماندهی شده، مشخص و قابل پیش‌بینی نبودند. این موقعیت‌ها مواردی هستند که آن‌ها تلاش می‌کنند با حفظ اصول سخت رفتاری و اعتقاد به حقیقت محض، از آن اجتناب کنند" (هافستد، ۱۹۸۶، ۳۰۸). درجه پذیرش ابهام را نباید با اجتناب از ریسک اشتباه گرفت. این مورد شامل تمایل فرد برای ریسک‌پذیری نیست بلکه با اولویت‌هایی برای قوانین و اصول مشخص همراه است" (هافستد، ۲۰۰۱: ۱۴۹).

جهت‌گیری کوتاه‌مدت-بلندمدت: هافستد (۱۹۹۰) علاوه بر چهاربعد فرهنگی بعد پنجمی را نیز مطرح کرده است به‌نام پویایی کار کنفسیوسی. او در پژوهشی که مبنی بر ارزش‌های فرهنگی و سنتی چین انجام شده، این بعد فرهنگی غیرغربی را تعریف می‌کند. نتایج تحلیل عاملی در این پژوهش نشان می‌دهد که چهار عامل از ۴۰ مورد این مقیاس استخراج شده است. سه مورد از این چهار عامل با ابعاد فرهنگی مرتبط با کار هافستد (۱۹۸۴) مطابقت داشت. تنها عامل پویایی کار کنفسیوسی بود که با ابعاد فرهنگی هافستد تطابق نداشت. بعد جدید فرهنگی عبارت بود از

1. Kunda

2. Mooij, M.D.

بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان

چهار مورد: (۱) ارتباطات سفارشی، (۲) صرفه‌جویی، (۳) مقاومت و (۴) احساس شرم کردن. این چهار بعد ارزش‌های کنفوسیوسی را در جامعه چینی نشان می‌دهند. هافستد این بعد فرهنگی شرقی را به‌عنوان پنجمین بعد فرهنگی مرتبط با کار در کتاب خود، "فرهنگ‌ها و سازمان‌ها: نرم-افزار ذهن" به‌کار گرفته است. هافستد این بعد فرهنگی را به جهت‌گیری کوتاه‌مدت-بلندمدت تغییر نام داد. این بعد بیانگر درجه‌ای است که یک جامعه به‌جای داشتن دیدگاهی مقطعی و کوتاه‌مدت، دارای دیدگاهی عملگرا و مبتنی بر آینده است (مویج، و هافستد، ۲۰۰۲).

هرچند تاکنون به‌طور مؤثر از کار هافستد (۱۹۸۴) استفاده شده است، وو<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) بر این باور است که اطلاعات هافستد ۳۰ سال قبل جمع‌آوری شده و زمان زیادی از آن گذشته است. برای بروزرسانی و گسترش تحقیقات هافستد، وو (۲۰۰۶) دست به انجام پژوهشی زد. در این پژوهش داده‌ها از یک فرهنگ شرقی، تایوان و یک فرهنگ غربی، ایالات متحده جمع‌آوری شد تا اطلاعات جدیدی را پیرامون ارزش‌های فرهنگی مرتبط با کار در این دو فرهنگ ارائه دهد. هم-چنین در این پژوهش با بررسی ارزش‌های فرهنگی مرتبط با کار در زمینه آموزشی بالاتر، مطالعات هافستد گسترش داده شد. بر اساس این پژوهش وو (۲۰۰۶) مقیاسی ۲۲ سوالی را تدوین کرد. نظریه و ابعاد فرهنگی هافستد، به‌عنوان مبنایی نظری برای پرسش‌ها استفاده شده و سایر محققان نیز آن را تایید کرده‌اند. اگرچه این چهار بعد به‌عنوان نمونه در نظر گرفته شده است، مواردی که هر بعد را می‌سنجد توسط چندین محقق بررسی شده است. دورفمن<sup>۲</sup> و هاول<sup>۳</sup> (۱۹۸۸) اشاره کرده‌اند که "مقیاس‌ها و رویکردهای تحلیلی هافستد موضوع مورد نظر برای بحث بوده است". به‌عنوان نمونه، آن‌ها شاخص درجه پذیرش ابهام هافستد را بررسی کرده و معتقدند که این موارد سه بخش مختلف را نشان می‌دهد. آن‌ها هم‌چنین سطح موضوع تحلیل را مشخص کردند. طبق نظر دورفمن و هاول (۱۹۸۸) "این مقیاس تنها توزیع قدرت را در سطح ملی در نظر می‌گیرد؛ و نمی‌تواند تفاوت‌های شخصی را بسنجد" (ص ۱۳۰).

براساس نتایج مطالعات تجربی و بررسی تحقیقات انجام شده قبلی، موارد ارزش فرهنگی هافستد با مقیاس جدید دورفمن و هاول (۱۹۸۸) از ابعاد هافستد جایگزین شد. این مقیاس در چندین پژوهش میان فرهنگی به‌کار رفته است. این امر نشان می‌دهد که این دو ابزار تحقیقاتی از نظر تئوری با هم برابرند. نیکلسون هم‌چنین معتقد است که مقیاس‌های جدید دورفمن و هاول از نظر روایی نسبت به مقیاس‌های هافستد قابلیت اطمینان بیشتری دارند. در این پژوهش مطالعات هافستد (۱۹۸۴) گسترش داده شده است. اولاً، در این پژوهش یک بعد فرهنگی غیر

1. Wu, M.Y.
2. Dorfman, P. W.
3. Howell, J. P.

غربی، پویایی کار کنفسیوسی، بررسی شده است. بعد پویایی کار کنفسیوسی به وسیله ارتباطات فرهنگ چینی به جای محققان غربی، اجرا شده است. در مطالعات قبلی، تاثیرات این بعد فرهنگی مهم از نظر کمی، کمتر بررسی شده است. ثانیاً، این پژوهش در سه دهه بعد از مطالعات هافستد انجام شده است. هم‌چنین تغییرات ارزش‌های فرهنگی در طول زمان مقایسه و بررسی شده است. امتیازات در بیشتر ابعاد فرهنگی با مطالعات هافستد (۱۹۸۴) تفاوت دارد. این نتایج حائز اهمیت است چراکه نتایج نشان می‌دهد که ارزش‌های فرهنگی ممکن است با گذشت زمان تغییر یابد. هنگامی که محیط‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی تغییر می‌کند، ارزش‌های فرهنگی افراد نیز تغییر می‌کند (وو، ۲۰۰۶). بنابراین، ضروری به نظر می‌رسد، بسیاری از نظریه‌های فرهنگی را به صورت دوره‌ای بروزرسانی کرده و مجدداً در محیط‌های گوناگون آن را مورد ارزیابی قرار داد. به طور مثال، نتیجه مطالعه هافستد که از مقایسه ارزش‌های کاری شعبه‌های شرکت آمریکایی آی بی ام کشورهای گوناگون از جمله ایران حاصل شده ممکن است این تعمیم کلیشه‌ای را برای فرهنگ‌های سازمانی ایرانی به همراه داشته باشد که در همه سازمان‌های ایرانی فاصله قدرت نسبتاً کم است (لطیفی، ۱۳۸۴) بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی ساختار عاملی و اندازه‌گیری میزان اعتبار مقیاس ابعاد فرهنگی وو (۲۰۰۶) در جامعه ایرانی است. اعتباریابی این مقیاس می‌تواند کمک عمده‌ای به پژوهش‌ها در تفسیر فرهنگ کاری سازمانی ایران کند و پاسخ‌گوی مشکلاتی باشد، که استفاده از نتایج مطالعه سه دهه گذشته هافستد در مطالعات حال حاضر، منجر می‌شود.

## روش پژوهش

در این مطالعه با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تعداد ۸۰۰ نفر (۳۰۰ نفر مرد و ۵۰۰ نفر زن) به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. دامنه سنی کل نمونه ۱۸ تا ۳۰ سال با میانگین ۲۱/۷ و انحراف معیار ۳/۸ بود. این مقادیر برای مردان به ترتیب برابر با ۲۲/۱ و ۴/۱ و برای زنان ۲۰/۸ و ۳/۳ بود.

ابزار: این مقیاس ۲۳ سؤالی، فرم تجدیدنظر یافته‌ای از مقیاس هافستد (۱۹۸۰) می‌باشد، که توسط وو (۲۰۰۶) ساخته شده است. این مقیاس با توجه به محدودیت‌های روان‌سنجی مقیاس نخست (هافستد)، بر پایه تئوری ابعاد فرهنگی و برخی از نظریه‌های هم‌سو (به عنوان نمونه، تریاندیس، ۱۹۸۲) و با تلفیق سؤالات مقیاس ابعاد فرهنگی دورفمن و هاوول (۱۹۹۸) که قابلیت سنجش تفاوت‌های فردی، علاوه بر تفاوت‌های ملی در ارزش‌های فرهنگی را داراست با مقیاس

بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان

هافستد تهیه شده است. سؤال‌های این مقیاس، پنج بعد فرهنگی هافستد را در یک مقیاس پنج-درجه‌ای لیکرت (از نمره ۱ برای گزینه «کاملاً موافق» تا نمره ۵ برای گزینه «کاملاً مخالف») مورد ارزیابی قرار می‌دهد. مقیاس مزبور مشتمل بر پنج نمره می‌باشد که هر نمره به یکی از پنج بعد فرهنگی هافستد اشاره دارد؛ چنان‌که نمره بالا در این پنج بعد (توزیع قدرت، درجه پذیرش ابهام، مردانگی-زنانگی، فردگرایی-جمع‌گرایی و جهت‌گیری کوتاه‌مدت-بلندمدت) به ترتیب مؤید گرایش به توزیع قدرت بالا (ساختار سلسله‌مراتبی)، ابهام‌پذیری پایین، مردانگی و جهت‌گیری بلندمدت و نمره پایین نشانه گرایش به توزیع یکسان قدرت، ابهام‌پذیری بالا، زنانگی و جهت‌گیری کوتاه‌مدت می‌باشد. نتایج مطالعه وو (۲۰۰۶) حاکی از قابلیت‌های روان‌سنجی مناسب برای این مقیاس بوده است. این ابزار ابتدا توسط پژوهشگران از انگلیسی به فارسی ترجمه شد و پس از بازبینی و اصلاح توسط یکی از اساتید مجرب زبان انگلیسی، مجدداً به انگلیسی برگردانده شده و با مقابله متن انگلیسی جدید با متن اصلی، اصلاحاتی در آن انجام گرفت و سپس ابزار فارسی نهایی با اجرا روی یک نمونه کوچک دانشجویی، از لحاظ نگارشی اصلاح شد.

روش اجرا: پرسشنامه‌ها توسط پژوهشگران به صورت حضوری به افراد نمونه ارائه شده و پس از آن جمع‌آوری شد. داده‌ها پس از کدگذاری با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که نتایج آن در زیر ارائه شده است.

### یافته‌های پژوهش

در ابتدا با انجام تحلیل توصیفی روی داده‌های جمع‌آوری شده از ۸۰۰ نفر افراد نمونه، داده‌های ۱۹ نفر از آن‌ها به دلیل ناقص بودن پاسخ‌ها، از تحلیل کنار گذاشته شد و در نهایت داده‌های ۷۸۱ نفر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. خلاصه این تحلیل در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه نتایج توصیفی پرسشنامه سنجش فرهنگی هافستد

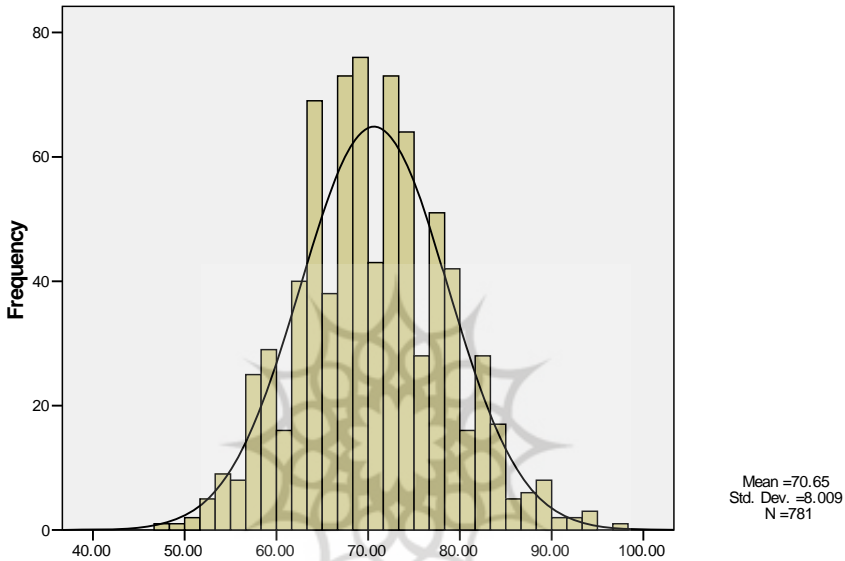
چولگی	انحراف معیار	میانگین	حداکثر نمره	حداقل نمره	تعداد	پرسشنامه هافستد
۰/۱۷۷	۸	۷۰/۶۴	۹۷	۴۸	۷۸۱	

برای بررسی نرمال بودن توزیع نمرات از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده گردید که نتایج آن در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع نمرات پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی

Sig.	آماره Z کولموگروف اسمیرنوف	نمرات پرسشنامه
۰/۱۲	۱/۱۷	

عدم معناداری Z کولموگروف اسمیرنوف نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات است. این یافته در نمودار ۱ به خوبی نمایان است.



نمودار ۱. توزیع نمرات پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی

برای بررسی ساختار عاملی پرسشنامه از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. به این ترتیب که در ابتدا آماره‌های KMO و بارتلت برای واریانس کفایت نمونه‌برداری و فرض کرویت داده‌ها محاسبه شد. مقدار KMO معادل ۰/۸ به دست آمد که با توجه به بالاتر بودن از ۰/۵ نشان‌دهنده کفایت نمونه‌برداری است. در جدول ۳ نیز نتایج آزمون بارتلت به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون بارتلت برای بررسی همبستگی درونی آیتم‌های پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی

سطح معناداری	درجه آزادی	مجذور کا	شاخص / آزمون
۰,۰۰۰۱	۲۳۱	۳۰۸۰/۴۹۷	آزمون کرویت بارتلت



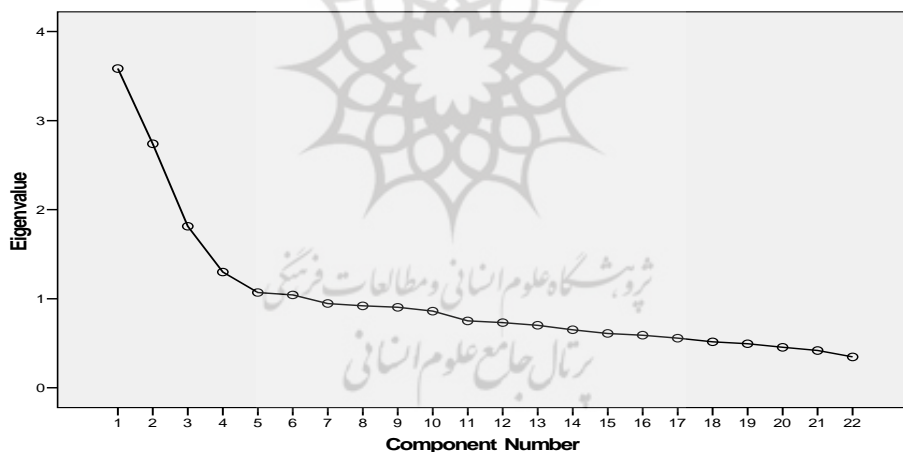
بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان

با توجه به معناداری مجذور کای آزمون بارتلت، مفروضه کروییت داده‌ها تایید شد و از این رو با استفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی، پرسشنامه هافستد مورد تحلیل عاملی اکتشافی قرار گرفت. این تحلیل ۶ عامل عمده دارای ارزش ویژه بالای ۱ به دست داد که روی هم رفته ۵۲/۴۸ درصد از واریانس داده‌ها را تبیین می‌کردند. این عوامل در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. عوامل مستخرج از تحلیل عامل اولیه پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی

عوامل	شاخص	مقدار ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تراکمی
عامل ۱	۳/۵۸	۱۶/۲۹	۱۶/۲۹	۱۶/۲۹
عامل ۲	۲/۷۳	۱۲/۴۵	۲۸/۷۴	۲۸/۷۴
عامل ۳	۱/۸۱	۸/۲۴	۳۶/۹۸	۳۶/۹۸
عامل ۴	۱/۲۹	۵/۹	۴۲/۸۹	۴۲/۸۹
عامل ۵	۱/۰۶	۴/۸۶	۴۷/۷۵	۴۷/۷۵
عامل ۶	۱/۰۴	۴/۷۳	۵۲/۴۸	۵۲/۴۸

نمایش سنگریزه‌های این عوامل در نمودار ۲ آمده است.



نمودار ۲. نمایش سنگریزه ای عوامل پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی

ماتریس این عوامل و ماده‌های مربوطه با چرخش واریماکس در جدول ۵ نشان داده شد.

جدول ۵. ماتریس عوامل پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی و سوالات مربوطه

مؤلفه مواد	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱۵	۰/۱۸					
۱۴	۰/۷۹					
۱۱	۰/۷۹					
۱۲	۰/۷۶					
۱۳	۰/۷۲					
۸		۰/۷۵				
۹		۰/۷۱				
۱۰		۰/۶۴				
۶		۰/۵۸				
۱۸			۰/۶۷			
۱۶			۰/۶۱			
۱۹			۰/۶۱			
۲۰			۰/۵			
۱۷		۰/۴۸	۰/۳۱			
۴			۰/۷۱			
۵			۰/۶۹			
۳			۰/۴۵	۰/۴		
۲۲		۰/۳	۰/۳۵			
۲				۰/۶۹		
۷		۰/۳۶		۰/۵		
۱				۰/۳۶	۰/۵	
۲۱						۰/۸۷

در جدول ۶ میزان اعتبار پرسشنامه با محاسبه آلفای کرونباخ گزارش شده است.

جدول ۶. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی

ضریب آلفا	تعداد آیتم‌ها	پرسشنامه هافستد
۰/۶۶	۲۲	

با توجه به جدول ۵ که نشان‌دهنده اشباع کم پرسشنامه از عامل ششم و قدرت تبیین پایین این عامل و نیز نشان‌دهنده وجود آیتم‌های دارای بار کم است و نیز با عنایت به ضریب اعتبار

بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان

پایین پرسشنامه، تحلیل دیگری با حذف آیتم‌هایی که از اعتبار آزمون می‌کاهند انجام شد. با کاهش دادن آیتم‌ها از ۲۲ به ۱۶، عامل‌های به‌دست آمده روی هم رفته ۵۳/۱۵ درصد از واریانس داده‌ها را تبیین می‌کنند. این عوامل در جدول ۷ نشان داده شده است.

جدول ۷. عوامل مستخرج از تحلیل عامل پرسشنامه سنجش ابعاد فرهنگی با حذف برخی سوالات

عوامل	شاخص	مقدار ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تراکمی
عامل ۱		۳/۴۵	۲۱/۵۶	۲۱/۵۶
عامل ۲		۲/۳۶	۱۴/۷۵	۳۶/۳۱
عامل ۳		۱/۵۱	۹/۴۶	۴۵/۷۸
عامل ۴		۱/۱۷	۷/۳۷	۵۳/۱۵

ماتریس این عوامل و ماده‌های مربوطه با چرخش واریماکس در جدول ۸ نشان داده شده است.

جدول ۸. ماتریس عوامل پرسشنامه نهایی سنجش ابعاد فرهنگی و سوالات مربوطه

مؤلفه مواد	۱	۲	۳	۴	شمار سوال در نسخه نهایی
۱۵	۰/۸۱				۱
۱۴	۰/۱۸				۲
۱۱	۰/۷۸				۳
۱۲	۰/۷۶				۴
۱۳	۰/۷۱				۵
۸		۰/۷۴			۶
۹		۰/۷۲			۷
۱۰		۰/۶۸			۸
۶		۰/۶۳			۹
۴			۰/۶۷		۱۰
۳			۰/۶۵		۱۱
۵			۰/۶۴		۱۲
۱			۰/۶۳		۱۳
۱۹				۰/۷۲	۱۴
۱۸				۰/۶۴	۱۵
۲۰				۰/۱۶	۱۶

به این ترتیب پس از حذف آیتم‌های شماره ۲، ۷، ۱۶، ۱۷، ۲۱ و ۲۲، پرسشنامه ۱۶ آیتمی به

دست آمد که از ۴ عامل اشباع شده که هریک از آن‌ها دارای حداقل سه آیتم مختص خود هستند که همگی بار بالای ۰/۶ داشته و بیش از ۵۳ درصد از واریانس داده‌ها را تبیین می‌کنند. پس از حذف این سؤالات بار دیگر اعتبار پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید که نتایج آن در جدول ۹ آمده است.

جدول ۹. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ۱۶ گویه ای سنجش ابعاد فرهنگی

پ	تعداد آیت‌ها	ضریب آلفا
پرسشنامه هافستد	۱۶	۰/۷

بدین ترتیب اعتبار پرسشنامه ۱۶ آیتمی حاصل، تقریباً در حد قابل قبول قرار می‌گیرد.

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، چهار عامل مجزا شامل مردانگی- زنانگی، درجه پذیرش ابهام، توزیع قدرت، و فردگرایی- جمع‌گرایی را در این پرسش‌نامه نشان داد. این عوامل دقیقاً بر عواملی که از ابتدا، پرسش‌نامه برای آن‌ها طراحی شده بود انطباق نداشتند. به‌عنوان مثال در نسخه اولیه عامل پویایی کنفسیوسی نیز وجود داشت، اما این عامل حذف و تنها یک سوال آن در زیرمجموعه جمع‌گرایی-فردگرایی قرار گرفت. در پژوهش حاضر نتایج تحلیل عاملی اکتشافی مقیاس مذکور نشان داد که تمامی سوال‌هایی که باقی ماندند مطابق با نسخه اصلی روی عامل‌های چندگانه بار گرفتند در حالی که سوال ۲۰ " صرفه‌جویی در محل کار بسیار مهم است" روی عامل جمع‌گرایی- فردگرایی بار گرفت. در مطالعه وو (۲۰۰۶) این سوال بر روی پویایی کنفسیوسی بار گرفته بود. شاید دلیل این یافته مغایر این باشد که در بین نمونه ایرانی، صرفه‌جویی، یکی از ارزش‌های کنفسیوسی است. به‌نظر می‌رسد در جامعه ایرانی صرفه‌جویی رفتاری مناسب در گروه اجتماعی باشد، که جنبه‌ای از جمع‌گرایی را به نمایش می‌گذارد. مویج<sup>۱</sup> و هافستد (۲۰۱۰)، از نمودهای جمع‌گرایی در مقابل فردگرایی را مراقبت از افراد در گروه اجتماعی برای اثبات وفاداری می‌دانند. صرفه‌جویی از این منظر می‌تواند، نوعی مراقبت از دیگری، جهت استفاده از منابع باشد.

هنجاریابی مقیاس مذکور، ایران را در زمره کشورهای قرار می‌دهد که در آن امتیازات به دست آمده از سوال‌ها با مدل چهار عاملی هافستد همبستگی دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد،

1. Mooij, M.D.

بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان

امتیازات ۲۳ کشور همبستگی با مدل پنج عاملی، و ۴۶ کشور دیگر همبستگی با مدل چهار عاملی را دارند (شی، و وانگ، ۲۰۱۱). یافته حاضر همسو با تصویر پژوهش اولیه هافستد (۱۹۸۴) از ایران است که در میان ۵۳ منطقه مورد بررسی، رتبه ایران در میان این چهار بعد در نظر گرفته شده است. تشابه ساختار عاملی مقیاس ابعاد فرهنگی، در پژوهش حاضر و پژوهش هافستد (۱۹۸۴) نشان می‌دهد بعد فرهنگی غیر غربی که در سال ۱۹۹۰ به این مدل اضافه شد، با فرهنگ ایرانی همخوانی ندارد. البته، مقایسه این ابعاد با یکدیگر در گروه‌های فرهنگی مختلف می‌تواند بیانگر تفاوت این ابعاد چهارگانه در محیط‌های گوناگون باشد. بنابراین با وجود این تشابه، بررسی آن در گروه‌های مختلف یک اولویت پژوهشی با اهمیت تلقی می‌شود. پایایی مقیاس حاضر، پس از حذف سوالات در تحلیل عاملی، نیز در حد قابل قبول قرار گرفت. در یک نتیجه‌گیری نهایی و کلی می‌توان گفت مقیاس فارسی ابعاد فرهنگی دارای پایایی مناسبی است. با این وجود، لازم است، یافته‌های پژوهش حاضر در بافت محدودیت‌های آن تفسیر و تعمیم داده شود. این مطالعه روی افراد سنین ۱۸ تا ۳۰ ساله و دانشجویان انجام شده‌است، که پیشنهاد می‌شود در مطالعات بعدی گروه‌های دیگر سنی نیز در نظر گرفته شوند.

#### پیوست: پرسش‌نامه سنجش ابعاد فرهنگی

لطفاً هر یک از عبارات‌های زیر را بخوانید و میزان موافقت و یا مخالفت خود را در مقابل هر عبارت با نمره‌گذاری در ستون مربوطه مشخص نمایید: (کاملاً مخالفم=۱) (مخالفم=۲) (نظری ندارم=۳) (موافقم=۴) (کاملاً موافقم=۵)		
ردیف	گویه	نمره
۱	به نظر من یک رئیس باید بیشتر تصمیمات خود را بدون مشورت با زیردستان اتخاذ نماید.	
۲	رؤسا به ندرت باید نظر کارمندان خود را بپرسند.	
۳	کارمندان نباید با نظر رئیس خود مخالفت کنند.	
۴	مدیران نباید امور مهم را به کارکنان واگذار نمایند.	
۵	بسیار مهم است که شرح وظایف هر کارمند به طور دقیق مشخص باشد، به نحوی که کارکنان هر لحظه بدانند چه کاری باید بکنند.	
۶	قوانین و مقررات بسیار مهم هستند چرا که کارکنان را از انتظاراتی که سازمان از آن‌ها دارد، مطلع می‌کند.	
۷	استانداردهای عملی برای فعالیت‌های شغلی کارکنان مفید هستند.	
۸	دستورالعمل‌های عملیاتی برای کارکنان در مشاغل مختلف بسیار مهم است.	
۹	وقتی جلسات به وسیلهٔ مردان اداره می‌شود، بسیار مؤثرتر اداره می‌شوند.	
۱۰	اشتغال در یک حرفه تخصصی برای مردان مهمتر از زنان است.	

۱۱	مردان مسائل را به صورت تحلیلی - منطقی حل می‌کنند، ولی زنان مشکلات را به صورت شهودی حل می‌کنند.
۱۲	حل کردن مشکلات سازمانی معمولاً نیازمند یک رویکرد قوی و فعال است که از مردان برمی‌آید.
۱۳	بهتر است در پست‌های سازمانی بالاتر مردان قرار بگیرند.
۱۴	کارکنان باید اهداف خود را بعد از در نظر گرفتن اهداف گروه تعقیب کنند.
۱۵	تخصیص فرصت‌ها باید بر اساس وضعیت و مشاهدات محیط شغلی باشد.
۱۶	صرفه‌جویی در محل کار بسیار مهم است.

### منابع

کاندا، زیوا. (۱۳۸۸). *شناخت اجتماعی*. (حسین کاویانی، مترجم). تهران: مهر کاویان. (تاریخ انتشار به زبان اصلی، ۱۹۹۹).

لطیفی، فریبا (۱۳۸۴). *فرهنگ سازمان‌های ایرانی*. سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت.

محو‌ی شیرازی، مجید (۱۳۸۷). *بررسی اعتبار، پایایی و هنجاریابی مقیاس هیجان‌خواهی زاگرم‌ن با تغییرات بسته به فرهنگ*. دو ماهنامه علمی - پژوهشی دانشگاه شاهد، سال پانزدهم، شماره ۲۸.

Dorfman, P. W., & Howell, J. P. (1988). *Dimensions of national culture and effective leadership patterns: Hofstede revisited*. In E.G. McGoun (Ed.), *Advances in international comparative management*, 3, 127-149. Greenwich, CT: JAI Press.

England, G. W. (1967). Personal value systems of American Managers. *Academy of Management Journal*, 10, 53-68.

Haire, M., Ghiselli, E. E., & Porter, L. W. (1966). *Managerial Thinking: An International Study*. New York: Wiley.

Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Hofstede, G., 1984. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.

Hofstede, G. (1986). Cultural differences in teaching and learning. *International Journal of Intercultural Relations*, 10(3), 301-320.

Hofstede, G., (1990). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. McGraw-Hill, London.

Hofstede, G. (1994). Management scientists are human. *Management Science*, 40(1), 4-14.

Hofstede, G. (2001) *Culture's consequences* (2nd edn). Thousand Oaks, CA: Sage.

Mooij, M. D., & Hofstede, G. (2002). Convergence and divergence in consumer behavior: implications for international retailing. *Journal of Retailing*, 78, 61-69.

Mooij, M., Hofstede, G. (2010). The Hofstede model Applications to global branding and advertising strategy and research. *International Journal of Advertising*. Vol. 29, Number

- Obeidat, B.Y., Shannak, R.O; Masadeh, R; Al-jarrah, I.M. (2012). Toward Better Understanding for Arabian Culture: Implications Based on Hofstede's Cultural Model. *European Journal of Social Sciences*, ISSN 1450-2267 Vol.28 No.4 (2012), pp. 512-522
- Shi, X., Wang, J. (2011). Interpreting Hofstede Model and GLOBE Model: Which Way to Go for Cross-Cultural Research? *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 5.
- Taras, V., Steel, P., Kirkman, B. (2012). Improving National Cultural Indices Using a Meta-Analysis of Hofstede's Dimensions. *Journal of World Business*, 47(3): 329-341.
- Wu, M.Y. (2006). Hofstede's cultural dimensions 30 years later: A study of Taiwan and the United States. *J. Int. Stud.*, 15 (1): 33-42.

