

فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)

سال دهم، شماره ۲ (شماره پیاپی ۳۲)، تابستان ۱۳۹۷: ۷۵-۱۰۶

طراحی و اعتباریابی مدل سنجش فرهنگ سازمانی استاندارداری کردستان

عباس عباس‌پور*، ابوبکر کریمی**، حسین عبداللہی***، محمد تقی تقوی‌فرد****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۵/۰۴

چکیده

شناخت فرهنگ سازمانی، مستلزم داشتن مدل مناسب است. با توجه به نبود الگوی فرهنگ سازمانی هم‌راستا و متناسب با ارزش‌های اسلامی، فرهنگ بومی، رسالت و مأموریت‌های استانداردی‌های ایران، هدف اصلی پژوهش، طراحی مدل مناسب شناسایی و سنجش فرهنگ سازمانی استانداردی‌های کردستان است. در این پژوهش، از روش کیفی و نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شد. در ابتدا با خبرگان استانداردی‌های کردستان و فرمانداری شهرستان‌های تابعه مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته به عمل آمد که تا رسیدن به اشباع نظری (۱۶ نفر) ادامه پیدا کرد. سپس داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به روش تحلیل تم و با استفاده از نرم‌افزار ان‌ویو ۱۰ تحلیل شد. برای اعتبارسنجی کیفی و اجماع بین خبرگان در جهت واقعی بودن مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده از فن دلفی فازی استفاده شد. بعد از مرحله دلفی فازی، فهرست ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده در اختیار چند نفر از اساتید دانشگاه و مدیران وزارت کشور که در حوزه فرهنگ سازمانی تخصص داشتند، قرار گرفت که با انجام اصلاحات از صحیح و مناسب بودن معادل و اصطلاحات انتخاب شده برای نام‌گذاری ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها اطمینان حاصل شد. بر این اساس، مدل نهایی سنجش فرهنگ سازمانی استانداردی‌های کردستان طراحی شد که شامل ۵ بعد (فرهنگ: تحول‌گرا، شهروند‌گرای، آینده‌نگری، بوروکراتیک و اسلامی-سیاسی)، ۱۴ مؤلفه و ۵۴ شاخص می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: مدل سنجش فرهنگ سازمانی؛ استانداردی‌های کردستان؛ تحلیل تم؛ فن دلفی فازی

* نویسنده مسئول: دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران
abbaspour1386@gmail.com

** دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران
aboubakr.karimi@yahoo.com

*** دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران
abdollahi@atu.ac.ir

**** دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران
dr.taghavifard@gmail.com

مقدمه

سازمان‌ها به‌طور ذاتی نیازمند انسان‌ها هستند که به آنها هویت داده و از طریق آنها فعالیت‌ها را به‌انجام برسانند. سازمان‌ها در درون خود، قوانین و ضوابط ویژه‌ای را تدوین می‌کنند که باعث یکپارچگی می‌شود و انسان‌ها با برداشت‌های خود از آن قوانین و شرایط، ادراکات خود را شکل می‌دهند و این ادراکات پایه و اساس شکل‌گیری ارزش‌های سازمانی می‌شود که اصطلاحاً به مجموعه ارزش‌ها، فرهنگ سازمانی گفته می‌شود (فرهی بوزنجانی، سهرابی و حق‌جو، ۱۳۹۴: ۶۵). امروزه سازمان‌های دولتی گریبان‌گیر مشکلات و ناکامی‌هایی هستند که عمدتاً از عدم شناخت و نداشتن الگویی مناسب برای فرهنگ سازمانی یا تغییر آن ناشی می‌شود (کامرون و کوئین، ۲۰۱۱). به‌همین خاطر، در سال‌های اخیر، دولت توجه ویژه‌ای به اصلاح نظام اداری کرده و برای تحقق این امر، توسعه، تقویت و طراحی الگو و ویژگی‌های فرهنگ سازمانی مطلوب را مدنظر قرار داده است (معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس‌جمهور، ۱۳۹۳). پدیده‌های سازمانی را بدون ملاحظه فرهنگ نمی‌توان شناخت. وجود فرهنگ در سازمان مانند وجود روح در بدن انسان است (نلسون و کوئیک^۱، ۲۰۰۹، ص ۱۰۷). رایینز می‌گوید: برای شناخت سازمان و رفتارها و عملکرد کارکنان، شناخت فرهنگ گامی اساسی و بنیادی است؛ زیرا با اهرم فرهنگ به‌سادگی می‌توان انجام تغییرات را تسهیل و جهت‌گیری‌های جدید را در سازمان پایدار کرد. از این‌رو، فرهنگ سازمانی یک عامل اساسی در موفقیت سازمان و تحقق اهداف بلندمدت سازمان است (رایینز، ۱۹۹۱). همچنین می‌تواند به‌عنوان منبعی برای ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار عمل کند؛ زیرا برخی از فرهنگ‌ها به‌راحتی قابل تقلید توسط دیگران نیستند (ویلن و هانگر^۲، ۲۰۱۰). بررسی پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه فرهنگ سازمانی، نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های داخلی و خارجی تمرکز خود را بر شناسایی فرهنگ سازمانی مؤسسه مورد مطالعه به روش کمی و فقط براساس مدل‌های شاین (فنزل، ۱۹۸۹)، کامران و کوئین (کولن ریولانو، ۲۰۱۲)،

۱. Nelson & Quick

۲. Wheelen & Hunger

دنیسون (لاکاس^۱، ۲۰۱۰؛ کارابالو^۲، ۲۰۱۶)، گوفی و جونز (زابد عبدالرشید^۳، ۲۰۰۴) کرده‌اند و غالباً هم به مباحثی مانند تحول و ثبات، توجه به قابلیت‌ها و توانمندسازی، سازگاری در برابر درگیر شدن، همگرایی در مقابل واگرایی، چگونگی واکنش در برابر ابهام و نا اطمینانی، پرداخته‌اند. باتوجه به اینکه فرهنگ هر سازمان در واقع، شخصیت یک سازمان را می‌سازد و فرهنگ هر سازمان مختص همان سازمان می‌باشد (زارع، ابراهیمی، سنجقی و رمضان، ۱۳۹۶: ۴۰)، غفلت از شناخت و دخالت باور، ارزش، آئین و ویژگی‌های بومی سازمان مورد مطالعه، باعث می‌شود نتوانند به صورت جامع وضعیت موجود فرهنگ‌سازمانی را شناسایی نمایند. طراحی و اعتباریابی کیفی مدل بومی فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان، از ره‌آورد های تازه پژوهش حاضر است که سعی در اصلاح این خلأ پیشینه را نیز دارد. نتایج این بررسی که در بین کارمندان و مدیران استانداری انجام می‌شود، به تقویت و شکل‌گیری فرهنگ‌سازمانی مثبت و قوی در استانداری کردستان کمک نموده و به مدیران و سیاست‌گذاران برای کسب بینش جدیدی از علل ریشه‌ای ظهور مشکلات و توسعه ظرفیت‌ها به منظور بهبود عملکرد و اثربخشی سازمانی کمک می‌کند و در صورت لزوم با برنامه‌ریزی و استفاده از مدل به تعریف و ترویج ارزش‌های مثبت و هنجارها و سیاست‌های جدید، برای مدیریت درست کارکنان و کاهش فاصله بین وضعیت موجود و مطلوب سازمان، اقدام نمایند.

با این اوصاف، ارزیابی مستمر وضعیت فرهنگ‌سازمانی، یک امر ضروری در دنیای متحول کنونی قلمداد می‌شود، لذا شناسایی و سنجش فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان به عنوان یک مسئله و اولویت سازمانی مطرح شده است. برای سنجش و اندازه‌گیری فرهنگ، وجود الگوی مناسب ضروری است. باتوجه به فقدان الگوی فرهنگ‌سازمانی هم‌راستا و متناسب با ارزش‌های اسلامی، فرهنگ بومی، رسالت و مأموریت‌های استانداری‌های ایران، مسئله اصلی پژوهش، این است که نشان دهد، مدل مناسب شناسایی و سنجش فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان کدام است و چه ابعاد و مؤلفه‌هایی در مدل مورد نظر تأثیر دارند؟

۱. LaCasse

۲. Caraballo

۳. Zabid Abdul Rashid

مبانی نظری و پیشینه پژوهش تعریف فرهنگ و فرهنگ‌سازمانی

برای واژه فرهنگ از نقطه‌نظر علوم اجتماعی، مدیریت و روان‌شناسی با دیدگاه‌های متنوع، تعریف‌های متعددی ارائه شده است (فرهی، فضائلی و ابراهیمی، ۱۳۹۴، ص ۳۲). مردم‌شناسان، فرهنگ^۱ را یک سبک یا شیوه زندگی می‌دانند و براین باورند که گروه‌های مختلف، شیوه‌های متفاوتی برای زندگی در پیش می‌گیرند (پوربابایی، ۱۳۸۲). مطالعات اولیه در مورد فرهنگ بر اساس فرض زبان^۲، باورها^۳ و آیین‌ها^۴ بود (پتیگرو، ۱۹۷۹، ۵). کروبر^۵ و کلوکهان^۶ (۱۹۵۲) در حالی که بیش از سیصد تعریف برای فرهنگ بر شمرده‌اند، تعریفی ترکیبی به این شرح پدید آورده‌اند: فرهنگ دربرگیرنده الگوهای آشکار و پوشیده‌ای از رفتار و برای رفتار است که از راه نمادها که دستاورد نمایان گروه‌های انسانی است، آموخته می‌شود و انتقال می‌یابد.

تعریف فرهنگ‌سازمانی به دلیل ماهیت انتزاعی آن (تورمینا^۸، ۲۰۰۸) دشوار است. شاین (۱۹۸۵: ۶) فرهنگ‌سازمانی را به‌عنوان "مفروضات"^۹ و باورهای اساسی که توسط اعضای یک سازمان به اشتراک گذاشته شده است" تعریف کرد. فرهنگ‌سازمانی به الگویی از مفروضات بنیادین برمی‌گردد که گروهی خاص برای مقابله با مشکلات و سازگاری با محیط خارجی و نیل به یکپارچگی و انسجام داخلی؛ ابداع، کشف یا ایجاد می‌کنند. این الگو در صورت کفایت، سودمندی و کارساز بودن، اعتبار می‌یابد و در نتیجه به‌عنوان شیوه درست ادراک، پندار، تفکر، احساس و رفتار

۱. Culture

۲. language

۳. Beliefs

۴. Rituals

۵. Pettigrew

۶. Kroeber

۷. Clyde Kluckhohn

۸. Taormina

۹. Assumptions

در مقابله با مشکلات، به اعضای جدید آموخته می‌شود.

مدل‌های سنجش فرهنگ‌سازمانی

با مرور ادبیات موضوع درمی‌یابیم که گونه‌شناسی‌های مختلفی توسط اندیشمندان عرصه فرهنگ‌سازمانی برای سنجش و اندازه‌گیری فرهنگ سازمان‌ها معرفی شده است. به‌عنوان نمونه؛ هریسون، والاش، اوچی، کتز دو وریس^۱ و میلر^۲، شاین^۳، کوئک و روسو، هافستد^۴، دنیسون^۵، چارلز هندی^۶، واتکینز و مارسیک^۷، جفری سونن‌فلد^۸، اوریلی، چتمن و کالدول^۹ و باس و اولیو^{۱۰}، کامرون و کوئین^{۱۱}، کوک و لافرتی^{۱۲}، رایینز، هاروی - براون^{۱۳}، استانلی دیویس^{۱۴}، هرسی - بلانچارد^{۱۵} و ریچارد دفت^{۱۶}. را می‌توان نام برد. در جدول ۱ تعدادی از مدل‌هایی که مؤلفه‌ها و شاخص‌های خاصی را برای شناخت، سنجش و اندازه‌گیری فرهنگ‌سازمانی ارائه داده‌اند، نشان داده شده است.

۱. Ketsde Vries
۲. Miller
۳. Schein's Organizational Culture Model
۴. Hofstede
۵. Denison's Organizational Culture Model
۶. Charles Handy
۷. Watkins & Marsick
۸. Jeffrey Sonnenfeld
۹. O'Reilly, Chatman, and Caldwell
۱۰. Bass & Avolio
۱۱. Competing Values Framework Cameron and Quinn
۱۲. Cooke and Lafferty
۱۳. Harvey & Brown
۱۴. Stanley Davis
۱۵. Hersey & Blanchard
۱۶. Richard Daft

جدول ۱. جمع‌بندی مدل‌های فرهنگ‌سازمانی همراه با مؤلفه‌های فرهنگی

ردیف	پژوهشگران	نوع فرهنگ (ابعاد)	مؤلفه‌های فرهنگی
۱	هریسون	قدرت‌گرا	رقابتی، پاسخگو به شخص و نه به تخصص
		کارمندگرا	اجتماعی، تأکید بر روابط و مناسبات، کنترل محدود مدیریت
		وظیفه‌گرا	تمرکز بر شایستگی و پویایی
		نقش‌گرا	تمرکز بر قانونی‌بودن، مشروعیت و بوروکراسی
۲	شاین	مصنوعات	ساختار و فرایندهای سازمانی قابل مشاهده از قبیل لباس، اشیاء محسوس، اعمال و کردار مراسم، آرم و نمادهای محصولات سازمانی، تشریفات و مظاهر عملکردی افراد سازمان
		ارزش‌های حمایتی	راهبرد، اهداف و فلسفه. معیار ارزش‌دهی مانند زشت و زیبا، خوب و بد و پایدونبایدها
		مفروضات اساسی پایه	بخش ناخودآگاه سازمان؛ باورها، ادراکات، افکار، احساسات و... که مبنای کلیه ارزش‌ها و در نتیجه اعمال و رفتار سازمانی است (فرهنگ)
۳	هافستد	ایفای نقش	سازمان سلسله‌مراتبی و رسمی
		تأکید بر نتیجه	انتظار بالا از کارکنان و تأکید مطلق بر کسب هدف
		اعمال قدرت	قدرت و اختیارات مدیران تعیین‌کننده شرایط سازمان است
		حمایت	سازمان با سلسله‌مراتب و بروکراسی موافق نیست، رضایت کارکنان از طریق ارتباط انسانی، تشریک‌مساعی، ایجاد حس تعلق و همبستگی به سازمان
۴	دنسون	انعطاف‌پذیر	تأکید بر فرایندهای اداری منعطف، واکنش سریع و صحیح در برابر تحولات محیطی، توجه به نیازهای مشتریان
		مأموریتی	توجه به نیازهای محیط خارجی، تأکید بر حفظ وضعیت فعلی، ایجاد دیدگاه مشترک در سازمان، تبیین حرکت سازمان به وسیله مدیران
		مشارکتی	جلب مشارکت و درگیری کارکنان در امور، توجه به تحولات محیط خارجی، افزایش حس مسئولیت و مالکیت در افراد
		مبتنی بر تداوم	توجه اکید، به روند انجام امور سازمان، تلاش برای حفظ ثبات، نبود مشارکت کارکنان، تأکید بر سنت‌های مرسوم
۵	هندی	نقشی	تأکید بر ساختار بوروکراتیک، تعریف دقیق وظایف
		وظیفه‌ای	تأکید بر معیارهای عملکردی، تلاش بسیار برای تحقق اهداف
		قدرتی	وفاداری بیش‌ازحد به صاحبان قدرت در سازمان، حرکت براساس قانون
		شخصی	حمایت از افراد حرفه‌ای و تخصصی، وجود استقلال حرفه‌ای

ادامه جدول ۱. جمع‌بندی مدل‌های فرهنگ‌سازمانی همراه با مؤلفه‌های فرهنگی

ردیف	پژوهشگران	نوع فرهنگ (ابعاد)	مؤلفه‌های فرهنگی
۶	کامرون و کوئین	اده‌کراسی	تأکید بر خلاقیت و ریسک‌پذیری
		باشگاهی	محیط کار دوستانه و شبیه به خانواده، به اشتراک‌گذاری
		بازاری	محیط بیرون از سازمان به‌عنوان عامل تهدید، مزیت رقابتی
۷	کوک و لافرتی	سلسله‌مراتبی	بروکراسی ویر، پیروی از آداب و رسوم، اثربخشی محصولات
		سازنده	نیل به هدف، خودکنترلی، تشویق‌های انسان‌مدارانه، وابستگی
		انفعالی/تدافعی	تعارض‌پذیری، سنت‌گرایی، سلسله‌مراتب، اجتناب
۸	گوفی و جونز	تهاجمی / تدافعی	تقابل، اقتدار، رقابت، کمال‌طلبی
		شبکه‌ای	جامعه‌پذیری زیاد، انسجام سازمانی کم، فرهنگ درهای باز، گفتگوهای غیررسمی، عدم شناخت درست مسیر حرکت سازمان
		اجبری	جامعه‌پذیری کم، انسجام سازمانی زیاد، رهبری تشویقی، عدم اشتیاق به فعالیت‌های گروهی، روابط کاری خشک و بسیار رسمی، تأکید بر هدف
		پراکنده	جامعه‌پذیری کم، انسجام سازمانی کم، روابط سست سازمانی، روح بی‌هویتی سازمانی
		اشتراکی	جامعه‌پذیری زیاد، انسجام سازمانی زیاد، روابط حسنه شخصی و سازمانی، دفاع از منافع سازمان

با نگاهی عمیق به گونه‌شناسی‌های فرهنگ‌سازمانی می‌توان به پاره‌ای از قواعد و ملاحظات مشترکی که از سوی صاحب‌نظران مورد توجه قرار گرفته است، پی برد. در اغلب این مطالعات، بر بعد محیطی و انطباق‌پذیری سازمان از یک‌سو و بر بعد یکپارچگی، وحدت و ثبات درونی سازمان از سوی دیگر تأکید شده است (نیکوکار، سلطانی و نیاوند، ۱۳۹۲: ۱۴۵). همچنین در اغلب این الگوها ضمن اینکه بر ارزش‌های منابع انسانی تمرکز شده، درعین‌حال بر راهبردهای بلندمدت، برنامه‌ریزی و هدف‌مداری سازمان نیز تأکید شده است. به‌عنوان مثال؛ چارلز هندی، هرسی و بلانچارد، لورش و لارنس، بر عوامل محیطی مؤثر بر فرهنگ‌سازمانی پافشاری کرده‌اند. عده‌ای هم فرهنگ‌سازمانی را با رویکرد بین‌فرهنگی مورد مطالعه قرار داده‌اند مانند گرت هافستد، کلوکهان و استرادیک. برخی دیگر مثل ریچارد هال و رابرت کوئین بر کانون توجه سازمان تأکید داشته‌اند.

عده‌ای دیگر به ساختار داخلی سازمان و نظام‌های پاداش‌دهی و سازوکار داخلی توجه داشته‌اند که از بین آنها می‌توان به ویس‌بورد، گوردون و هاروی اشاره کرد. استانی دیویس هم بیشتر بر مسائل روان‌شناختی و راهبرد متمرکز شده‌اند (دیویس، ۱۹۸۴).

نقد روش‌شناسی مطالعات داخلی

با بررسی پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه فرهنگ‌سازمانی، می‌توان انتقاداتی را به روش‌شناسی این پژوهش‌ها وارد کرد.

۱. بیشتر پژوهش‌های داخلی و خارجی تمرکز خود را بر شناسایی فرهنگ‌سازمانی مؤسسه مورد مطالعه به روش کمی و فقط براساس مدل‌های شاین، کامران و کوئین، دنیسون و گوفی و جونز قرار داده‌اند. اما غفلت از شناخت و دخالت باور و ویژگی‌های بومی سازمان مورد مطالعه، باعث می‌شود نتوانند به صورت جامع وضعیت موجود فرهنگ‌سازمانی را شناسایی نمایند.

۲. در بخشی از محدود پژوهش‌هایی هم که باهدف طراحی الگوی فرهنگ‌سازمانی صورت گرفته است، محققان با بررسی ادبیات مربوط به فرهنگ‌سازمانی و با توجه به ماهیت سازمان مورد مطالعه و ادراک و پیش‌فرض‌های ذهنی خویش، مجموعه‌ای از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها را شناسایی و به سازمان مورد مطالعه خویش نسبت داده و بدین صورت الگوی فرهنگ‌سازمانی، سازمان مورد مطالعه خود را طراحی کرده‌اند (زارع، ابراهیمی، سنجقی و رمضان، ۱۳۹۶). در صورتی که امکان این اشتباه وجود دارد که برخی از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده در سازمان مورد مطالعه وجود نداشته یا حتی ممکن است از برخی ابعاد، مؤلفه یا شاخص‌هایی که مختص آن سازمان بوده و جزء اصلی فرهنگ آن سازمان به‌شمار می‌رود، غفلت شود.

۳. در برخی از پژوهش‌ها برای رفع ایرادات اشاره‌شده در مورد قبل، از روش‌های کیفی استفاده شده است. در این پژوهش‌ها، پس از استخراج ابعاد، مؤلفه و شاخص‌ها و طراحی الگوی اولیه فرهنگ‌سازمانی به روش کیفی، جهت تأیید الگوی اولیه استخراج‌شده، به سراغ روش‌های کمی می‌روند. با توجه به اینکه محققان براساس دانسته‌ها و پیش‌فرض‌های ذهنی خویش، اقدام به

کدگذاری و نام‌گذاری کدهای استخراجی از متن مصاحبه‌ها می‌کنند، این ایراد وجود خواهد داشت که ممکن است برخی از کدهای استخراجی و نام‌گذاری‌ها با آنچه مدنظر خبرگان سازمان مورد مطالعه بوده است، متفاوت و حتی اشتباه باشد و به این ترتیب لازم است پس از استخراج الگوی اولیه و قبل از استفاده از روش‌های کمی جهت تأیید روایی الگوی نهایی؛ نظرسنجی مجددی از خبرگان سازمان مورد مطالعه و سپس نظرسنجی از برخی خبرگان حوزه فرهنگ‌سازمانی در راستای رسیدن به اجماع و اطمینان از واقعی بودن کدهای استخراجی صورت بگیرد.

پیشینه تجربی

جدول ۲، خلاصه پژوهش‌های انجام گرفته در خصوص طراحی مدل فرهنگ‌سازمانی به ترتیب سال اجرا را نشان می‌دهد.

جدول ۲. خلاصه پژوهش‌های انجام گرفته در خصوص طراحی مدل فرهنگ‌سازمانی به ترتیب سال اجرا

ردیف	نام پژوهشگر	سال اجرا	عنوان طرح	روش تحقیق	مهم‌ترین یافته‌ها
۱	فرهی، ابراهیمی، سلطانی و هوشنگی	۱۳۹۶	طراحی الگوی مطلوب فرهنگ‌سازمانی بانک دی و سنجش وضعیت موجود آن	آمیخته	با مطالعه گسترده مبانی نظری، مطالعات تطبیقی، مبانی دینی، اسناد بالادستی، ذهنکاوای مدیران و مشاهده مشارکتی، الگوی مطلوب فرهنگ‌سازمانی بانک متشکل از پنج بعد، ۲۶ مؤلفه و ۲۱۸ شاخص تدوین شد. نتایج به دست آمده از پیمایش میدانی حاکی از آن بود که فرهنگ‌سازمانی بانک در وضعیت قابل قبولی قرار دارد. فرهنگ ارزش‌محور در وضعیت مطلوب‌تری نسبت به سایر ابعاد فرهنگ‌سازمانی قرار داشت و فرهنگ انسان‌محور و محیط‌محور نیازمند بذل توجه بیشتری بودند. به علاوه، فرهنگ انسان‌محور بیشترین تأثیر را بر فرهنگ‌سازمانی بانک نشان می‌داد.

ادامه جدول ۲. خلاصه پژوهش‌های انجام‌گرفته درخصوص طراحی مدل فرهنگ‌سازمانی به

ترتیب سال اجرا

ردیف	نام پژوهشگر	سال اجرا	عنوان طرح	روش تحقیق	مهم‌ترین یافته‌ها
۲	زارع، ابراهیمی، سنجدی و رمضان	۱۳۹۶	مدیریت فرهنگ‌سازمانی: ارائه یک چارچوب منسجم کیفی - کمی به‌عنوان راهنمای طراحی الگوی فرهنگ‌سازمانی	آمیخته	در نتیجه تحلیل تم، پنج بعد شامل فرهنگ رابطه‌مدار؛ فرهنگ دانش‌محور؛ فرهنگ بازارمحور؛ فرهنگ بوروکراتیک و فرهنگ ارزش‌محور به همراه ۱۴ مؤلفه و ۴۲ شاخص شناسایی شد.
۳	فرهی‌بوزنجانی، سهرابی و حق‌جو	۱۳۹۴	تبیین فرهنگ‌سازمانی ناجا	توصیفی کاربردی	از میان چهار بعد فرهنگ‌سازمانی شامل فرهنگ مأموریتی، دیوان‌سالاری (بوروکراتیک)، انسان‌گرایی و انطباق‌پذیری براساس الگوی دنیسون، ناجا برای بعد فرهنگ بوروکراتیک نسبت به بعد انسان‌گرایی وزن بیشتری قائل است در صورتی که در دستیابی به تحقق چشم‌انداز ناجا، ابعاد ارزش‌های فرهنگی و بعد انسانی، تأکیدات بیشتری شده است.
۴	فرهی، فضائلی و ابراهیمی	۱۳۹۴	معرفی الگوی مطلوب فرهنگ‌سازمانی با رویکرد کیفی و ذهن‌کاوی مدیران	کیفی	پنج بعد مقصد و مسیر، ساختار یا سازوکارهای انجام کار، منابع انسانی، عوامل زمینه‌ای محیطی و ارزشی به‌عنوان ابعاد اصلی چارچوب نظری پژوهش در نظر گرفتند. در نتیجه تحلیل داده‌ها ۲۳ تم فرعی و ۱۲۴ مفهوم در رابطه با پنج تم اصلی فرهنگ‌سازمانی مطلوب بانک شناسایی شد.
۵	نیکوکار، سلطانی و نیاوند	۱۳۹۲	طراحی الگوی بومی شناخت و سنجش فرهنگ‌سازمانی سازمان‌های نظامی و انتظامی جمهوری اسلامی ایران	پیمایشی	الگوی را پیشنهاد دادند که دارای ۵ بعد، ۲۰ ویژگی و نود و چهار شاخص است. ۵ بعد عبارتند از: فرهنگ آرمان‌گرا، فرهنگ تعالی‌گرا، فرهنگ تحول‌گرا، فرهنگ قانون‌گرا و فرهنگ مکتبی.

چارچوب نظری و مدل مفهومی پژوهش

برای تدوین مدل سنجش فرهنگ‌سازمانی استاندارد کردستان، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگ‌سازمانی شناسایی می‌شوند. با توجه به پیچیدگی و گسترده‌بودن حوزه فرهنگ‌سازمانی، برای طراحی یک مدل بومی، به یک الگوی اولیه نیاز است (فرهی، ابراهیمی، سلطانی و هوشنگی، ۱۳۹۶: ۵) که برای طراحی مدل مفهومی از مدل چهارنوعی دنیسون (دنیسون و میشر، ۱۹۹۵) الهام گرفته

شده است. از آنجا که مدل دنیسون نسبت به سایر مدل‌های سنجش فرهنگ‌سازمانی، شاخص‌های اندازه‌گیری به نسبت کامل‌تری را ارائه می‌دهد و نیز از جدیدترین مدل‌های ارائه‌شده در خصوص سنجش فرهنگ‌سازمانی است (مخبر دزفولی و عباسی، ۱۳۹۰)، این مدل برای پژوهش حاضر انتخاب شد. از دلایل دیگر انتخاب این مدل آن است که این مدل را می‌توان در تمامی سطوح سازمان به کار برد. ضمن اینکه در سالیان اخیر این مدل توسط مؤسسات مدیریت برای ارزیابی فرهنگ‌سازمانی شرکت‌ها و سازمان‌ها در خارج از کشور هم به‌طور گسترده مورد استفاده قرار گرفته است. از مزایای دیگر مدل دنیسون، نمودار گرافیکی آن است که ویژگی‌های فرهنگ‌سازمانی را در دو بعد تمرکز داخلی و خارجی و میزان انعطاف و همچنین در سطح ۱۲ مؤلفه در قالب چهار نوع فرهنگ‌سازمانی، به‌صورتی که کاملاً وضعیت فرهنگ‌سازمانی را نشان می‌دهد، ترسیم می‌کند (منوریان و بختایی، ۱۳۸۶: ۱۳۶)، از مزایای دیگر مدل فرهنگ‌سازمانی دنیسون نسبت به سایر مدل‌های فرهنگ‌سازمانی آن است که این مدل به‌جای ارزیابی شخصیت، رفتار گروهی را محک می‌زند و اندازه‌گیری را تا پایین‌ترین سطوح سازمان انجام می‌دهد (رحیم‌نیا و علیزاده، ۱۳۸۸). مدل مفهومی و چارچوب نظری مستخرج از پیشینه به‌صورت شکل ۱ ارائه می‌شود.

فرهنگ مأموریتی: این فرهنگ که خاص سازمان‌های هدف‌گراست، سعی می‌کند تا با حفظ ثبات داخلی به محیط خارجی نیز توجه داشته باشد تا بتواند فرایند عملیات سازمان را براساس خواست‌های محیط و کنترل فشارها به‌پیش ببرد. از نظر مبانی نظری، رویکرد عوامل راهبردی پشتیبان این نوع فرهنگ‌سازمانی است.

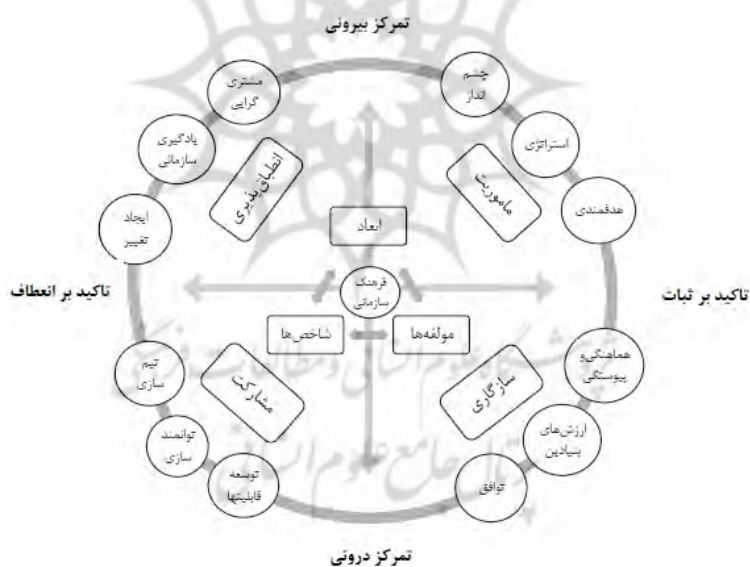
فرهنگ سازگاری: فرهنگ مزبور هنگامی در سازمان شکل می‌گیرد که سازمان در پی ایجاد ثبات داخلی و حفظ محیط کاری خود باشد. از لحاظ مبانی نظری، پارادایم عقلایی پشتیبان این نوع فرهنگ است (دنیسون، ۱۹۹۷).

فرهنگ مشارکتی: سازمان‌هایی که پیرو این نوع فرهنگ هستند، تلاش می‌کنند تا با محور قراردادن عامل نیروی انسانی، تغییرات و اصلاحات را برای بهره‌مندی از منافع بیشتر اعمال

کنند. از جهت مبانی نظری، پارادایم روابط انسانی پشتیبان این نوع فرهنگ سازمانی است. فرهنگ انطباق‌پذیری: فرهنگ مزبور بر متغیرهای محیط خارجی تأکید دارد و از طرفی تغییر و تحول را در دستور کار خود قرار داده است. رویکرد سیستم باز، پشتیبان این نوع فرهنگ سازمانی است.

طیف توجه به درون سازمان و یا توجه به بیرون سازمان: چنانچه سازمان توجه به امور داخلی خود داشته باشد، بر فرهنگ مأموریت‌محوری تا فرهنگ قانون‌محور تأکید می‌ورزد و چنانچه سازمان به امور بیرونی توجه داشته باشد، بیشتر بر فرهنگ انسان‌محور و فرهنگ محیط‌محور تأکید دارد.

طیف تأکید بر ثبات یا تغییر: هر سازمانی همان‌طور که در پی تغییر است تا نوآوری را در خود ایجاد کند، دنبال ثبات است تا بقای خود را تضمین نماید. با توجه به این طیف چنانچه سازمان تأکید بر تغییر داشته باشد، فرهنگ راهبردمحور و محیط‌محور غالب است و چنانچه تأکید بر ثبات داشته باشد، فرهنگ قانون‌محور و انسان‌محور مورد تأکید قرار می‌گیرد.



شکل ۱. مدل مفهومی اولیه و چارچوب نظری پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر مبنای هدف از نوع پژوهش‌های توسعه‌ای - کاربردی و از نظر ماهیت، کیفی است. جامعه آماری شامل کارکنان خبره و صاحب‌نظر استاندارد کردستان و فرمانداری شهرستان‌های تابعه است. در مرحله اول از نمونه‌گیری هدفمند^۱ و راهبرد تغییرات بیشینه^۲ که از روش‌های نمونه‌گیری غیراحتمالی است، استفاده شده است. در ابتدا آگاهانه، کار از افرادی که خبرگان این حوزه بوده و سازمان را خوب می‌شناختند و به‌نظر می‌رسید در مورد فرهنگ‌سازمانی تجربه، آگاهی و دیدگاه‌های متفاوتی داشته باشند، شروع شد و ضمن مصاحبه از آنها خواسته شد تا تجربه‌های دیگری را که در این زمینه صاحب‌نظر هستند، معرفی نمایند که اشاره به نمونه‌گیری گلوله برفی در پژوهش‌های کیفی دارد. به این ترتیب، نمونه‌گیری تا زمانی ادامه پیدا کرد که فرایند اکتشاف و تجزیه و تحلیل به نقطه اشباع نظری^۳ (داده) رسید. نمونه‌ها ۱۶ نفر بودند.

ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته است. با توجه به مبانی نظری پژوهش و اسناد بررسی‌شده (کیوی و کامپنهود، ۱۹۸۸، ترجمه نیک‌گهر، ۱۳۸۹)، ۲۲ سؤال باز پاسخ برای مصاحبه تهیه شد. ابهامات بعضی از سؤالات در جریان مصاحبه‌های اولیه رفع و اصلاح شد. همچنین ۱۷ سؤال دیگر در جریان مصاحبه‌ها شکل گرفت که این سؤالات هم از نفرات بعدی پرسیده می‌شد که نهایتاً سؤالات مصاحبه به ۳۹ سؤال رسید. برای اعتبارسنجی کیفی مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل از پرسشنامه دلفی فازی استفاده شد. بعد از مرحله دلفی فازی، فهرست ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی‌شده در اختیار چند نفر از اساتید دانشگاه و مدیران وزارت کشور که در حوزه فرهنگ‌سازمانی تخصص داشتند، قرار گرفت که از صحیح و مناسب بودن معادل و اصطلاحات انتخاب‌شده برای نام‌گذاری ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها اطمینان حاصل شد.

۱. Purposeful Sampling
۲. Maximal Variation
۳. Theoretical Saturation

داده‌های حاصل از مصاحبه به روش تحلیل تم^۱ که شامل کدگذاری^۲، شناسایی تم‌ها^۳ یا الگوهای معانی، طبقه‌بندی داده‌ها براساس تم‌ها و درنهایت تفسیر ساختارهای تماتیک^۴ منتج شده براساس شباهت‌ها، روابط، الگوهای فراگیر، سازه‌های نظری یا اصول تشریحی است؛ تجزیه و تحلیل شد (گیلهام، ترجمه عبدالله‌زاد، ۱۳۸۹). درنهایت با توجه به تم‌های شناسایی شده، ابعاد، مؤلفه و شاخص‌های مدل اولیه پژوهش ترسیم شد.

به منظور افزایش روایی پژوهش سعی شد تا از مشارکت کنندگانی استفاده شود که در حوزه مربوطه، صاحب تخصص و از انگیزه و تمایل کافی برخوردار باشند؛ از دوره‌های متعددی در اجرای پرسشنامه‌های دلفی فازی استفاده شد؛ روایی ظاهری سؤالات مصاحبه و پرسشنامه مرحله مقدماتی دلفی به وسیله تعدادی از استادان مدیریت، رفتار سازمانی و علوم تربیتی بررسی و تأیید شد. همچنین جهت اطمینان از روایی مصاحبه‌ها، از روش‌های بررسی توسط اعضا، مثلث‌سازی منابع داده‌ها^۵ و بازبینی توسط همکاران استفاده شده است (کیوی و کامپنهود، ۱۹۸۸، ترجمه نیک‌گهر، ۱۳۸۹). پایایی در مصاحبه در مراحل چون موقعیت مصاحبه، نسخه برداری و تحلیل مطرح می‌شود. در پژوهش کنونی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام گرفته، از پایایی بازآزمون^۶ و روش توافق درون‌موضوعی بین دو کدگذار^۷ استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل تم

سؤال اصلی پژوهش این بود که مدل مناسب شناسایی و سنجش فرهنگ سازمانی استناداری

۱. Thematic Analysis
۲. Coding
۳. Themes
۴. Thematic Structures
۵. Data source triangulation
۶. Re-Test Reliability
۷. Inter-Coder Reliability

کردستان کدام است و چه ابعاد و مؤلفه‌هایی در مدل موردنظر تأثیر دارند. به‌منظور پاسخ به این سؤال؛ پس از انجام هر مصاحبه، داده‌های گردآوری شده در قالب فایل ورد^۱ وارد نرم‌افزار ان‌ویو^۲ و برای انجام تحلیل، کدگذاری شد. پس از انجام ۱۶ مصاحبه، کدها به حد اشباع نظری رسید و مصاحبه‌ها متوقف شد. در متن حاصل از انجام ۱۶ مصاحبه، تعداد ۳۲۵ کدگذاری صورت گرفت (مجموع تعداد گره‌ها^۳ در نرم‌افزار ان‌ویو). فرایند شناسایی کدها رفت و برگشتی بود. در متن مصاحبه‌ها برخی از کدهای شناسایی شده دارای چندین فراوانی بودند (که در نرم‌افزار در قالب مراجع^۴ نشان داده می‌شوند) به‌عبارت‌دیگر، از مجموع ۳۲۵ کدگذاری انجام شده (مجموع تعداد مراجع) تعداد ۲۶۸ کد منحصر به فرد بوده‌اند (مجموع تعداد گره‌ها). خلاصه‌ای از منابع مصاحبه در جدول ۳ آمده است. میانگین تعداد کدگذاری اولیه برای هر نفر ۱۷ و میانگین تعداد ارجاع‌ها برای هر نفر ۲۰ بوده است.

جدول ۳. گزارش خلاصه از منابع مصاحبه

مصاحبه‌شوندگان	تعداد ارجاع‌ها	تعداد کدگذاری	تعداد پاراگراف‌ها	تعداد کلمات منبع
اول	۳۱	۲۱	۳۴	۶۱۰
دوم	۲۴	۲۱	۳۴	۵۲۵
سوم	۲۴	۱۸	۳۳	۵۴۶
چهارم	۱۷	۱۴	۲۸	۴۷۵
پنجم	۲۱	۱۷	۳۰	۵۱۳
ششم	۲۳	۱۷	۳۲	۶۱۹
هفتم	۲۲	۱۹	۲۶	۳۴۴
هشتم	۲۲	۱۹	۳۱	۶۱۹
نهم	۱۹	۱۵	۲۷	۴۶۵

۱. Word

۲. QSR Nvivo ۱۰

۳. Nodes

۴. References

ادامه جدول ۳. گزارش خلاصه از منابع مصاحبه

مصاحبه‌شوندگان	تعداد ارجاع‌ها	تعداد کدگذاری	تعداد پاراگراف‌ها	تعداد کلمات منبع
دهم	۲۳	۲۱	۲۳	۴۳۸
یازدهم	۱۱	۹	۲۱	۲۴۸
دوازدهم	۲۱	۱۹	۲۶	۴۰۷
سیزدهم	۱۶	۱۳	۲۱	۲۸۲
چهاردهم	۱۶	۱۵	۲۰	۳۳۰
پانزدهم	۱۸	۱۵	۲۴	۴۶۱
شانزدهم	۱۷	۱۵	۲۷	۳۳۶

گام بعدی پس از کدگذاری متون، تحلیل، ترکیب و تلفیق کدها در قالب مفاهیم است. در این گام کدهای شناسایی شده براساس میزان تشابه مفهومی، دسته‌بندی و ترکیب شده و ۶۰ مفهوم استخراج شد که در نرم‌افزار در قالب گره آزاد^۱ مشخص می‌شوند. در نهایت مفاهیم شناسایی شده مانند «شناسایی توانمندی‌های کارکنان» براساس شهود و درک پژوهشگر از موضوع موردبررسی و باتوجه به وجه اشتراک مفاهیم، در قالب تم‌ها یا برحسب نیاز در قالب تم‌های فرعی مانند «توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی» و سپس تم‌های اصلی مانند «بعد انسان‌گرایی» دسته‌بندی شدند. این فرایند تا زمانی ادامه پیدا کرد که تمامی مفاهیم به تم‌های مربوطه تخصیص یابند. در پژوهش حاضر پس از تخصیص کلیه مفاهیم به تم‌های فرعی و سپس دسته‌بندی تم‌های فرعی در قالب تم‌های اصلی، فرایند مذکور چندین بار مورد بازنگری قرار گرفت. در واقع تم‌های فرعی و تم‌های اصلی بارها پالایش شده و در مواردی تفکیک، ترکیب، حذف و اضافه شدند. تا در نهایت یک نقشه تماتیک راضی‌کننده از داده‌ها به دست آمد. این نقشه تماتیک شامل ۶۰ مفهوم، ۱۵ تم فرعی و ۵ تم اصلی است.

نتایج دلفی فازی برای اعتبارسنجی الگوی طراحی شده

برای اطمینان از اینکه ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های استخراج‌شده از مصاحبه‌ها واقعی بوده و

۱. Free Node

برای رسیدن به اجماع در زمینه مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده و بررسی اعتبار مدل اولیه، از فن دلفی فازی استفاده شد. فن دلفی فازی هم در سطح مؤلفه‌ها و هم در سطح شاخص‌ها مورد استفاده قرار گرفت که در ادامه مراحل و نتایج دلفی فازی در سطح مؤلفه‌ها ارائه شده است. پرسشنامه دلفی فازی با هدف کسب نظر خبرگان راجع به میزان موافقت آنها با مؤلفه‌های شناسایی شده، طراحی شد، لذا خبرگان از طریق متغیرهای کلامی نظیر: (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) میزان موافقت خود را ابراز نمودند.

اعداد فازی قطعی شده با استفاده از فرمول مینکووسکی به شکل زیر محاسبه شده است:

$$x = m + \frac{\beta - \alpha}{4} \quad \text{فرمول (۱) فرمول مینکووسکی:}$$

نظرسنجی مرحله نخست مربوط به مؤلفه‌ها

در این مرحله، مؤلفه‌های شناسایی شده، در قالب پرسشنامه به خبرگان ارسال و میزان موافقت آنها با مؤلفه‌ها اخذ شد. با توجه به گزینه‌های پیشنهادی و متغیرهای زبانی تعریف شده در پرسشنامه و با استفاده از فرمول‌های ۲ و ۳ میانگین فازی هر کدام از مؤلفه‌ها محاسبه شده است

$$A_i = (a_1^{(i)}, a_r^{(i)}, a_r^{(i)}), i = 1, 2, 3, \dots, n \quad \text{فرمول (۲)}$$

$$A_{ave} = (m_1, m_r, m_r) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_r^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_r^{(i)} \right) \quad \text{فرمول (۳)}$$

در این رابطه A_i بیانگر دیدگاه خبره i ام و A_{ave} میانگین دیدگاه‌های خبرگان است.

نظرسنجی مرحله دوم مربوط به مؤلفه‌ها

در این مرحله، پرسشنامه دوم تهیه شد و همراه با نقطه‌نظر قبلی هر فرد و میزان اختلاف دیدگاه سایر خبرگان، مجدداً به اعضای گروه خبره ارسال شد. خبرگان نیز مجدداً نظراتشان را در مورد مؤلفه‌ها ارائه کردند. نتایج شمارش پاسخ‌های ارائه شده در مرحله دوم با استفاده از فرمول‌های (۱) و (۲ و ۳) مورد تحلیل قرار گرفته و در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظرسنجی مرحله دوم مربوط به مؤلفه‌ها

اختلاف مرحله اول و دوم	میانگین فازی زدایی شده	میانگین فازی مثلثی (m, α, β)	مؤلفه‌ها
۰/۰۳۶۷	۰/۷۳۹۵۷۵	(۰/۷۵ ، ۰/۲ ، ۰/۱۵۸۳)	جهت راهبردی
۰	۰/۶۹۲۶۷۵	(۰/۷۰۸۳ ، ۰/۱۷۹۱ ، ۰/۱۱۶۶)	مأموریت‌های سازمان
۰/۰۳۶۵	۰/۷۴۴۷۵	(۰/۷۷۰۸ ، ۰/۱۸۷۵ ، ۰/۰۸۳۳)	هدف‌مداری
۰	۰/۷۲۹۱۵	(۰/۷۵ ، ۰/۲ ، ۰/۱۱۶۶)	احساس تعلق، رضایت و رفتار شهروند سازمانی
۰/۰۹۹	۰/۶۵۰۹۷۵	(۰/۶۶۶ ، ۰/۱۷۹۱ ، ۰/۱۱۶۶)	توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی
۰/۰۵۷۷	۰/۷۳۹۵۷۵	(۰/۷۵ ، ۰/۱۷۰۸ ، ۰/۱۲۹۱)	روابط انسانی
۰/۱۳۵۸۵	۰/۷۹۲۰۵	(۰/۷۳۳۳ ، ۰/۲ ، ۰/۰۷۵)	ارزش‌مداری
۰/۰۲۰۹	۰/۷۶۰۳۵	(۰/۷۹۱۶ ، ۰/۲۱۶۶ ، ۰/۰۹۱۶)	ارزشیابی و کنترل
۰/۱۶۶۶۵	۰/۶۱۴۶	(۰/۶۲۵ ، ۰/۱۷۹۱ ، ۰/۱۳۷۵)	قانون‌مداری
۰	۰/۶۵۰۹۷۵	(۰/۶۶۶ ، ۰/۱۷۵ ، ۰/۱۱۲۵)	یکپارچگی و نظام‌های مدون
۰/۰۸۳۴	۰/۶۴۵۷۷۵	(۰/۶۶۶ ، ۰/۱۷۹۱ ، ۰/۰۹۵۸)	دانایی محوری
۰/۰۹۳۷	۰/۷۶۰۳۵	(۰/۷۹۱۶ ، ۰/۲۱۲۵ ، ۰/۰۸۷۵)	نقش رهبری در سازمان
۰/۰۰۵۲۲۵	۰/۶۷۱۸۷۵	(۰/۶۸۷۵ ، ۰/۱۶۶۶ ، ۰/۱۰۴۱)	نوآوری و خلاقیت
۰/۰۹۳۷۷۵	۰/۸۰۲۰۵	(۰/۸۳۳۳ ، ۰/۲ ، ۰/۰۷۵)	جهان‌بینی اسلامی
۰/۰۴۱۷	۰/۶۹۲۶۷۵	(۰/۷۰۸۳ ، ۰/۲ ، ۰/۱۳۷۵)	سیاسی‌کاری

باتوجه به دیدگاه‌های ارائه‌شده در مرحله اول و مقایسه آن با نتایج این مرحله، در صورتی که اختلاف بین دو مرحله کم‌تر از حد آستانه خیلی کم (۰/۱) باشد، در این صورت، فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود (چنگ و لین، ۲۰۰۲). باتوجه به فرمول (۴) میزان اختلاف بین مراحل اول و دوم به شرح جدول ۶ می‌باشد

$$s(A_{m_2}, A_{m_1}) = \left| \frac{1}{3} [(a_{m_{21}} + a_{m_{22}} + a_{m_{23}}) - (a_{m_{11}} + a_{m_{12}} + a_{m_{13}})] \right| \quad (۴)$$

همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد در ۱۳ مؤلفه، اعضای گروه خبره به وحدت نظر رسیده‌اند

و میزان اختلاف نظر در مراحل اول و دوم کم‌تر از حد آستانه خیلی کم (۰/۱) بود، لذا نظرسنجی در خصوص مؤلفه‌های فوق متوقف شد.

نظرسنجی مرحله سوم مربوط به مؤلفه‌ها

در این مرحله پرسشنامه سوم تهیه شد و همراه با نقطه نظر قبلی هر فرد و میزان اختلاف آنها با میانگین دیدگاه سایر خبرگان، مجدداً به خبرگان ارسال شد. با این تفاوت که در این مرحله از مؤلفه‌های موجود در مرحله قبل، ۱۳ مورد متوقف شد و نظرسنجی در مورد ۲ مؤلفه باقیمانده صورت گرفته است. باتوجه به فرمول‌های (۱، ۲ و ۳) میانگین فازی نتایج شمارش داده‌ها در جدول ۵ آورده شده است. باتوجه به فرمول (۴) چنگک و لین، میزان اختلاف نظر خبرگان در مراحل دوم و سوم به شرح جدول ۵ است. همان‌طور که جدول نشان می‌دهد میزان اختلاف نظر خبرگان در مراحل دوم و سوم برای مؤلفه قانون‌مداری کم‌تر از حد آستانه خیلی کم (۰/۱) است، لذا نظرسنجی در این مرحله متوقف می‌شود؛ اما باتوجه به اختلاف نظر به‌دست آمده برای مؤلفه ارزش‌مداری که بیشتر از ۰/۱ است، مؤلفه یادشده از این تحقیق، کنار گذاشته می‌شود.

جدول ۵. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از مرحله سوم نظرسنجی مربوط به مؤلفه‌ها

مؤلفه‌ها	میانگین فازی مثلثی (m, α, β)			میانگین فازی زدایی شده	اختلاف مرحله دوم و سوم
	m	α	β		
قانون‌مداری	۰/۱۱۶۶	۰/۱۷۹۱	۰/۶۶۶	۰/۶۵۰۹۷۵	۰/۰۳۶۳۷۵
ارزش‌مداری	۰/۱۴۶۴	۰/۱۷۹۱	۰/۹۶۶	۰/۶۸۰۹۷۵	۰/۱۱۱۰۷۵

نتایج دلفی فازی نشان داد در مورد ۱۴ مورد از مؤلفه‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها، اجماع وجود داشته است، بنابراین این مؤلفه‌ها را می‌توان به‌عنوان مؤلفه‌های الگوی نهایی شده فرهنگ‌سازمانی در نظر گرفت. محاسبات دلفی فازی برای ۶۰ شاخص به‌دست آمده هم انجام شد که باتوجه به زیادبودن تعداد شاخص‌ها از ذکر محاسبات آنها خودداری می‌شود. باید اشاره کرد اختلاف میانگین نظرات مرحله دوم و سوم خبرگان برای شاخص‌های: ارزش‌های اخلاقی، بایدونباید‌های سازمانی، سلسله‌مراتب اداری، توجه به مسائل علمی، رهبری تحکمی و تقوای الهی

بالای یک‌دهم بود که این نتایج حاکی از آن است که این موارد جزء شاخص‌های فرهنگ‌سازمانی نیستند و از شاخص‌های مدل حذف شدند. بنابراین، مدل تأییدشده از طریق دلفی فازی شامل ۵ بعد، ۱۴ مؤلفه و ۵۴ شاخص می‌باشد.

استانداردسازی ابعاد و مؤلفه‌ها از طریق متخصصان موضوعی

بعد از مرحله دلفی فازی، فهرست ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده در اختیار ۱۰ نفر از خبرگان خارج از سازمان (۷ نفر از اساتید دانشگاه و ۳ نفر از مدیران وزارت کشور) که در دسترس بوده و با مبانی نظری فرهنگ‌سازمانی آشنا بودند، قرار گرفت. اساتید از دانشگاه‌های علامه طباطبائی، بوعلی سینای همدان، مازندران، کردستان و در رشته‌های مدیریت و علوم تربیتی بودند. خبرگان وزارت کشور هم کسانی بودند که در اجرا، خط‌مشی‌ها را خوب می‌دانستند و ذی‌نفع هم نبودند. از این تعداد ۸ نفر همکاری کردند و نظراتشان را به پژوهشگر منعکس نمودند؛ که اصلاحات انجام‌شده به این شرح است: خط‌مشی به‌جای جهت راهبردی؛ اقتصادی به‌جای مسائل اقتصادی؛ فرهنگ آینده‌نگری به‌جای فرهنگ آرمان‌گرا؛ صمیمیت بین کارکنان به‌جای ارتباطات سازنده و صمیمیت بین کارکنان؛ فرهنگ شهروندگرایی به‌جای فرهنگ انسان‌گرایی؛ ارزش‌های اسلامی به‌جای جهان‌بینی اسلامی؛ رضایت شغلی به‌جای رضایت شغلی و داشتن نشاط؛ حمایت سازمان از کارمند به‌جای وفاداری سازمان به کارمند؛ تمرکز در تصمیم‌گیری به‌جای تصمیم‌گیری در رأس. خبرگان اشاره‌شده نسبت به نام‌گذاری ۷۳ مورد باقیمانده از فهرست ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها رضایت داشته و اعلام کردند که اصطلاحات به‌کارگرفته‌شده، علمی و مرتبط با ادبیات فرهنگ‌سازمانی است. با اصلاحات انجام‌گرفته از صحیح و مناسب بودن معادل و اصطلاحات انتخاب‌شده برای نام‌گذاری ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل طراحی‌شده، اطمینان حاصل شد. به این ترتیب مدل نهایی سنجش فرهنگ‌سازمانی استاندارد کردستان به شرح جدول ۶ ارائه می‌شود.

جدول ۶. ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخصهای مدل فرهنگ سازمانی استاندارد کردستان

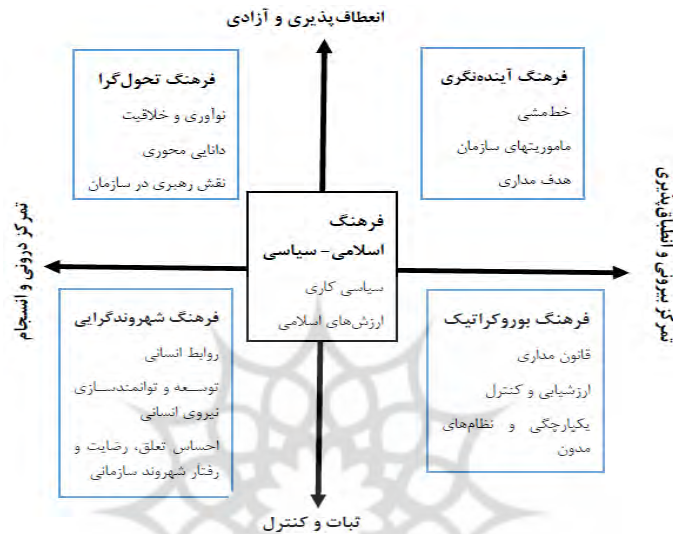
ردیف	عنوان ابعاد	عنوان مؤلفه‌ها	عنوان شاخص‌ها
۱	فرهنگ آینده‌نگری	خط‌مشی	برنامه‌ریزی بلندمدت سازمان، بهره‌وری، اقتصادی
		مأموریت‌های سازمان	اجرای سیاست‌های دولت، حفظ امنیت مردم
		هدف‌مداری	روشن و شفاف‌بودن اهداف نزد کارکنان، همسویی امور با اهداف تعیین شده
۲	فرهنگ شهروندگرایی	روابط انسانی	احترام به ارباب‌رجوع، صمیمیت بین کارکنان، انتقادپذیری، برگزاری مراسم، تعامل مدیر با کارکنان، حریم خصوصی کارکنان، حفظ کرامت کارکنان
		توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی	آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص، خودکنترلی، رشد و شکوفایی کارکنان، شناسایی توانمندی‌های کارکنان، نیازسنجی آموزشی
		احساس تعلق، رضایت و رفتار شهروند سازمانی	جامعه‌پذیری، رضایت شغلی، علاقه به کار، مسئولیت‌پذیری، حمایت سازمان از کارمند، وفاداری کارمند به سازمان، هویت‌سازمانی اعضا
۳	فرهنگ بوروکراتیک	قانون‌مداری	تبعیت‌پذیری کارکنان، تمرکز در تصمیم‌گیری، رعایت قوانین، شایسته‌سالاری، شفافیت فرایند ارتقا، نظم و سازمان‌یافته‌بودن امور
		ارزشیابی و کنترل	تدوین شاخص‌های صحیح ارزشیابی عملکرد، تشویق و پاداش مناسب، نظام ارزیابی عملکرد، نظارت
		یکپارچگی و نظام‌های مدون	اجماع روی مسائل مهم، ارتباط هدفمند زیر نظام‌ها، انسجام بین واحدهای سازمانی، شبکه اطلاعاتی هوشمند
۴	فرهنگ تحول‌گرا	نوآوری و خلاقیت	ایده‌پروری، تشویق خطرپذیری، میل به تغییر
		دانایی محوری	توجه به تخصص و یادگیری
		نقش رهبری در سازمان	ایجاد انگیزه، ایجاد جوی اعتماد آمیز، تیم‌سازی و مشارکت‌دادن کارکنان در تصمیم‌گیری
۵	فرهنگ اسلامی - سیاسی	سیاسی کاری	اثرگذاری بر کارکنان، کسب قدرت و گروه‌های سیاسی
		ارزش‌های اسلامی	صداقت و عدالت سازمانی

بحث و نتیجه‌گیری

برای پاسخ به سؤال‌های پژوهش از کنکاش ذهن مدیران و کارکنان استانداری کردستان و فرمانداری‌های تابعه و تحلیل تم مصاحبه‌های صورت گرفته با آنها استفاده شد. بعد از مرور ادبیات تحقیق، با توجه به دلایل ذکر شده، مدل فرهنگ‌سازمانی دنیسون به‌عنوان راهنمای محقق و مدل مفهومی انتخاب شد. با تحلیل مصاحبه‌ها، پنجاه‌وچهار مضمون استخراج شد که این مضامین در قالب چهارده تم فرعی طبقه‌بندی شدند و نهایتاً مؤلفه‌ها هم در یک دسته‌بندی کلی‌تری قرار گرفتند. به‌این‌ترتیب، پنج بعد اصلی شامل فرهنگ آینده‌نگری، فرهنگ شهروندگرایی، فرهنگ بوروکراتیک، فرهنگ تحول‌گرا و فرهنگ اسلامی-سیاسی برای مدل سنجش فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان، شناسایی شد. مؤلفه‌ها و شاخص‌های هر کدام از ابعاد در جدول ۸ مشاهده می‌شود. این نتایج با بخشی از یافته‌های زارع، ابراهیمی، سنجقی و رمضان (۱۳۹۶) که در مطالعه خود پنج بعد، شامل: فرهنگ رابطه‌مدار؛ فرهنگ دانش‌محور؛ فرهنگ بازارمحور؛ فرهنگ بوروکراتیک و فرهنگ ارزش‌محور را شناسایی کردند؛ هم‌راستا است. به‌نظر می‌رسد، تفاوت در ماهیت و رسالت دو سازمان، منجر به این شده است که فرهنگ دانش‌محور و بازارمحور در تحقیق زارع، ابراهیمی، سنجقی و رمضان (۱۳۹۶) به‌عنوان ابعاد فرهنگی غالب در آن سازمان، مطرح باشد. همچنین با تحقیق نیکوکار، سلطانی و نیاوند (۱۳۹۲) که الگوی بومی با پنج بعد شامل: فرهنگ آرمان‌گرا، فرهنگ تعالی‌گرا، فرهنگ تحول‌گرا، فرهنگ قانون‌گرا و فرهنگ مکتبی برای شناخت و سنجش فرهنگ‌سازمانی، سازمان‌های نظامی و انتظامی جمهوری اسلامی ایران را پیشنهاد دادند و مطالعه پارکر و برادلی (۲۰۰۰) با هدف فهم فرهنگ‌سازمانی در شش سازمان بخش دولتی کوئینزلند استرالیا، دریافتند که سازمان‌های دولتی همچنان بر ارزش‌های فرهنگ‌سازمانی بوروکراتیک یا سلسله‌مراتبی تأکید دارند، همسو است.

هوک، اخترازمان خان و مولا (۲۰۱۳) هم نتیجه گرفتند که مدل فرهنگ‌سازمانی توسعه‌یافته از منظر اسلام دارای ویژگی‌هایی مثل عدالت و صداقت است که با نتایج شاخص‌های مؤلفه ارزش‌های اسلامی مطابقت دارد. برای اعتبارسنجی کیفی مدل اولیه، به‌خاطر دقت بالا و کاهش

سوگیری‌ها از فن دلفی فازی استفاده شد. بعد از مرحله دلفی فازی، فهرست ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در اختیار خبرگان خارج از سازمان قرار گرفت و با توجه به نظرات آنها، اصلاحاتی در نام‌گذاری تعدادی از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل طراحی شده انجام شد. مدل نهایی پژوهش به شکل ۲ است.



شکل ۲. مدل نهایی فرهنگ‌سازمانی استاندارد کردستان

بحث و نتیجه‌گیری در مورد هر کدام از ابعاد مدل تحقیق به شرح زیر ارائه می‌شود:

فرهنگ آینده‌نگری؛ شامل مؤلفه‌های خط‌مشی، مأموریت‌های سازمان و هدف‌مداری است. برای هر سازمان، رسالت وجودی منحصر به فردی تعریف شده است. با توجه به این مطلب، توجه بیشتر نظریه‌پردازان مدیریت در ایجاد الگوهای فرهنگ‌سازمانی به بعد هدف‌گرایی و تحقق رسالت سازمان در قالب واژگانی مثل بعد مشتری‌مداری پیترز و واترمن (۱۹۸۲)، بعد عقلایی کوئین (۱۹۸۵) و فرهنگ مأموریتی دنیسون (۱۹۹۵) توجه شده است.

فرهنگ تحول‌گرا؛ شامل مؤلفه‌های نوآوری و خلاقیت، دانایی محوری و نقش رهبری در سازمان است. از موضوعاتی که در چند سال اخیر مورد توجه مدیران سازمان‌های موفق قرار گرفته

است، موضوع نحوه تعامل سازمان با محیط پیرامون خود بوده است. جهان پرتلاطم امروز، فرصت‌ها و تهدیدهای گوناگونی را برای سازمان‌ها به وجود می‌آورد. به این منظور مدیران برای پرهیز از رویارویی با تهدیدات و بهره‌گیری مناسب از فرصت‌های محیطی بر آن شده‌اند تا با ایجاد فرهنگی متناسب، ارتباط با محیط را مطلوب و ایدئال سازند و بر منافع سازمانی خود بیفزایند (فرهی بوزنجانی، سهرابی و حق‌جو، ۱۳۹۴). با نگاهی به الگوهای مختلف فرهنگ سازمانی مشاهده می‌شود که موضوع انطباق با محیط با عناوینی از قبیل: سازگاری، انطباق‌پذیری، انعطاف‌پذیری، ریسک‌پذیری و یادگیرنده، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد فرهنگ سازمانی مطرح می‌شود (نیکوکار، سلطانی و نیاوند، ۱۳۹۲: ۱۵۱) که برای نمونه این موضوع در مدل هافستد به نام ریسک‌پذیری مطرح شده است (هافستد و همکاران، ۱۹۹۰).

فرهنگ بوروکراتیک؛ شامل مؤلفه‌های قانون‌مداری، ارزش‌یابی و کنترل و یکپارچگی و نظام‌های مدون است. یکی از نمادی‌ترین خصایص سازمان‌های بزرگ، وجود نظام بوروکراسی و اداری در آنهاست. در سازمان‌های بزرگ برای دستیابی به نظم و هماهنگی لازم بین واحدهای سازمان، رویه‌ها و اصول رسمی تعریف می‌شود که با تکیه بر آنها می‌توان حسن جریان عملیات را در روندی مسالمت‌آمیز تضمین کرد. در اغلب الگوهای فرهنگ سازمانی از این محور در قالب الفاظ گوناگونی نام برده شده است؛ مثلاً فرهنگ نقشی چارلز هندی (۱۹۹۱)، فرهنگ سلسله‌مراتبی کوئین (۱۹۸۵) و فرهنگ مبتنی بر تداوم یا سازگاری دنیسون (۱۹۹۵).

فرهنگ شهروندگرایی؛ شامل مؤلفه‌های روابط انسانی، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی و احساس تعلق، رضایت و رفتار شهروند سازمانی، است. در هزاره سوم، سازمان‌ها به‌جای تأکید و توجه بیش‌ازحد بر دستگاه‌ها و تجهیزات خود، بر منابع انسانی تأکید داشته و به دنبال آن هستند تا از این طریق مزیت رقابتی پایدار را نسبت به سایر سازمان‌ها خلق نمایند (زارع، ابراهیمی، سنجقی و رمضان، ۱۳۹۶: ۳۴) مدیران سازمان‌ها با اعتقاد به این منبع باارزش سازمانی، فعالیت‌های گسترده‌ای در ارتباط با رشد، توسعه و هدایت کارکنان سازمان انجام داده‌اند. فرهنگ سازمانی انسان‌گرا که ناشی از جنبش روابط انسانی، «التون مایو» است؛ محور اصلی ارزش‌های این فرهنگ توجه به

نیازها و عواطف انسانی در سازمان است (سپهوند، شمس و عارف‌نژاد، ۱۳۹۶). نگاهی به مدل‌هایی که برای سنجش فرهنگ‌سازمانی طراحی شده است، این واقعیت را آشکار می‌کند که اغلب الگوها به بعد منابع انسانی و اهمیت آن در باروری و بالندگی سازمانی توجه زیادی کرده‌اند و با مضامینی همچون بهره‌وری انسانی پیترز و واترمن (۱۹۸۲)، توافق کوئین (۱۹۸۵)، بعد باشگاهی سونن‌فیلد و کامرون و کوئین (۱۹۹۸)، بعد مشارکتی دنیسون (۱۹۹۵) و گروهی رابینز (۱۹۹۱)، از آن نام برده‌اند.

فرهنگ اسلامی - سیاسی؛ شامل مؤلفه‌های سیاسی کاری و ارزش‌های اسلامی است. برای تبیین الگوی فرهنگ‌سازمانی، باید مبانی فکری و جهان‌بینی اسلام مورد توجه قرار گیرد. (هوک، اختراالزمان خان و مولا، ۲۰۱۳، ص ۲۰۵). فرهنگ اسلامی - سیاسی که به مدل مفهومی اولیه اضافه شده است، به ساحت درونی سازمان اشاره دارد. در این فرهنگ؛ اهداف، سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و انجام وظایف سازمانی بر پایه مبانی دستورهای مکتب اسلام، قانون اساسی و سیاست‌های دولت است. همان‌طور که گفته شد، عباسی و همکاران (۲۰۱۰) بیان کردند که فقدان ارزش‌های اسلامی در فرهنگ‌سازمانی، دلیل بسیاری از مشکلات سازمان‌های امروزی است. وجود این بعد در مدل فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان، هم‌راستا با این یافته پژوهشی است.

با استناد به اینکه در مصاحبه‌های کیفی، یک مضمون هرچه فراوان‌تر تکرار شود، در نظر گوینده اهمیت بیشتری دارد (کیوی و کامپنهود، ۱۹۸۸، ترجمه نیک‌گهر، ۱۳۸۹: ۲۴۰)، با توجه به نتایج این پژوهش، مفاهیم تشویق و پاداش مناسب، شایسته‌سالاری، آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص، تیم‌سازی، رشد و شکوفایی کارکنان، تعامل مدیر با کارکنان، احترام به ارباب‌رجوع، انتقادپذیری، ایده‌پروری و ارزش‌های اخلاقی، در مصاحبه‌ها بیشتر تکرار شده‌اند که نشان می‌دهد این مفاهیم از نظر مدیران و کارکنان استانداری کردستان و فرمانداری‌های تابعه، کلیدی و باید در طراحی مدل سنجش فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان بیشتر مورد توجه قرار گیرند که در ادامه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.

مفهوم تشویق و پاداش مناسب، ذیل بعد فرهنگ بوروکراتیک و مؤلفه ارزشیابی و کنترل قرار

دارد. به نظر رایینز (۲۰۰۶)، ترجمه پارسائیان و اعرابی، (۱۳۹۲) جهت‌گیری نظام تشویق بر فرهنگ سازمانی تأثیر می‌گذارد. اکثر مصاحبه‌شوندگان اعلام می‌کردند که ضعف اصلی سازمان، نبود تنبیه و تشویق است، کارمندان زبده تشویق نمی‌شوند. پاداش براساس کار درست و هنجارمند و تقویت انگیزه کارکنان انجام نمی‌شود. دومین مفهومی که از دید مدیران و کارکنان استانداری کردستان و فرمانداری‌های تابعه موجب ارتقای فرهنگ سازمانی و انگیزه‌بخشی می‌شود، حرکت به سمت شایسته‌سالاری است. این مفهوم نیز ذیل بعد فرهنگ بوروکراتیک و مؤلفه قانون‌مداری قرار دارد. کوئین (۱۹۸۵) شایسته‌سالاری در سازمان را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگی بعد عقلایی، مطرح می‌کند. به اعتقاد غالب مصاحبه‌شوندگان، به تعداد کمی از کارکنان که شایستگی دارند، ارتقای شغلی و مدیریتی می‌دهند. علی‌رغم تأکید بر اهمیت این موضوع، اعتقاد داشتند که شایسته‌سالاری و لیاقت‌مداری در استانداری کردستان خیلی رعایت نمی‌شود. سومین مفهوم بااهمیت از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص است. این مفهوم ذیل بعد فرهنگ شهروندگرایی و مؤلفه توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی دسته‌بندی شده است. اکثریت مدیران و کارمندان بر این نکته تأکید داشتند که آموزش‌های صحیح و موردنیاز، بر تقویت فرهنگ سازمانی استانداری کردستان تأثیر می‌گذارد و در این راستا برای متعهد و متخصص شدن کارکنان و مدیران خود، باید برآموزش سرمایه‌گذاری نمایند. برزعلی و یزدان‌مقدم (۱۳۹۳)؛ دیلمقانی، فهم‌نیا و ایوبی اردکان (۱۳۹۵) نیز در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیده بودند که آموزش برای گسترش ارزش‌های فرهنگی، ابزاری کاربردی است.

در بعد فرهنگ تحول‌گرا، یکی از مفاهیم اساسی، تیم‌سازی است. اعتقاد کارکنان استانداری کردستان بر مشارکت و انجام فرایندها به‌صورت کار تیمی است. کانتر (۱۹۸۳)، شاین (۲۰۱۰) و دنیسون (۲۰۱۲) در مطالعاتی که روی فرهنگ سازمانی انجام دادند، به تشکیل تیم و انجام فعالیت‌ها به‌صورت تیمی تأکید داشتند. همان‌گونه که در پیشینه موضوع هم ذکر شد، مختاران و دهدری (۱۳۹۴) در تحقیق شناخت فرهنگ سازمانی براساس مدل دنیسون در شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، دریافتند که فرهنگ سازمانی در برخی شاخص‌ها از جمله تیم‌گرایی نیازمند

بهبود است. یکی دیگر از مفاهیمی که اغلب مدیران و کارکنانی که با آنها مصاحبه انجام شد بر آن تأکید داشتند، توجه به رشد و شکوفایی کارکنان بود. مسئله‌ای که کانتر (۱۹۸۳) و واتکینز و مارسیک (۱۹۹۳) هم آن را برای توسعه فرهنگ‌سازمانی مهم می‌دانند. مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند که فرایند رشد و ارتقای شخصی افراد باید دارای سازوکار مشخص، روشن و عادلانه‌ای باشد. این مفهوم ذیل بعد فرهنگ شهروندگرایی و مؤلفه توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی قرار دارد. طبق نظر پاسخگویان، تعامل مدیر با کارکنان که در زیرمجموعه بعد فرهنگ شهروندگرایی و مؤلفه روابط انسانی قرار دارد، یکی دیگر از مفاهیم حائز اهمیت در تدوین مدل فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان است. عامل بودن مدیران ارشد و میانی به رعایت اخلاق، صداقت در گفتار و رفتار، اهداف و ارزش‌های سازمانی و توجه به حل مشکلات همکاران، از مهم‌ترین عوامل شکوفایی و ارتقای فرهنگ‌سازمانی خواهد بود.

در بعد شهروندگرایی، مفهوم احترام به ارباب‌رجوع که در زیرمجموعه مؤلفه روابط انسانی قرار دارد، مضمون دیگری بود که در سخنان مصاحبه‌شوندگان تکرار می‌شد و اظهار می‌کردند که برای تکریم، راهنمایی و احترام به ارباب‌رجوع، جلسات در وقت اداری برگزار نمی‌شود و مدیران باید در این زمینه پیشرو باشند. هم‌راستا با این موضوع، زارعی متین، جندقی، خنیفر و حیدری (۱۳۹۰)، پیترز و واترمن (۱۹۸۲)، گیلسپی و همکاران (۲۰۰۸) و دنیسون (۲۰۱۲) در پژوهش‌های خود مؤلفه‌ای را با عنوان مشتری‌مداری و رضایت مشتری در مدل فرهنگ‌سازمانی، ذکر نمودند. مفاهیم دیگری که بیشتر مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند که باید در مدل فرهنگ‌سازمانی استانداری کردستان گنجانده شود؛ انتقادپذیری و ایده‌پروری بود. مفهوم انتقادپذیری ذیل بعد فرهنگ شهروندگرایی و مؤلفه تعامل مدیر با کارکنان؛ مفهوم ایده‌پروری ذیل بعد فرهنگ تحول‌گرا و مؤلفه نوآوری و خلاقیت دسته‌بندی شده است. کارکنان و مدیران استانداری و فرمانداری‌های تابعه اعتقاد داشتند که فضای نقدپذیری بر سازمان حاکم نیست و نمی‌توانید نقدهای منصفانه را هم بگویید. همچنین بر اهمیت ایجاد سامانه نظام پیشنهادها و اتاق فکر برای دریافت راهکار، ایده‌ها و خلاقیت کارکنان و اجرایی نمودن ایده‌های برتر، اشاره داشتند.

راهکارهای ارتقای فرهنگ سازمانی

باتوجه به مؤلفه‌ها و شاخص‌های مستخرج از پنج بعد اصلی فرهنگ سازمانی و فراوانی تکرار آنها که نشان‌دهنده اهمیتشان از دید مصاحبه‌شوندگان است، می‌توان وضعیت فرهنگ سازمانی مطلوب استانداری کردستان را به صورت خلاصه به شرح جدول ۷ تشریح نمود.

جدول ۷. تحلیل وضعیت مطلوب فرهنگ سازمانی استانداری کردستان

ابعاد	راهکارهای ارتقای فرهنگ سازمانی
بعد بوروکراتیک	ایجاد سازوکاری برای تشویق و پاداش مناسب در برابر عملکرد مطلوب تأکید بر شایسته‌سالاری (شناخت استعداد، توانایی، تخصص و تجربه و به کارگیری کارکنان استانداری کردستان و فرمانداری‌های تابعه در پست‌های سازمانی مناسب)
بعد شهروندگرایی	تأکید بر آموزش، تربیت نیروی انسانی متخصص و توسعه قابلیت‌های سرمایه انسانی توجه به رشد و شکوفایی و ارتقای کارکنان تکریم و احترام به ارباب رجوع فراهم‌نمودن فضای انتقادپذیری و نقد منصفانه در جهت حرکت به سمت توسعه و تعالی سازمان
بعد تحول‌گرا	انجام فعالیت‌ها به صورت کار تیمی ایجاد سامانه نظام پیشنهادها و اتاق فکر برای دریافت راهکار، ایده‌ها و خلاقیت کارکنان و اجرائی نمودن ایده‌های برتر

پیشنهاد‌های کاربردی

۱. مدیران ارشد استانداری کردستان از نتایج این پژوهش می‌توانند در تصمیم‌گیری برای تغییر فرهنگ سازمانی و نحوه تعاملات سازنده با منابع انسانی سازمان، استفاده نمایند.
۲. از طریق مدل بومی طراحی شده فرهنگ سازمانی استانداری کردستان، وضعیت موجود فرهنگ سازمانی استانداری در سال‌های آینده سنجیده و نتایج آن با یافته‌های این پژوهش در جهت تقویت ابعاد ضعیف فرهنگ سازمانی، مقایسه شود.

منابع

- برزعلی، پوریا و یزدان‌مقدم، جواد (۱۳۹۳)، رابطه فرهنگ‌سازمانی با آموزش‌های سازمانی، همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران: انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- پوربابایی، زهره (۱۳۸۲)، فرهنگ‌سازمانی و کارکردهای آن، رشد آموزش علوم اجتماعی، سال سوم، شماره سوم: ۳۷ - ۵۲.
- دیلمقانی، میترا؛ فهیم‌نیا، فاطمه و ایوبی اردکان، محمد (۱۳۹۵)، طراحی مدل مفهومی برای سنجش فرهنگ دانش‌سازمانی، مدیریت فرهنگ‌سازمانی، سال چهاردهم، شماره دوم: ۳۸۹ - ۴۰۷.
- رابینز، اس. پی. (۲۰۰۶)، رفتار سازمانی (مفاهیم، نظریه‌ها، کاربردها) جلد‌های دوم و سوم، ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی (۱۳۹۲)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ شانزدهم.
- رحیم‌نیا، فریبرز و عزیزاده، مسعود (۱۳۸۸)، بررسی ابعاد فرهنگ‌سازمانی براساس مدل دنیسون از نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد، مطالعات تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه فردوسی، سال دهم، شماره اول: ۷۹ - ۱۰۱.
- زارع، امین؛ ابراهیمی، مسیح؛ سنجدی، محمدابراهیم و رمضان، مجید (۱۳۹۶)، مدیریت فرهنگ‌سازمانی: ارائه یک چارچوب منسجم کیفی کمی به‌عنوان راهنمای طراحی الگوی فرهنگ‌سازمانی، مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال پنجم، شماره اول: ۳۳ - ۶۴.
- زارعی متین، حسن؛ جندقی، غلامرضا؛ خنیفر، حسین و حیدری، فائزه (۱۳۹۰)، طراحی مدل فرهنگ‌سازمانی شایسته برای شرکت‌های مشتری‌محور، مدیریت دولتی، سال سوم، شماره اول: ۵۷ - ۷۴.
- سپهوند، رضا؛ شمس، زهرا و عارف‌نژاد، محسن (۱۳۹۶)، تاثیر فرهنگ‌سازمانی (انسان‌گرا، موفقیت‌گرا) بر نوآوری با نقش میانجی شادی کارکنان، مطالعات رفتار سازمانی، سال ششم، شماره چهارم: ۱۳۱ - ۱۶۰.
- فرهی بوزنجانی، برزو؛ سهرابی، محمد و حق‌جو، غلام‌حسین (۱۳۹۴)، تبیین فرهنگ‌سازمانی ناجا، پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی، سال هشتم، شماره دوم: ۶۳ - ۱۰۲.

- فرهی، علی؛ ابراهیمی، الهام؛ سلطانی، محمدرضا و هوشنگی، مهدی (۱۳۹۶)، سنجش وضعیت موجود فرهنگ سازمانی با توجه به الگوی فرهنگ مطلوب: کاربرد رویکرد آمیخته، *مطالعات رفتار سازمانی*، سال ششم، شماره دوم: ۱-۲۵
- فرهی، علی؛ فضائلی، احمد و ابراهیمی، الهام (۱۳۹۴)، معرفی الگوی مطلوب فرهنگ سازمانی با رویکرد کیفی و ذهن کاوی مدیران، *مطالعات رفتار سازمانی*، سال چهارم، شماره چهار: ۳۱-۶۴.
- کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک. وان. (۱۹۸۸)، *روش تحقیق در علوم اجتماعی* (نظری و عملی)، چاپ پنجم، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، (۱۳۸۹)، تهران: نوتیا.
- گیلهام، ب. (۲۰۰۹). *مصاحبه پژوهشی* (ترجمه محمود عبدالله‌زاده)، (۱۳۸۹)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- مخبر دزفولی، حامد و عباسی، غلامرضا (۱۳۹۰)، بررسی فرهنگ سازمانی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان، *راهبرد فرهنگ*، سال چهارم، شماره سیزدهم: ۲۰۱-۲۱۶.
- مختاران، ماهرخ و دهدری، رضا (۱۳۹۴)، شناخت فرهنگ سازمانی براساس مدل دنیسون در شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، *فرایند نو*، سال پنجم، شماره پنجاه: ۹۱-۱۰۹.
- معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس‌جمهور (۱۳۹۳)، *نقشه راه اصلاح نظام اداری مبتنی بر سیاست‌های کلی نظام اداری ابلاغی مقام معظم رهبری*، تهران: خانه نشر.
- منوریان، عباس و بختایی، امیر (۱۳۸۶)، شناخت فرهنگ سازمانی براساس مدل دنیسون (مورد مطالعه: سازمان مدیریت صنعتی). مقاله منتشر شده در *چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت*، تهران: ۱-۱۵.
- نیکوکار، غلامحسین؛ سلطانی، محمدرضا و نیاوند، عباس (۱۳۹۲)، طراحی الگوی بومی شناخت و سنجش فرهنگ سازمانی سازمان‌های نظامی و انتظامی جمهوری اسلامی ایران، *مدیریت دولتی*، سال پنجم، شماره سوم: ۱۴۳-۱۶۳.
- هندی، ج. (۱۹۹۱)، *خدایان مدیریت* (ترجمه کهزاد آذر هوش)، (۱۳۸۰)، نشر فرا.
- Abbasi, A.S., Rehman, K.U. & Bibi, A. (۲۰۱۰), Islamic management model, *African Journal of Business Management*. ۴(۹), ۱۸۷۳-۱۸۸۲.
- Caraballo, F.E. (۲۰۱۶). *Organizational Culture Comparisons Of China And The United States Using The Denison Organizational Culture Model*. (Unpublished doctoral dissertation). Alliant International University, San Francisco, California, Phd.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (۲۰۱۱). *Diagnosing and changing organizational culture: based on*

- the competing values framework** (۳th ed), San Francisco: Jossey-Bass.
- Cheng, C. H., & Lin, Y. (۲۰۰۲). Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation. *European journal of operational research*, ۱۴۲(۱), ۱۷۴-۱۸۶.
- Colon Riollano, C. (۲۰۱۲). **Uniformity of organizational culture with the Organizational Project Management Maturity Model: An exploratory investigation**. (Unpublished doctoral dissertation). Capella University, Phd.
- Davis, S.M. (۱۹۸۴). **Managing Corporate Culture**. Cambridge, MA: Ballinger.
- Denison, D. R. & Mishra, A. K. (۱۹۹۵). Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization Science*, ۶(۲), ۲۰۴-۲۲۳.
- Denison, D. R. (۱۹۹۷). **Corporate culture and organizational effectiveness**. Ann Arbor, MI: Aviat.
- Denison, D. R., Hooijberg, R., Lane, N., & Lief, C. (۲۰۱۲). **Culture in the multinational corporations**. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.
- Finzel, H. W. (۱۹۸۹). **A descriptive model for discerning organizational culture**, (Unpublished doctoral dissertation). Fuller Theological Seminary University, Phd.
- Gillespie A. M., Denison D., Haaland S., Smerek R. and Neale W. (۲۰۰۸). Linking organizational culture and customer satisfaction: Result from two companies in different industries, *European Journal of work and organizational psychology*.
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohavy, D.D., & Sanders, G. (۱۹۹۰). **Measuring organizational cultures: A quantitative and qualitative study across twenty cases**. *Administrative Sciences Quarterly*, ۳۵(۲) ۲۸۶- ۳۱۶.
- Hoque, N., Aktaruzzaman Khan, M., & Mowla, M. (۲۰۱۳). Organisational culture: features and framework from Islamic perspective. *Humanomics; Patrington*, ۲۹ (۳) ۲۰۲-۲۱۹.
- Kanter, R.M. (۱۹۸۳). **The changing masters: Innovation for productivity in the American Corporation**. New York: Simon and Schuster.
- Krober, A.L. & Kluckhohn, C. (۱۹۵۲). **Culture: a critical review of concepts and definitions**, *Papers of the Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology*, Vol. ۴۷, Harvard University, Cambridge, MA, ۱-۲۲۳.
- LaCasse, A. J. (۲۰۱۰). **A Multi Method Organizational Culture Analysis OF A State Correctional Institution Using A Modified Denison Organizational Culture Survey**. (Unpublished doctoral dissertation). Minnesota University, USA, Phd.
- Nelson, D. L., & Quick, J. C. (۲۰۰۹). **ORGB ۲۰۰۸-۲۰۰۹** edition. Mason, OH: South western Cengage Learning.
- O'Reilly, C.A., Chatman, J., & Caldwell, D.F. (۱۹۹۱). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Archives of*

- Management Journal**, ۳۴(۳), ۴۸۷-۵۱۶.
- Parker, R., Bradley, L. (۲۰۰۰) Organisational culture in the public sector: evidence from six organisations. **International Journal of Public Sector Management**, ۱۳(۲), ۱۲۵-۱۴۱.
- Peters, T. J., Waterman, J., & Robert, H. (۱۹۸۲). **In search of excellence: Lessons from America's best-run companies**. New York, NY: Harper & Row, Publishers.
- Pettigrew, A.M. (۱۹۷۹). On **studying organizational cultures**. *Administrative Sciences Quarterly*, ۲۴, ۵۷۰-۵۸۱.
- Quinn, J. (۱۹۸۵). **Managing Innovation :Controlled Chaos**. Harvard Business Review.
- Robbins, p. stephon, "Management", third edition, prenticehall, ۱۹۹۱, P: ۷۵.
- Schein, E.H. (۱۹۸۵). **Organizational culture and leadership: A dynamic view**. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schein, E. H. (۲۰۱۰). **Organizational culture and leadership** (۴th ed). San Francisco: John Wiley & Sons.
- Taormina, R.J. (۲۰۰۸). Interrelating leadership behaviors, organizational socialization, and organizational culture. **Leadership & Organization Development Journal**, ۲۹(۱), ۸۵-۱۰۲.
- Zabid Abdul Rashid, (۲۰۰۴). "The influence of organizational culture on attitudes toward organizational change", **Leadership & Organization Development Journal**, Vol. ۲۵ Iss ۲ pp. ۱۶۱ – ۱۷۹
- Watkins, K.E. & Marsick, V.J. (۱۹۹۳). **Sculpting the learning organization: Lessons in the art and science of systemic change**. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (۲۰۱۰). **Strategic management and business policy: Achieving sustainability** (۱۲th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی