مجله علمی پژوهش در روانشناسی، علوم تربیتی و علوم اجتماعی، شماره ۱۲ ، جلد اول، تابستان ۱۳۹۷، ص ۱۶-۱
http://www.jisc.ir

مجله علمی پژوهش در روانشناسی، علوم تربیتی و علوم اجتماعی (سال چهارم)
شماره ۱۲/ تابستان ۱۳۹۷ / ص ۱۶-۱

شناخت فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون

(مورد مطالعه کارکنان شاغل در اداره کل امور مالیاتی خوزستان)

سید کمال واعظی[۱]، علی عفری[۲]
[۱] دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
[۲] دانشجوی دکتری مدیریت پردیس دانشگاه تهران

نام نویسنده مسئول:
سید کمال واعظی

چکیده

هدف تحقیق حاضر شناخت فرهنگ سازمانی براساس مدل دنیسون می باشد،این تحقیق با توجه به مبانی نظری از نوع تحقیقات کاربردی واز نظر روش از نوع توصیفی می باشد ابزار گردآوری داده ها ، پرسشنامه استاندارد فرهنگ سازمانی دنیسون است که متغیرهای چهارگانه ،درگیر شدن در کار، انطباق پذیری،ماموریت وسازگاری را می سنجد، جامعه آماری تحقیق کارکنان شاغل در ساختمان مرکزی اداره کل امور مالیاتی خوزستان که بالغ بر ۱۵۰نفر می باشند،نمونه تحقیق با استفاده از فرمل کوکران به تعداد۷۵ نفر وبه شکل تصادفی ساده از بین کارکنان شاغل در قسمتهای واحد مالیاتی ،واحد پشتیبانی و واحد انفورماتیک انتخاب شده اند،پس از تعیین نمونه آماری،پرسشنامه دنیسون در سه بخش کاری فوق توزیع شد در نهایت پس از جمع آوری وتحلیل اطلاعات بدست آمده ،تصویر فرهنگ سازمان اداره کل امور مالیاتی براسا مدل دنیسون ترسیم شد،که گویای وضعیت فرهنگ این اداره است براین اساس اداره کل امور مالیاتی در تمام ابعاد در حد متوسط وبعضاً پائین تر از متوسط قرار گرفته است.،که در آن شاخصهایی از جمله توانمندسازی و تیم سازی نیاز به بهبود اساسی دارند.

واژگان کلیدی: درگیرشدن در کار،انطباق پذیری،رسالت،سازگاری، مدل فرهنگ سازمانی دنیسون

مقدمه

فرهنگ سازمان موضوعی است که به تازگی در دانش مدیریت و در قلمرو رفتار سازمانی راه یافته است. به دنبال نظریات و تحقیقات جدید در مدیریت، فرهنگ سازمانی دارای اهمیت روزافزونی شده و یکی از مباحث اصلی و کانونی مدیریت را تشکیل داده است. جمعیت‌شناسان، جامعه‌شناسان و اخیراً روان‌شناسان و حتی اقتصاددانان توجه خاصی به این مبحث نو و مهم در مدیریت مبذول داشته و در شناسایی نقش و اهمیت آن نظریه‌ها و تحقیقات زیادی را به‌وجود آورده و در حل مسائل و مشکلات مدیریت به کار گرفته‌اند. با بررسی که توسط گروهی از اندیشمندان علم مدیریت به عمل آمده فرهنگ سازمانی به‌عنوان یکی از مؤثرترین عوامل پیشرفت و توسعه کشورها شناخته شده است. به‌طوری‌که بسیاری از پژوهشگران معتقدند که موفقیت کشور ژاپن در صنعت و مدیریت یکی از علل مهم توجه آنها به فرهنگ سازمانی است.

فرهنگ سازمانی به‌عنوان مجموعه‌ای از باورها و ارزشهای مشترک بر رفتار و اندیشهٔ اعضای سازمان اثر می‌گذارد و می‌توان نقطه شروعی برای حرکت و پویایی و یا مانعی در راه پیشرفت به شمار آید. فرهنگ سازمانی از اساسی‌ترین زمینه‌های تغییر و تحول در سازمان است نظر به اینکه برنامه‌های جدید تحول بیشتر به تحول بنیادی سازمانی نگاه می‌کند از این‌رو هدف این برنامه‌ها تغییر و تحول فرهنگ سازمان به‌عنوان زیربنا به بستر تحول است.لذا کارکنان ومدیران توانمند می توانند با تکیه بر قدرت فرهنگ در سازمان،بر توانایی سازمان در تغییر جهت راهبردی آن،تاثیر گذارند. پس شناسایی وضعیت موجود فرهنگ سازمانی با بررسی نقاط فرهنگی قابل بهبود وعواملی موثر بر ارتقای موقعیت فرهنگی سازمان اهمیت بسزایی دارد.در این تحقیق با تکیه بر مدل فرهنگ سازمانی دنیسون وضعیت فرهنگ سازمانی کارکنان شاغل در اداره کل امور مالیاتی خوزستان در بخشهای پشتیبانی،حقوقی وانفورماتیک بررسی شده است.

مفهـــــوم فـــــرهنگ

فرهنگ۱ واژه‌ای است که علمای علم اجتماع و پژوهشگران رشته مردم‌شناسی آن را به کار می‌برند و این واژه از گسترش وسیعی برخوردار است و آن‌چنان مفید واقع شده که آن را در سایر علوم اجتماعی نیز به کار می‌برند. فرهنگ در قالب بحث تخصصی خود در حدود اواسط قرن نوزدهم در نوشته‌های علمای مردم‌شناسی پدیدار شد و کاربرد علمی کلمهٔ فرهنگ در اواخر قرن مذکور توسط تایلر (۱۹۱۷ـ۱۸۳۲) مردم‌شناس انگلیسی صورت گرفت.

یکی از مبانی اساسی علوم رفتاری با رشتهٔ انسان‌شناسی آغاز می‌شود و یکی از رشته‌های فرعی انسان‌شناسی، انسان‌شناسی فرهنگی است که با مطالعه رفتار سازمانی ارتباط نزدیک دارد. انسان‌شناسی فرهنگی با رفتار مکتسبه انسانها که از فرهنگ آنها تأثیر می‌گیرد و نیز با فرهنگ متأثر از این رفتار سر و کار دارد. درواقع بدون فهم عمیق ارزشهای فرهنگی جامعه نمی‌توان رفتار سازمانی را به درستی فهمید.

نقشی که فرهنگ در رفتار انسان ایفا می‌کند، یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در علوم رفتاری وجود دارد. هرچند تاکنون به‌طور کامل مورد ارزیابی قرار نگرفته است. فرهنگ آنچه را که انسان یاد می‌گیرد و نیز نحوه رفتار او را تعیین می‌کند. در مورد اینکه فرهنگ چگونه به وجود می‌آید، باید گفت که فرهنگ پدیده‌ای است که با توجه به خواسته‌های طبیعی و نیروهای اجتماعی سرچشمه می‌گیرد. جغرافیای منطقه، تاریخ و رویدادهای قوم، زبان و ادبیات رایج در میان مردم، دین و مذهب، اقتصاد و شیوهٔ معیشت مردم در پیدایش فرهنگ اثر گذاشته و در ترکیبی سازگار با یکدیگر، مجموعه‌ای از ارزشها و باورهای چیره را پدید می‌آورند که بر رفتار انسانی تأثیر می‌گذارد و ارتباط میان مردم را آسان می‌سازد.

به‌صورت خیلی کلی مفهوم فرهنگ عبارت است از، کیفیت زندگی گروهی از افراد بشر که از یک نسل به نسل دیگر انتقال پیدا می‌کند. به عقیدهٔ ادگار شاین فرهنگ را می‌توان به‌عنوان یک پدیده که در تمام مدت اطراف ما را احاطه کرده است مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. به نظر وی هنگامی که فردی، فرهنگی را به سازمان یا به داخل گروهی از سازمان به ارمغان می‌آورد می‌تواند به وضوح چگونگی به وجود آمدن، جای گرفتن و توسعه آن را ببیند و سرانجام آن را زیر نفوذ خود درآورده، مدیریت نماید و سپس تغییر دهد.

پژوهشگران مسائل فرهنگی، کاربرد فرهنگ را در دو زمینه بیان می‌کنند:

۱ـ فرهنگ در گسترده‌ترین معنی می‌تواند به فرآورده‌های تمدن پیچیده و پیشرفته اشاره داشته باشد که در چنین معنایی به چیزهایی مانند ادبیات، هنر، فلسفه، دانش و فن‌شناسی بازمی‌گردد.

۲ـ در زمینه دیگر فرهنگ از سوی مردم‌شناسان و دیگر کسانی که انسان را بررسی می‌کنند به کار می‌رود در این معنی به آفریده‌های اندیشه، عادات، اشیاء عادی اشاره دارد که در پی انباشت آنها سازگاری پیچیده‌ای بین انسان و محیط طبیعی وی پدید می‌آید

تعـــــــــــریف فـــــــــرهنگ

فرهنگ در زبان فارسی معانی مختلفی دارد که مهم‌ترین آنها ادب، تربیت، دانش، مجموعه آداب و رسوم، علوم، معارف و هنرهای یک جامعه است.

از دیدگاه علمی تعاریف متعدد و متنوعی از فرهنگ ارائه گردیده که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود:

در فرهنگ فارسی عمید، فرهنگ عبارت است از دانش، ادب، علم، معرفت، تعلیم و تربیت، آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت.

فرهنگ لغات وبستر، فرهنگ را مجموعه‌ای از رفتارهای پیچیده انسانی که شامل افکار، گفتار اعمال و آثار هنری است و بر توانایی انسان برای یادگیری و انتقال به نسل دیگر تعریف می‌کند.

ویـــــژگیهای فـــــــــرهنگ

با بررسیهای زیادی که از فرهنگهای مختلف به عمل آمده، چنین به نظر می‌آید که علی‌رغم تفاوتهای موجود، همهٔ فرهنگها دارای ویژگیهایی هستند که تعدادی از آنها را می‌توان به شرح زیر معرفی کرد:

۱ـ فرهنگ آموختنی است. فرهنگ خصوصیتی غریزی است و ذاتی نیست. فرهنگ نظامی است که پس از زاده شدن انسان در سراسر زندگی آموخته می‌شود.

۲ـ فرهنگ آموخته می‌شود. انسان می‌تواند عادتهای آموخته‌شده خود را به دیگران منتقل کند.

۳ـ فرهنگ اجتماعی است عادتهای فرهنگی، ریشه‌های اجتماعی دارند و شماری از مردم که در گروهها و جامعه‌ها زندگی می‌کنند در آن شریک اند.

۴ـ فرهنگ پدیده‌ای ذهنی و تصوری است. عادتهای گروهی که فرهنگ از آنها پدید می‌آید به‌صورت هنجارها یا الگوهای رفتاری، آرمانی ذهنی می‌شوند یا در کلام می‌آیند.

۵ـ فرهنگ خشنودی‌بخش است. هر فرهنگی که نتواند از عهدهٔ تعیین هدف اعلای زندگی برآید از برآوردن آرمانهای عالی حیات نیز ناتوان است. عناصر فرهنگی تا زمانی که بر افراد یک جامعه خشنودی نهایی می‌بخشد می‌توانند پایدار بمانند.

۶ـ فرهنگ سازگاری می‌یابد. فرهنگ دگرگون می‌شود و فراگرد دگرگونی آن همراه با تطبیق و سازگاری است.

۷ـ فرهنگ یگانه‌ساز است. عناصر هر فرهنگ گرایش به آن دارند تا پیکری یکپارچه و به هم بافته و سازگار پدید آورند و این سازگاری به زمان نیاز دارد.

همچنین فردلو تان نیز شش ویژگی با شرح زیر برای فرهنگ عنوان می‌کند:

قابل یادگیری است.

اشتراکی است.

از یک نسل به نسل دیگر قابل انتقال است.

نمادی است. (استفاده از یک چیز برای نشان دادن چیز دیگری).

دارای الگو است. (تغییر در یک بخش به تغییرات در بخش دیگر منجر می‌شود).

قابل تعدیل است.

با توجه به مفهوم فرهنگ و ویژگیهای آن می‌توان نتیجه گرفت که رفتار انسان اصولاً بر باورهای فرهنگی متکی است. باورهایی را فرهنگی می‌گوییم که به‌صورت نسبی در جامعه پذیرش زیادی دارند. منشأ این باورها متفاوت است. گاهی ریشه در شرایط تاریخی یا جغرافیایی یا مذهبی یا حوادث ویژه و یا در علم دارد. ولی آنچه که مسلم است این است که بخش اعظمی از باورهای فرهنگی در قالب اصول اعتقادی ظاهر می‌شوند و یا همچنین می‌تواند از تعاملات سازمانی ناشی شود.

دیدگاهها ونقطه نظرات پیرامون فرهنگ سازمانی

به عقیده هافستد فرهنگ عبارت است از: اندیشه مشترک اعضای یک گروه یا طبقه که آنها را از دیگر گروهها مجزا می‌کند و در جایی دیگر، فرهنگ به‌صورت مجموعه‌ای از الگوهای رفتار اجتماعی، هنرها۲، اعتقادات۳، رسوم۴ و سایر محصولات انسان و ویژگیهای فکری یک جامعه یا ملت تعریف می‌شود.ادگار شاین نیز فرهنگ سازمانی را این‌گونه تعریف می‌کند:یک الگویی از مفروضات بنیادی است که اعضای گروه برای حل مسائل مربوط به تطابق با محیط خارجی و تکامل داخلی آن را یاد می‌گیرند و چنان خوب عمل می‌کند که معتبر شناخته شده، سپس به‌صورت یک روش صحیح برای درک، اندیشه و احساس کردن در رابطه با حل مسائل سازمان به اعضای جدید آموخته می‌شود. جیمز پرسی معتقد است که افراد یک سازمان دارای ارزشهای مشترک، عقاید، معیارهای مناسب برای رفتار، زبان مخصوص، رمزها و سایر الگوی فکری و رفتاری هستند و به‌طور خلاصه، فرهنگ سازمان را الگویی از مقاصد مشترک افراد سازمان تعریف می‌کند. به عقیدهٔ پژوهشگر دیگری، فرهنگ سازمانی عبارت است از اندیشهٔ مشترک اعضای یک سازمان که آنها را از سازمان دیگر متمایز می‌کند. این پژوهشگر می‌نویسد، علی‌رغم اینکه تعریف واحدی از فرهنگ سازمانی وجود ندارد ولی می‌توان گفت که همهٔ افرادی که در این زمینه مطالعه نموده‌اند همگی توافق دارند که فرهنگ؛

کلی است که از مجموع اجزای آن بیشتر است.

تاریخچه سازمان را منعکس می‌کند.

به مطالعهٔ انسان‌شناسی مانند رسوم و نهادها مربوط می‌شود.

توسط گروهی از افراد که یک سازمان را تشکیل داده‌اند شکل گرفته است.

حرکت آن کند و سخت است.

تغییر آن به سختی صورت می‌گیرد.

با توجه به تعریف عنوان‌شده به این نتیجه می‌رسیم که تقریباً تمامی پژوهشگران از فرهنگ سازمانی به‌عنوان مجموعه‌ای از ارزشها، باورها، عقاید، فرضیات و هنجارهای مشترک حاکم بر سازمان یاد می‌کنند. در واقع فرهنگ سازمانی همان چیزی است که به‌عنوان یک پدیدهٔ درست به اعضای تازه وارد آموزش داده می‌شود و آن بیانگر بخش نانوشته و محسوس سازمان است.

مطالعه پیشینه تحقیق

در این قسمت،مطالعات وتحقیقات انجام شده در داخل وخارج از کشور به طور خلاصه ارائه می گردد:گلیسپی۱ وهمکاران (۲۰۰۸)،ارتباط بین فرهنگ سازمانی ورضایت مشتری در صنعت ساختمان سازی وفروشندگان اتومبیل را سنجیده اند. آنها برای شناخت فرهنگ سازمانی از مدل دنیسون استفاده کرده اند. نتایج این تحقیق نشان می دهد که بیشترین امتیاز در صنعت ساختمان سازی در بعد درگیر شدن در کار و بعد رسالت حاصل شده است وکمترین امتیاز در بعد انطباق پذیری به دست آمده است. همچنین،در رابطه با فروشندگان اتومبیل،بیشترین امتیاز در بعد سازگاری وکمترین امتیاز نیز در بعد انطباق پذیری حاصل شده است.

ییلماز وارگان۲(۲۰۰۸) تاثیر ابعاد مدل فرهنگ سازمانی دنیسون را بر عملکرد سازمان ها مورد مطالعه قرار دادند.در این تحقیق مشخص شد که برای بعد انطباق پذیری بیشترین امتیاز وبعد سازگاری کمترین امتیاز به دست آمده است. همچنین،از نتایج این تحقیق برمی آید که بعد رسالت بیشترین تاثیر را برا افزایش عملکرد شرکت های تولیدی دارد.همچنین،توانایی شرکت در تولید محصولات جدید به شدت تحت تاثیر ابعاد انطباق پذیری وسازگاری می باشد.

موبلی وهمکاران (۲۰۰۵)مدل دنیسون را در سازمان های مختلف چینی مورد سنجش قرار دادند. از جمله در سازمان های تولید کننده مبل،شاخص چشم انداز بیشترین امتیاز وشاخص توسعه قابلیت ها کمترین امتیاز را به دست آوردند. در شرکت های بیمه شاخص یادگیری سازمانی بیشترین امتیاز وشاخص مشتری گرایی کمترین امتیاز را به دست آوردند.در بیمارستان های دولتی شاخص یادگیری سازمانی بیشترین امتیاز وشاخص تغییرپذیری کمترین امتیاز را به دست آوردند ودر نهایت،در شرکت های با فناوری بالا شاخص یادگیری سازمانی بیشترین وتوسعه قابلیت ها کمترین امتیاز را به دست آوردند.

اردلان وهمکارانش(۱۳۸۷) در پژوهش خود رابطه بین فرهنگ سازمانی با یگانگی فرد-سازمان را با استفاده از مدل دنیسون در دانشگاه های دولتی غرب کشور،موردبررسی قرار دادند.آنها نشان دادند که هر چهار بعد فرهنگ سازمانی مدل دنیسون در دانشگاه های غرب کشور حاکم است.همچنین در این پژوهش مشخص شد که بعد رسالت،بالاترین همبستگی را با معیارهای سازمانی یگانگی فرد-سازمان و بعد درگیر شدن در کار پایین ترین میزان همبستگی را با معیار های فردی یگانگی فرد-سازمان داشته است.

منوریان وبختایی(۱۳۸۶)، درپژوهش خود مدل دنیسون را در سازمان مدیریت صنعتی مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که سازمان مدیریت صنعتی در هر چهار بعد ،درگیر شدن در کار،انطباق پذیری،سازگاری ورسالت در حد متوسط وبالاتر از متوسط قرار دارد. سازمان مدیریت صنعتی بهترین وضعیت را در متغیرهای درگیر شدن در کار وانطباق پذیری به دست آورده است.با وجود این،در برخی شاخص ها از جمله هماهنگی وپیوستگی واهداف ومقاصد نیازمند بهبود است.همچنین،دراین تحقیق مشخص شد طیف منعطف-ثابت سازمان مدیریت صنعتی به سمت منعطف تمایل دارد ودر طیف تمرکز داخلی-خارجی نیز اختلاف قابل توجهی مشاهده نشده است.

براساس این الگو پرسشهای پژوهش به کل زیر مطرح خواهد شد:

۱-فرهنگ سازمانی در ارتباط با متغیر درگیر شدن چیست؟

۲-فرهنگ سازمان در ارتباط با متغیرسازگاری چگونه است؟

۳-فرهنگ سازمان در ارتباط با متغیر انطباق پذیری چگونه است؟

۴-فرهنگ سازمان در ارتباط با متغیر رسالت چگونه است؟

۵- فرهنگ سازمان در سطح کلان چگونه است ودر چه ابعادی نیاز به تغییر دارد؟

اهداف تحقیق

هدف این تحقیق مقایسه نظرات کارکنان بخشهای مالیاتی، پشتیبانی وانفورماتیک شاغل در اداره کل امور مالیاتی در مورد فرهنگ سازمانی وتفاوتهای موجود میان دیدگاههای آنان می باشد.

قلمرو تحقیق

قلمرو موضوعی: قلمرو موضوعی تحقیق مولفه های مربوط به فرهنگ سازمانی است. با توجه به الگوی مورد استفاده،۴ بعد فرهنگ سازمانی مورد توجه قرار دارد که هر بعد توسط ۳ شاخص، بررسی می شود

قلمرو مکانی: قلمرو مکانی تحقیق، کارکنان شاغل در قسمتهای مالیاتی،پشتیبانی، وانفورماتیک در اداره کل امور مالیاتی خوزستان می باشد.

قلمرو زمانی:محدوده زمانی تحقیق از ابتدای مرداد۱۳۹۶ تا مهرماه همان سال است.

چهارچوب نظری تحقیق

در تحقیق حاضرمدل فرهنگ سازمانی دنیسون به عنوان مدل مفهومی تحقیق،انتخاب شد .دانیل دنیسون۱(۲۰۰۰) تحقیقاتی در زمینه فرهنگ سازمانی واثربخشی سازمان انجام داد. وی در مدل خود ویژگیهای فرهنگی را اینگونه برشمرد:

۱-درگیرشدن درکار

۲-سازگاری

۳-انطباق پذیری

۴-ماموریت یا رسالت

در چارچوب نظری ۴ مولفه اصلی که هریک ۳ شاخص زیر مجموعه دارد، شاخص فرهنگ سازمانی را محاسبه می کند.هر یک از مولفه ها،توسط ۱۵ سوال که شامل هر ۵ سوال برای هر شاخص اندازه گیری می شود. در نهایت ، شمای فرهنگ سازمانی قابل ترسیم خواهد بود.هر یک از مولفه ها همراه با شاخص های آنها در زیر تعریف گردیده است.

۱-درگیرشدن در کار: این ویژگی ها با سه شاخص توانمند سازی،تیم سازی،وتوسعه قابلیت ها اندازه گیری می شود. سازمان های اثر بخش افرادشان را توانمند می سازند، سازمان را بر محور تیم های کاری تشکیل می دهند وقابلیت های منابع انسانی را در همه سطوح توسعه می دهند. تعهد در بین افراد سازمان افزایش می یابد وخود را به عنوان پاره ای از پیکره سازمان احساس می کنند. این مولفه شامل سه شاخص اصلی می باشد.

۱،۱.توانمندسازی: دادن اختیارواستقلال وتوانایی مدیریت کارها. این امر نوعی حس مالکیت ومسئولیت در سازمان ایجاد می کند.

۱،۲.تیم سازی:انجام دادن کارها به طور مشترک برای رسیدن به اهداف،

۱،۳.توسعه قابلیت ها:سازمان به منظور تامین نیازها وباقی ماندن در صحنه رقابت به طور مستمر به توسعه مهارتهای کارکنان می پرد.

۲-سازگاری (ثبات رویه):سازگاری به عنوان ارزش ها ومفاهیمی شناخته می شوند که پایه واساس یک فرهنگ غنی اند وانسجام،هماهنگی وکنترل را بوجود می آورند.

۲،۱.ارزشهای بنیادین: خلق مجموعه ای از مفاهیم مشترک وانتظارات مشخص.که در یک دسته از ارزشهایی که هویت وانتظارات آنها را تشکیل می دهند شریک اند.

۲،۲.توافق:توافق بر مباحث اصلی در سازمان،یعنی اعضای سازمان قادرند در اختلاف مهم به توافق برسند.

۲،۳.هماهنگی وانسجام:همکاری منسجم واحدها وتعامل وظایف متفاوت سازمان،که در آن مرزهای سازمانی با این کارها به هم ریخته نمی شود.

۳-انطباق پذیری:این ویژگی با سه شاخص ایجادتغییر،مشتری گرایی ویادگیری سازمانی اندازه گیری می شوند.سازمانهای که به خوبی منسجم هستند به سختی تغییر می یابند.لذا یکپارچگی درونی وانطباق پذیری بیرونی را می توان مزیت وبرتری سازمان به حساب آورد.

۳،۱.ایجاد تغییر:تلاش در برآورده کردن نیازهای متغیروپیش بینی تغییرات آینده،سازمان قادر است راههایی برای تامین نیازهای تغییر ایجاد کند،ومی تواند محیط موسسه را بشناسد

۳،۲.مشتری گرایی:سازمان مشتریان خود را درک می کند وبه نیازهای آنها واکنش نشان می دهد.

۳،۳.یادگیری سازمانی:تحلیل داده های محیطی در کسب اطلاعات وتوسعه ظرفیت ها

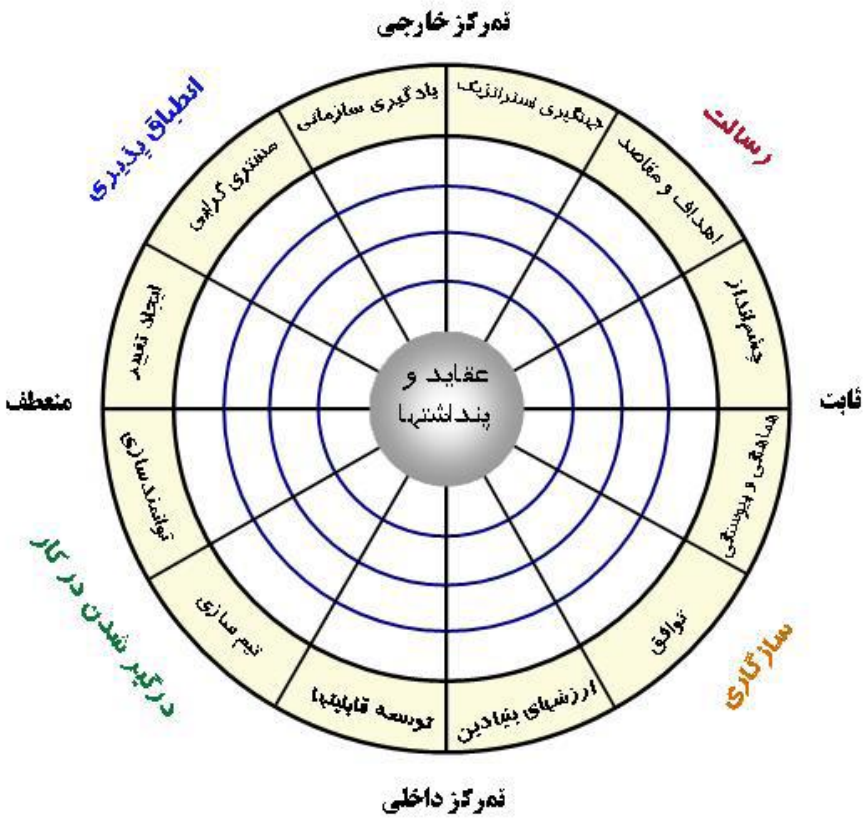
۴-رسالت:این ویژگی با سه شاخص گرایش وجهت گیری استراتژیک،اهداف ومقاصد وچشم انداز اندازه گیری می شوند.شاید بتوان گفت مهمترین ویژگی فرهنگ سازمانی رسالت وماموریت آن است.سازمانهایی که نمی دانند کجا هستند ووضعیت موجودشان چیست،معمولاً به بیراهه می روند.سازمانهای موفق درک روشنی از اهداف وجهت خود دارند،به طوری که اهداف سازمانی واهداف استراتژیک را تعریف کرده وچشم انداز سازمان را ترسیم می کنند.

۴،۱.گرایش وجهت استراتژیک:تعیین مقاصد استراتژیک روشن و واضح سازمان

۴،۲.اهداف ومقاصد:تدوین مجموعه ای روشن از اهداف سازمان به طوری که سمت وسوی کار افراد را مشخص می کنند.

۴،۳.چشم انداز:سازمان یک دیدگاه مشترک از وضعیت آینده دارد.

شکل ۱:مدل فرهنگ سازمانی دنیسون



طیف های ثابت-منعطف وتمرکزداخلی-خارجی: همانطور که در مدل دنیسون دیده می شود. این مدل دارای دو محور عمودی و افقی است که مدل را به چهار قسمت تقسیم کرده اند. محورعمودی در بر گیرنده میزان ونوع تمرکز فرهنگ سازمانی است. این محور از یک طرف به تمرکز داخلی منتهی می شود. محور افقی نیز به میزان انعطاف سازمان اشاره دارد که از یک طرف به فرهنگ لیستا واز طرف دیگر به فرهنگ منعطف منتهی می شود.

روش تحقیق

این تحقیق بر حسب هدف از نوع کاربردی وبر حسب نحوه گردآوری داده ها پیمایشی می باشد که در آن به بررسی فرهنگ سازمانی در کارکنان شاغل در قسمتهای پشتیبانی،واحد مالیاتی وانفورماتیک اداره کل امور مالیاتی خوزستان می پردازد.لذا بر اساس چارچوب نظری تحقیق،پرسشنامه استاندارد دنیسون به کار گرفته شد. این پسشنامه حاوی۶۰ سوال می باشد که عوامل کیفی را به مقادیر کمی با استفاده از طیف۵ قسمتی لیکرت۱ تبدیل می کند.

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان شاغل در واحدهای پشتیبانی،مالیاتی وانفورماتیک در اداره کل امور مالیاتی خوزستان که تعداد آنها 150نفر می باشد انتخاب شده است

ابزارهای اندازه گیری(روش گردآوری داده ها)

پژوهش حاضر از نوع توصیفی وپیمایشی است .برای جمع آوری اطلاعات از روش پرسشنامه وکتابخانه ای استفاده شده است. لذا بر اساس چارچوب نظری تحقیق، پرسشنامه استاندارد دنیسون به کار گرفته شد. این پرسشنامه حاوی ۶۰سوال می باشد که عوامل کیفی با استفاده از طیف ۵ قسمتی لیکرت تبدیل می کند. سطح یک گزینه معرف این است که پاسخ دهنده کاملاً با وضعیت موجود که مورد پرسش قرار گرفته،مخالف است وسطح پنجم نشان می دهد که پاسخ دهنده با وضعیتی که مورد پاسخ قرار گرفته کاملاً موافق است. در این تحقیق اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه،با استفاده از نرم افزار spssمورد جمع بندی وتجزیه وتحلیل قرار گرفته است.

جامعه آماری

قلمرو مکانی این تحقیق کارکنان شاغل در ساختمان مرکزی اداره کل امور مالیاتی خوزستان می باشد که با توجه به هدف تحقیق، جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق کارکنان شاغل در قسمتهای مالیاتی، پشتیبانی وانفورماتیک اداره کل امور مالیاتی خوزستان می باشند تعداد این کارکنان ۱۵۰نفر می باشد.

با توجه به کیفی بودن متغیرهای پژوهش برای محاسبه تعداد نمونه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است.

n:تعداد نمونه آماری

N:تعداد جامعه آماری

q:ضریب خطا

P:درصد موفقیت

Ɛ:دقت برآورد

$$n = \frac{Nz(a/2)^2\, P(1-P)}{\sum(N-1) \times \in^2 + Z(a/2)^2\, P(1-P)}$$

$$Z(a/2)^2 = Z(\%25) = 1/96$$

$$n = \frac{150(1/96)^2(0/25)}{149(0/08)^2+(1/96)^2(0/25)} = \frac{144}{1/914} \cong 75$$

دراین تحقیق جامعه آمار ۱۵۰نفربوده ضریب خطا۵٪.درصد موفقیت۵۰٪ ودقت برآوردبرابر۸٪است

بنابراین بر اساس فرمول کوکران تعداد نمونه آماری در این تحقیق با بکارگیری نمونه گیری تصادفی ۷۵ نفر است.

تعیین روایی واعتبار ابزار اندازه گیری

در این تحقیق روش آلفای کرونباخ جهت تعیین قابلیت پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفته است.آلفای کرونباخ یک ضریب است که میزان همبستگی مثبت اعضای یک مجموعه را با هم منعکس می کند. آلفای کرونباخ بر حسب میانگین داخلی میان پرسشهایی که یک مفهوم را می سنجد محاسبه می شود وهر قدر آلفای کرونباخ به عدد یک نزدیکتر باشد اعتبار سازگاری درونی بیشتر است.

جدول شماره ۱:ضرایب اعتبار پرسشنامه فرهنگ سازمانی

سوال های متغییر	درگیر شدن در کار	سازگاری و انسجام	انطباق پذیری	رسالت
ضریب اعتبار	٪۸۱۲	٪۸۳۱	٪۷۹۵	٪۸۴۲

روشهای تجزیه وتحلیل آماری

برای تجزیه وتحلیل وحصول نتایج از داده های جمع اوری شده در این تحقیق با در نظر گرفتن روش انجام تحقیق از یک سلسله فنون آماری مرتبط استفاده گردیده وبرای سهولت در استفاده از فنون آماری از نرم افزار spssبهره گیری شده است. به منظور تجزیه وتحلیل توصیفی داده های تحقیق از آمارهایی همچون فراوانی، درصد فراوانی، فراوانی نسبی، فراوانی تجمعی، میانگین وغیره استفاده گردیده است.

نتایج پژوهش

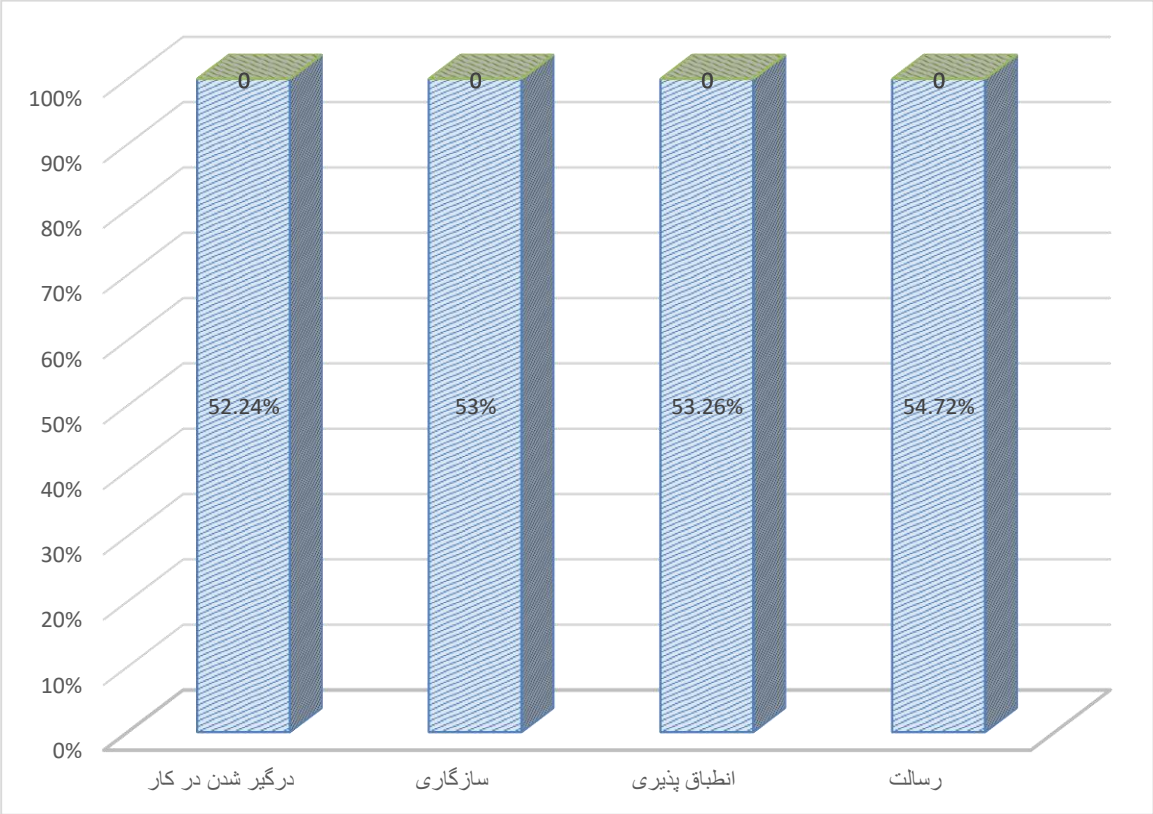
امتیاز کل سازمان از ابعاد اصلی:میانگین نظرات کل پرسش شوندگان به چهار ویژگی مختلف فرهنگ سازمانی در جدول یک خلاصه شده

جدول شماره۲:امتیاز کلی سازمان

ابعاد اصلی	میانگین کل امتیاز	
	عددی	درصدی
درگیر شدن در کار	۲/۶۰	٪۵۲/۲۴
سازگاری	۲/۶۴	٪۵۳
انطباق پذیری	۲/۶۶	٪۵۳/۲۶
رسالت	۲/۷۳	٪۵۴/۷۲

براین اساس اداره کل امور مالیاتی بیشترین امتیاز را در بعد رسالت بدست آورده است در مقابل کمترین امتیاز در متغیر درگیر شدن در کار حاصل شده است که در نمودارزیر مشخص شده است.

نمودار۱:امتیاز کل سازمان



امتیازبخشهای کاری از ابعاد اصلی: نظرات کارکنان بخشهای مختلف کاری در اداره کل امور مالیاتی نسبت به متغیرها وشاخصهای مختلف فرهنگ سازمانی در جدول شماره ۲ ونمودار۲ قابل مقایسه می باشد.

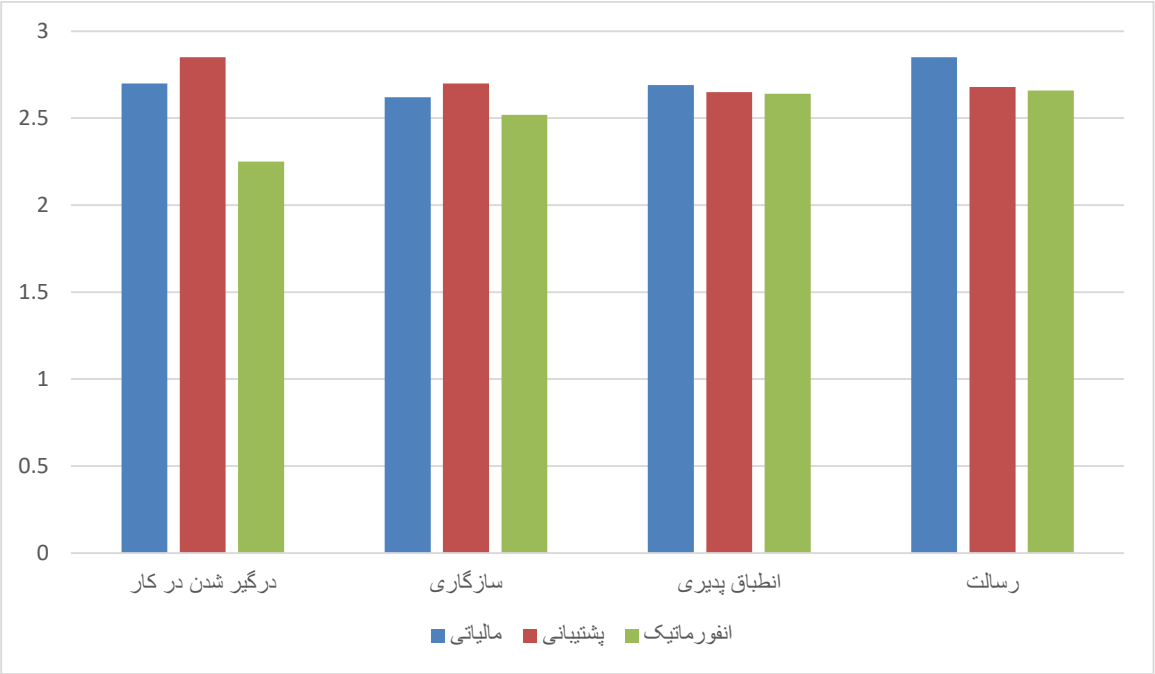
جدول شماره۳:امتیاز بخشهای مختلف کاری سازمان (در سطح ۴بعد اصلی)

ابعاد اصلی	بخش کاری		
	مالیاتی	پشتیبانی	انفورماتیک
درگیرشدن در کار	۲/۷۰	۲/۸۵	۲/۲۵
سازگاری	۲/۶۲	۲/۷۰	۲/۵۲
انطباق پذیری	۲/۶۹	۲/۶۵	۲/۶۴
رسالت	۲/۸۵	۲/۶۸	۲/۶۶

به طوری که در جدول مشخص می باشد در بخشهای کاری واحد مالیاتی ،واحد پشتیبانی و واحد انفورماتیک بیشترین امتیاز به متغیر رسالت در بخش مالیاتی، همچنین در بخش پشتیبانی متغیر درگیر شدن در کار بیشترین امتیاز را کسب کرده ودر نهایت در بخش انفورماتیک مجدد بخش رسالت بیشترین امتیاز را کسب کرده است.

در نمودار زیر امتیاز متغیرها در سه بخش کاری نمایش داده شده است. متغیرهای رسالت در بخش های مالیاتی وانفورماتیک بیشترین امتیاز را بدست آورده اند ودر بخش پشتیبانی متغیر درگیرشدن در کار امتیاز بیشتری گرفته است.

نمودار ۲: امتیاز بخشهای کاری (در سطح ابعاد اصلی)



امتیازبخشهای کاری از شاخص ها:

بخش کاری مالیاتی بیشترین امتیاز را در شاخص چشم انداز وکمترین امتیاز را در شاخص تیم سازی کسب نموده است. در بخش پشتیبانی بیشترین امتیاز در شاخص توسعه قابلیتها وکمترین امتیاز را در شاخصهای هماهنگی ویادگیری سازمانی بدست آورده است.

جدول شماره ۴: امتیاز بخشهای مختلف کاری(در سطح شاخصها)

عوامل اصلی	شاخصها	میانگین بخش کاری		
		مالیاتی	پشتیبانی	انفورماتیک
درگیرشدن در کار	توانمندی سازی	۲/۸۵	۲/۸۹	۲/۳۰
	تیم سازی	۲/۵۴	۲/۷۰	۲/۱۴
	توسعه قابلیتها	۲/۷۱	۲/۹۶	۲/۳۱
سازگاری	ارزشهای بنیادین	۲/۷۰	۲/۸۵	۲/۶۰
	توافق	۲/۵۶	۲/۶۴	۲/۵۴
	هماهنگی	۲/۶۰	۲/۵۹	۲/۴۲
انطباق پذیری	تغییر پذیری	۲/۷۴	۲/۶۲	۲/۶۳
	مشتری گرایی	۲/۷۱	۲/۷۴	۲/۶۸
	یادگیری سازمانی	۲/۶۲	۲/۵۹	۲/۶۱
رسالت	جهتگیری استراتژیک	۲/۷۳	۲/۷۳	۲/۶۱
	اهداف و مقاصد	۲/۹۵	۲/۷۱	۲/۷۰
	چشم انداز	۲/۸۷	۲/۶۰	۲/۶۷

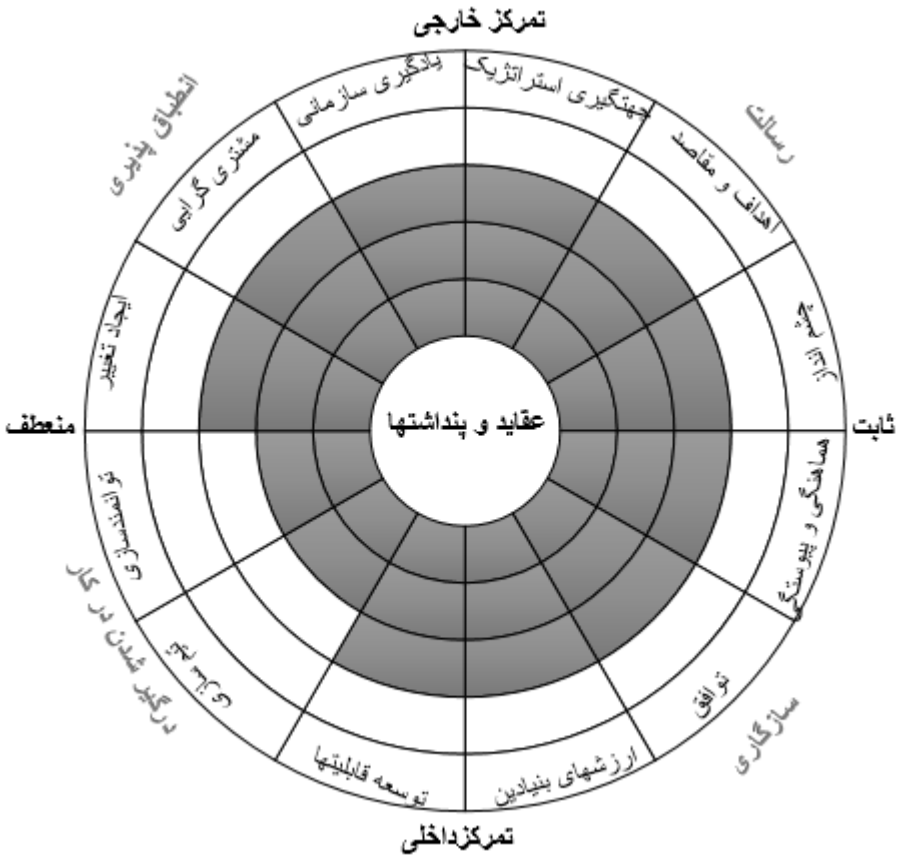
در مجموع امتیازات کسب شده توسط بخشهای کاری در سطح شاخص ها، شاخص های توسعه قابلیتها با۲/۹۶ واهداف ومقاصد با ۲/۹۵ امتیاز در بالاترین سطح وشاخصهای تیم سازی و توانمندسازی در بخش انفورماتیک با ۲/۱۴و۲/۳۰امتیازدر پائین ترین سطح قرار دارند.

تصویر کلی فرهنگ سازمانی اداره کل امور مالیاتی بر اساس مدل دنیسون:

اگر بر اساس اطلاعات بدست آمده نمای فرهنگ سازمانی در اداره کل امور مالیاتی ترسیم شود تصویری همانند نمودار زیر بدست خواهد آمد.همانطور که در نمودار مشاهده می شود اداره کل امور مالیاتی بهترین وضعیت را در متغیرهای رسالت و انطباق پذیری بدست آورده است. ودر سمت دیگر کمترین امتیاز به متغیر در گیرشدن در کار (شاخصهای توانمند سازی و تیم سازی) تعلق دارد که کمتر از حد متوسط هستند

دیگر شاخصها در حد متوسط قرار گرفته اند. در طیف منعطف-ثابت اداره کل امور مالیاتی به سمت ثابت تمایل دارد ومیزان تمرکز داخلی وخارجی نیز تمایل به تمرکز خارجی بیشتر می باشد.

شکل شماره ۲:تصویر کلی فرهنگ سازمانی اداره کل



محدودیتهای پژوهش

پژوهش انجام گرفته با محدودیتهایی مواجه بوده است.از این جمله می توان به محدودیتهای زیر اشاره کرد.اول تجربه کم آزمودنیها در زمینه فرهنگ سازمانی که تفسیر معانی آن برای آزمودنیها مشکل بود،دوم به دلیل نگرانی از فاش کردن اطلاعات شخصی برخی از آزمودنیها بخش اول پرسشنامه را منجمله سابقه کار ومیزان تحصیلات را بطور کامل تکمیل نکرده اند، ودر آخر محافظه کار بودن ازمودنیها در پاسخ به سوالات ودر نظر گرفتن حد وسط پاسخها ،مشکلاتی بود که در طول پژوهش وجود داشتند، ضمن اینکه استفاده از پرسشنامه خود به عنوان یک محدودیت تلقی می شود. بدین معنا که پرسشنامه،نگرش افراد رابرسی می کند، نه واقعیت را،که این امر می تواند به عنوان یک محدودیت تلقی شود

نتایج:

نتیجه تحقیق نشان می دهد که اداره تحت بررسی در فرهنگ رسالت،وضعیت مناسب تری نسبت به فرهنگهای سازگاری،مشارکتی وانطباق پذیری دارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات ییلماز وارگان(۲۰۰۱)و اردلان وهمکارانش(۱۳۸۷) همسو وبا تحقیقات، منوریان وبختایی(۱۳۸۹) ناهمسو است .همچنین نتایج تحقیق مشخص کرد که اداره کل امورمالیاتی خوزستان در شاخص توسعه قابلیتها با ۲/۹۶ امتیاز واهداف ومقاصد با۲/۹۵ امتیاز در بالاترین سطح ودر شاخصهای تیم سازی با ۲/۱۴ امتیاز وتوانمند سازی با ۲/۳۰ امتیاز در پائین ترین سطح واقع شده اند. در نهایت نتایج این تحقیق بیان گر آن است که اداره کل امور مالیاتی خوزستان با توجه به مدل مفهومی دنیسون در هر چهار بعد ،درگیر شدن در کار،انطباق پذیری،رسالت وسازگاری در حد متوسط وپائین تر از متوسط قراردارد. بنابراین، جهت ارتقاء وبهبود هر یک از ابعاد وشاخص های فرهنگ سازمانی باید اقداماتی مشخص وبرنامه ریزی شده صورت گیرد.

منابع وماخذ

۱)،چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت،تهران ص۱۵-۱.

۲.مومنی،هوشنگ(۱۳۸۴).اندیشمندان مدیریت،تهران:انتشارات ستاره سپهر،چاپ اول

۳.مشبکی،اصغر(۱۳۷۷).مدیریت رفتار سازمانی،تهران:انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.

۴.رابینز،استیفن(۱۳۸۵).تئوری سازمان،ترجمه سید مهدی الوانی وحسن دانائی فرد، تهران:انتشارات صفار،چاپ پانزدهم.

الوانی،سید مهدی(۱۳۸۳).مدیریت عمومی،تهران:نشر نی.

۵.اردلان،محمد رضا.،سلیمی،قربانعلی.،رجائی پور،سعید.، ومولوی،حسین(۱۳۸۷).بررسی رابطه یگانگی فرد-سازمان با فرهنگ سازمانی در دانشگاه های دولتی غرب کشور،فصلنامه پژوهش وبرنامه ریزی در آموزش عالی،شماره۴۷،صص ۱۳۱-۹۷.

۶.شاین،ادگار. ترجمه محمدابراهیم محجوب.(۱۳۸۳). فرهنگ سازمانی،تهران. انتشارات فرا

۷.دیانتی،م،ج.(۱۳۶۹).روش تحقیق در کتابداری. انتشارات مرکز نشر دانشگاهی

۸.رحیم نیا،فریبرز.،علیزاده،مسعود(۱۳۸۸).((بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون از نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد)) مطالعات تربیتی،دوره دهم،شماره۱، صفحات ۱۷۰-۱۴۸.

۹.منوریان،عباس.بختائی،امیر(۱۳۸۹) ((شناخت فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون ،مورد مطالعه:سازمان مدیریت صنعتی))چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت

۱۰.منصورفر،ک(۱۳۸۸).روش های آماری. تهران،دانشگاه تهران.

۱۱.آرمسترانگ،مایکل(۱۳۸۰).راهبردهای مدیریت منابع انسانی. ترجمه خدایار ابیلی،تهران،فرا.

۱۲.رابینز،استیفن(۱۳۸۴).مدیریت رفتارسازمانی. ترجمه سیدمحمد اعرابی وعلی پارساییان،تهران،دفتر پژوهش های فرهنگی

۱۳.محمودی،مهدی.(۱۳۸۴). نقش فرهنگ سازمانی در پیشگیری از بروزفساد اداری. مجله تدبیر،شماره ۱۶۰

۱۴.ابراهیمی بجدنی، مریم.(۱۳۸۲).پایان نامه: فرهنگ سازمانی ورابطه آن با بهره وری کارکنان.ص۲۵

۱۵.مرتضوی،مهدی(۱۳۷۶). بررسی فرهنگ سازمانی جهادسازندگی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت،دانشگاه تهران.

۱۶.رابینز،استیفن(۱۳۷۷). مبانی رفتار سازمانی. ترجمه قاسم کبیری،تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.