

بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی (براساس مدل هافستد) بر خلاقیت

محمدباقر جعفری^۱ - قنبر امیرنژاد^۲

چکیده

زمینه و هدف: کشف عناصر ناشناخته، ارائه راه حلهای جدید، مشخصه افرادی است که تاثیری عمیق بر زندگی بشری دارند. فرهنگ یک عامل تعیین کننده در رفتار انسانها است. این پژوهش با هدف بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی (بر اساس مدل هافستد) بر خلاقیت مدیران شرکت های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان می باشد. **روش پژوهش:** با توجه به ماهیت آن؛ توصیفی از نوع همبستگی و با توجه به هدف تعیین شده، از نوع کاربردی است. جامعه آماری مدیران شرکت های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان می باشد. تعداد ۲۰۰ پرسشنامه توزیع گردیده و حجم نمونه در سطح اطمینان ۹۵٪ و با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، ۱۹۶ نفر برآورد گردید. نمونه گیری به روش تصادفی ساده انجام و پایایی کل پرسشنامه تحقیق ۰/۹۲ بوده و برای یافته ها از معادلات ساختاری و نرم افزار LISREL استفاده شده است.

نتایج: نتایج نشان داد که؛ فرهنگ سازمانی بر خلاقیت تاثیر معناداری دارد و در پیش بینی همزمان خلاقیت از طریق شاخص های فرهنگی هافستد شامل مردگرایی/ زن گرایی، فرد گرایی/ گروه گرایی، ابهام گریزی، فاصله قدرت مشخص شد که همه شاخص ها بر خلاقیت تاثیر معناداری دارند.

واژگان کلیدی:

فرهنگ، خلاقیت، شاخص های فرهنگی هافستد

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک mohammadbagherjaafary@gmail.com (مسئول مکاتبات)

^۲ استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی اهواز

مقدمه

ریاست اولین جلسه موسسه حل مسئله با روش خلاق را بر عهده گرفت (مظفری، ۱۳۷۶).

از طرفی فرهنگ یک عامل تعیین کننده و مهم در رفتار انسان‌ها است و نمی‌توان رفتار را جدای از فرهنگ تحلیل، تفسیر و درک نمود. هر چه پدیده جدید با مشخصات فرهنگ افراد تطابق بیشتری داشته و همسوتر باشد، مقاومت کمتری از سوی افراد برای حضور پدیده ی جدید و پذیرش آن ایجاد می‌گردد. با توجه به اینکه خلاقیت به عنوان یکی از پدیده‌های جدید عصر حاضر، تبدیل به ضرورت زندگی بشری امروز شده است، لازم است چالش‌هایی که بر سر راه پذیرش آن قرار دارد، مطالعه شود و البته این چالش‌ها در فرهنگ‌های مختلف، می‌تواند متفاوت باشد.

بیان مسأله

از ویژگیهای بارز انسان و محور اساسی حیات او قدرت اندیشه اوست. انسان در طول زندگی خویش هرگز از تفکر و اندیشه فارغ نبوده و با نیروی تفکر صحیح، تصمیم گرفته و توانسته است به حل مسائل و مشکلات بپردازد. و به رشد و تعالی نائل آید. بنابراین تمام موفقیتها و پیشرفتهای انسان در گرو اندیشه بارور و پویاست. از پیچیده ترین و عالیترین جلوه‌های اندیشه انسان تفکر خلاق است که درباره آن نظرات مختلفی وجود دارد. رایجترین تعریف محققان از خلاقیت عبارت از: «ایجاد طرحی جدید و متناسب».

سازمان‌ها برای بقا و تداوم نقش مثبت و سازنده خود نیازمند افکار، اندیشه‌ها و نظرات نو و تازه هستند تا با دریافت دیدگاههای نو بتوانند پویایی خود را تضمین کنند؛ وگرنه به زوال و نابودی محکوم خواهند شد همچنانکه مقاومت سازمانها در مقابل تغییرات و تحولات مختلف محیطی موجب حذف آنها و یا کم رنگ شدن نقششان شده و حتی در ادامه قادر به حفظ وضع موجود نیز نخواهند بود. امروزه جریان نوجویی و خلاقیت و نوآوری در سازمان به عنوان یک راهبرد

کشف عناصر ناشناخته، خلق آثار جدید، ارائه راه حل‌های جدید، مشخصه افرادی است که تاثیری عمیق بر زندگی بشری دارند. اختراع ماشین بخار، فرمول مدل ماریچی DNA، ساختمان اولین هواپیما، فقط چند مورد برجسته از بروز خلاقیت، با تاثیری عمیق در زندگی و فرهنگ ماست (ویسبرگ، ۱، ۱۹۹۳).

زندگی پیچیده امروز هر لحظه در حال نو شدن است و خلاقیت ضرورت استمرار زندگی فعال بشمار می‌رود. انسان برای خلق نشاط و پویایی در زندگی، نیاز به خلاقیت و ابتکار دارد تا انگیزه شوخ طبعی خود را ارضا کند و زمینه شکوفائی استعدادها و توانائیهای خویش را فراهم کند چرا که جامعه انسانی برای زنده ماندن و گریز از مرگ و ایستائی، به تحول نیاز دارد.

مسلمانان می‌توانند به طرق کاملاً زیادی خلاق باشند. درک این واقعیت چالشی واقعی در این عصر فضا و فرا رسیدن جامعه فرا صنعتی بوجود می‌آورد، در هر زمینه دانش بشری انفجارهای اطلاعات وجود دارد. زمانی بود که فکر می‌کردیم مرزهای فضا نه ظرفیتهای بشر و دانش را می‌شناسیم. شخص می‌توانست چیزهای خوبی در مدرسه دانشگاه و یا از راه کار آموزی فرا گیرد و این دانش، بقیه عمرش برایش مفید بود، آن روزها گذشت.

نهضت پرورش استعداد خلاقیت و ابداع در کشورهای مختلف، خاصه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، به سرعت در حال پیشرفت بوده و مورد پذیرش قرار گرفته است. و شاید بتوان سالهای ۱۹۵۰ را سالهای ترقی خلاقیت دانست به این دلیل که این مفهوم بی هیچ شرح و بسطی به فرایندهای ذهن اضافه شده است (شل کراس، ۲، جوادیان، ۱۳۶۹).

در اوایل دهه ۱۹۵۰ اسبورن بنیاد تفکر خلاق را تاسیس کرد و در شهر بوفالو در ایالت نیویورک

آموزی فرایندی غیر ارادی است و شامل همه متغیرها و عناصر یادگیری می‌باشد که در محیط فراگرفته می‌شود و خود انسان در یادگیری آن‌ها نقش بسزایی ندارد (ابزری، عباسی، رنجبر و رزمجویی، ۱۳۹۰).

ایران کشوری با خرده فرهنگ‌های مختلف است که بر اساس تحقیقات انجام شده از جمله تحقیق‌های طاهری اردلی (۱۳۸۶) و دهکردی (۱۳۹۱) برخی از مفروضه‌ها و ارزش‌های این خرده فرهنگ‌ها با یکدیگر متفاوت هستند، بنابراین به نظر می‌رسد شاخص‌های فرهنگی هافستد در این خرده فرهنگ‌ها متفاوت از یکدیگر باشند. از طرفی با توجه به اینکه یکی از متغیرهای تحقیق خلاقیت می‌باشد، جامعه آماری مورد تحقیق باید با خلاقیت مأنوس بوده و جزو ماهیت کار آن‌ها باشد. به نظر محقق شرکت‌های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان یک سازمان بسیار وسیع و گسترده است که در همه جغرافیای استان خوزستان حضور دارد. بنابراین کارکنان آن از نظر فرهنگی متنوع می‌باشند. بر این اساس تأثیر فرهنگ بر خلاقیت برای شرکت‌های توسعه نیشکر استان خوزستان می‌تواند یک مسأله مهم باشد. با توجه به تبیین انجام شده، مسأله اصلی پژوهش حاضر، مطالعه تأثیر فرهنگ بر خلاقیت در شرکت‌های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان می‌باشد.

این پژوهش در بین مدیران شرکت‌های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان انجام شده است. از آنجا که این شرکت‌ها دارای کارکنانی از شهرهای مختلف ایران و با خرده فرهنگ‌های متفاوت هستند، به عنوان جامعه آماری انتخاب شده است.

مبانی نظری تحقیق

بررسی آثار علمی نشان می‌دهد درباره نوع فرهنگ سازمانی مورد نیاز برای ارتقای خلاقیت و نوآوری، اتفاق نظر اندکی وجود دارد. ظاهراً تناقضی هم وجود

مناسب برای تطبیق سازمانها با شرایط پیچیده محیط فعالیت خود می‌باشد. در حقیقت امروزه شعار «فنا می‌شوید اگر خلاق نباشید» برای سازمانها یک هشدار جدی است (الوانی، ۱۳۷۶).

رابینز^۳ (۱۳۸۶) در مورد تفاوت‌های فرهنگی و نقش فرهنگ در بهبود عملکرد اظهار می‌دارد همانطور که مشاهده می‌شود فرانسوی‌ها با انگلیسی‌ها، عرب‌ها با کانادایی‌ها، آلمانی‌ها با استرالیایی‌ها، ژاپنی‌ها با آمریکایی‌ها و ایرانی‌ها هم با دیگر کشورها تفاوت دارند. این تفاوت به علت تفاوت‌های فرهنگی است که مدیران باید تفاوت‌های فرهنگی را درک کنند و آشناسازی با فرهنگ‌های مختلف جهت بهبود عملکرد خودشان را در رأس کارهای خود قرار دهند.

تایلور^۴ (۱۸۷۱) یکی از اولین تعریف‌های فرهنگ را این گونه بیان کرده است که این کلمه مجموعه پیچیده‌ای از دانش، عقاید، هنر، اصول اخلاقی، قوانین، ارزش‌ها و هر گونه توانایی دیگری که توسط انسان به عنوان عضوی از جامعه بدست می‌آید، می‌باشد. فرهنگ، روشی قدرتمند برای توضیح تفاوت‌های فردی و گروهی از لحاظ رفتاری در کشورهای مختلف است. رفتارهایی که در یک فرهنگ به صورت بدیهی و آشکار هستند ممکن است برای فرد دیگری از فرهنگ دیگر عجیب و بیگانه باشد. حتی اتفاقات روزمره مثل احوالپرسی نیز برای افراد در فرهنگ‌های متفاوت یکسان نباشند. برای رسیدن به درک عمیق‌تر بر چگونگی تأثیر بر رفتار سازمان‌ها، شناخت و درک فرهنگ اهمیت بسیار دارد. در دیدی وسیع‌تر فرهنگ را می‌توان روش زندگی کردن گروهی از افراد تعریف کرد. محققان از گذشته‌های طولانی در زمینه‌های مختلف انسان‌شناسی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و مدیریت، فرهنگ را در رأس مطالعات خود قرار می‌دادند. اما امروزه فقط دانش پژوهان سازمانی از فرهنگ برای درک رفتارهای متفاوت افراد در سازمان‌ها استفاده کرده‌اند. می‌توان گفت فرهنگ

دارد مبنی بر اینکه فرهنگ سازمانی می‌تواند در ایجاد خلاقیت و نوآوری، محرک یا مانع باشد. در بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت و نوآوری روشن شده است که ابعاد مدل مارتینز از فرهنگ سازمانی با تاثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت و نوآوری رابطه مستقیم دارد. مارتینز این تاثیر را در مدلی تعاملی و منسجم در قالب پنج بعد استراتژی- ساختار-ساز و کارهای حمایتی - رفتارهای مشوق نوآوری و ارتباطات بیان می‌کند.

دنيس شش ویژگی عمده محیطی (سیاست، پتانسیل بازار، پایه‌های اقتصادی، فرهنگ، زیرساخت‌های کشور، فضای حقوقی و قانونی) را مطرح می‌کند که اساس توسعه خلاقیت محسوب می‌شود. و در سطح کلان، برای ارزیابی یک محیط برای پرورش، تداوم و ابقای خلاقیت اعضا، مفید و موثرند.

از دید کوک و زومال، بطور کلی، سه نوع فرهنگ سازمانی وجود دارد، که عبارتند از سازنده، منفعل-دفاعی و تهاجمی-دفاعی. هر نوع با یکسری باورهای مرجع متفاوت مرتبط است. باورهای مرجع، معرف افکار و باورهای فرد است که در باره چگونگی رویکردهای مورد انتظار اعضای یک گروه خاص یا سازمان نسبت به کارشان و تعامل با دیگران است.

دانیل دنيسون و انیل میشر چهار ویژگی (صفت) برای فرهنگ سازمانی قائل شده اند که عبارتند از مشارکت، هماهنگی، انطباق و ماموریت

فرهنگ سازمانی

فرهنگ عبارت است از مجموعه ای از ارزش ها، باورها، درک و استنباط و شیوه‌های تفکر یا اندیشیدن که اعضای سازمان در آن‌ها وجوه مشترک دارند (دفت (و فرهنگ سازمانی عبارت است از مجموعه اعتقادات جمعی ناخودآگاه و مفروضاتی که ارزش ها، «دست ساخته‌های هنری» و فعالیت‌های سازمان با آنها هدایت می‌شود (schein) فرهنگ سازمان را می‌توانیم در رفتار،

زبان، فکر، اندیشه و اهداف اعضای سازمان مشاهده کرد و آن را در قوانین، خط مشی‌ها و سیاست‌های سازمان احساس کرد (الوانی، ۱۳۸۹). سازمان‌ها مانند افراد شخصیت‌هایی دارند. این شخصیت‌ها همان فرهنگ‌های سازمانی هستند. منبع اصلی فرهنگ سازمان، موسسین و بنیانگذاران سازمان هستند (رایبزر، ۱۳۸۷).

فرهنگ سازمانی در یک سازمان دو نقش بازی می‌کند، عملکرد فرهنگ سازمانی و تاثیر فرهنگ سازمانی بر روندهای مختلف موجود در سازمان.

ابعاد فرهنگ

یکی از اولین و مهمترین مطالعاتی که درباره نگرش‌های فرهنگی انجام گرفته است، نظریه هافستد، محقق هلندی در سال ۱۹۸۰ است. وی در این

پژوهش چهار بعد از ابعاد فرهنگ را مشخص کرد ۱- فرد گرایی/گروه گرایی: تمرکز دارد بر اینکه افراد یک کشور ترجیح می‌دهند به جای عضویت در یک گروه، به صورت فردی عمل نمایند یا دوست دارند در گروه باشند و سود به گروه برسد. اینکه مصالح فردی دارای اهمیت می‌باشد و یا به مصلحت کلی گروه بها می‌دهند.

۲- اجتناب از عدم اطمینان (ابهام‌گریزی): تاکید می‌کند افراد جامعه موقعیت‌های ساختار یافته و روشن را بر شرایط ساختار نیافته و مبهم ترجیح می‌دهند به صورتی که اجتناب از عدم اطمینان بالا ساختاری از جامعه می‌باشد که قانونمند بوده و قوانین و کنترل‌های زیادی را به منظور کاهش موارد مبهم و نامعین دربردارد.

۳- فاصله قدرت: تاکید می‌کند بر روی درجه ای از نابرابری قدرت و ثروت در میان افراد که مردم آن کشور آن را پذیرفته اند و عادی می‌دانند. فاصله قدرت در طبقات اجتماعی قابل مشاهده می‌باشد به صورتی که جوامع با فاصله قدرت پایین تفاوت

- آمابیلی^۶ (۱۹۹۷) خلاقیت را تولید ایده‌های جدید و مفید در همه زمینه‌ها می‌داند.
- ورنون^۷ خلاقیت را توانایی شخص در ایجاد ایده‌ها، نظریه‌ها، بینش‌ها، اشیای جدید، و بازسازی مجدد در علوم و سایر زمینه‌ها می‌داند که از نظر محققان، ابتکاری و از لحاظ علمی، زیباشناسی، فناوری و اجتماعی، با ارزش قلمداد گردد.
- خلاقیت: توانایی تلفیق اندیشه‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیر معمول بین اندیشه‌های مختلف.
- با توجه به تعاریف فوق می‌توان خلاقیت را فرآیند ذهنی پدیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو دانست که منجر به یافتن راه حل‌ها و ایده‌های جدید می‌شود.

ویژگی‌های افراد خلاق

- برخی این تفکر نادرست را دارند که خلاقیت در انحصار دانشمندان یا هنرمندان است. امروزه دانشمندان معتقدند خلاقیت و نوآوری مختص افراد خاصی نیست و تمام افراد می‌توانند در جهت آن کوشش کنند و بیان می‌دارند که انسان‌ها در هر سطح سازمانی و در هر رده شغلی قدرت خلاقیت، تفکر و اندیشه را دارند. برخی از مکاتب فکری هم معتقدند که خلاقیت قابل آموزش و یادگیری است. روان‌شناسان سعی داشته‌اند تا مشخصات افرادی که دارای سطح بالایی از خلاقیت هستند را مشخص کنند، "استیز" عوامل زیر را برای افراد خلاق بیان داشته‌است:
- ۱- سلامت روانی و ادراکی: توانایی ایجاد تعداد زیادی ایده به طور سریع.
 - ۲- انعطاف پذیری ادراک: توانایی دست کشیدن از یک قاعده و چارچوب ذهنی.
 - ۳- ابتکار: توانایی در ایجاد و ارائه پیشنهادهاى جدید.
 - ۴- ترجیح دادن پیچیدگی نسبت به سادگی: توجه کردن و در نظر گرفتن چالش‌های جدید مسائل پیچیده.

طبقاتی کمتری داشته و بین روسا و زیردستان ارتباط نزدیکی وجود دارد.

۴-مردگرایی/زن گرایی: بر اساس آن ارزش‌های مردانه شامل ابراز وجود، عملکرد، قاطعیت، موفقیت و رقابت مورد تاکید هستند و در مقابل آن ارزش‌های زنانه شامل کیفیت زندگی، حفظ روابط گرم و شخصی، خدمات، مراقبت و همبستگی می‌باشد.

خلاقیت

خلاقیت در همه افراد وجود دارد در بعضی بیشتر و در بعضی افراد کمتر است. انسان‌ها نه تنها به عنوان بخشی از ویژگی طبیعی، وارث نعمت خلاقیت هستند بلکه حق بهره جویی از ثمرات مشارکت خلاق در جهانی خلاق و پویا را دارند. اگر زمینه‌ها و تحصیلات لازم برای شکوفایی و رشد خلاقیت فراهم شود، می‌توان آن را ظاهر ساخت. در دنیای پر از رقابت کنونی، موفقیت و کامیابی در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی، آموزشی، سیاسی، اجتماعی و سازمانی مستلزم خلاقیت و نوآوری است.

تعاریف مختلفی درباره خلاقیت مطرح شده است که چند نمونه از مهم ترین و کاربردی ترین آن‌ها به شرح زیر است:

- خلاقیت در لغت به معنای پدیدار شدن و تولید یک اندیشه و فکر نو و به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر جدید است.
- خلاقیت از ریشه "خلق" به معنی آفریدن است در لغت نامه دهخدا خلاقیت، خلق کردن و بوجود آوردن است و خلاق شخصی است که دارای عقاید نو باشد.
- گیلفورد^۸: خلاقیت تفکر واگرا (دست یافتن به رهیافت‌های جدید) برای حل مسائل است و در مقابل تفکر همگرا (دست یافتن به پاسخ صحیح) قرار دارد.

۵- استقلال رای و داوری: متفاوت بودن از همکاران در ارائه نظرات و اندیشه‌های نو.

برخی ویژگی‌های سازمان خلاق عبارتند از:

۱- رقابت کامل و فشرده است: در یک سازمان در صورتی خلاقیت صورت می‌پذیرد که رقابت کامل در آن حاکم باشد.

۲- فرهنگ: یکی از عوامل عمده ای که به بالندگی مدیریت می‌کند فرهنگ مردم است. بر پایه یک فرهنگ خوب، اتلاف وقت گناه محسوب می‌شود. بدیهی است در چنین بستر مناسبی بحث رقابت خلاقیت یا سازمان‌های پویا بهتر می‌تواند شکل گیرد.

۳- دسترسی به مدیران: در سازمان‌های خلاق مدیران بر این اعتقاد هستند که دانش در سطح سازمان به وفور پراکنده شده است و مدیران به راحتی می‌توانند افکار و نظرات دیگران را مستقیم و بدون واسطه دریافت کنند.

۴- احترام به افراد: ویژگی دیگر سازمان خلاق احترام به افراد است و آن‌ها باور دارند که می‌توانند همگام با نیازهای سازمان، رشد کنند.

۵- ارائه خدمات مردمی: هدف نهائی در این سازمان‌ها توجه به نیازمندی‌های اجتماع و جلب رضایت آحاد مردم است.

۶- در سازمان‌های خلاق افراد دارای یک تخصص ویژه نیستند و این امکان را دارند که برای قرار گرفتن در جایگاه مناسب گردش شغلی داشته باشند.

۷- کار گروهی

۸- روابط دائمی و بلند مدت کارکنان با این نوع سازمان‌ها و در نتیجه برخورداری آن‌ها از امنیت شغلی از دیگر ویژگی‌های این سازمان‌ها است.

۹- استقبال مدیران از عامل تغییر: در این سازمان‌ها تمامی مدیران، مسئله تغییر را به عنوان تنها عامل ثابت و گریز ناپذیر می‌دانند و با خشنودی آن را

پذیرفته و در برابر آن مقاومت نمی‌کنند. طبیعی است در چنین سازمانی ضرورت ندارد که مدیر بخش زیادی از وقت خود را برای چگونگی برخورد با تغییرات اختصاص دهد زیرا همه به این باور رسیده‌اند که تغییر یک ارزش مثبت است.

روش تحقیق

روش تحقیق مجموعه‌ای از قواعد، ابزار و راه‌های معتبر (قابل اطمینان) و نظام یافته برای بررسی واقعیت‌ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است (خاکی، ۱۳۹۰). پژوهش حاضر از نظر نوع، کاربردی توسعه‌ای است، زیرا برای حل مسئله ای علمی به کار می‌رود و از نظر روش توصیفی همبستگی است زیرا هدف از آن توصیف شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی و همچنین تاثیر متغیرهای پژوهش بر همدیگر است که بصورت میدانی انجام گرفته است.

جامعه آماری

جامعه آماری عبارت است از مجموعه ای از افراد یا واحدها که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند (سرمد و همکاران، ۱۳۸۰). جامعه آماری به کل گروه افراد، وقایع یا چیزهایی اشاره دارد که محقق می‌خواهد به تحقیق درباره ی آنها پردازد (سکاران، ۱۳۸۲). تعریف جامعه باید چنان بیان شود که از نقطه نظر زمانی و مکانی همه واحدهای مورد مطالعه را در برگیرد و در ضمن، با توجه به آن، از شمول واحدهایی که نباید به مطالعه آنها پرداخته شود جلوگیری به عمل آید (سرمد و همکاران، ۱۳۸۵). جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق مشتمل است بر کلیه پرسنل شرکت‌های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان می‌باشند که تعداد آنها ۴۰۰ نفر هستند.

فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش: فرهنگ بر خلاقیت تاثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی پژوهش:

- ۱) مردگرایی / زن گرایی بر خلاقیت تاثیر دارد.
- ۲) فردگرایی / گروه گرایی بر خلاقیت تاثیر دارد.
- ۳) فاصله قدرت بر خلاقیت تاثیر دارد.
- ۴) اجتناب از عدم اطمینان بر خلاقیت تاثیر دارد.

ابزار گردآوری اطلاعات

ابزارهای متعددی برای اندازه‌گیری متغیرها وجود دارد. رایج‌ترین ابزار تحقیق، پرسشنامه است. پرسشنامه یکی از ابزارهای رایج تحقیق و روشی مستقیم برای کسب داده‌های تحقیق است (سرمد و همکاران، ۱۳۸۵). پرسشنامه مجموعه‌ای از سوالات از قبل تدوین شده است که پاسخ‌دهندگان، پاسخ‌های خود را درون دامنه‌ای از گزینه‌های معین انتخاب می‌کنند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۸). تکمیل پرسشنامه می‌تواند از طریق مراجعه شخصی، پستی و یا تلفنی صورت پذیرد. پرسشنامه پژوهش حاضر با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد که برای ارزیابی متغیرهای مورد بررسی تدوین شده، تهیه گردیده است که برای فرهنگ از شاخصه‌های فرهنگی هافستد و با استفاده از پرسشنامه تلفیقی از پرسشنامه فرهنگ مقیمی (مقیمی، ۱۳۸۸) و محقق ساخته با اقتباس از هافستد^۸ (۲۰۱۱) و برای خلاقیت پرسشنامه محقق ساخته از خلاقیت رندسیپ^۹ (۲۰۰۱) اقتباس گردید (کرد نقابی^{۱۰}، ۲۰۰۱)، استفاده شد. چارچوب کلی پرسشنامه و سوالات مربوط به هر متغیر و همچنین محققین مربوط در جدول ۳-۲ ارائه شده است:

اهداف پژوهش

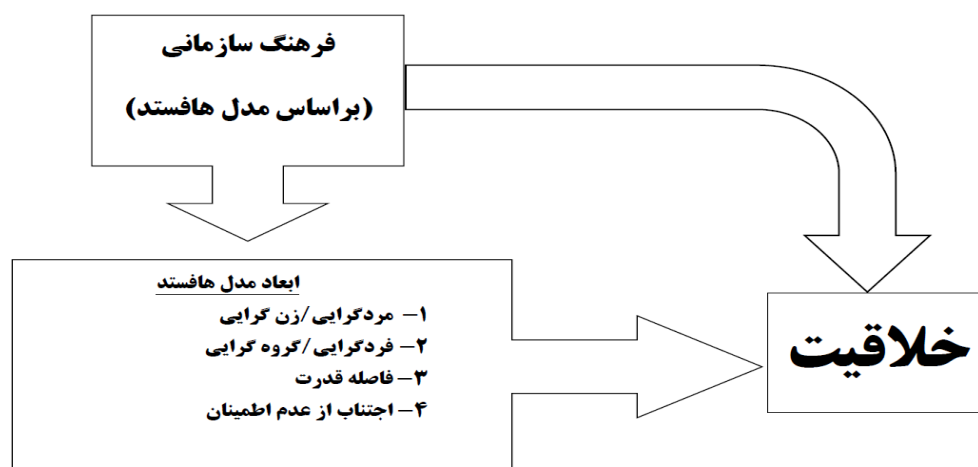
هدف اصلی پژوهش: تعیین تاثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت

اهداف فرعی پژوهش:

- ۱) تعیین تاثیر مردگرایی / زن گرایی بر خلاقیت
- ۲) تعیین تاثیر فردگرایی / گروه گرایی بر خلاقیت
- ۳) تعیین تاثیر فاصله قدرت بر خلاقیت
- ۴) تعیین تاثیر اجتناب از عدم اطمینان بر خلاقیت

اهداف جنبی پژوهش

۱. تعیین وضعیت عوامل موثر بر خلاقیت در شرکت‌های تابعه شرکت توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان
۲. تعیین مدل‌های معادلات ساختاری پژوهش



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

جدول ۳-۱: مأخذ سؤالات پرسشنامه مشتریان

متغیرها	ابعاد	تعداد گویه ها
فرهنگ سازمانی	مرد گرایی / زن گرایی	۹
	فرد گرایی / گروه گرایی	۵
	ابهام گریزی	۵
خلاقیت	فاصله قدرت	۶
	-----	۵۰

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌هایی که توسط پرسشنامه جمع‌آوری و طبقه‌بندی شده‌اند به عنوان منبع اصلی برای کسب معلومات جدید درباره‌ی پدیده مورد مطالعه بکار می‌روند. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا برای توصیف داده‌ها از جداول و نمودارهای توزیع فراوانی و سپس از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و تحلیل مدل معادلات ساختاری انجام شده است.

تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها

با توجه به نتیجه مدلسازی معادلات ساختاری، چون عدد معناداری (t-value) بین دو متغیر فرهنگ سازمانی و خلاقیت برابر ۸/۲۹ و بزرگتر از ۱/۹۶ شده است پس فرهنگ سازمانی بر خلاقیت تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری ۸۸٪ می‌باشد.

با توجه به نتیجه مدلسازی معادلات ساختاری، چون عدد معناداری (t-value) بین دو متغیر مرد گرایی / زن گرایی و خلاقیت برابر ۸/۲۷ و بزرگتر از ۱/۹۶ شده است پس مرد گرایی / زن گرایی بر خلاقیت تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری ۷۳٪ می‌باشد.

با توجه به نتیجه مدلسازی معادلات ساختاری، چون عدد معناداری (t-value) بین دو متغیر فرد گرایی / گروه گرایی و خلاقیت برابر ۹/۰۶ و بزرگتر از ۱/۹۶ شده است پس فرد گرایی / گروه گرایی بر خلاقیت تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری ۸۴٪ می‌باشد.

با توجه به نتیجه مدلسازی معادلات ساختاری، چون عدد معناداری (t-value) بین دو متغیر ابهام‌گریزی و خلاقیت برابر ۱۰/۷۰ و بزرگتر از ۱/۹۶ شده است پس ابهام‌گریزی بر خلاقیت تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری ۷۰٪ می‌باشد.

با توجه به نتیجه مدلسازی معادلات ساختاری، چون عدد معناداری (t-value) بین دو متغیر فاصله قدرت و خلاقیت برابر ۱۱/۰۵ و بزرگتر از ۱/۹۶ شده است پس فاصله قدرت بر خلاقیت تاثیر گذار بوده و میزان این تاثیر گذاری ۷۴٪ می‌باشد.

تطبيق نتایج فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی با تحقیقات دیگران

- سیدی و همکاران (۱۳۹۳) که در تحقیقی تحت عنوان رابطه فرهنگ سازمانی با خلاقیت و تغییر سازمانی در بین مدیران مدارس ابتدایی ناحیه یک شیراز، نشان دادند که بین ابعاد فرهنگ سازمانی و خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد و از بین ابعاد فرهنگ سازمانی، ابعاد ریسک‌پذیری، فردگرایی و مردسالاری قدرت پیش‌بینی خلاقیت مدیران را دارا می‌باشد.
- قجری و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان بررسی و شناسایی عوامل سازمانی موثر در ایجاد خلاقیت در مدیران و کارکنان آموزشگاه علمی تخصصی شهید بهشتی ناجا، نشان دادند که هر چهار عامل سبک مدیریت مشارکتی، ساختار ارگانیکی، فرهنگ سازمانی و نظام پاداش بر خلاقیت در سازمان تاثیرگذار است.
- دباغی و غلام نژاد (۱۳۹۱) در تحقیقی تحت عنوان تبیین رابطه میان فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران، نشان دادند که ابعاد فرهنگ سازمانی ۰/۴۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند که در بین این

ابعاد فرهنگ سازمانی و خلاقیت سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. بین فرهنگ عقلایی و خلاقیت سازمانی یک رابطه همبستگی مثبت وجود دارد. بین فرهنگ سلسله مراتبی و خلاقیت سازمانی یک رابطه همبستگی منفی وجود دارد. بین فرهنگ مشارکتی و خلاقیت سازمانی یک رابطه همبستگی مثبت وجود دارد.

به منظور هدایت و کمک به تحقیقات آتی که توسط محققین دیگر در این حوزه صورت خواهد گرفت، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- بررسی راهکارهای تعدیل فرهنگ سازمانی جهت بالنده ساختن خلاقیت افراد در سازمان.
- بررسی تاثیر تعهد سازمانی بر عرصه‌های خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی کارکنان سازمان‌هایی نظیر شرکت‌های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان.
- از آنجایی که تحقیق حاضر در شرکت‌های توسعه نیشکر و صنایع جانبی استان خوزستان انجام شده است، از انجام چنین تحقیقی در یک سازمان دولتی و یا خصوصی می‌توان نتایج متفاوتی حاصل نمود که با مطالعه تطبیقی بین نتایج حاصل از سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی به تفاوت‌های موجود پی‌برد.
- می‌توان این تحقیق را در جوامع آماری دیگر نیز انجام داد و باتوجه به ویژگی‌های جمعیت شناختی، اجتماعی، فرهنگ و خواسته‌های افراد آن بخش از جامعه به نتایج متفاوتی دست یافت.
- در اجرای این تحقیق، محقق با محدودیت‌هایی مواجه شد که برخی از این محدودیت‌ها به علت ماهیت این نوع از پژوهش‌های علمی که در حوزه انسانی قرار دارند اجتناب‌ناپذیر است.
- به علت اینکه این تحقیق در بخش کوچکی از یک جامعه بزرگ آماری اجرا شده است، تعمیم نتایج

- شاخص‌ها یکپارچگی و انسجام، حمایت مدیریت و پاداش بیشترین تاثیر را بر میزان خلاقیت داشتند.
- زندیان و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی تحت عنوان بررسی عوامل فردی و سازمانی موثر بر خلاقیت کارکنان شرکت ملی گاز ایران، نشان دادند که عوامل سازمانی فرهنگ و ساختار سازمانی با خلاقیت کارکنان رابطه معناداری دارد.
- مارتینز و بلنج^{۱۱} (۲۰۰۳) و وی هوا^{۱۲} (۲۰۰۳) فرهنگ سازمانی را دارای رابطه معنی داری با خلاقیت دانسته‌اند.
- تفاوتی که بین نتایج تحقیقات مشابه با نتایج حاضر است را می‌توان در جامعه آماری تحقیق دانست. همچنین در تحقیقات مشابه قجری و همکاران، دباغی و غلام نژاد و زندیان و همکاران از فرهنگ سازمانی هافستد استفاده نشده ولی در تحقیق حاضر و تحقیق سیدی و همکاران از شاخص‌های فرهنگ هافستد استفاده شده است.
- سیدی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان رابطه فرهنگ سازمانی با خلاقیت و تغییر سازمانی در بین مدیران مدارس ابتدایی ناحیه یک شیراز، نشان دادند که بین ابعاد فرهنگ سازمانی و خلاقیت رابطه معنی داری وجود دارد و از بین ابعاد فرهنگ سازمانی، ابعاد ریسک‌پذیری، فردگرایی و مردسالاری قدرت پیش‌بینی خلاقیت مدیران را دارا می‌باشد.
- احمدی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان تجزیه و تحلیل ارتباط بین شاخص‌های فرهنگ سازمانی و خلاقیت کارکنان وزارتخانه بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، نشان دادند که بین شاخص‌های فرهنگ سازمانی و خلاقیت کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود داشت.
- موغلی و مالکی طبس (۱۳۸۸) در تحقیقی تحت عنوان رابطه ابعاد فرهنگ سازمانی و خلاقیت سازمانی در سازمان‌های دولتی، نشان دادند که بین

دانایی فرد، حسن، الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل (۱۳۸۸)، روش تحقیق کیفی در مدیریت، تهران، انتشارات صفار.

دباغی، حمیده و خدیجه غلام نژاد (۱۳۹۱)، تبیین رابطه میان فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران، مجله جهانی رسانه، دوره ۷، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۴ منتشر شده در پاییز و زمستان ۱۳۹۱.

دهکردی، ش (۱۳۹۱)، مطالعه تطبیقی فرهنگ کار در سازمان‌های دولتی مراکز استان اصفهان و خوزستان بر اساس مدل ابعاد فرهنگی هافستد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان اصفهان.

۹-رایینز، استیفن (۱۳۸۶)، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه: علی پارسائیان و محمد اعرابی، چاپ پانزدهم، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ص ۴۶۰.

رایینز، استیفن (۱۳۸۷)، تئوری سازمان (ساختار و طرح سازمانی)، ترجمه: مهدی الوانی و حسن دانایی فر، تهران، انتشارات صفار، چاپ اول، ص ۴۸۰.

زندیان، هادی، عباس عباس پور و حمید رحیمیان (۱۳۹۱)، بررسی عوامل فردی و سازمانی موثر بر خلاقیت کارکنان شرکت ملی گاز ایران، مجله: تازه‌های روان شناسی صنعتی/سازمانی» تابستان ۱۳۹۱ - شماره ۱۱ (۱۴ صفحه - از ۲۱ تا ۳۴).

سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۰)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات نشرآگه، ص ۱۷۷.

سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۵)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات نشرآگه.

سکاران، اوما (۱۳۸۲)، روش‌های تحقیق در مدیریت، ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، تهران،

آن به بخش‌ها و دستگاه‌های مشابه به آسانی مقدور نیست و باید با احتیاط همراه باشد.

- اطلاعات کسب شده توسط پرسشنامه است، که به خاطر محدودیت‌هایی که این روش جمع‌آوری داده با آن مواجه است، صحت و سقم اطلاعات بستگی به صحت پاسخ‌های پاسخگویان نمونه آماری دارد. لذا پاسخگویان در پاسخگویی به سؤال‌های پرسشنامه ممکن است دچار خودسانسوری شده و یا جوابی را بدهند که فکر می‌کنند مدنظر پرسشگر باشد، به همین خاطر احتمال دارد پاسخ‌ها همراه با سوگیری باشد.
- عدم همکاری برخی از کارکنان در تخصیص بخشی از اوقات کاری خود به منظور تکمیل پرسشنامه تحقیق را با مشکل مواجه می‌سازد

منابع و مأخذ

ابزری م، عباسی ع، رنجبر م، رزمجویی ق (۱۳۹۰)، مدیریت رفتار سازمانی بین الملل، چاپ اول، سازمان مدیریت صنعتی تهران.

احمدی سیدعلی اکبر، حسین مبارکی، محمد رضا دارایی، یاشار سلام زاده (۱۳۹۰)، تجزیه و تحلیل ارتباط بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت کارکنان وزارتخانه بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد: مهر و آبان ۱۳۹۰، دوره ۱۳، شماره ۴؛ از صفحه ۲۸ تا صفحه ۳۴.

الوانی، سید مهدی (۱۳۷۶)، مدیریت عمومی، تهران، انتشارات نشر نی.

الوانی، سید مهدی (۱۳۸۹)، مدیریت عمومی، تهران، انتشارات نشر نی، چاپ سی و هشت، ص ۴۷۹.

خاکی، غلامرضا (۱۳۹۰)، روش تحقیق در مدیریت با رویکرد پایان نامه نویسی، تهران، انتشارات بازتاب، ص ۱۵۵.

Hofstede, G. (2011), Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in Context. Online Reading in Psychology and culture, Available from: <http://www.dx.doi.org/109707/2307-0919.1014>, [Accessed 1 December 2011].

Kord Nooghabi R., 2001, Randcip Questionnaire. Management Journal 2001; 57(1): 18 .

Martins, E. C., & Blanche, F. (2003). Bulding Organizational Culture that Stimulates Creativity an Innovation. European Journal of Innovation Management. 6(1), 64-74 .

Tylor, Edward bunt (1871), Primitive Culture, Researches Into the Development of Mythology, Volume 1 .

Weihua, niu (2003), Individual and environmental influences on Chinese student creativity, PhD, Yale University.

Weisberg, RW (1993) Creativity: Beyond the Myth of Genius. New York: W. H. Freeman, p 2.

یادداشت‌ها

- ¹ weisberg
- ² Shallcross, Doris
- ³ Robbins SP
- ⁴ Tylor EB
- ⁵ Guilford
- ⁶ Amabili
- ⁷ Vernon
- ⁸ Hofstede
- ⁹ Randcip
- ¹⁰ Kord Nooghabi
- ¹¹ Martins & Blanche
- ¹² Weihua

انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، ص ۲۹۴.

سیدی، سیدمسعود، نیما شهیدی و مریم شعله (۱۳۹۳)، رابطه فرهنگ سازمانی با خلاقیت و تغییر سازمانی در بین مدیران مدارس ابتدایی ناحیه یک شیراز، نشریه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره ۵، شماره ۱۷، بهار ۱۳۹۳، صفحه ۳۹-۵۴.

شل کراس، دوریس (۱۳۶۹)، آموزش رفتار خلاق و استعدادهای درخشان در دانش آموزان، مترجم: مجتبی جوادیان، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.

۱۷- طاهری اردلی م. (۱۳۸۶)، مدل ابعاد فرهنگی هافستد در بین کارکنان ادارات کل دولتی استان چهارمحال و بختیاری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان اصفهان.

قجری، محسن، محسن کریم زاده بارده و محمد شکراللهی (۱۳۹۲)، بررسی و شناسایی عوامل سازمانی موثر در ایجاد خلاقیت در مدیران و کارکنان آموزشگاه علمی تخصصی شهید بهشتی ناجا، فصلنامه توسعه سازمانی پلیس، سال دهم، شماره ۴ (پیاپی ۴۷).

مظفری، حسین (۱۳۷۶). «همبستگی خلاقیت و رضایت مندی مشاوران»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، ص: ۵۲.

مقیمی، محمد (۱۳۸۸)، سازمان و مدیریت: رویکردی پژوهشی، تهران، انتشارات ترمه چاپ دوم.

موغلی، علیرضا و مالکی طبس، فاطمه (۱۳۸۸)، رابطه فرهنگ سازمانی و خلاقیت سازمانی در سازمان‌های دولتی، پژوهش‌های مدیریت سال دوم، شماره ششم، زمستان ۸۸، ص ۹۷-۱۲۳.

Amabile, T. M. (1997) Motivating creativity in organ isations: on doing what you love and loving what you do, California Management Review, Vol. 40 No. 1, pp. 39-58.

