

طراحی مدل شایستگی مدیران در سازمان‌های فرهنگی کشور

حسن زارعی متین^۱، محمدحسین رحمتی^۲، سید محمد مهدی موسوی^۳، احمد ودادی^۴

تاریخ دریافت: ۹۳/۱/۲۲ تاریخ پذیرش: ۹۳/۵/۲۹

چکیده

شناخت شایستگی‌ها، نقطه شروع پیاده‌سازی سیستم‌های متعدد منابع انسانی مانند مدیریت استعداد و جانشین‌پروری در سازمان است. پژوهش حاضر به منظور شناسایی شایستگی‌های مدیریت اثربخش سازمان فرهنگی در دو فاز طراحی و اعتباریابی مدل انجام شد. با انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و عمیق با نمونه‌ای ۱۵ نفره از خبرگان فرهنگی و تحلیل تم مصاحبه انجام شده و مدل به شیوه‌ای کیفی طراحی شد. اعتباریابی مدل از طریق سه مرحله دلفی خبرگان و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های ساختاریافته و پرسشنامه انجام گرفت. در نهایت مدل شایستگی مدیران سازمان‌های فرهنگی در بر دارنده سه شایستگی محوری (منش فرهنگی، انگیزه فرهنگی و هوش نرم)، هشت شایستگی اصلی و ۲۳ شایستگی فرعی طراحی و پیشنهاد شد.

کلید واژه‌ها

سازمان فرهنگی، شایستگی، منش فرهنگی، انگیزه فرهنگی، هوش نرم.

۱. استاد دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، پردیس فارابی

۲. استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، پردیس فارابی

۳. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه تهران، پردیس فارابی، نویسنده مسئول: smmmoosavi@ut.ac.ir

۴. استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد، تهران مرکز

مقدمه

این مطلب که موفقیت سازمان‌های امروزی در درجه اول بستگی به سرمایه‌های مدیریتی آنان دارد، امری کاملاً پذیرفته شده و غیر قابل انکار است. قلمرو فعالیتی که سازمان‌ها امروزه با آن مواجهند بسیار پویا و پیچیده توصیف می‌شود. برای بقا و تعالی در چنین شرایطی، شناسایی و توسعه شایستگی‌های مدیریتی، بیش از پیش ضرورت یافته است؛ زیرا امروزه صنایع مختلف به ویژه صنایع خدماتی به طرز چشمگیری با مشکلاتی نظیر کمبود نیروی کار، نرخ ترک خدمت بالا، ناکافی بودن مهارت‌ها و شکاف‌های شایستگی، به خصوص در سطوح مدیریتی مواجهند. شکاف شایستگی به معنای این است که افرادی که مشاغل را احراز کرده‌اند از سطح مطلوبی از شایستگی‌های مورد نیاز شغل برخوردار نیستند. به عبارت دیگر؛ بین شایستگی‌های شاغل و شایستگی‌های مورد نیاز شغل، فاصله وجود دارد. (مارتین^۱ و همکاران، ۲۰۰۶: ۳۸۱)

از سوی دیگر، به زعم سیو (۱۹۹۸) سازمان‌ها قبل از هر گونه اقدامی برای مدیریت منابع انسانی، باید شایستگی‌های مورد نیاز مشاغل، به خصوص مشاغل مهم خود را تعریف و تبیین کنند. به همین دلیل شرکت‌های متعدد در حال به کارگیری و پیاده‌سازی چارچوب و مدل‌های شایستگی هستند. این مطلب نشان می‌دهد که چارچوب و مدل شایستگی، منبع مهمی در راستای موفقیت اقدامات متعدد مدیریت منابع انسانی به خصوص مدیریت استعدادها و جانشین‌پروری مدیران است.

با توجه به روند افزایش حجم فرهنگ دشمن و همچنین سایر متغیرهای تأثیرگذار، فضای تقابل فرهنگی به نحو قابل ملاحظه‌ای سخت و پیچیده‌تر شده است. در چنین شرایطی، حرکت در مسیر تحقق چشم‌انداز و اهداف فرهنگی نظام اسلامی در گرو برخورداری و تربیت نیروی انسانی شایسته و توانمند به ویژه در سطوح مدیریتی است. از این رو، تلاش گسترده و نظام‌مند برای شناسایی افراد شایسته با هدف تجهیز و تواناسازی آنان، بیشتر از هر چیز اهمیت و ضرورت خواهد داشت. همچنین عوامل گوناگونی مانند لزوم تعیین و تعریف معیارهای روشن و شفاف برای ارزیابی صحیح و مؤثر برای جذب و به کارگیری افراد، آموزش و توسعه ظرفیت‌های

افراد، جانشین‌پروری، مدیریت استعدادها برای تصدی مشاغل حساس و کلیدی و در نهایت، افزایش توانمندی سازمان‌های فرهنگی در مدیریت بحران‌های اخلاقی - اجتماعی احتمالی، دلایل مختلفی برای اتخاذ رویکرد شایستگی در چنین سازمان‌هایی را به وجود آورده است. اتخاذ چنین رویکردی، مستلزم تعریف و شناسایی دقیق شایستگی‌های عمومی و اختصاصی مدیریت فرهنگی است. بدیهی است طراحی مدل‌های شایستگی می‌تواند گامی بسیار مهم در ایجاد بانک اطلاعات مدیران فعلی و آتی، جانشین‌پروری، مدیریت استعداد، ارتقای قابلیت‌ها و بهبود فرایند تصمیم‌گیری در انتصاب مدیران فرهنگی با رویکرد ویژه به شایسته‌سالاری محسوب گردد تا مسائل ناشی از ضعف‌های مدیریتی در این بخش برطرف شود.^۲ برخی از خبرگان فرهنگی معتقدند: «در حال حاضر در مورد ارتقا و تصاحب پست‌های مدیریتی، رابطه‌مداری بسیار دخیل در ماجراست؛ یعنی اصلاً به شایستگی‌های افراد توجه نمی‌شود و تنها ملاک برای تصدی، وابستگی گروهی و جناحی است». یا اینکه «ما اصلاً نمی‌توانیم تعریف کنیم مدیر شایسته چه ویژگی‌هایی دارد! حتی اگر سیاسیون هم بخواهند افراد شایسته را انتخاب کنند، هیچ ابزاری برای انتخاب ندارند».

به عبارت دیگر؛ به منظور مقابله کارآمد با بحران‌های اجتماعی - فرهنگی از طریق انتصاب مدیرانی شایسته و پیاده‌سازی موفق سیستم‌های منابع انسانی در سازمان‌های فرهنگی، تدوین مدلی راهنما برای شناسایی افراد شایسته جهت واگذاری پست‌های مدیریت فرهنگی - نبود چنین مدلی از مهم‌ترین مسائل در حوزه انتصاب مدیران سازمان‌های فرهنگی کشور است - ضروری است و این پژوهش با هدف کمک به برطرف‌سازی این ضرورت انجام می‌گیرد.

بنابر این، پژوهش حاضر درصدد تبیین شاخص‌های شناسایی افراد شایسته برای مدیریت در سازمان‌های فرهنگی بر اساس مدلی منسجم است و سؤال تحقیق این گونه مطرح می‌شود: برای مدیریت سازمان‌های فرهنگی چه شایستگی‌هایی مورد نیاز است؟ (برای موفقیت در سازمان‌های فرهنگی، مدیران باید چه ویژگی‌هایی داشته باشند؟)

۲. از جمله مهم‌ترین پیامدهای ضعف مدیریت فرهنگی عبارتند از: ناتوانی در تولید محتوای جذاب ملی-مذهبی در تولیدات فرهنگی، یأس و نارضایتی شدید نخبگان فرهنگی و عدم تمایل به همکاری با سازمان‌های فرهنگی، بی‌میلی به تولید محصولات فرهنگی فاخر، ناامیدی به جهت وجود فضای سانسور و اعمال مدیریت‌های سلیقه‌ای، مهاجرت شمار قابل توجهی از مدیران مستعد فرهنگی در سطوح مختلف، درگیری بیش از حد در فرایندهای سیاسی و ...

شایستگی‌ها استفاده می‌کنند و همچنین ۶۹ درصد برنامه‌های توسعه مدیران بر پایه مدل شایستگی‌ها استوار است (وود و پین، ۲۰۰۳). مدل شایستگی می‌تواند در سطوح مختلفی چون سازمان یا در سطح یک صنعت (بخش) تعریف شود؛ چنانکه در کشورهایی چون انگلستان، شایستگی‌های مورد نظر شغلی و مدیریتی با توجه به استانداردهای مورد نظر هر صنعت تدوین می‌شوند.

با وجود نبود پیشینه نظری کاملاً مرتبط پیرامون شایستگی‌های مدیریت در سازمان‌های فرهنگی، به منظور شناخت کلی نسبت به پیشینه نظری موضوع، تعریف شایستگی و برخی از مدل‌های نظری شایستگی در جوامع سازمانی مختلف برای شناخت شباهت‌ها و تمایزهای نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های انجام گرفته، ارائه می‌شود.

در تبیین مفهوم شایستگی، شناخت مفهوم دانش، مهارت و ارتباط این مفاهیم با یکدیگر حائز اهمیت است. دانش را آنچه که فرد باید بداند تا بتواند شایستگی‌های نقش خود را محقق سازد و مهارت را آنچه که فرد باید در بُعد عملی قادر باشد تا بتواند شایستگی‌های نقش خود را محقق سازد، تعریف کرده‌اند. بر این اساس و در ساده‌ترین تعریف، شایستگی جمع دانش و مهارت مورد نیاز برای انجام کار و فعالیتی خاص است. بر این اساس، شایستگی، مجموعه رفتارهایی تعریف شده که پشتیبان تحقق اهداف سازمان است. شایستگی، چگونگی به کارگیری دانش و مهارت در راستای عملکرد شغلی است (بارترام، ۲۰۰۵). بیلی و همکاران (۲۰۰۱) نیز شایستگی‌ها را رفتارهای مهم و حساسی تعریف کرده‌اند که برای انجام موفقیت‌آمیز شغل یا نقش سازمانی ضروری است. به اعتقاد آنان، شایستگی‌ها می‌تواند به منزله معیار مهم و ارزشمندی برای سنجش عملکرد شغلی به کار رود.

در تعریفی که بسیاری از محققان بر آن اجماع دارند، شایستگی به مجموع تجارب، دانش، مهارت‌ها، رفتارها، نقش‌های اجتماعی و تصویر از خویش، ارزش‌ها و حالات رفتاری بازمی‌گردد که یک فرد در دوران زندگی کاری خود کسب می‌کند (پیکت، ۱۹۹۸^۷؛ مک‌لاگان، ۱۹۹۸^۸: ۶۰). در تعاریف جدیدتر و کامل‌تر، شایستگی را «دانش، مهارت،

مفهوم شایستگی و مدل‌های آن

رویکرد شایستگی در حوزه مدیریت منابع انسانی، رویکرد جدیدی نیست. وایت (۱۹۵۹) برای اولین بار اصطلاح شایستگی را مطرح کرد. وی با معرفی واژه «شایستگی» برای توصیف ویژگی‌های فردی مرتبط با عملکرد برتر معروف شد. او شایستگی را بدین صورت تعریف کرد: «تعامل اثربخش یک فرد با محیط». رومی‌های باستان برای معرفی یک سرباز رومی خوب، فهرستی از صلاحیت‌ها را به نام شایستگی تهیه و معرفی کردند. این مفهوم توسط دیوید مک‌کلند (۱۹۷۳) و تحت واژه شایستگی حرفه‌ای در انتقاد به ارزیابی صرف افراد بر مبنای آزمون‌های هوش ذهنی وارد ادبیات مدیریت شد (هوشیار و رحیم‌نیا، ۱۳۹۲: ۵۶؛ حاج کریمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۵). به عقیده وی، هوش ذهنی تبیین‌کننده کامل موفقیت شغلی افراد نیست و عواملی که به طور واقعی در موفقیت شغلی کارکنان سهیم‌اند، شایستگی‌های حرفه‌ای هستند که در برگیرنده ویژگی‌ها و مشخصه‌های نگرشی، شناختی و فردی می‌شوند. امروزه صاحب‌نظران منابع انسانی بر این باورند که مفهوم شایستگی می‌تواند زبان مشترکی را برای تحلیل موفقیت‌های فردی و تدوین بهتر و کارآمدتر معیارهای کلیدی ارزیابی عملکرد فراهم کند. (بویاتزیس، ۱۹۹۶)

در این راستا، سازمان‌ها برای جذب، ارتقا و انتصاب مدیران، مدل‌های شایستگی خاصی برای خود تدوین می‌کنند (طراحی مدل‌های بومی) و سازمان‌های متعددی از مدل شایستگی موجود برای ارتقای مهارت‌های مرتبط با فعالیت و یادگیری استفاده می‌کنند (سوی من، ۲۰۰۸: ۳۲). مدل شایستگی ابزاری است که مشخص‌کننده دانش، مهارت، توانایی، و رفتارهای مورد نیاز برای عملکرد اثربخش در یک سازمان است. در این مدل، فرض بر این است که برای تمام مدیران در یک گستره مشخص (سازمان، صنعت، کشور) یک دسته کلی و مشترک از شایستگی‌ها قابل تعریف است و تفاوت‌ها در شایستگی، ناشی از تفاوت‌های تخصصی موجود در مشاغل می‌باشد (هایز^۳ و همکاران، ۲۰۰۰؛ ویتاللا، ۲۰۰۵: ۴۳۸). تحقیقات نشان می‌دهد که ۷۵ درصد سازمان‌ها از مدل

5. Wood & Payne
6. Bartram
7. Pickett
8. McLagan

1. Boyatzis
2. Sui Man
3. Hayes
4. Viitala

شایستگی‌های اجتماعی، عاطفی و شناختی، پیش‌بینی‌کننده اثربخشی افراد در نقش‌های مدیریت و رهبری بوده، نکته بسیار مهم اینکه، این شایستگی‌ها قابل بهبود و توسعه می‌باشند. (بویاتزیس، ۲۰۰۸: ۱۰)

کی و مونکارز^۶ (۲۰۰۷) دریافتند که موفقیت مدیران در پست‌های مدیریتی به شایستگی‌هایی نظیر دانش مدیریت مالی، روابط فردی، ارتباطات، رهبری، مدیریت منابع انسانی و دیگر جوانب موقعیتی شغل بستگی دارد. پژوهش آنان در صنعت هتلداری، شایستگی‌های حرفه‌ای مدیران هتل موفق را در چهار آیتم و به ترتیب اهمیت شامل مدیریت منابع انسانی، مدیریت مالی، بازاریابی و فناوری اطلاعات مطرح کرده است. چونگ و همکاران (۲۰۰۳) شایستگی‌های مورد نیاز رهبران موفق در صنعت هتلداری را تحت ۹۹ آیتم، ۲۸ بعد و ۸ شایستگی اصلی دسته‌بندی کردند. این عوامل به ترتیب عبارت بودند از: خودمدیریتی، تفکر استراتژیک، اجرایی بودن، مهارت‌های ارتباطی، روابط، رهبری و دانش فنی.

کونولی و مک‌گینگ^۷ (۲۰۰۶) مطالعه‌ای را در رابطه با شایستگی‌های مدیریتی در یکی از صنایع در ایرلند انجام دادند و به عواملی نظیر مهارت‌های تصمیم‌گیری و مهارت‌های حل مسئله رسیدند. برونل^۸ (۲۰۰۸) شایستگی‌های مدیران سطح بالای (استعدادها) هتلداری را به دو بعد تفکیک کردند: مهارت‌ها و توانایی‌ها/ویژگی‌ها. در بُعد مهارت‌ها، سه شایستگی اصلی به ترتیب اهمیت عبارت بودند از: رهبری، شنود مؤثر و هدایت کارکنان. در بُعد توانایی‌ها/ویژگی‌ها، مهم‌ترین شایستگی‌ها عبارتند از: صداقت، نگرش مثبت، قابلیت اعتماد و تلاش و پشتکار. برونل همچنین شایستگی مدیریتی را نگرش مثبت، شنود مؤثر، مهارت تخصصی و توانایی‌های مورد نیاز برای رهبری تعریف می‌کند. گرگوری (۲۰۰۸) در پژوهش خود با عنوان شایستگی‌های مدیران روابط عمومی در بریتانیا با

توانایی یا ویژگی‌های مرتبط با عملکرد بالا در یک شغل» و «رویکردی رفتاری به هوش عاطفی، اجتماعی و شناختی» می‌دانند (بویاتزیس، ۲۰۰۸). به طور کلی شایستگی‌ها گره زنده سه مؤلفه مهم دانش، عملکرد و پیامدها و نتایج هستند (سامرال^۱ و همکاران، ۲۰۰۰: ۴) و به طور مستقیم با عملکرد اثربخش مرتبط‌اند. (مامفورد^۲ و همکاران، ۲۰۰۰)

در خصوص شایستگی‌ها و مهارت‌های لازم برای مدیران به طور کلی، مطالعات متعددی انجام گرفته است. وتن و کامرون (۱۳۸۱) در الگوی خود، هفت مهارت اساسی را در دو گروه مهارت‌های «ارتباطی» و «فردی»، رابرت کتز^۳ (۱۹۷۴) سه مهارت اساسی فنی، انسانی و ادراکی را عنوان می‌کنند. بتلی (۱۹۸۹: ۱۲۵؛ به نقل از ویتال^۴، ۲۰۰۵) مهارت‌های مدیریتی را به سه دسته مهارت‌های ارتباطی، شامل بیان، نامه‌نگاری، فنون مذاکره، کنترل احساسات، زبان بدن و...؛ مهارت‌های مرتبط با تصمیم‌گیری، شامل قدرت تجزیه و تحلیل، یادگیری از محیط، قدرت استنتاج و...؛ مهارت‌های مرتبط با خلاقیت، شامل تفکرات نو، حل مسائل ذهنی، جامع‌نگری، قدرت تخیل و... می‌داند. در تقسیم‌بندی دیگری، مؤلفه‌های شایستگی در شش گروه کلی مطرح شده‌اند که عبارتند از: شایستگی‌های فنی، شایستگی‌های مربوط به کسب و کار، شایستگی‌های مدیریت دانش، شایستگی‌های رهبری، شایستگی‌های اجتماعی و شایستگی‌های بین فردی (ویتالا، ۲۰۰۵: ۴۳۹). پژوهشگران مدیریت معتقدند که تمایز عملکرد برجسته با عملکرد متوسط مدیران، وابسته به میزان برخورداری مدیران از سه دسته شایستگی است:

۱. شایستگی‌های شناختی؛ مانند تفکر سیستماتیک و شناخت الگو.
۲. شایستگی مرتبط با هوش هیجانی (عاطفی)؛ مانند خودآگاهی و شایستگی‌های مرتبط با خودمدیریتی؛ مانند خودآگاهی عاطفی و کنترل بر احساسات.
۳. شایستگی هوش اجتماعی؛ شامل آگاهی اجتماعی و شایستگی مدیریت ارتباطات، مانند همدلی و کار تیمی.

1. Sumerall
2. Mumford
3. Katz
4. Viitala

۵. مثلاً: بری و همکاران (۱۹۹۸)، کاتر (۱۹۸۲)، لوتانز و همکاران (۱۹۸۸)، هووارد و بری (۱۹۸۸)، کامبل و همکاران (۱۹۷۰)، اسپنسر (۱۹۹۳)، گلن (۱۹۸۸) و گلن و همکاران (۲۰۰۲)

6. Kay & Moncarz
7. Connolly & McGing
8. Brownell

می‌پردازد. این شایستگی‌ها و مقایسه آنها در ذیل قابل ملاحظه است. (طهماسبی، ۱۳۹۱)

استفاده از ۱۷ شایستگی مطرح شده و ۱۰ شایستگی اصلی بیان شده در مطالعات قبلی، به بررسی تطبیقی این شایستگی‌ها در بین مدیران روابط عمومی بخش دولتی و خصوصی

شایستگی‌های مدیران روابط عمومی بخش دولتی و بخش خصوصی	
بخش خصوصی	بخش دولتی
تفکر استراتژیک/ بلندمدت	درک تصویر کلی
هدایت و حمایت و درک دیگران	مشاوره و درگیرسازی
حفظ تصویری مثبت	مدیریت تحت فشار
پذیرش استانداردهای بالا	توجه به شهرت خدمات
ارتباطات	ارتباطات
تصمیم‌گیری و عمل	اقدام بهنگام
شبکه‌گرایی	ایجاد روابط قوی
کاوش و تحلیل	مفهوم‌پردازی و تدوین استراتژی
آمادگی کامل	نفوذ و متقاعدسازی
	خلاصیت و نوآوری

فازی به تعیین و سپس اولویت‌بندی شایستگی‌ها پرداختند. مطالعه آنها با روش نمونه‌گیری گلوله برفی به گردآوری داده‌ها به صورت کمی و کیفی، شامل مصاحبه و پرسشنامه از ۲۵ مدیر هتل بوده است. نتایج پژوهش آنها ارائه چارچوب شایستگی شامل ۱۸ شایستگی در دو بُعد اصلی شایستگی‌های عمومی و شایستگی‌های فنی و تخصصی است که در مجموع شامل ۱۰۷ زیرشاخه (شاخص) است. سه مورد از مهم‌ترین این شایستگی‌ها عبارتند از: شایستگی‌های رهبری، شایستگی مدیریت بحران و شایستگی حل مسئله.

فرایند طراحی مدل شایستگی

همان‌طور که در مرور مختصر پیشینه مشخص است، از آنجا که مدل‌های شایستگی طراحی شده عمدتاً در بخش‌های غیر فرهنگی داخلی و خارجی طراحی شده‌اند، به منظور طراحی مدل‌های شایستگی در سازمان‌های فرهنگی کشور، به کارگیری روش‌های کیفی مبتنی بر نظرات خبرگان ضروری به نظر می‌رسد. تقی‌زاده و خان‌بابایی (۱۳۸۸)، مراحل طراحی مدل شایستگی‌ها را به شرح نمودار ۱ معرفی می‌کنند که مبنایی روش‌شناختی برای طراحی مدل شایستگی در سازمان‌های فرهنگی کشور است:

مطالعات متعدد در زمینه شناسایی، تدوین و اولویت‌بندی شایستگی‌های مشاغل مختلف، منجر به ارائه مدل‌ها و چارچوب‌های مختلفی توسط اندیشمندان و متخصصان منابع انسانی، مشاوران منابع انسانی و روان‌شناسان شغلی برای شناسایی شایستگی‌های شغلی شده است. با این وجود، اغلب آنها نتوانسته‌اند چارچوب منسجم و جامعی را از شایستگی‌های شغلی ارائه دهند. در سال ۲۰۰۱ یک شرکت بزرگ مشاوره روان‌شناسی شغلی (SHL) تحلیلی از عمده‌ترین مدل‌های شایستگی به منظور تدوین مدلی جامع و عمومی انجام داد که در سال ۲۰۰۲ روایی و اعتبار آن نیز به اثبات رسید. این شایستگی‌ها که به هشت شایستگی بزرگ معروف شدند عبارتند از: هدایت و تصمیم‌گیری، حمایت و همکاری، تعامل و بیان، تحلیل و تفسیر، ابداع و مفهوم‌سازی (مفهوم‌پردازی)، سازماندهی و اجرا، تحول و تطبیق، کارآفرینی و پیاده‌سازی. (بارترام، ۲۰۰۵)

در نزدیک‌ترین مطالعه به حوزه شایستگی‌های مدیران فرهنگی، ژئو-شیان و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان تحلیل شایستگی‌های مدیران عالی در صنعت هتلداری با هدف شناسایی شایستگی‌های مدیریتی مدیران عالی و با استفاده از روش‌های تحلیل سلسله‌مراتبی و تکنیک دلفی

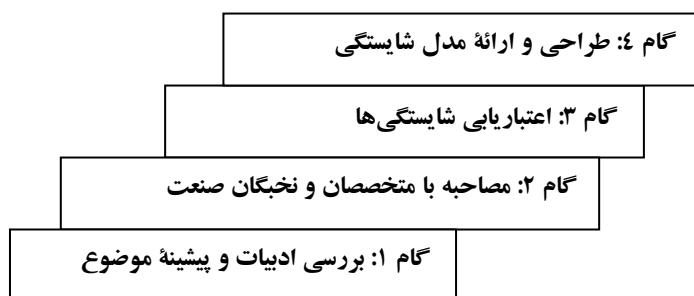
دو مصاحبه اولیه به صورت کاملاً باز برگزار شد و بر اساس مشکلات (انحراف بسیار بحث از موضوع اصلی مصاحبه) به وجود آمده در آنها، مصاحبه‌های بعدی به صورت نیمه‌باز انجام گرفت تا صرفه‌جویی بیشتری در زمان شود. بر اساس تجربه به دست آمده از دو مصاحبه اول در خصوص شیوه اداره جلسه، تصمیم بر این گرفته شد که اولاً، رئوس کلی مطالب مصاحبه از طریق ایمیل برای خبرگان ارسال شود و پژوهشگران حدود ۱۰-۷ دقیقه از زمان مصاحبه را به توضیح موضوع و اهمیت و ضرورت آن پرداخته و بر اساس محورهای اصلی از پیش ارائه شده، با طرح این سؤال که «شایستگی‌های لازم برای مدیریت اثربخش در سازمان‌های فرهنگی چیست؟»، جلسه مصاحبه آغاز می‌شد. با طرح این سؤال و آغاز بحث، سؤالات متعدد پیرامون چارچوب تعریف شده، به اقتضای مباحث، طراحی و مطرح می‌شد. مصاحبه با تعدادی از خبرگانی (هشت مورد) که دسترسی به آنها وجود داشت و مشارکت فراوانی در انجام تحقیق داشتند، چند جلسه ادامه پیدا کرد. طراحی مدل و برچسب‌زنی‌ها با نظارت این خبرگان انجام می‌گرفت. مصاحبه با تعدادی از خبرگان به جهت محدودیت زمانی موجود و فشردگی برنامه آنها (هفت مورد) در یک جلسه انجام گرفت.

مهم‌ترین سؤالاتی که برای اداره جلسات مصاحبه استفاده می‌شد و مبنای شکل‌گیری سؤالات بعدی در حین جلسه مصاحبه بود، به شرح ذیل است:

۱. به نظر شما مدیران فرهنگی موفق چه ویژگی‌هایی دارند؟
 ۲. چه چیزی مدیران موفق را از دیگران متمایز می‌سازد؟
 ۳. شاخص‌های رفتاری و نگرشی مدیران موفق کدامند؟
 ۴. چگونه می‌توان در یک سازمان فرهنگی مدیران موفق را شناسایی کرد؟
- مصاحبه با خبرگان از مردادماه سال ۱۳۹۱ آغاز و تا اسفندماه سال ۱۳۹۲ ادامه پیدا کرد.

ب. تحلیل تم مصاحبه‌ها: با توجه به اینکه پژوهش دارای رویکردی کیفی است و مصاحبه، روش اصلی گردآوری داده‌های تحقیق است، بنابر این، داده‌های گردآوری شده به جای اینکه عدد و رقم باشند، توصیف و شرح ویژگی‌های مدیران شایسته بر اساس تجارب، خاطرات و مشاهدات

در این پژوهش سعی بر این است تا مدل شایستگی با هدف طراحی یک مدل عمومی به عنوان معیاری اولیه برای شایسته‌گزینی، مدیریت استعدادها و جانشین‌پروری طراحی شود؛ به طوری که بتواند بستر عادلانه‌ای برای انتصاب و ارتقای مدیران در سطوح مختلف در سازمان‌های فرهنگی باشد. از این رو، با توجه به نمودار ۱، گام‌های طراحی مدل شایستگی طی شدند.



نمودار ۱. گام‌های اساسی طراحی مدل شایستگی (تقی‌زاده و خانابایی، ۱۳۸۸)

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش در دو فاز کلی بر اساس استراتژی‌های کیفی مصاحبه و دلفی خبرگان (سه مرحله) انجام گرفته است. در فاز نخست پژوهش، بر اساس تحلیل تم مصاحبه‌های انجام گرفته، شایستگی‌های محوری مدیریت فرهنگی در سه دسته کلی کدگذاری شد و در فاز اعتباریابی با بهره‌گیری از دلفی خبرگان اولاً، صحت تفسیرها و طبقه‌بندی انجام گرفته با مصاحبه‌شوندگان مورد بررسی قرار گرفت و ثانیاً، با نظرسنجی و مصاحبه ساختاریافته با دیگر خبرگان فرهنگی، مدل طراحی شده اصلاح و معتبر شد. در ادامه فازهای پژوهش تشریح می‌شود.

الف: مصاحبه و گردآوری داده‌های کیفی: به منظور گردآوری داده‌های پژوهش، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته در قالب کارت مصاحبه استفاده شد. موضوع مصاحبه و برخی از مهم‌ترین سؤالات مصاحبه که به صورت کاملاً باز طراحی شده بودند، پیش از جلسه مصاحبه در اختیار خبرگان فرهنگی قرار می‌گرفت. جلسات مصاحبه به صورت میانگین حدود ۲,۵ ساعت زمان نیاز داشت و مصاحبه‌ها با اجازه مصاحبه‌شوندگان

ضبط و به صورت مستمر، جلسات مرور و تحلیل شدند.

این سختکوشی به دلیل انگیزه‌ای معنوی است که آنها دارند؛ یعنی در ازای این تلاش و همت مضاعفی که دارند، عمدتاً انتظار دریافت پاداش‌های مادی ندارند. همین قدر که بتوانند نقشی در توسعه و گسترش هنجارهای فرهنگی انقلاب و اسلام داشته باشند برایشان کافی است. همین نکته باعث می‌شود که اینها تنها در سازمان‌ها و بخش‌هایی دوام بیاورند که اثرگذاری آنها بر امر گسترش گفتمان انقلاب و اسلام واضح و مشخص باشد؛ یعنی اگر احساس کنند که در جایی هستند که توجهی به ارزش‌های آنها نمی‌شود و بسترسازی جهت تلاش‌های آنها نمی‌شود، آنجا را ترک می‌کنند.

در نقل قول‌های پیش گفته، محقق از اشارات پاسخ‌دهنده در مورد صحبت از کار و شیوه‌های بهبود آن، فکر کردن دائم به کار، عدم توجه به خانه و خانواده، عدم احساس گذر زمان و ترمز بریده، میان مدیران موفق و غیر موفق، مفهوم «تعهد کاری» را استخراج کرده است. البته اشاره به این مفهوم در نقل قول‌های دیگری نیز وجود داشته که محقق در فرایند مقایسه داده‌ها این مفهوم را استخراج کرده است. دیگر مفاهیم نیز به همین صورت استخراج شده‌اند.

پس از بررسی داده‌ها، هر یک از این مفاهیم با یکدیگر مقایسه شده تا شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان مشخص شود. این کار به منظور تشکیل شایستگی‌های محوری صورت پذیرفته است. مثلاً با مقایسه مفاهیم مختلف، محقق متوجه شده است که شاخص‌های «سختکوشی»، «تقدم هنجارها بر منافع مادی»، «اشتیاق به کار» و «رعایت استانداردهای حرفه‌ای» اشاره به یک چیز دارند و آن شایستگی اصلی تعهد کاری در میان مدیران موفق است که با شایستگی اصلی دیگر به نام رضایت کاری ترکیب شده و یک شایستگی‌های محوری سه‌گانه تحت عنوان **انگیزه فرهنگی** را تشکیل می‌دهند. به عبارت دیگر؛ ترکیب شایستگی‌های اصلی رضایت کاری و تعهد کاری، موجب شکل‌گیری شایستگی محوری انگیزه فرهنگی برای شناسایی مدیریت موفق فرهنگی شده است و محقق از رضایت کاری و تعهد کاری، «انگیزه فرهنگی» را استخراج کرده است. شایستگی‌های محوری، اصلی و فرعی دیگر نیز به همین صورت استخراج شده‌اند. در مجموع، سه شایستگی محوری و هشت شایستگی اصلی برای تبیین مفهوم «مدل شایستگی مدیریت فرهنگی» شناسایی و استخراج شده‌اند. علاوه بر استخراج شایستگی‌های محوری و اصلی،

پاسخ‌دهندگان از وقایع و رویدادهایی است که مرتبط با موضوع تحقیق بوده‌اند که برای تحلیل آنها به جای استفاده از آزمون‌های آماری - می‌باید از تحلیل‌های کیفی مانند تحلیل تم و کدگذاری و دسته‌بندی مفاهیم مشابه استفاده کرد. در این پژوهش، بر اساس جمع‌بندی مصاحبه‌های انجام شده و حذف توصیفات، جملات و گزاره‌های مشابه، حدود ۵۰۰ گزاره متفاوت شناسایی و احصا شد که برخی از ویژگی‌ها که - در ارزیابی نظری - تکرار بسیار کمی داشتند، از ویژگی‌ها حذف شدند. تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری روی گزاره‌های باقیمانده انجام گرفت. کدگذاری برای شناسایی شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد استعداد فرهنگی انجام گرفت؛ بدین معنی که چند گویه مشابه شکل‌دهنده یک شایستگی فرعی و تعدادی شایستگی فرعی، تشکیل‌دهنده یک شایستگی اصلی شد. در این مرحله، گویه‌های پر تکرار در ۲۳ شایستگی فرعی، هشت شایستگی اصلی و سه شایستگی محوری «مدل شایستگی مدیریت فرهنگی» کدگذاری شدند.

مطالعه، بررسی و تحلیل دقیق داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها با خبرگان فرهنگی، منجر به طراحی شاخص‌های عمومی استعداد فرهنگی در قالب سه شایستگی محوری انگیزه فرهنگی، منش فرهنگی و هوش نرم شد. به عبارت دیگر؛ می‌توان این شایستگی‌ها را ابعاد مدل شایستگی مدیریت فرهنگی به حساب آورد. در این فرایند، به داده‌هایی که مشابه یکدیگر بوده‌اند، مفاهیمی متناسب اختصاص داده شده است. برای مثال، محقق در بررسی و تحلیل نقل قول‌های ذیل، شایستگی اصلی «تعهد کاری» و «رضایت کاری» و همچنین شایستگی‌های فرعی «تقدم هنجارها»، «اشتیاق به کار»، «حرفه‌ای‌گرایی»، «موفقیت‌طلبی»، «میل به یادگیری» و «رضایت حرفه‌ای» را استخراج کرده است:

این مدیران انسان‌های شگفت‌انگیزی هستند؛ یعنی اصلاً به هیچ چیز به جز کارشان فکر نمی‌کنند؛ یعنی دائماً در مورد کار و شیوه‌های بهبود آن صحبت می‌کنند. کار را تا لحظه آخر انجام می‌دهند. برخی از همکاران من این طوری هستند که گاهی اوقات تا نیمه‌های شب، بدون توجه به خانه و خانواده و ساعات کاری، درگیر کار می‌شوند و بعضاً اصلاً گذر زمان را احساس نمی‌کنند.

یا این بیان که: در عرف اجتماعی به این جور افراد اصطلاحاً گفته می‌شود... ترمز بریده. اینها معمولاً جلوتر از سیستم، استانداردها و اقتضانات آن هستند.

شایستگی‌های فرعی (شاخص‌های) هر یک از شایستگی‌های محوری نیز با توجه به محتوای داده‌ها و اشارات پاسخ‌دهندگان استخراج شده است. مثلاً در رابطه با انگیزه فرهنگی و شایستگی اصلی تعهد کاری شاخص‌های (شایستگی فرعی) «سختکوشی»، «تقدّم هنجارها بر منافع مادی»، «اشتقاق به کار» و «حرفه‌ای‌گرایی» از نقل قول‌های پاسخ‌دهندگان استنباط و استخراج شده است. برای مثال از این بیان که «اصلاً گذر زمان را احساس نمی‌کنند» و اشارات مشابه، شاخص «اشتقاق به کار» و از این اشارات: بدون توجه به خانه و خانواده و ساعات کاری، یا به دلیل انگیزه‌ای معنوی است که آنها دارند و اشارات مشابه شاخص «تقدّم هنجارها» شناسایی و استخراج و استنباط شد.

رشد و توسعه سریع و روزافزون ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی، پیش‌بینی مک‌لوهان در خصوص شکل‌گیری دهکده جهانی را محقق کرده است و در این بین، نکته حائز اهمیت، برخورد فرهنگ‌های متفاوت در این دهکده می‌باشد. پیروزی در میدان‌های برخورد فرهنگی، نه تنها نیازمند به کارگیری ابزارهای متعدد و متنوع فرهنگی، بلکه بیشتر نیازمند به کارگیری مدیرانی حرفه‌ای است تا آنها بتوانند اولاً، این ابزارهای فرهنگی را طراحی و پیاده کنند و ثانیاً، بتوانند نیروهای لازم را در این بخش به خوبی به کارگیرند. ... به مدیران فرهنگی شخصیت فرهنگی هم گفته می‌شود؛ یعنی اولاً، تجربه و دانش آنها فرهنگی است یا مطالعات فرهنگی بسیاری داشته‌اند و دارند. آنها به خوبی مسائل فرهنگی را می‌شناسند، روش‌های مطالعه در حوزه فرهنگ را به خوبی می‌دانند، با ابزارهای فرهنگی آشنایی کامل دارند و اساساً اینکه، مفهوم فرهنگ را به خوبی درک کرده‌اند و می‌دانند پدیده فرهنگ چگونه [از پایین (کنش و تعاملات افراد با یکدیگر در یک جامعه کوچک) به بالا (استانداردهای هنجاری در یک جامعه بزرگ)] شکل می‌گیرد. ... یعنی نگاه به اصطلاح مهندسی به امر فرهنگ ندارند. ... نه اینکه معتقد به تغییر فرهنگی نباشند ولی روش‌های تغییر را از پایین به بالا می‌دانند. بنابر این، اولین ویژگی آنها اشراف کامل آنها بر چستی فرهنگ و مکانیزم‌ها و ابزارهای شکل‌گیری و تغییر آن است که گفته شد قسمت عمده این دانش و آگاهی از مطالعات متعدد آنها ناشی می‌شود. دلیل دیگر این آگاهی تجربه‌ای است

که آنها با نگاه دقیق خود در کار فرهنگی بدست آورده‌اند. به طوری که آنها را تبدیل به نقطه‌های کانونی در حوزه‌های کاری خودشان کرده است؛ یعنی محل رجوع دیگر فعالان فرهنگی برای حل مسائل و مشکلات هستند. یعنی تأثیر و نفوذ قابل توجهی در بدنه کار فرهنگی دارند و حرفشان به اصطلاح خریدار دارد. یعنی می‌توانند پیشنهادات ابتکاری ارائه دهند و خلاقیت زیادی متأثر از تجربه و مطالعات نظری خود دارند. ...

آنها کاری که همه در یک ساعت انجام می‌دهند، در ۱۰ دقیقه انجام می‌دهند تازه با کیفیتی بالاتر و این به جهت تسلط کاملی است که بر جنبه‌های مختلف دانشی و مهارتی کار خود دارند.

در نقل قول‌های بالا، تخصص حرفه‌ای به معنای توانایی دانشی و عملی در انجام مسئولیت‌های کاری به عنوان یکی از ویژگی‌های آنها مطرح شده است. که در جای‌جای نقل قول شاخص‌های ارزیابی تخصص حرفه‌ای قابل استخراج است. نمونه‌ای از نقل قول‌هایی که از آن شخصیت نیز به عنوان جنبه‌ای از منش فرهنگی استخراج و استنباط شد به شرح ذیل است:

چنین مدیرانی دارای ویژگی‌های متمایزی نسبت به دیگر مدیران عرصه فرهنگی هستند و این ویژگی و این تمایز نیز بسیار مهم است و آن این است آنها دارای شخصیت ویژه‌ای هستند؛ یعنی شما به راحتی اگر مدتی با آنها برخورد داشته باشید، به راحتی می‌توانید مدیر موفق را از غیر موفق تشخیص دهید. در برخورد با مدیران فرهنگی متوجه می‌شوید که آنها اعتماد به نفس بسیار بالایی دارند. اصلاً نمی‌توان حدی برای این اعتماد به نفس قائل شد و معتقدند از عهده هر کار نشدنی برمی‌آیند و محدودیت‌های محیطی را کوچک‌تر و کمتر از توانایی‌های خودشان می‌دانند و معتقدند که می‌توانند عنان تغییر را در دست بگیرند. می‌دانند که می‌توانند تحولات عظیم فرهنگی به وجود بیاورند و از برخوردهای فرهنگی به هیچ عنوان هراسی ندارند و نمی‌ترسند؛ چون به توانایی‌های خودشان و اعتقاداتی که دارند ایمان کامل دارند. بنابر این، بسیار به غلبه ارزش‌های ناب اسلامی- ایرانی بر ارزش‌های دیگر امیدوارند و دائماً این نگرش را به دیگران نیز منتقل می‌کنند که این ویژگی دیگر این افراد است؛ یعنی نگاه مثبتی به آینده دارند و این

توانایی آنها در پیش‌بینی آینده‌های احتمالی و طراحی برنامه‌های متناسب با پیش‌بینی‌هاست؛ یعنی آنها می‌توانند احتمالات را حدس بزنند و برای هر وضعیت احتمالی‌ای که در آینده رخ می‌دهد برنامه‌ای دارند و برنامه‌ای طراحی می‌کنند؛ به طوری که وقتی در موقعیت پیش‌بینی نشده از نظر ما قرار می‌گیرند، گویی برایشان چندان دور از انتظار نبوده و برنامه‌ای از توی آستینشان برای این موقعیت در می‌آورند. از این ویژگی ویژگی بعدی را می‌توان بیان کرد و آن توانایی حل مسئله آنهاست؛ یعنی در هر شرایطی می‌توانند راه حلی برای مشکلات پیدا کنند. هر چند ممکن است در برخی شرایط، تصمیمات کاملاً صحیحی نگیرند اما غالباً راه حل‌های آنها اولاً، نوآورانه است؛ ثانیاً، با کمترین هزینه بیشترین دستاوردها را به دنبال خواهد داشت. ... ویژگی بعدی این استعدادها، توانایی بهره‌گیری کامل از همکاران و منابع انسانی در اختیار آنهاست. به جهت توانایی‌های ارتباطی و ویژگی‌های شخصیتی که آنها دارند می‌توانند در افراد دیگر انگیزه برای انجام کاری که مد نظرشان است ایجاد کنند و شبکه‌هایی از افراد را حتی از بخش‌های دیگر برای انجام کار به کار گیرند. این ویژگی مخصوصاً در پست‌های مدیریتی بسیار حائز اهمیت است و هر مدیری این کار را نمی‌تواند انجام دهد. به نظر من این توانایی تا حدود زیادی به توانایی و ویژگی‌های دیگر آنها نیز مرتبط است و در واقع؛ این توانایی تجلی عینی توانایی‌های دیگر آنهاست.

نقل قول‌های متعدد خبرگان نشان می‌دهد که مدیران افرادی‌اند که: روش خاص حل مسئله دارند، رضایت‌ناپذیرند، خوش‌فکرند، هدفدارند، چالش‌آفرینند، سختکوش و با پشتکارند، ایفای نقش مؤثر دارند، کارآفرینند، سیری‌ناپذیرند، ابهام‌پذیرند، کمال‌گرایند، اعتیاد به کار دارند، استقلال عمل دارند، قدرت یادگیری بالا دارند، آچارفرانسۀ سازمان با مهارت‌های چندگانه‌اند، مردان بحرانند، نقش پیشرو دارند، دارای شناخت کامل ارزش‌ها و هنجارهای ملی- مذهبی، دارای اطلاعات وسیع، دارای نفوذ اجتماعی و ویژگی‌های متعدد دیگر که دسته‌بندی ویژگی‌های پرتکرار در ابعاد و مؤلفه‌های ارائه شده در مدل ارائه شده است.

ج. نمونه‌گیری: در روش‌های کیفی، گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه می‌یابد که پژوهش به اشباع برسد؛ یعنی زمانی که داده‌های جدید جمع‌آوری شده با داده‌هایی که قبلاً جمع‌آوری

چشم‌انداز مثبت را به دیگران نیز به خوبی منتقل می‌کنند. ... این شخصیت اصلاً لازمه کار فرهنگی است و اگر چنین شخصیتی در کار فرهنگی وجود نداشته باشد، هیچ کاری نمی‌توان انجام داد؛ یعنی اگر بخواهیم کار فرهنگی را به صورت کلی تحلیل شخصیتی کنیم، به چنین شخصیت‌هایی نیاز داریم که متأسفانه خیلی کم به این مسئله در تصدیق پست‌های مدیریت فرهنگی توجه می‌شود.

بر اساس نقل قول‌های مشابه با نقل قول‌های ذکر شده، محقق شایستگی محوری منش فرهنگی را با شایستگی‌های اصلی شخصیت فرهنگی و تخصص حرفه‌ای به عنوان یکی از شناساگرهای مدیریت فرهنگی معرفی و پیشنهاد می‌کند.

در نقل قول‌های فراوان به جنبه‌های مختلف هوش ویژه مدیران موفق اشاره‌های متعدد شده است که این اشارات وجود هوش چندگانه را از مهم‌ترین ویژگی مدیران فرهنگی موفق می‌داند. با عنایت به اینکه انواع هوش‌های مطرح شده در تعاملات انسانی مطرح‌شد، محقق بر اساس مطالعات پیشینه، **هوش نرم** را به عنوان شایستگی محوری دیگر در شناسایی مدیران فرهنگی موفق معرفی می‌کند که شایستگی‌های اصلی آن هوش معنوی، هوش فرهنگی، هوش عاطفی و هوش مدیریتی است.

این مدیران بسیار باهوشند؛ یعنی خیلی خوب می‌توانند طرف مقابل را به لحاظ شخصیتی تحلیل کنند و رفتار متناسب با هر فرد را از خود بروز دهند. خیلی خوب می‌توانند بر ناراحتی و احساسات خود غلبه کنند و رفتار مناسب را بروز دهند و نتیجه مطلوب را با رفتار خوبشان به دست می‌آورند. از هوش سرشارشان است که خوب می‌توانند بفهمند در هر شرایط چگونه برخورد کنند و رفتار نمایند. ...

از نقل قول بالا وجود هوش عاطفی به عنوان یکی شایستگی‌های اصلی مدیریت فرهنگی استنباط و استخراج شد. از نقل قول‌هایی مانند نقل قول زیر نیز هوش مدیریتی به عنوان شایستگی اصلی دیگر هوش نرم استنباط شد.

... باید بدانیم ما در مورد هنرمند (نویسنده، بازیگر، طراح، خطاط، مجسمه‌ساز و غیره) و فرهنگی صحبت نمی‌کنیم و ویژگی‌هایی که می‌گوییم مرتبط با پست‌های عملیاتی فرهنگ نیست، بلکه برای پست‌های مدیریتی در فرهنگ است. در این راستا آنها ویژگی‌هایی خاصی دارند که آنها را از مدیران فرهنگی مشابه متفاوت می‌کند. ... یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مدیران موفق

شده، تفاوتی نداشته و مانند هم شده‌اند. به عبارت دیگر؛ هنگامی که تحقیق به نقطه بازده نزولی در حوزه جمع‌آوری داده‌ها رسید، می‌توان مطمئن شد که پژوهش به کفایت رسیده است. در روش‌های کیفی به این نوع نمونه‌گیری، نمونه‌برداری نظری می‌گویند. بر این اساس، در روش‌های کیفی، تعداد نمونه‌های مورد مطالعه از پیش تعیین شده نیست. لیکن و گویا اظهار می‌کنند که در یک مطالعه که با دقت هدایت شده و در آن انتخاب نمونه به صورت تکاملی و تعاقبی بوده است، می‌توان با حدود ۱۲ شرکت‌کننده به نقطه اشباع رسید و احتمالاً این تعداد بیشتر از ۲۰ نخواهد شد. به طور کلی تعداد (۱۰±۱۵) نمونه برای انجام مصاحبه کافی خواهد بود (کوال، ۱۹۹۶: ۱۰۱). شاغلین فرهنگی، جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند. از آنجا که پژوهش به صورت کیفی انجام شد، نخبگان، مدیران و فعالان فرهنگی شاغل در این سازمان‌ها جامعه آماری پژوهش را تشکیل داد. انتخاب نمونه خبرگان برای برگزاری جلسات مصاحبه به صورت قضاوتی بوده و نمونه نخبگان فرهنگی از سازمان‌های

واقع در تهران و قم به صورت غیر تصادفی انتخاب شده است. مصاحبه شونده‌گان دارای ویژگی‌های ذیل بودند: تحصیلات مدیریتی، تجربه فعالیت در حوزه فرهنگی، تجربه مدیریتی (به خصوص کارکردهای منابع انسانی) در بخش فرهنگی، شکل‌گیری تنوع نگرشی نسبت به فرهنگ و طبعاً مدیریت فرهنگی. در عین حال، مهم‌ترین عامل در انتخاب خبرگان، امکان مشارکت آنها در تحقیق بوده است. برگزاری مصاحبه با ۱۵ نفر از خبرگان منتخب امکان‌پذیر شد. تحقیق پس از انجام دوازدهمین (۱۲) مصاحبه به اشباع نظری رسید؛ یعنی مصاحبه‌های سیزدهم، چهاردهم و پانزدهم، محتوای جدیدی به محتوای نظری تحقیق برای طراحی مدل و گزاره‌های آن اضافه نکرد. با انجام این تعداد مصاحبه، تشخیص محققان این بوده که اطلاعات گردآوری شده به نقطه اشباع رسیده و نیازی به انجام مصاحبه‌های بیشتر نیست. جدول ۱ پست‌های فرهنگی مصاحبه‌شونده‌گان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. پست‌های فرهنگی مصاحبه شونده‌گان

ردیف	پست/سابقه فرهنگی
۱	نماینده‌گی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها
۲	مجری پروژه‌های تحول در سازمان‌های فرهنگی
۳	عضو هیئت علمی در دانشگاه فرهنگی-هنری
۴	مدیریت کل در وزارت فرهنگ
۵	مشاور وزیر فرهنگ
۶	معاونت در سازمان فرهنگی
۷	معاونت در سازمان تبلیغی دینی
۸	ارزیاب مبلغین دینی
۹	مدیریت مدرسه علمیه

شایستگی های اصلی با هریک از شایستگی های محوری متناظر و ارتباط شاخص ها (شایستگی های فرعی) با شایستگی های اصلی را مورد ارزیابی قرار داد و برای ارزیابی اعتبار مدل طراحی شده، از آزمون میانگین استفاده شد. به منظور انتخاب آزمون میانگین مناسب، ابتدا نرمال بودن توزیع داده ها بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف تأیید شد. سپس از آزمون میانگین (آزمون تی) استفاده شد. آزمون به شرح فرضیات ذیل برای ارتباط مؤلفه ها با ابعاد متناظرشان انجام گرفت. بدین صورت که M1 (تخصص حرفه ای) و M2 (شخصیت فرهنگی) شایستگی های اصلی منش فرهنگی هستند؛ M3 (رضایت کاری) و M4 (تعهد کاری) شایستگی های اصلی انگیزه فرهنگی هستند؛ M5 (هوش مدیریتی)، M6 (هوش فرهنگی)، M7 (هوش معنوی) و M8 (هوش عاطفی) شایستگی های اصلی هوش نرم را تشکیل می دهند و خبرگان به میزان ارتباط هریک از این مؤلفه ها با ابعاد نام برده سه گانه در پرسشنامه از ۱ تا ۷ نمره دادند. نتایج آزمون میانگین به شرح جدول ذیل است.

فرض H0: میانگین داده ها حداکثر برابر با ۴

است ۱

فرض H1: میانگین داده ها از ۴ بزرگتر است.

جدول زیر نتایج تحلیل آزمون میانگین داده های مؤلفه های نرمال را نشان می دهد و با توجه به اینکه عدد معناداری میانگین تمام مؤلفه ها کمتر از ۰,۰۵ است. لذا می توان گفت که میانگین های به دست آمده معنادار می باشند.

د.دلفی خبرگان: در فاز اعتبارسنجی پژوهش، مدل

طراحی شده (شایستگی های محوری، شایستگی های اصلی ها و شاخص ها (شایستگی های فرعی)) در اختیار تعدادی از مصاحبه شوندگان (هشت مورد) قرار گرفت و نظرات آنها در خصوص کدهای طراحی شده واجزای متعدد مدل دریافت شد. در مرحله دوم دلفی با پنج نفر از خبرگان که فرصت دیدار با آنها وجود داشت، مصاحبه ساختاریافته برگزار شده و نظرات آنها پیرامون مدل دریافت و داده های ۱۶ پرسشنامه تحلیل شد. بر اساس مصاحبه های انجام گرفته در این مرحله و نتایج تحلیل داده های کمی، ویرایش دوم مدل طراحی شد و برای دور سوم دلفی خبرگان در اختیار خبرگان قرار گرفت. مرحله سوم دلفی از طریق مصاحبه با هفت نفر و تحلیل ۱۸ پرسشنامه انجام گرفت و نظرات خبرگان در این مرحله، ویرایش سوم و نهایی مدل شایستگی مدیریت فرهنگی را شکل داد. مهم ترین معیار انتخاب خبرگان مراحل دوم و سوم دلفی، دسترسی و همچنین سابقه بیش از پنج سال فعالیت در حوزه فرهنگی با سوابق اجرایی بوده است. از این رو عمده مشارکت کنندگان در مراحل دوم و سوم از میان شاغلین در دستگاه های فرهنگی بوده اند. هدف از انجام دلفی خبرگان در مرحله دوم و سوم، ارزیابی و ارتقای کیفیت کدگذاری ها و کیفیت مدل طراحی شده توسط پژوهشگر بود.

بر این اساس، این فاز از مطالعه کیفی دو هدف عمده داشت که عبارتند از: ۱. ارزیابی صحت تفسیرهای انجام شده از مصاحبه ها و ۲. ارزیابی کیفیت کدگذاری ها و همچنین ارزیابی کیفیت مدل طراحی شده توسط محققان. پرسشنامه خبرگان، ارتباط شایستگی های محوری با مدیریت موفق، ارتباط

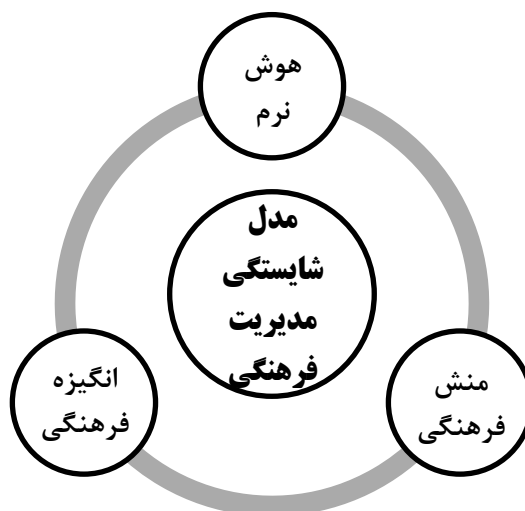
۱. از آنجا که امتیاز ارتباط مؤلفه با بعد از ۱ تا ۷ بوده، عدد ۴ برای میانگین در نظر گرفته شده است.

One-Sample Test

	Test Value = 4				
	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper
M1	17	.000	2.000	1.66	2.34
M2	17	.000	2.000	1.46	2.54
M3	17	.000	2.222	1.86	2.59
M4	17	.000	1.833	1.24	2.43
M5	17	.000	1.778	1.28	2.28
M6	17	.000	1.722	1.11	2.33
M7	17	.000	2.222	1.82	2.62
M8	17	.000	1.889	1.35	2.43

عبارت دیگر؛ شایستگی‌های محوری و اصلی طراحی و استخراج شده از مصاحبه‌ها، تبیین‌کننده «مدل شایستگی مدیریت فرهنگی» هستند که عبارتند از: منش فرهنگی؛ تخصص حرفه‌ای، شخصیت فرهنگی، انگیزه فرهنگی؛ رضایت کاری، تعهد کاری، هوش نرم؛ هوش مدیریتی، هوش فرهنگی، هوش معنوی، هوش عاطفی. بر اساس فرایندی مشابه، مدل شایستگی مدیریت فرهنگی آنچنان که در شکل ۱ و جدول ۲ نشان داده شده، طراحی شد.

همان‌طور که در جدول مشخص است، از آنجا که مقدار کمینه و بیشینه در هر مؤلفه، عددی بزرگ‌تر از صفر می‌باشد، لذا میانگین داده‌های مرتبط با ارتباط مؤلفه‌ها با ابعاد متناظرشان بالاتر از میانگین (سطح متوسط) بوده و در وضعیت مطلوب قرار دارد. به عبارت دیگر؛ با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که به نظر خبرگان، شایستگی‌های اصلی مورد آزمون با شایستگی‌های محوری متناظرشان مرتبط/متناسب هستند.



شکل ۱. شایستگی‌های محوری مدیریت فرهنگی بر اساس مطالعات کیفی

(فرعی) شناسایی شده «مدل شایستگی‌های مدیریت فرهنگی»

جدول ذیل شایستگی‌های محوری، اصلی و شاخص‌های

جدول ۳. شایستگی های محوری، اصلی و (فرعی) شایستگی مدیریت فرهنگی

شاخص (شایستگی های فرعی)	شایستگی های اصلی	شایستگی های محوری
توانایی علمی و دانشی بالا	تخصص حرفه ای	منش فرهنگی
متخصص در حوزه کاری		
عضویت شبکه فرهنگی		
اثرگذاری بر جامعه تخصصی		
چارچوب گریز	شخصیت فرهنگی	
اعتماد به نفس		
خوش بین		
یادگیرنده		
رضایت حرفه ای	رضایت کاری	انگیزه فرهنگی
موفقیت طلبی		
تقدم هنجارها	تعهد کاری	
اشتیاق به کار		
سخت کوشی		
توانمندی حل مسئله	هوش مدیریتی	هوش نرم
سناریو پردازی		
بینش استراتژیک		
مسئولیت پذیری		
شناخت فرهنگهای مختلف	هوش فرهنگی	
پذیرش فرهنگهای مختلف		
باور الهی	هوش معنوی	

شاخص (شایستگی‌های فرعی)	شایستگی‌های اصلی	شایستگی‌های محوری
معنابخشی به زندگی		
توانایی درک احساسات خویش و دیگران		
توانایی برقراری ارتباط خوب با دیگران	هوش عاطفی	

بحث و نتیجه گیری

ارائه گزاره‌های پژوهش

در این پژوهش با بهره‌گیری از روش‌شناسی کیفی، مصاحبه شونده‌گان در روایت مشاهدات خود از مدیران موفق و غیرموفق، به ویژگی‌ها و شاخص‌هایی اشاره کرده‌اند که می‌تواند در راستای شناسایی مدیران موفق در بخش فرهنگی مفید باشد. نتایج حاصل از داده‌ها نشان می‌دهد که مدیر شایسته فرهنگی در نظر پاسخ‌دهندگان دارای معانی ذیل است:

۱. دارای انگیزه بالایی برای انجام فعالیت‌های فرهنگی هستند.

۲. هوشمندی بسیاری در تعاملات اجتماعی دارند.

۳. بر کار فرهنگی و الزامات شخصیتی آن تسلط کامل دارند.

با توجه به اشارات مذکور، می‌توان مدیران شایسته را بدین صورت تعریف کرد: «مدیر فرهنگی شایسته، تلفیقی از تخصص فرهنگی و هوش نرم است که از طریق انگیزش تحقق یافته و عملکرد ویژه را در سازمان موجب می‌شود.» در واقع شرط لازم برای موفقیت در مدیریت فرهنگی وجود انگیزش بالا می‌باشد و تخصص فرهنگی و هوشمندی شروط کافی برای شناسایی استعداد‌های فرهنگی به حساب می‌آیند.

خودمدیریتی، تفکر استراتژیک، اجرایی بودن، مهارت های ارتباطی، روابط، رهبری و دانش فنی. و (۲۰۰۹)۳ در مطالعه خود استعداد های مدیریتی را افرادی با شایستگی های ذیل معرفی می کند:

موفقیت گرایی، تأثیر و نفوذ، تفکر مفهومی، ابتکار عمل، اعتماد به نفس، درک بین فردی، دغدغه نظم بخشی، دانش پژوهی، تخصص، میل به خدمت رسانی و همکاری و کار تیمی.

جدول ذیل، شایستگی های فرعی (شاخص های) ارائه شده در این پژوهش را با شاخص های استعداد های مدیریتی بر اساس مطالعات متعدد مقایسه می کند.

همان طور که مشخص است، یافته های پژوهش در خصوص شایستگی های محوری، اصلی و فرعی (عمومی) مدیران، در راستای پیشینه نظری و مورد تأیید آن است. در عین حال، چشم انداز نوینی جهت شناسایی مدیران شایسته در سازمان های فرهنگی ایجاد کرده و شالوده های طراحی و پیاده سازی سیستم های مدیریت استعداد و جانشین پروری را در این سازمان ها ریخته است.

مشارکت کنندگان در پژوهش علاوه بر پوشش شاخص های مطرح شده در پیشینه نظری، دسته بندی و طبقه بندی نوینی برای فهم شایستگی مدیریتی در سازمان های فرهنگی ارائه کرده اند.

به نظر آگوت و گراو (۲۰۰۳) شایستگی های فنی در بر گیرنده دانش حرفه ای و خاص مرتبط با شغل بوده، شغل مدار است. به نظر سیزل و همکاران (۲۰۰۷؛ به نقل از طهماسبی، ۱۳۹۱) شایستگی های عمومی اشاره به شایستگی فردمحور یا شاغل مدار دارد که می تواند در انجام وظایف شغلی اثربخش باشد و در بر گیرنده ویژگی های فردی نظیر انگیزش، نگرش و مشخصه های فردی است. شایستگی های فنی خاص شغل اند و از شغلی به شغل دیگر متفاوت اند. شایستگی های عمومی فراتر از شغل و مرزهای شغل هستند و در میان گروه های متعددی از مشاغل یکسان و مشترک می باشند. شایستگی هایی نظیر تصمیم گیری و حل مسئله، ارتباطات، کسب نتایج، مدیریت زمان و مواردی از این قبیل اغلب در میان مشاغل مختلف یکسان و مشترک هستند. ضمن اینکه اینگونه شایستگی ها اغلب به پست ها و مشاغل مدیریتی مربوط می شوند (طهماسبی، ۱۳۹۱). کی و مونکارز (۲۰۰۷) دریافتند که موفقیت مدیران در پست های مدیریتی به شایستگی هایی نظیر دانش مدیریت مالی، روابط فردی، ارتباطات، رهبری، مدیریت منابع انسانی و دیگر جوانب موقعیتی شغل بستگی دارد.

چونگ و همکاران (۲۰۰۳) شایستگی های رهبران موفق در صنعت هتلداری را بدین شرح معرفی کردند:

منابع

- دکتری منتشر نشده- دانشگاه شهید بهشتی
- طهماسبی، رضا (۱۳۹۱). "طراحی و تدوین سیستم مدیریت استعداد در سازمان (با تمرکز بر بازار سرمایه)"، رساله دکتری منتشر نشده- دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
 - وتن. دیوید و کمرون. کیم اس (۱۳۸۱) "توانا سازی و تعویض اختیار"، ترجمه بدر الدین اورعی یزدانی، تهران: نشر موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، چاپ دوم
 - هوشیار وجیهه و فریرز رحیم نیا (۱۳۹۲) "ارائه مدل شایستگی مدیران شعب در سیستم بانکی"، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۱۳، ۵۵-۶۸.
 - آگوت S. Grau R. & Peiró J.M. (2003) "Competency needs among managers from Spanish hotels and restaurants and their training demands". International Journal of Hospitality Management. Vol. 22 No. 2 pp. 281-295.
 - Bailey R. Bartram D. & Kurz R. (2001) "Cracking competencies: Development of the SHL competency framework". In Poster at the British psychological society centennial conference.
 - Bartram D. (2005) "The great eight competencies: A criterion-centric approach to validation". Journal of Applied Psychology 90(6) Vol. 90 No. 6 pp. 1185-1203.
 - Boyatzis R.E. (1996) "Consequences and rejuvenation of competency-based human resource and organization development". In: Woodman R.W. Pasmore W.A. (Eds.) Research in Organizational Change and Development vol. 9. JAI Press CN pp. 101-122.
 - Boyatzis R.E. (2008) "Competencies in the 21st century" Case Western Reserve University Cleveland Ohio USA Journal of Management Development Vol.27 No.12008 pp.5-12
 - Brownell J. (2008) "Leading on land and sea: competencies and context. International Journal of Hospitality Management. Vol. 27 pp. 137-150.
 - Chung-Herrera B.G.; Enz C.A. & Lankau M.J. (2003) "Grooming future hospitality leaders: a competencies mode". Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. Vol. 44 No. 3 pp. 17-22.
 - Chung-Herrera B.G.; Enz C.A. & Lankau M.J. (2003). "Grooming future hospitality leaders: a competencies mode". Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. Vol. 44 No. 3 pp. 17-22.
 - Connolly P. & McGing G. (2006) "Graduate education and hospitality management in Ireland". International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 18 No. 1 pp. 50-59.
 - Hayes J.; Rose-Quirie A. & Allinson C.W. (2000) "Senior managers' perceptions of the competencies they require for effective performance: implications for training and development" Personnel Review Vol. 29 No. 1 pp. 95-105.
 - Jeou-Shyan Horng H.H.; Liu C-H. Lin L & Tsai C-Y (2011) "Competency analysis of top managers in the Taiwanese hotel industry". International Journal of Hospitality Management. Vol. 30 pp. 1044-1054.
 - Katz R.L (1974) "Skills of an effective administrator" Harvard Business Review. Sep-Oct pp. 90-102.
 - Kay C. & Moncarz E. (2007) "Lodging management success: Personal antecedents' achievement KSAs and situational influencers". International Journal of Hospitality Management. Vol. 26 No. 3 pp. 33-48.
 - Martin A.; Mactaggart D. & Bowden J. (2006) "The barriers to the recruitment and retention of supervisors/managers in the Scottish tourism industry". International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 18 No. 5 pp. 380-383.
 - Martin G. & Staines H. (1994) "Managerial competences in small firms". Journal of Management Development. Vol. 13 No. 7 pp. 23-34.
 - McClelland D. C. (1973) "Testing for competence rather than for intelligence". American Psychologist. Vol. 28 No. 1 pp. 1-24.
 - McLagan P.A. (1998) "What is a competency. Training June pp. 58-64.
 - Michaels, E.; Handfield-Jones, H. & Axelrod, B. (2001). "The War for Talent", Harvard Business School Press, Boston, MA.

- Mumford M.D.; Zaccaro S.J.; Johnson J.F.; Diana M.; Gilbert J.A. & Threlfall K.V. (2000) "*Patterns of leader characteristics: implications of performance and development*". Leadership Quarterly Vol. 11 No. 1 pp. 115-33.
- Pickett L. (1998) "*Competencies and managerial effectiveness: putting competencies to work*", Public Personnel Management Vol. 27 No. 1 pp. 103-15.
- Siu V. (1998) "*Managing by competencies: A study on the managerial competencies of hotel middle managers in Hong Kong*". International Journal of Hospitality Management. Vol. 17 No. 3 pp. 253-273.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). "*Competence at Work: Model for Superior Performance*". New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sui Man Leung (2008) "*The Effectiveness of Personal Development Opportunities at the Hong Kong*". Institute of Vocational Education Thesis submitted to the University of Nottingham for the Degree of Doctor of Education May
- Sumerall S.W.; Lopez S.J. & Oehlert M.E. (2000) "*Competency-based education and training in psychology: a primer*". Springfield Illinois: Charles C Thomas.
- Viitala R (2005) "*Perceived development needs of managers compared to an integrated management competency model Department of Management and Organization University of Vaasa*". Journal of Workplace Learning Vol. 17 No. 7 2005 pp. 436-451
- Wood R & Payne T. (2003) "*Competency – Based Recruitment & Selection*". New York: John Wiley & Sons.
- Wu Wei-Wen. (2009) "*Exploring core competencies for R&D technical professionals*". Expert Systems with Applications. Vol. 36 pp. 9574-9579.