

اولویت بندی توسعه روابط برون سازمانی مبتنی بر ارزش های فرهنگی با بهره گیری از تحلیل خوشه ای و فرایند تحلیل سلسله مراتبی

*احمد رضا قاسمی^۱، محمدحسن ملکی^۲، آصف کریمی^۳

۱. عضو هیئت علمی پردیس فارابی دانشگاه تهران

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه قم

۳. عضو هیئت علمی پردیس فارابی دانشگاه تهران.

(دریافت: ۱۳۹۳/۶/۱۶ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۷)

Prioritizing extra-organizational relationship development based on cultural values using clustering analysis and hierarchy analysis process

Ahmad Reza Ghasemi¹, * Mohammad Hasan Maleki², Asef karimi³

1. Faculty Member Of Tehran University, Farabi Branch

2. Faculty Member of Qom University

3. Faculty Member Of Tehran University, Farabi Branch

(Received: 7/Sep/2014 Accepted: 27/Jan/2015)

چکیده:

مدیریت فرهنگی در سالیان اخیر از جمله مقولات جذاب و پرمخاطب از سوی پژوهشگران سازمانی محسوب شده است. به دیگر سخن؛ سرمایه های فرهنگی، متضمن توسعه روابط پایدار و سازنده میان کشورها، ملت ها و سازمان هاست. هدف از پژوهش حاضر، تعیین اولویت های توسعه روابط برون سازمانی مبتنی بر تحلیل خوشه های فرهنگی است. به این منظور، از ابزارهای خوشه بندی سلسله مراتبی و فرایند تحلیل سلسله مراتبی بهره گیری شده است. داده های پژوهش از دو منبع نظرسنجی با فرایند تحلیل سلسله مراتبی از اساتید دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و داده های ثانویه مرتبط با ابعاد ارزشی در مطالعات گلوب گردآوری شده است. نتایج پژوهش نشان از این امر دارد که ارزش های فرهنگی فاصله قدرت، عملکردگرایی و جمع گرایی گروهی (خانوادگی)، واجد بالاترین میزان اهمیت در تعیین خوشه هاست. همچنین نتایج حاصل از خوشه بندی، برخلاف نتایج مطالعات پیشین، مؤید همگرایی فرهنگی میان کشورهای ایران، ترکیه، مراکش است. هرچند از دیرباز ارزش های فرهنگی عاملی در تقویت و توسعه روابط میان دولت ها، ملت ها و سازمان ها انگاشته شده اند؛ در توسعه روابط خارجی بایسته است به دیگر مؤلفه های نقش آفرین در توسعه سیاست خارجی از جمله مؤلفه های سیاسی، اقتصادی، فناوری، ... نیز توجه شود.

واژه های کلیدی: خوشه های فرهنگی، تحقیقات جهانی رهبری و فرهنگ سازمانی، فرایند تحلیل سلسله مراتبی، خوشه بندی سلسله مراتبی.

طبقه بندی JEL: O17، H26، E62.

Abstract:

In recent years, cultural management has been considered as an appealing topic by organizational researchers. In other words, cultural capital involves development of constructive and permanent relationship among countries, nations and businesses. Present research aims to determine priorities of extra-organizational development based on cultural cluster analysis. For this purpose, hierarchy analysis process and hierarchy clustering tools have been utilized. Research data has been gathered through polling from professors of Tehran university management faculty with hierarchical analysis process and also secondary data related to value dimensions is prepared from club studies. Results indicated that cultural values of power distance, performatism and group (family) collectivism have the highest importance in cluster determination. In addition, on the contrary of results of former studies, clustering results was confirmatory to cultural convergence among Iran, Turkey and Morocco. Although, from a long time ago, cultural values are supposed to be factors in fortifying and developing relationships between governments, nations and businesses, In international relations other impressive factors should be considered such as political factors, economical factors, technology factors and

Keywords: cultural cluster, global research on leadership and organizational culture, hierarchical analysis process, hierarchical clustering.

JEL: O17, H26, E62.

مقدمه

شرکت‌ها و سازمان‌های امروزی به نحوی فزاینده با مقوله جهانی شدن مواجه‌اند. اما این حقیقت که دنیای کسب‌وکار به‌سوی روند جهانی شدن پیش می‌رود، بدان معنا نیست که ابعاد فرهنگی ناپدید شده‌اند. امروزه مدیران شرکت‌های بزرگ و چندملیتی بر این باورند با وجودی که موانع مرزی کاهش یافته، موانع فرهنگی همچنان برقرار است و این از بروز فرصت‌ها و تهدیدهای جدیدی در کسب‌وکار نشان دارد. (اصغری‌زاده و قاسمی، ۲۰۰۸)

فرهنگ، برونداد تعامل مذهب، سیاست، تاریخ، محرک‌های اقتصادی- اجتماعی و به عبارتی؛ نظامی منسجم یا یک جهان‌بینی متمایزکننده است که شهروندان یک کشور را به‌صورت جامعه‌ای واحد درآورده است (دورفمن^۱، ۱۹۹۶: ۶). تماس و مواجهه دو فرهنگ، منجر به کشف و تقویت وجوه مشترک میان آن‌ها می‌شود. این مقوله از تعاریف فرهنگ نیز قابل احصا و استخراج است؛ چراکه فرهنگ را مجموعه‌ای از ارزش‌ها و باورها و خصایل مشترک می‌دانند. این واژه مشترک به معنی سهمیم بودن هر یک از واحدهای اجتماعی در تشکیل ابعاد و ارزش‌های فرهنگی است. (هچ^۲، ۲۰۰۷: ۵۵)

بررسی در پایگاه‌های معتبر علمی نشان از این امر دارد که مطالعات بین فرهنگی و میان فرهنگی می‌تواند اشاعه‌دهنده بینشی صحیح در جهت مواجهه با چالش‌های و بحران‌های جهانی باشد. این مطالعات ضمن توسعه و تعمیق آگاهی فرهنگی هرچه بهتر مدیران، باعث می‌شود خود را در آیین دیگران به نظاره بنشینند. به دیگر سخن؛ ارزیابی دیگر فرهنگ‌ها در توصیف و تبیین هرچه بهتر پیچیدگی‌های برقراری ارتباط دوسویه و تصمیم‌سازی به مدیران شرکت‌ها، سیاستمداران و بازرگانان کمک شایانی می‌کند. مطالعات نشان از تأثیرپذیری فرهنگ سازمانی از فرهنگ ملی است و هرچه تفاوت‌های میان فرهنگی کشورها بیشتر باشد، به تبع آن تفاوت‌های فرهنگی بین سازمان‌ها نیز عمیق‌تر می‌شود (ترپسترا و دیوید^۳، ۱۹۹۱: ۱۴). از این‌رو، مطالعه فرهنگ در سطوح مختلف منجر به شناخت هرچه بهتر مدیران و تصمیم‌سازان در واحدهای مختلف اجتماعی می‌شود. مدیرعامل پیشین و رهبر

افسانه‌ای جنرال الکترونیک در سال ۲۰۰۰ در سخنرانی خود ضمن صحنه گذاردن بر وجود تجربه مطالعات میان فرهنگی در میان مدیران بزرگ، اظهار می‌دارد: «آینده از آن من نیست. من تمامی کارراهه شغلی خود را در ایالات متحده صرف کرده‌ام. جنرال الکترونیک به فردی نیاز دارد که زمان خود را در بمبئی، هنگ‌کنگ و بوئنوس آیرس صرف کرده باشد. ما مجبوریم که بهترین پیش‌بینی‌ها و آموزش‌ها را به آن‌ها بدهیم تا آنان رهبران جهانی شده و جنرال الکترونیک را در آینده به شکوفایی برسانند». پس از گذشت کمتر از یک دهه از این سخنان، فردی به ریاست جمهوری ایالات متحده می‌رسد که واجد چنین شرایطی است. در عرصه سازمانی نیز بروز و ظهور سازمان‌های چندملیتی و تولید جهانی^۴ نشان از جایگاه و اهمیت این مقوله در مدیریت کشور دارد. در گذشته مؤلفه‌های جغرافیایی و قوم‌شناسی در تعیین مرزهای سیاسی نقش‌آفرین بوده‌اند؛ ولی با پیشرفت فناوری اطلاعات، ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی با سرعت بیشتری نشو و نمو پیدا کرده است (تریاندیس^۵، ۱۹۹۹: ۱۳۵). بدیهی است که مارکوپولوی جهانگرد از سرعت و سادگی انعکاس و پخش ماجراجویی‌هایش در قرن ۲۱ شگفت‌زده خواهد شد. مهم‌ترین تبعات ارتباط گسترده‌تر میان فرهنگ‌های مختلف، در دو مسئله اساسی نهفته است؛ اولاً، جوامع انسانی در چه شیوه یا راه‌هایی باهم مشابه یا متمایزند؟ ثانیاً، چرا؟ از این‌رو، تمرکز بر مباحث میان فرهنگی از طریق اجبار محققان به بررسی بازه‌ای گسترده‌تر از متغیرها، همچون: اهمیت مذهب، زبان، پیشینه قومی، تاریخی و نظام‌های سیاسی و به‌طور کلی ارزش‌های پایه^۶ در جهت تقویت نظریه‌های رهبری معاصر بسیار مثمر ثمر است (هاوس و همکاران^۷، ۲۰۰۲: ۶). شناسایی و واکاوی بهتر خوشه‌های فرهنگی و وجوه تشابه و افتراق آن‌ها، به ما در عرصه گسترش مناسبات اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کمک شایانی خواهد کرد. (ماماس^۸، ۲۰۰۹)

طی سالیان اخیر، تلاش‌های زیادی از سوی اساتید دانشگاهی و سیاسیون در راستای توسعه مفهومی تحت عنوان ایران فرهنگی^۹ صورت گرفته است. ایران فرهنگی درصدد ایجاد همگرایی کشورهای هم‌جوار ایران است که دارای

4. Global Manufacturing
5. Teriandis
6. Core Values
7. House & et al.
8. Mommas
9. Cultural Iran

1. Dorfman
2. Hatch
3. Trepstra

تجددگرایی، توسعه‌یافتگی اقتصادی و توسعه اجتماعی و سیاسی، بهداشت عمومی و امنیت اجتماعی را پیشنهاد کرده‌اند (برادبک و همکاران^۲، ۲۰۰۰). از دیگر شاخص‌های رایج در این خصوص، ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی‌اند. ابعاد و مؤلفه‌های رایج در این خصوص با تمرکز بر مطالعات بین‌المللی، نظیر گلوب^۳ تحقیق‌پذیر است. چنین نگاهی، قابلیت ارائه نظریه‌های مختلفی از طریق تهیه اطلاعات مفید از شرکت‌کنندگان را ایجاد می‌کند. بنابراین، می‌توان استنباط کرد که سازمان‌ها هنگام تدوین راهبردهای توسعه‌ای خود، بایستی راهبرد سرمایه‌های فرهنگی و نگرش منبع‌نگر را نیز از نظر دور ندارند. بهره‌گیری از این رویکرد، منجر به ایجاد نظام الگوبرداری هوشمندانه فرهنگی^۴ می‌شود.

نیم‌قرن از نخستین دسته‌بندی خوشه‌های فرهنگی با استفاده از داده‌های جهانی می‌گذرد. تحلیل خوشه‌های فرهنگی منافع قابل توجهی از نقطه‌نظر مدیریتی و هنگامی که محققان در پی تعیین تمایزهای فرهنگی^۵ بودند، در پی داشت. به‌عنوان نمونه، پژوهش‌های یک مؤسسه نشانگر این است که ادغام تجاری بین شرکت‌های انگلیسی و آمریکایی ۴۵ درصد موفق‌تر از سایر ادغام‌های تجاری بوده است (لوی^۶، ۲۰۰۱).

برخی پژوهشگران بر این باورند که فرهنگ جمع‌گرایی شرقی و فرهنگ فردگرایی غربی، به‌سختی به سطح کافی از اعتماد منجر می‌شود. اگرچه منافع دوجانبه در وهله نخست آغازگر ادغام‌های تجاری است، اما احترام دوجانبه و دوستی بر قصد شراکت و ایجاد اعتماد دوجانبه تأثیرگذار است. گفتنی است این مطالعه در بررسی ادغام تجاری در شرکت‌های چینی و غربی بوده است (فان^۷ و همکاران، ۲۰۱۲). کوبرنیوف^۸ (۲۰۱۴) با بررسی شرکت‌های روسی دریافتند موفقیت راهبردی ادغام‌های تجاری در روسیه به تطابق فرهنگی شرکا بستگی دارد. البته مطالعه مذکور نشان از این امر داشت که به‌رغم تأثیر سنن، ارزش‌های فرهنگی به‌تمامی در ادغام تجاری تأثیر ندارند.

ناخودآگاه مشترک فرهنگی‌اند. از آن جمله می‌توان به دو دوره کنفرانس بین‌المللی ایران فرهنگی و برگزاری جشن‌های سالانه مشترک نوروز اشاره کرد. بنابراین، با توجه به اهمیت فرهنگ و کارکرد آن در زمینه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، پژوهش حاضر بر آن است تا به ترسیم درجه همگرایی فرهنگی کشورها و تعیین اولویت توسعه روابط با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی پردازد (قاسمی و قربانی، ۲۰۱۴). برای نیل به این هدف، با دو پرسش اصلی مواجهیم؛ نخست آنکه، چه شاخص‌هایی در طبقه‌بندی و تعیین میزان همگرایی فرهنگی کشورها دخیل است و دوم اینکه، میزان همگرایی کشورها از حیث این شاخص‌ها به چه ترتیب است. به‌منظور پاسخگویی به سؤال نخست، به بررسی ادبیات خوشه‌های فرهنگی و برای پاسخ به سؤال دوم، از ابزارهای خوشه‌بندی و فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی بهره‌گیری شده است.

پیشینه پژوهش

طبقه‌بندی اشیای مشابه به چند گروه، یکی از ابزارهای مهم در فرایند تحلیل منطقی به شمار می‌آید. در زندگی روزمره، این کار بخشی از فرایند یادگیری تلقی می‌شود. در گذشته خوشه‌بندی بر اساس شهود پژوهشگر و الگوهای چشمی و ذهنی بود. از حدود ۴۰ سال پیش، پژوهشگران در علوم مختلف به توسعه روش‌های نظام‌مندی برای گروه‌بندی داده‌ها همت گمارده‌اند. طی این سال‌ها، این شاخه از علم آمار و ریاضیات در علمی همچون: ستاره‌شناسی، بازاریابی، جغرافیا، داده‌کاوی، شیمی، پزشکی، جانورشناسی، هواشناسی و علوم اجتماعی توسعه یافته است. خوشه‌های فرهنگی نیز روشی مفید برای بررسی شباهت و تمایز فرهنگ‌هاست. یک خوشه فرهنگی، گروهی از کشورها با وجوه مشترک و مشابه زیاد است (رونن^۱، ۱۹۸۵).

پژوهشگران مؤلفه‌های متعددی را به‌منظور خوشه‌بندی ارائه کرده‌اند. از آن جمله می‌توان به همسایگی جغرافیایی، مهاجرت قومی، مؤلفه‌های مردم‌شناسی و سرمایه اجتماعی، مذهب و تشابهات زبانی اشاره کرد. همچنین شاخص‌های اجتماعی و روانی نظیر نگرش‌ها، ارزش‌ها و اهداف کاری به‌منظور خوشه‌بندی کشورها مورد استفاده قرار گرفته‌اند (نگاره ۱). همچنین مطالعات دیگر، شاخص‌هایی نظیر درجه

2. Brodbeck & et al.
3. GLOBE: Global Leadership Organizational Behavior
4. Cultural Benchmarking
5. Cultural Diversity
6. Levy
7. Fan
8. Kobernyuk

جدول ۱: سیر تحلیل تاریخی خوشه‌های فرهنگی از منظر

پژوهشگران مختلف

نام محقق	سال	موضوع
توینبی ^۱	۱۹۴۷	شناسایی ۲۱ فرهنگ متمایز زنده و منسوخ‌شده که ۵ مورد آن هنوز باقی‌مانده است (غربی، مسیحی، ارتودوکس، اسلامی، هند و آسیای دور)
کتل ^۲	۱۹۵۰	تحلیل ۸۰ عامل ابعادی که متغیرهای روان‌شناختی، جامعه‌شناختی، مردم‌شناسی و اقتصادی میان نمونه‌ها را در نظر گرفت
هایر ^۳ و همکاران	۱۹۶۶	الگوهای اقتصادی، زبان و مذهب برای دسته‌بندی به کار گرفته شد
سیروتا و گرین‌وود ^۴	۱۹۷۱	۱۳۰۰۰ کارمند با ۲۵ ملیت مورد ارزیابی قرار گرفتند الگوهای زبانی، مذهبی و اقتصادی قابل قبول واقع شده ولی گروه‌بندی کشورهای برزیل، هند و ژاپن به شکلی قابل‌پذیرش نبود
هافستد ^۵	۱۹۷۶	برسی ۳۱۶ مدیر میانی با ۲۶ ملیت مختلف با تنظیم ۱۲ مقیاس برای اندازه‌گیری معیارهای فردی و میان فردی بر اساس ارزش‌هایی نظیر زبان، مذهب و جغرافیا
رونن	۱۹۷۷	بررسی ۱۴۰۰۰ تکنسین در ۱۵ کشور با نمونه‌های کوچک بر مبنای زبان و مذهب
فارنهام ^۶ و همکاران	۱۹۹۴	۱۲۰۰۰ دانش‌آموز از ۴۱ کشور مورد بررسی قرار گرفتند که نتایج نشانگر تمایز بین خوشه‌های شرق و غرب بود.
اسمیت ^۷ و همکاران	۱۹۹۶	تحلیل داده‌ها بر روی مقاصد رفتاری و ارزش‌های فردی نشانگر تمایز فرهنگی موجود میان اروپای شرقی و غرب
برادبک و دیگران	۲۰۰۰	تحلیل پایگاه داده گلوب در ۲۲ ملیت اروپایی و شناسایی ۶ خوشه فرهنگی
هاوس به همراه ۱۶۱ پژوهشگر	۲۰۰۲	تحلیل بیش از ۶۱ کشور در تمامی قاره‌های جهان از حیث شاخص‌های نه‌گانه و سبک رهبری

از دیگر نمونه‌های بارز در این خصوص (در عدم موفقیت) می‌توان به ادغام تجاری مرسدس بنز آلمان با دایملر کرایسلر ایالات‌متحده اشاره کرد. گفتنی است این پدیده در بین سازمان‌های ایرانی نیز مصداق داشته و نمونه بارز آن عدم

1. Toynbe
2. Cattel
3. Haire
4. Sirota & Greenwood
5. Hofstede
6. Furnham
7. Smith

توفیق ادغام وزارت کشاورزی با جهاد سازندگی بوده است. (آغاز، ۲۰۰۵: ۷۹)

مطالعات رونن (۱۹۸۵) از جمله معتبرترین پژوهش‌های مرتبط، در این حوزه است. نتایج استخراج‌شده از مطالعات پیشین و آزمون آماری، نشان از گروه‌بندی کشورها بر اساس متغیرهای کاری مرتبط دارد؛ نظیر پیوند نزدیک اروپای شمالی و ژرمن‌ها، کشورهای اروپای لاتین و آمریکای لاتین. مطالعات اصلی هافستد در دهه ۸۰، از اثربخش‌ترین مطالعات در زمینه تغییر رویه و قوانین تجارت بین‌الملل بوده است. این پژوهش‌ها علاوه بر تعیین ابعاد فرهنگی و رتبه‌بندی کشورها، روشی نوین را برای ادراک و اندازه‌گیری فرهنگ، جوامع ارائه داد که مشتمل بر ابعاد فردگرایی و جمع‌گرایی، فاصله قدرت، ابهام‌گریزی، مردسالاری و زن‌سالاری، گرایش‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت است (آغاز، ۲۰۰۵: ۱۲۴). گایتا و همکاران (۲۰۰۲) نیز با بهره‌گیری از شاخص‌های نه‌گانه به طبقه‌بندی کشورها پرداختند (نمودار ۱). آزمون آماری صورت گرفته به منظور اعتبار خوشه‌ها، تحلیل تشخیصی^۸ (تابع رگرسیون چند متغیره خطی مرکب از متغیرهای رتبه‌ای، اسمی و فاصله‌ای) بوده است (منصورفر، ۱۳۸۵: ۱۸۴). بر این اساس، ۵۹ کشور از ۶۱ کشور به درستی دسته‌بندی شده‌اند. کشورهای گواتمالا و کاستاریکا در دسته اروپای لاتین قرار گرفته‌اند که نتایج روایی هم‌زمان، حاکی از اشتباه در این نمونه‌گیری بود. استاندارد خاصی برای دسته‌بندی خوشه‌های فرهنگی وجود ندارد. از این رو در داده‌های تجربی گذشته، نظیر زبان، جغرافیا، مذهب و پیشینه تاریخی، در این قبیل پژوهش‌ها مدنظر قرار می‌گیرد. به علت محدودیت‌ها و مشکلات بسیار، مطالعات گلوب به بررسی خوشه‌های آنگلو ساکسون‌ها، اروپای لاتین، ژرمن‌ها، اعراب، جنوب آسیا و اروپای شرقی محدود شد. مشابه این ابعاد از سوی آلن و میر (۱۹۸۱) و ابعاد هفت‌گانه توسط آرایلی و همکارانش در ۱۹۹۱ در خصوص ابعاد ارزشی انجام شد که دستاورد آن، شناسایی هفت بعد ارزش‌های فرهنگی همچون: ابتکار و ریسک‌پذیری، توجه به جزئیات، نتیجه‌گرایی، مردم‌گرایی، گرایش به کار تیمی، برخورد هجومی^۹ و پایداری است (رایینز و جاج، ۲۰۰۷: ۱۲۷). در پژوهش‌های صورت گرفته توسط تیم گلوب در خصوص ابعاد فرهنگ و رهبری

8. Discriminant Analysis
9. Aggressiveness
10. Robins & Judge

محققان بر این باورند که نتایج این پژوهش قابل نقد است:

- مؤلفان با استناد به ادراک و استنباط ذهنی خود، کشورها را مقوله‌بندی کرده‌اند.
- ابزار تحلیل تشخیصی، ابزار صحیحی برای این تحلیل مناسب نیست.^{۱۰}
- شاخص‌های مورداستفاده دارای اهمیت یکسان در نظر گرفته شده‌اند که به‌زعم مؤلفان و خبرگان مورد مصاحبه در حاله‌ای از ابهام است.

برای رفع مشکلات پیش گفته، در این پژوهش به بازآزمایی خوشه‌های فرهنگی به روشی ابتکاری پرداخته شده است.

روش پژوهش

روش پژوهش، مجموعه مراحل نظام‌مند برای رسیدن به موقعیت نامعین است. هدف از پژوهش حاضر، خوشه‌بندی کشورهای مختلف با توجه به شاخص‌های ارزش‌های فرهنگی مطالعات جهانی رهبری و فرهنگ سازمانی گلوب است. این پژوهش را می‌توان از حیث مخاطب، کاربردی (زیرا درصدد شناسایی کارکردهای فرهنگ در توسعه روابط کاری است)؛ از حیث هدف، توصیفی؛ از حیث بعد زمانی، مقطعی (زیرا به بررسی این شاخص‌ها در مقطع زمانی ۲۰۰۲ پرداخته است)؛ از حیث روش گردآوری داده‌ها، از داده‌های کمی به روش‌های پیمایش (در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی گروهی) و داده‌های ثانویه^{۱۱} (برای انجام خوشه‌بندی مطالعات گلوب) قلمداد کرد. (نیومن^{۱۲}، ۲۰۰۶)

اما چنان که پیش‌تر ذکر شد؛ به‌زعم مؤلفان، شاخص‌های موردبررسی در زمینه خوشه‌بندی فرهنگ‌ها، اهمیت همسان ندارند. از این‌رو، این پژوهش با دو پرسش مواجه است:

نخست اینکه، آیا شاخص‌های ارزش‌های فرهنگی نه‌گانه دارای اهمیت متفاوتی‌اند؟

دوم اینکه، با چه روشی می‌توان کشورهای مذکور را طبقه‌بندی کرد؟

سازمانی در سطح جهان، ابعاد نه‌گانه فرهنگی به‌قرار ذیل معرفی شده‌اند:

۱. ابهام‌گریزی:^۱ زمینه‌ای است که اعضای سازمان یا جامعه با توجه از هنجارهای اجتماعی، شعائر و سیاست‌های دیوان‌سالاران، از وقایع غیرقابل پیش‌بینی در آینده اجتناب می‌ورزند.
 ۲. فاصله قدرت:^۲ میزانی که افراد جامعه یا سازمان، اعمال قدرت ناعادلانه را پذیرفته و انتظار دارند به نحوی غیرعادلانه تقسیم شود.
 ۳. جمع‌گرایی اجتماعی:^۳ انعکاس‌دهنده درجه‌ای از نهادینه‌سازی سازمانی و اجتماعی که مشوق تقسیم منابع و فعالیت‌هاست.
 ۴. جمع‌گرایی گروهی:^۴ انعکاس‌دهنده درجه‌ای است که افراد مباحثات، وفاداری و همبستگی در خانواده و سازمانشان بروز می‌دهند.
 ۵. تساوی جنسی:^۵ مبین آن است که سازمان تا چه اندازه تفاوت‌های نقش جنسیت و تمایزات جنسی را در سازمان حداقل می‌کند.
 ۶. جسارت:^۶ درجه‌ای که افراد سازمان‌ها در روابط اجتماعی پرخاشگر، هدف‌جو و رقابت‌پذیرند.
 ۷. آینده‌نگری: درجه‌ای که افراد رفتارهایی نظیر آینده‌نگری و برنامه‌ریزی برای آینده را از خود بروز می‌دهند.
 ۸. عملکردگرایی:^۷ نشانگر تشویق و ترغیبی است که توسط گروه‌ها و سازمان به‌منظور بهبود عملکرد صورت می‌گیرد. این بعد شامل بُعد آینده‌نگری در ابعاد هافستند می‌شود.
 ۹. انسان‌گرایی:^۸ درجه‌ای که سازمان، افراد یا گروه‌ها را ترغیب به جوانمردی، رفتار دوستانه، مراقبت و مهربانی با دیگران می‌کند. (هاوس و دیگران، ۲۰۰۲: ۶)
- از آنجا که مطالعات گلوب آخرین پژوهش و بزرگ‌ترین پژوهش صورت پذیرفته در حوزه مطالعات میان‌فرهنگی است، در این پژوهش شاخص‌ها و مقادیر کسب‌شده از این مؤلفه‌ها به‌عنوان ورودی مراحل بعد پژوهش مورداستفاده قرار گرفت.
- همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، گاپتا^۹ و همکاران (۲۰۰۲) با استناد به ارقام گلوب به خوشه‌بندی کشورها پرداختند؛ اما به علل ذیل

۱۰. علت عدم تناسب تحلیل تشخیصی آن است که این ابزار برای تعیین رابطه‌ای غیرخطی در راستای تعیین جایگاه مشاهده‌ای جدید به مشاهدات موجود محسوب می‌شود، حال آنکه در تحلیل خوشه‌ای تمامی مشاهدات (کشورها) از قبل مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند.

۱۱. داده‌های ثانویه، آن دسته از داده‌هاست که پژوهشگر خود از منابع دست اول (پرسشنامه، مشاهده، مصاحبه) آنها را گردآوری نکرده، بلکه آنها را مراجع معتبر داخلی و خارجی احصا می‌کند.

1. Uncertainty Avoidance
2. Power Distance
3. Social Collectivism
4. Group Collectivism
5. Sexual Egalitarianism
6. Assertiveness
7. Performance Orientation
8. Human Orientation
9. Gapta

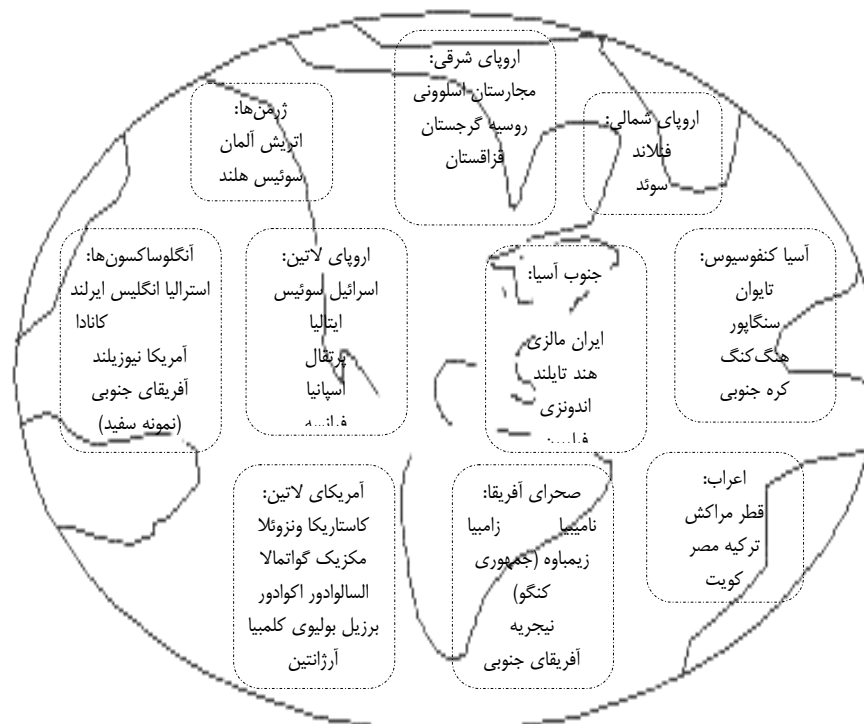
مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی) از روش خوشه‌بندی بهره‌گیری شده است. گفتنی است از آنجا که اندازه‌گیری مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی امری بسیار هزینه‌بر و زمان‌بر است، از داده‌های ثانویه مطالعات گلوب بهره‌گیری شد. در مطالعات گلوب نزدیک به ۵۴ کشور مشارکت کردند که اعضای جامعه آماری را در فاز دوم تشکیل می‌دهند. در پژوهش حاضر، ۴۵ کشور از ۵۴ شرکت در تحلیل حضور یافتند. علت گزینش این تعداد آن بوده که به اطلاعات تمامی کشورها دسترسی نبوده است.

گفتنی است در تکنیک‌های خوشه‌بندی، رابطه یا فرمول خاصی برای محاسبه تعداد نمونه بر اساس جامعه وجود ندارد و تنها سعی بر این است که شمار نمونه به اندازه جامعه نزدیک شود. همچنین، ابزار گردآوری داده‌ها در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، پرسشنامه مقایسه زوجی است؛ در حالی که برای گردآوری ارزش‌های فرهنگی در سطح جهان، از داده‌های ثانویه ثبت‌شده در مطالعات گلوب بهره‌گیری شده است. در ادامه دو تکنیک تحلیل به کار گرفته شده (فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی گروهی و خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی) معرفی شده‌اند.

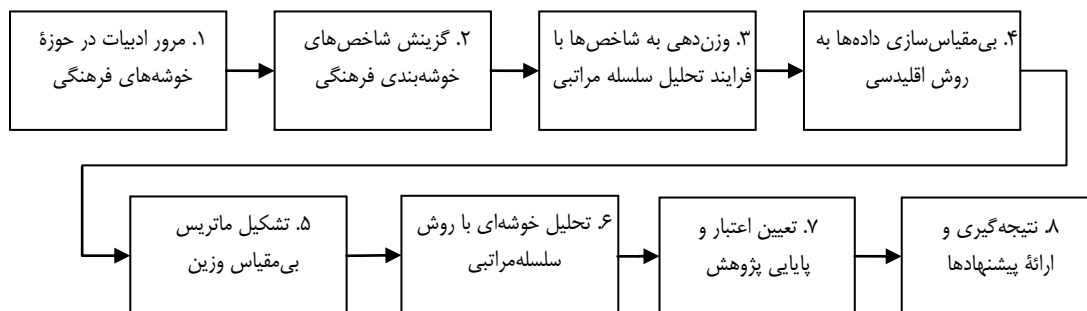
برای پاسخگویی به سؤال نخست، از روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی گروهی و برای سؤال دوم از روش ابتکاری تلفیق اوزان فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی بهره گرفته شد.

از این رو، فرایند مندرج در نمودار ۲ در این خصوص دنبال شده است:

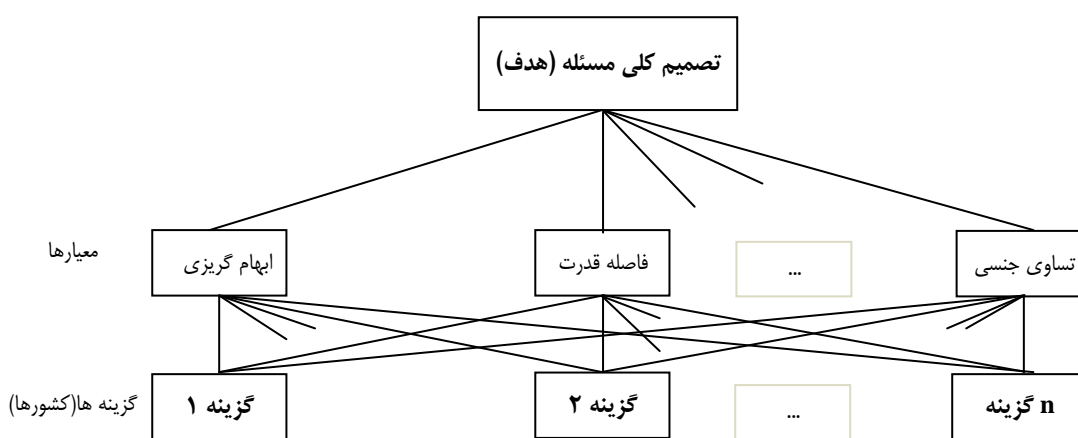
از آنجا که اهمیت این شاخص‌ها نسبت به هم متفاوت است، از تکنیک AHP گروهی برای تعیین وزن‌های هر یک از این شاخص‌ها استفاده شد. برای به دست آوردن وزن‌ها با روش AHP، از نظرات کارشناسان مختلف برای تشکیل ماتریس مقایسه زوجی بهره‌گیری شد. نتایج مقایسات زوجی شش تن از خبرگان دانشگاهی در مورد ۹ شاخص مختلف زیر است. گفتنی است در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی گروهی، تعداد خبرگان مشخص نشده است. برخی بر این باورند تعداد نمونه در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی گروهی بین ۳ تا ۱۵ خیره مناسب است (کفاش‌پور و علیزاده زوارم، ۲۰۱۲). در این پژوهش، خبرگان شش نفر مرکب از اساتید دانشگاه تهران و مؤلفان پژوهش‌اند که با مقوله مطالعات میان‌فرهنگی آشنایی دارند و با روش نمونه‌گیری غیر تصادفی و قضاوتی و در دسترس از میان مدرّسان و پژوهشگران عرصه مدیریت فرهنگی انتخاب شدند. برای پاسخگویی به پرسش دوم (طبقه‌بندی کشورها بر اساس



نمودار ۱: خوشه‌های فرهنگی مطالعات گلوب



نمودار ۲: فرایند پژوهش



نمودار ۳: مدل مفهومی حل مسئله در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی

کنند. به‌طورکلی رویه‌های AHP گروهی شامل شش مرحله است. گروه در آغاز باید یک درخت سلسله‌مراتب مناسب که بیان‌کننده مسئله تحت مطالعه است فراهم کند. سطح اول هر درخت، بیان‌کننده هدف تصمیم‌گیری است. سطح آخر هر درخت بیان‌کننده گزینه‌هایی است که با همدیگر مقایسه می‌شوند و برای انتخاب در رقابت با همدیگرند. گفتنی است در پژوهش حاضر از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی برای وزن‌دهی به شاخص‌ها بهره‌گیری شده است؛ از این‌رو در نمودار ۳ گزینه‌ای وجود ندارد.

در گام بعد، مسئله پیچیده را به یک ساختار سلسله‌مراتبی با عناصر تصمیم (معیارها، معیارهای تفصیلی و راهکارها) تفکیک می‌شود. انجام مقایسه بین گزینه‌های مختلف تصمیم، بر اساس هر شاخص و قضاوت در مورد اهمیت شاخص تصمیم با انجام مقایسه‌های زوجی انجام می‌شود. پس از طراحی سلسله‌مراتب مسئله تصمیم، تصمیم‌گیرنده

فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی گروهی^۱

فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) یکی از معروف‌ترین فنون تصمیم‌گیری چند شاخصه^۲ است که نخستین بار توسط توماس الساعتی عراقی تبار در دهه ۱۹۷۰، برای تخصیص منابع کمیاب و نیز نیازهای برنامه‌ریزی ارتش ابداع شد (الساعتی، ۱۹۹۴). AHP برای حل مسائل بدون ساختار در حوزه‌های مختلف علایق و نیازهای انسانی، مثل سیاست، اقتصاد و علوم اجتماعی و مدیریت به‌کاررفته است. این روش، امکان بررسی سناریوهای مختلف را به مدیران می‌دهد و هنگامی که عمل تصمیم‌گیری با چند گزینه رقیب و معیار تصمیم‌گیری روبه‌روست، می‌تواند مورد بهره‌گیری قرار گیرد. AHP تصمیم‌گیرندگان را قادر می‌سازد اثرات متقابل و هم‌زمان بسیاری از وضعیت‌های پیچیده و نامعین را مشخص

1. Group Analytic Hierarchy Process
 2. Multiple Attribute Decision Making (MADM)

می‌شود. در میان گزینه‌های موجود، دوگزینه‌ای که نزدیک‌ترین فاصله را نسبت به هم دارند، نخست با هم ادغام می‌شوند. گفتنی است در این روش، فاصله خوشه‌ها از فرمول لانس- ویلیام محاسبه می‌شود.

رابطه ۱

$$d(c_k, c_i \cup c_j) = \frac{|c_i|}{|c_i| + |c_j|} d(c_k, c_i) + \frac{|c_j|}{|c_i| + |c_j|} d(c_k, c_j) - \frac{|c_i||c_j|}{(|c_i| + |c_j|)^2} d(c_i, c_j)$$

در رابطه ۱، c_i ، c_j ، c_k سه خوشه در یک سطح از خوشه‌بندی‌اند. سپس بر پایه ماتریس مجاورت بر اساس خوشه‌بندی جدید مراحل تکرار می‌شوند تا به یک خوشه‌بندی یکتا برسیم. در این روش، ابتدا تمامی ترکیب‌های دوتایی ادغام دیده می‌شوند و شاخصی به نام مجموع مربعات خطاها محاسبه می‌شود. ترکیبی که کمترین مجموع مربعات خطاها را داشته باشد، برای فرایند ادغام پذیرفته می‌شود. در پژوهش حاضر از نرم‌افزار SPSS19 برای این منظور بهره‌گیری شده است. البته برای آماده‌سازی داده‌ها چنان که ذکر شد، نخست وزن شاخص‌ها از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی و نرم‌افزار Expertchoice11 محاسبه شد. داده‌های خام به وسیله نرم‌افزار Sanna؛ بی‌مقیاس اقلیدسی و سپس ماتریس بی‌مقیاس وزین تشکیل شد. خروجی این مرحله وارد SPSS19 شد. سپس، خروجی‌ها با رویکرد وارد^۲ مورد ارزیابی قرار گرفت. (نمودار ۵)

تحلیل یافته‌ها

بررسی پایایی و اعتبار پژوهش

پایایی ابزار اندازه‌گیری، از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری و متناظر بر آن است که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان چه اندازه نتایج یکسان به دست می‌دهد (سرمد و همکاران، ۱۳۸۶). در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی از شاخص نرخ ناسازگاری^۴ مقایسه‌های زوجی بهره‌گیری می‌شود؛ بدین معنا که چنانچه نرخ ناسازگاری کمتر از ۰.۱ باشد، نشان از سازگاری قضاوت‌های هر فرد است. سازگاری در شرایطی

می‌بایست مجموعه ماتریس‌هایی که به‌طور عددی اهمیت یا ارجحیت نسبی شاخص‌ها را نسبت به یکدیگر و هر گزینه تصمیم را با توجه به شاخص‌ها نسبت به سایر گزینه‌ها اندازه‌گیری می‌کند، ایجاد کند. این کار با انجام مقایسه‌های دوجه‌دو بین عناصر تصمیم (مقایسه زوجی) و از طریق تخصیص امتیازات عددی که نشان‌دهنده ارجحیت یا اهمیت بین دو عنصر تصمیم است، صورت می‌گیرد. در مرحله سوم، تعیین ترجیحات توسط مقایسه زوجی بین عناصر تصمیم انجام می‌شود. در مرحله چهارم استفاده از مقادیر ویژه ماتریس^۱ مقایسه‌ها برای تخمین وزن و وزن‌های نسبی انجام می‌شود و در خاتمه، معیار سازگاری و تعیین وزن‌های نسبی بررسی می‌شود.

خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی

روش‌های خوشه‌بندی به دودسته روش‌های قطعی و غیرقطعی (فازی) مقوله‌بندی می‌شوند. روش‌های قطعی نیز به دودسته کلی سلسله‌مراتبی و تفکیکی تقسیم می‌شوند. وجه افتراق دو روش مذکور در مفروض بودن تعداد خوشه‌ها در روش‌های تفکیکی است (اصغری‌زاده و قاسمی، ۲۰۰۸). برای مثال، چنانچه علاقه‌مند به مقوله‌بندی فرهنگ‌ها به پنج خوشه باشیم، از یکی از روش‌های تفکیکی استفاده می‌کنیم. همچنین روش‌های سلسله‌مراتبی به دو دسته کلی ادغامی و شکافتی تقسیم می‌شوند. در روش‌های ادغامی، هر شیء نخست به صورت یک خوشه مستقل در نظر گرفته می‌شود؛ سپس در فرایند خوشه‌بندی، خوشه‌ها با یکدیگر ادغام می‌شوند تا به خوشه یکتایی برسیم. حال آنکه در روش شکافتی، همه داخل یک خوشه قرار گرفته و در فرایند خوشه‌بندی شکافته می‌شوند. بنا به مقتضیات پژوهش (داده‌های کمی حاصل از طیف لیکرت، تمایز اولیه میان فرهنگ ملی کشورها) از روش خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی ادغامی بهره‌گیری شده است. در این روش، نخست داده‌ها بی‌مقیاس اقلیدسی می‌شوند. در گام دوم، هر شیء، خوشه‌ای مجزا محسوب می‌شود و سپس در هر گام، دو شیء با هم ادغام می‌شوند تا به خوشه یکتایی برسند. بدین منظور ماتریس مجاورت با فرمول تعیین فاصله اقلیدسی تشکیل

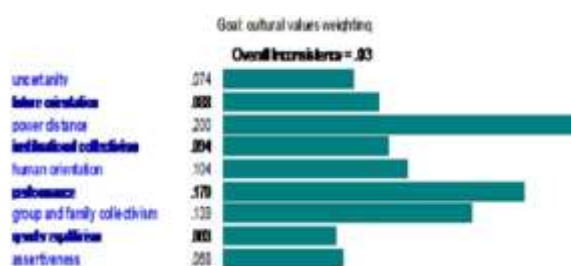
2. Sum Square Error Index (SSE)

3. Ward

4. Inconsistency Ratio

1. Eigen Values

واجد اولویت بیشتری اند. همچنین در این نمودار نرخ ناسازگاری ۰.۰۳ بوده که از مقدار ۰.۱ کمتر است. بنابراین، پایایی نظرات در فرایند تحلیل سلسله مراتبی احراز می شود. همچنین اعتبار صوری نتایج در AHP، به لحاظ کسب نظر از خبرگان و افراد دانشگاهی احراز می شود. اعتبار ابزار اندازه گیری به لحاظ بهره گیری از داده های معتبر (داده های ثانویه مطالعات گلوب) در خوشه بندی سلسله مراتبی از نظر شاخص حداقل مربعات فاصله ها در روش خوشه بندی تفکیکی احراز شده است.



نمودار ۴: میزان اوزان مختلف شاخص ها در فرایند

تحلیل سلسله مراتبی گروهی

تحلیل خوشه بندی سلسله مراتبی

نتایج روش ابتکاری در خوشه بندی سلسله مراتبی در نمودار ۴ به نمایش درآمده است. در این روش، در اولین سطح، ایران با کشورهای ترکیه و مراکش در یک خوشه قرار گرفته است. این بدان معناست که این کشورها از نظر ارزش های فرهنگی بیشترین نزدیکی را از میان جامعه آماری دارند. پس از آن، ایران با خوشه ای مرکب از اروپا (ایتالیا و اسپانیا) و آمریکای لاتین (کلمبیا و آرژانتین) است. در سطح بالاتر پیوند فرهنگی خوشه شامل ایران با کشورهای عمدتاً اروپای شرقی است. بدین ترتیب، این نکته قابل استنتاج است که در عصر حاضر پیوند و تشابهات فرهنگی تنها در حصارهای مرزهای جغرافیایی و فیزیکی نیست. از این رو، ایران با کشورهای آمریکای جنوبی، اروپای لاتین و کشور ترکیه دارای تشابهات زیادی از نظر ارزش های فرهنگی است. در مقابل، با کشورهای آنگلساکسونی و اروپای غربی و آسیای کونفوسیوسی بیشترین فاصله را دارد. (نمودار ۵)

است که به عنوان مثال اگر A دو برابر B اهمیت داشته باشد و B سه برابر C مهم باشد، آنگاه A شش برابر C اهمیت داشته باشد. هر مقداری غیر از شش، بیانگر مقداری ناسازگاری است. در عمل برای محاسبه نرخ ناسازگاری گام های ذیل طی می شود:

الف) بردار مجموع وزنی (WSV^1) = ماتریس مقایسات زوجی $(D) \times$ بردار وزن های نسبی (W)

ب) مؤلفه WSV تک به تک بر وزن های نسبی شاخص ها تقسیم می کنیم تا بردار سازگاری (CV^2) به دست آید.

ج) محاسبه میانگین حسابی عناصر CV که آن را با λ_{max} نشان می دهیم. آقای ساعتی بیان می دارد که λ_{max} فقط در شرایط سازگاری برابر با n تعداد گزینه ها خواهد بود. (ساعتی، ۱۹۹۹)

د) محاسبه شاخص ناسازگاری: $II = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$ در صورتی که

از گروهی از تصمیم گیرندگان برای انجام مقایسات زوجی استفاده شود، مخرج کسر به n تغییر می یابد. (مؤمنی، ۱۳۸۵)

ه) محاسبه نرخ ناسازگاری: $IR = \frac{II}{IRI}$ که IRI^3 از جدول ۲

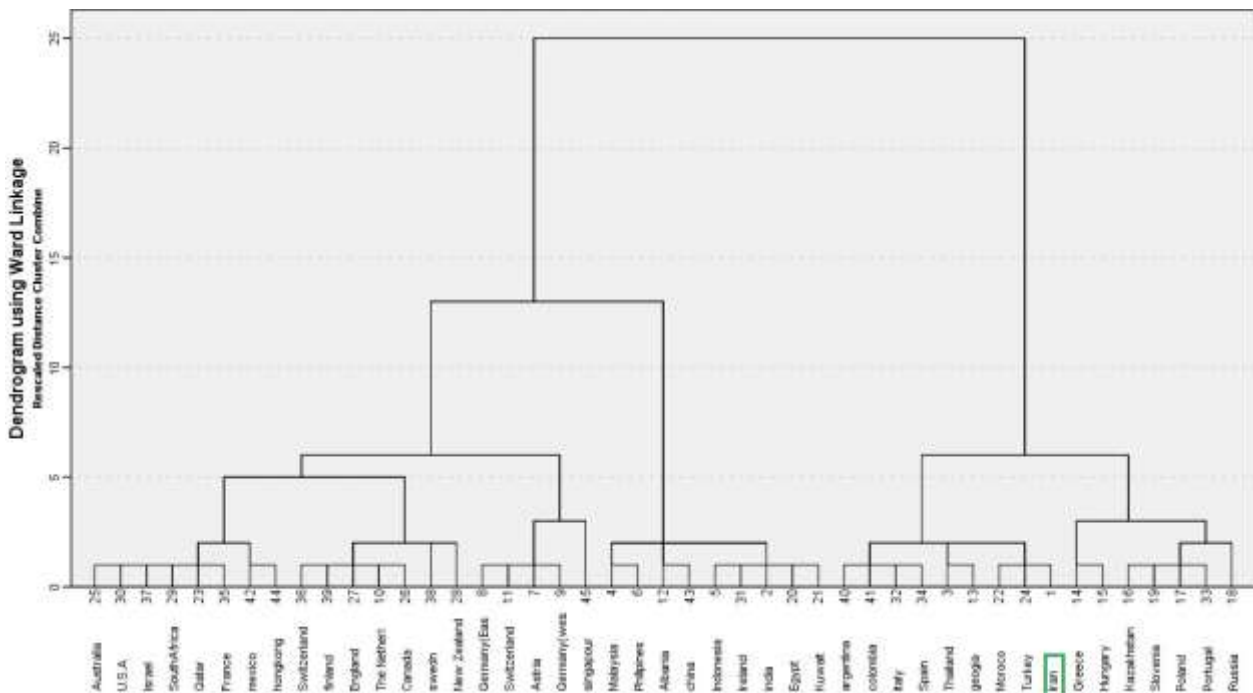
به دست می آید:

نگاره ۲: شاخص ناسازگاری تصادفی

n	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
IRI	۰	۰	۰/۵۲	۰/۸۹	۱/۱۱	۱/۲۵	۱/۳۵
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱/۴	۱/۴۵	۱/۴۰	۱/۵۲	۱/۵۴	۱/۵۶	۱/۵۸	۱/۵۹

در این پژوهش با بهره گیری از نرم افزار Team Expertchoice 11 ضمن محاسبه اوزان هر یک از شاخص های نه گانه؛ میزان ناسازگاری قضاوت های زوجی هر یک از خبرگان بهره گیری می شود (نمودار ۴). بدین ترتیب می توان ادعا کرد که در خصوص خوشه بندی کشورهای شاخص های فاصله قدرت، عملکردگرایی، جمع گرایی گروهی (خانوادگی)، گرایش های انسانی، جمع گرایی نهادی، آینده نگرایی، ابهام گریزی، جسارت و تساوی جنسی، به ترتیب

1. Weighted Sum Vector
2. Consistency Vector
3. Inconsistency Random Index (IRI)



نمودار ۵: خوشه‌بندی موزون سلسله‌مراتبی کشورهای شرکت‌کننده در مطالعات گلوب

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

دنیایی که امروز در آن زندگی می‌کنیم، عرصهٔ تحولات پی‌درپی و چالش‌های محیطی است که حادثه‌ای هرچند کوچک در گوشه‌ای، تبعات فراوانی را در اقصی نقاط جهان ایفا می‌کند (تانگ^۱، ۲۰۱۰). گواه این مدعی، بحران اخیر اقتصاد ایالات متحده و تأثیرگذاری آن بر اقتصاد اروپا و سایر نقاط جهان است. از سویی، پیشرفت‌های خیره‌کنندهٔ رسانه‌های ارتباط جمعی نظیر شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت، تلفن همراه و از سوی دیگر، افزایش روند مبادلات اقتصادی و گردشگری، منجر به افزایش گسترش ارتباطات فرهنگی شده است. این تحولات آغازگر عصر نوینی از تحولات فرهنگی است. مؤلفان بر این باورند که کشورها و شرکت‌های چندملیتی بایستی مضاف بر شاخص‌های سیاسی، اقتصادی و فناوری، در جهت توسعهٔ هرچه بهتر مراودات خود، میزان تشابه و افتراق فرهنگی را لحاظ کنند. چنین رویکردی چشم‌انداز روشن‌تری از کارکردها و کژکارکردهای ارزش‌های فرهنگ ملی پیش روی جامعهٔ جهانی قرار می‌دهد. بررسی و مطالعات دقیق‌تر، منجر به کشف وجوه پنهان، همچون

تعارض‌های ناخواسته و بهبود نظام ارتباطی بین دول، سازمان‌ها و فرهنگ‌ها می‌شود.

نتایج حاصل از تکنیک تحلیل فرایند سلسله‌مراتبی در تعیین اولویت اوزان شاخص‌ها، از این امر نشان دارد که مؤلفه‌های فاصلهٔ قدرت، عملکردگرایی و جمع‌گرایی گروهی (خانوادگی)، واجد بالاترین میزان اهمیت‌اند. فاصلهٔ قدرت از جمله خصایص تاریخی جامعهٔ ایرانی محسوب می‌شود. از نظر مطالعات فرهنگی گلوب، کشورهایی همچون ایران از سطح بالایی از فاصلهٔ قدرت برخوردارند. فاصلهٔ قدرت پیامدهای متعددی در سازمان‌ها می‌تواند به دنبال داشته باشد؛ از آن جمله می‌توان به افزایش سلسله‌مراتب سازمانی و سطوح میانی سازمان اشاره کرد. دوم کاهش توانمندسازی کارکنان سطوح پایین سازمانی است. بنابراین، در سازمان‌هایی که در آن‌ها فاصلهٔ قدرت بالاست، اموری چون جانشین‌پروری و توانمندسازی کارکنان به‌درستی انجام نمی‌پذیرد. عملکردگرایی از دیگر شاخص‌های مهم در سازمان‌های ایرانی محسوب می‌شود. یکی از معضلات عدیدهٔ مدیریت در سازمان‌های ایرانی، عدم ثبات مدیریت است. عدم ثبات مدیریت موجب می‌شود که مدیران از انجام برنامه‌های بلند و میان‌مدت هزینه‌زا احتراز کنند و در عوض به انجام امور

1 . Tung

به نظر می‌رسد برقراری روابط پایدار با سایر سازمان‌ها و شرکت‌های بین‌المللی با ارزش‌های فرهنگی همسان می‌تواند در ارتقای مناسبات کاری تأثیر بسزایی داشته باشد. علت این امر را در ناخودآگاه فرهنگی مشترک در سطح ارزش‌ها می‌توان توجیه کرد. از باب نمونه، زمانی که کشور درصدد تدوین برنامه جذب یا ارسال جهانگرد به سایر کشورهاست، کشورهای حاضر در سایر خوشه‌ها جذابیت بیشتری را پس از بازدید در میان جهانگردان ایرانی خواهند شد؛ زیرا افراد زمانی که با فرهنگ‌های دیگر آشنا می‌شوند دچار شوک فرهنگی می‌شوند و آشنایی با فرهنگ‌های ناآشنا تصویر خوشایندی را در اذهان ایشان ایجاد می‌کند. بدین ترتیب، به‌زعم مؤلفان، سرمایه‌گذاری در جذب جهانگردان از خوشه‌های فاصله‌دار با ایران (آمریکا، اروپای غربی و آسیای کونفوسیوسی) در بلندمدت نویددهنده توسعه صنعت گردشگری است. به دیگر سخن؛ تباین و شکاف میان ارزش‌های فرهنگی را بایستی به‌عنوان یک فرصت بهبود تلقی کرد و نه یک تهدید.

چنان‌که پیش‌تر عنوان شد، عدم دسترسی به وضعیت روز ارزش‌های فرهنگی در سطح کشورهای جهان، از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر قلمداد می‌شود. این مطالعات با ابزار پرسشنامه تیم پژوهشی هاوس و همکاران در خلال سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۰۲ انجام پذیرفته است. به نظر می‌رسد انجام مطالعات ادواری در سطح جهانی، به پایش هرچه بهتر این مؤلفه‌ها در سطح جهانی کمک شایانی کند.

به‌کارگیری پرسشنامه‌های تدوین شده در یک فرهنگ و زبان، نیازمند تعبیر و تفسیر برای پاسخگویان در فرهنگ‌های دیگر دارد؛ بدین معنی که پاسخگویان ممکن است برداشت‌های متفاوتی در خصوص خصایل و ویژگی‌های ارزشی در یک فرهنگ، نسبت به فرهنگی که در آن محقق پرسشنامه را تدوین کرده، داشته باشد (چئونگ^۱، ۲۰۰۴: ۱۸۳). نکته حائز اهمیت در تحقیقات گلوب و هافستد آن است که نتایج این مطالعات، مؤید یکدیگر در کشورهای مورد مطالعه بوده است. پژوهش فوق می‌تواند مقدمه‌ای بر تحلیل داده‌های ثانویه و فرا تحلیل پروژه‌های فراملی نظیر مطالعات هافستد و گلوب باشد که بررسی بیش‌ازپیش پژوهشگران و شاغلان عرصه مدیریت فرهنگی کشور را طلب می‌کند.

کوتاه‌مدت بردازند که نتایج کوتاه‌مدت آن مشهود باشد. به این سبک از مدیریت، صیانت از خود^۱ اطلاق می‌شود (گاپتا و همکاران، ۲۰۰۲). جمع‌گرایی نهادی، از دیگر خصایص فرهنگی در سازمان‌های ایرانی - به‌ویژه سازمان‌هایی که دارای قدمت بالایی‌اند - است. در این قبیل سازمان‌ها، سازوکار جذب افراد، معرفی از سوی کارکنان سازمان‌هاست. ظهور این پدیده، اغلب منجر به تشکیل گروه‌های غیررسمی شده که بعضاً با اهدافی متباین با اهداف سازمانی شکل می‌گیرند. همچنین پدیده خویشاوندسالاری^۲ را در سازمان‌ها تشدید می‌کند.

نتیجه دیگر پژوهش حاضر در راستای پاسخگویی به پرسش دوم پژوهش، بازنگری در دسته‌بندی ایران با کشورهای جنوب آسیا (همچون هند، اندونزی، بنگلادش، تایلند، ...) است. درحالی‌که در مطالعات پیشین (گاپتا و همکاران، ۲۰۰۲)، ایران در دسته جنوب آسیا قرار گرفته بود، نتایج پژوهش حاضر مؤید همگرایی بالاتر ایران با کشورهایی نظیر ترکیه و مراکش است.

یافته‌های پژوهش گویای آن است مرزهای فرهنگی پیرامون ملت‌ها، بسیار گسترده‌تر از مرزهای جغرافیایی بوده و در حصار فیزیکی نمی‌گنجد. جمهوری اسلامی ایران طی سالیان اخیر با فراز و نشیب‌های زیادی در برقراری و تداوم ارتباطات بین‌المللی مواجه بوده است که به‌زعم مؤلف، با در نظر گرفتن این الگوی توسعه فرهنگی در کنار دیگر ملاحظات سیاسی، اقتصادی، نظامی، می‌توان از آن به‌عنوان ابزاری در پیشبرد روابط بهره جست. در عرصه فرهنگ داخلی نیز فرهنگ ایرانی مشتمل بر خرده‌فرهنگ‌های متمایز و متنوعی است که خوشه‌بندی آن‌ها می‌تواند کشور را در عرصه مدیریت فرهنگی یاری کند. به هر جهت، بروز و حدوث پدیده دهکده جهانی و جهانی شدن در دنیای امروز، محققان و پژوهشگران را بر آن می‌دارد که برای ادراک و همراهی با این پدیده، با بینشی جامع‌تر و گسترده‌تر نسبت به قبل، پدیده‌ها و ارزش‌های فرهنگی و سازمانی جوامع خود را موردبررسی و تأمل قرار دهند. اتخاذ چنین رویکردهایی باعث ایجاد زمینه مناسب برای الگوبرداری مناسب فرهنگی در میان خوشه‌ها و بین خوشه‌های فرهنگی می‌شود.

1. Self-Protective
2. Nepotism

فرهنگی عاملی در تقویت و توسعه روابط میان دولت‌ها، ملت‌ها و سازمان‌ها انگاشته شده‌اند؛ در توسعه روابط خارجی به دیگر عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، فناوری و ... نیز بایستی توجه کرد.

از آنجا که خبرگان پژوهش تنها محدود به شش تن از خبرگان دانشگاهی بوده‌اند که بار رویکرد نمونه‌گیری غیر تصادفی و در دسترس برگزیده شده‌اند؛ در خصوص اعتبار بیرونی نتایج حاصل از اوزان مؤلفه‌های نه‌گانه ارزش‌های فرهنگی بایستی احتیاط کرد. هرچند از دیرباز سرمایه‌های

منابع

- Aghaz, A. (2005). "Assessing Relationship between Transformational Leadership and organizational culture", Faculty of Management University of Tehran, Unpublished M.S thesis public administration. (in Persian)
- Asgharizadeh, E. Ghasemi, A. (2008). "Review of research on Global organizational leadership and Organizational Behavior Effectiveness across the world by cultural clusters", *Cultural Engineering*, 21, 36-49. (in Persian)
- Brodbeck, Felix C., et al. "Cultural variation of leadership prototypes across 22 European countries." *Journal of occupational and organizational psychology* 73.1 (2000): 1-30.
- Cattel, R. (1950). In Gupta, V., Hanges, P. J., & Dorfman, P. (2002). Cultural clusters: Methodology and findings. *Journal of world business*, 37(1), 11-15.
- Cheung, Fanny M. (2004); "Use of Western and Indigenously Developed Personality Tests in Asia", *Applied Psychology: An International Review*, 53(2), 181-202.
- Dorfman, P.W. (1996); "International and cross cultural leadership". In House, Robert. Javidan, Mansour. Hanges, Paul, .And Dorfman. Peter. (2002); "Understanding cluster & implicit leadership theories across the GLOBE: an introduction to project GLOBE". *Journal of Word Business*, 37, 1-9.
- Fan, Y., Anantatmula, V., Nixon, M. A., & Kasprzak, J. (2012). "Cross-cultural trust-waving in an international joint venture: a case study of a Chinese and Arab joint venture". *International Journal of Management*, 29(3), 332.
- Furnham, A., Kirkcaldy, B. D., & Lynn, R. (1994). National attitudes to competitiveness, money, and work among young people: First, second, and third world differences. *Human Relations*, 47(1), 119-132.
- Gapta, Vipin. Hanges, Paul J. and Dorfman, Peter. (2002); "Cultural cluster: methodology & finding". *Journal of Word Business*, 37:11-17.
- Gapta, Vipin. Surie, Gita. Javidan, Mansour. And Chhkar, Jagdeep. (2002); "Southern Asia cluster: where the old meets the new". *Journal of Word Business*, 37, 16-29.
- Ghasemi. A. Ghorbani, S. (2014). "Assessing the Social Impact of Repairing and Reconstructing Minarets of Mosques Located in the 9th Region of Municipality of Tehran", *Journal of Public administration*, 6(2), 309-332. (In Persian).
- Haire, M., Ghiselli, E. E., & Porter, L. W. (1966). *Managerial thinking: An international study*.
- Hatch. M-J. (2007). "Organizational theory; Modern, Symbolic and Postmodern interpretation", (Translated by Danayeefard, H), Afkar Pub. Tehran. (In Persian).
- Hofstede, G. (1976). Nationality and espoused values of managers. *Journal of Applied Psychology*, 61(2), 148.

- House, R. Javidan, M. Hanges, P. And Dorfman. P. (2002); " Understanding cluster & implicit leadership theories across the Globe: an introduction to project GLOBE". *Journal of World Business*, 37:1-9.
- Kafashpour A, Alizadeh Zoeram A. (2012). "Application of Fuzzy Delphi Analytical Hierarchy Process (FDAHP) and Hierarchical Cluster Analysis (HCA) in RFM Model for Measuring the Customer Life Time Value", *New Marketing Research Journal*, 2 (3), 51-68. (In Persian).
- Kobernyuk, E., Stiles, D., & Ellson, T. (2014). " International joint ventures in Russia: Cultures' influences on alliance success". *Journal of Business Research*, 67(4), 471-477.
- Levy, A. (2001). In Gupta, V., Hanges, P. J., & Dorfman, P. (2002). *Cultural clusters: Methodology and findings*. *Journal of world business*, 37(1), 11-15.
- Mansourfar, K. (2006). " Advanced Statistical method with Computer Program". Samt Pub. Tehran. (In Persian). Samt Pub. Tehran. (In Persian).
- Mommas, Hans. (2009). "Spaces of Culture and Economy: Mapping the Cultural-Creative Cluster Landscape". Springer Science.
- Newman, I. (2006). "Qualitative-quantitative research methodology: Exploring the interactive continuum ". SIU Press.
- Robbins, S. Judge, T. (2007); *Organizational Behavior*. Prentice Hall of India.
- Ronen, Simcha, and Oded Shenkar. (1985) . "Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis." *Academy of management Review*: 435-454.
- Saaty, T. L. (1999). Basic theory of the analytic hierarchy process: how to make a decision. *Rev R Acad Cienc Exact Fis Nat (Esp)*, 93(4), 395-423.
- Sarmad, Z., Bazargan, A., & Hejazi, E. (2004). *Research methods in behavioral sciences*. Tehran: Agah Publications.
- Sirota, D., & Greenwood, J. M. (1971). Understanding your overseas work force. *The International Executive*, 13(2), 13-14.
- Smith, P. B., Dugan, S., & Trompenaars, F. (1996). National culture and the values of organizational employees a dimensional analysis across 43 nations. *Journal of cross-cultural psychology*, 27(2), 231-264.
- Teriandis, H-S. (1999). *Culture and social Behavior*, (Translated by Nosrat F), Resanesh Pub. Tehran. (In Persian).
- Toynbe, A.(1947). In Gupta, V., Hanges, P. J., & Dorfman, P. (2002). *Cultural clusters: Methodology and findings*. *Journal of world business*, 37(1), 11-15.
- Trepstra, V. David, K. (1991); *The Cultural Environment of business*, In Gupta, Vipin. Hanges, Paul J, Dorfman, Peter (2002). *Cultural cluster: methodology & finding*. *Journal of World Business*, 37, 11-17
- Tung, R. L. & Verbeke, A. (2010). Beyond Hofstede and GLOBE: Improving the quality of cross-cultural research. *Journal of International Business Studies*, 41, 1259-1274.

