

شناسایی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی مطلوب در دانشگاه‌های علوم پزشکی

امین باقری کراچی*: عضو هیئت علمی، گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.
علیرضا قاسمی زاد: عضو هیئت علمی، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، کازرون، ایران.

چکیده: هدف این تحقیق شناسایی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی مطلوب در دانشگاه‌های علوم پزشکی بود. این پژوهش، به روش آمیخته انجام شد. در ابتدا روش تحلیل محتوا کیفی برای شناسایی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی استفاده، و بر مبنای آن مرحله کمی تحقیق انجام گردید. جامعه تحقیق در بخش کمی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های علوم پزشکی فارس بود که ۱۵۲ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. در بخش کیفی نیز به روش نمونه‌گیری هدفمند ۲۵ نفر برای انجام مصاحبه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در بخش کمی، پرسشنامه محقق ساخته بود که ضریب پایایی آن به روش آلفای کرانباخ ۰/۸۳ بدست آمد و اعتبار محتوایی آن نیز با نظر خواهی از متخصصان تایید شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که تفکر و نواندیشی، مشتری محوری، روحیه کار تیمی، مسئولیت‌پذیری، قداست کار و کسب دانش بنیان، تعامل و شراکت، مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی مطلوب در دانشگاه‌ها هستند، میانگین نظر پاسخگویان در خصوص بکارگیری این ۶ مؤلفه در دانشگاه‌های علوم پزشکی در حد متوسط است. دانشگاه‌های علوم پزشکی بایستی نسبت به انطباق فرهنگ سازمانی خود با این مؤلفه‌ها اقدام نمایند.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، دانشگاه، آموزش پزشکی.

***نویسنده‌ی مسؤول:** عضو هیئت علمی، گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

Email: bagherikerachi@gmail.com

مقدمه

سازمانی همچنين تصميم ها، عمليات ها و ارتباطات را مشخص مي كند. فرهنگ سازماني در دانشگاه ها در كيفيت ارايه خدمات و ميزان رضايت دانشجويان از دانشگاه، توانمند سازي روانشناختي كاركنان دانشگاه يك نقش كليدي دارد (شهزادي و همكاران ۲۰۱۷، آپرتي و چتری ۲۰۱۴، شاه ۲۰۱۳، عشقي و همكاران ۲۰۱۴، رحيم ۲۰۱۲ سوتيروفسكي ۲۰۱۴) و نقش ارتباط برقرار كننده، بين افراد درون دانشگاه بازي مي كند (بارتل ۲۰۰۳). فرهنگ سازماني رفتار كاركنان را شكل مي دهد، باعث تسهيل رفتار استراتژيك مي شود، به اعضای سازمان كمك مي كند در وهله نخست احساس هويت داشته باشند، و درك كنند كه به يك اجتماع سازماني كه داراي ارزش ها و باورهای معيني هستند، تعلق دارند و در وهله دوم آنها يك حس تعهد نسبت به چيزی فراتر از سود پيدا مي كنند. در مورد فرهنگ سازماني تعريف متعددی انجام شده است و تعريفی كه مورد پذيرش همگان باشد وجود ندارد. طبق نظر ليو و همكاران (۲۰۱۰) فرهنگ سازماني مجموعه ای از پيش فرض ها، ارزش ها و اعتقادات مشترك است كه باعث مي شوند كاركنان نحوه عمل و انجام وظيفه را دريابند. موريس فرهنگ سازماني را اعتقادات نسبتاً ثابت، ارزش ها و ادراكات مشترك كه توسط اعضای سازمان حفظ مي شود، تعريف مي كنند (گری ۲۰۰۷). وجود تعريف متعدد و نبود يك تعريف مشترك از فرهنگ سازماني و ابعاد و مؤلفه های آن، مؤيد نياز به شناخت ابعاد و مؤلفه های فرهنگ سازماني در زمينه بومي است. بنابراین اين تحقيق به دنبال اين است، با توجه به لزوم شناخت ابعاد و مؤلفه های فرهنگ سازماني در زمينه بومي با مصاحبه بامتخصصان، و بررسي اسناد و ادبيات تحقيق مؤلفه های فرهنگ سازماني مطلوب در دانشگاه های ايران را شناسایی و وضعيت موجود مؤلفه های فرهنگ سازماني مطلوب را در دانشگاه های علوم پزشکی مورد بررسي قرار دهد.

جهان در حال تغيير و تحول است. سازمان ها قبل از اينكه قرباني تغييرات بشوند، مي توانند در ايجاد تغييرات مطلوب نقش ايفا كنند و به صورت فراكنشي، تغييرات مطلوب را براي آینده ايجاد كنند. از طرف ديگر، ۷۵ درصد تغييرات برنامه ريزی شده در سازمان ها، منجمله دانشگاه ها، با شكست مواجه شده است كه بي توجهی به فرهنگ سازماني متداولترين دليل براي اين ناکامی ها عنوان شده است. در واقع ناتواني در تغييرات فرهنگ سازماني ساير تغييرات سازماني در حال انجام را تحت تاثير قرار داده است (كامرون و كويين ۲۰۱۱). پژوهش های متعدد نشان مي دهد كه فرهنگ سازماني مناسب و مديريت صحيح آن باعث ارتقای عملکرد سازمان (جاكوبز و همكاران ۲۰۱۳)، مديريت دانش (ويوارا ۲۰۱۳)، افزايش رضايت شغلي (تانگ، تاك و وانگ ۲۰۱۵)، بهبود و تعهد كاركنان (مسرن ۲۰۱۳)، تعادل كار و زندگي (لستر ۲۰۱۳)، رضايت مشتمري (آپرتي و چتری ۲۰۱۴، شاه ۲۰۱۳، عشقي و همكاران ۲۰۱۴، رحيم ۲۰۱۲) و نوآوری (پوشگنز، بوش و بالکين ۲۰۱۳) مي شود. ساختار و ديشميك (۲۰۱۴) در مطالعه ای به بررسي تاثير فرهنگ سازماني بر كاركنان پرداخته و با مروري اجمالی بر ادبيات اين حوزه نتيجه گرفتند كه فرهنگ سازماني بر تعهد سازماني، رضايت شغلي، عملکرد و بهره وري كاركنان تاثير مي گذارد. فرهنگ سازماني در دانشگاه ها به اعضای دانشگاه هويت مي دهد، اعضا را داراي هويت سازماني مشترك مي كند، باورها و ارزش های بزرگی به آن ها القا مي كند، اعضا را به گونه ای متحد و يکپارچه مي كند، شيوه رفتار و برقرار كردن ارتباط اعضا را مشخص مي كند، شيوه تخصيص و اعمال قدرت را مشخص مي كند، در آن ها نسبت به باورها و ارزش ها دانشگاه تعهد ايجاد مي كند و به دانشگاه كمك مي كند تا خود را با محيط خارجي سازگار كنند. تيرني (۲۰۰۸) معتقد است فرهنگ سازماني مشخص مي كند كه چه کاری انجام شود، چگونه آن كار انجام شود و چه کسی آن كار را انجام دهد. فرهنگ

روش کار

این پژوهش، یک پژوهش آمیخته است. در بخش کیفی به شیوه ی تحلیل محتوا، مؤلفه فرهنگ سازمانی در دانشگاه ها شناسایی، و بر مبنای آن ابزار لازم برای بخش کمی که یک پرسشنامه محقق ساخته است، تهیه گردید. بخش کمی این تحقیق به روش توصیفی-پیمایشی انجام گردید. جامعه آماری بخش کیفی ۲۵ نفر متخصصان مدیریت آموزش عالی و مدیریت سلامت بود و جامعه آماری بخش کمی همه اعضای هیئت علمی دانشگاه های علوم پزشکی استان فارس بود. جهت انتخاب نمونه در بخش کیفی از روش نمونه گیری هدفمند و شاخص اشباع نظری استفاده گردید. و نمونه گیری و گردآوری اطلاعات تا زمانی ادامه پیدا کرد، که پژوهشگر دریافت که داده های دریافتی تکراری هستند و به داده های بیشتری نخواهد رسید. در بخش کمی از روش نمونه گیری طبقه ای استفاده گردید و از تعداد ۱۵۲ نفر از اعضای هیئت علمی به روش نمونه گیری طبقه ای و از طریق پرسشنامه محقق ساخته داده های لازم جمع آوری گردید. در بخش کیفی جهت جمع آوری داده ها از مصاحبه و تحلیل اسناد، و در بخش کمی از یک پرسشنامه محقق ساخته (که بر مبنای نتایج بدست آمده در مرحله کیفی طراحی شد) استفاده گردید. لازم به ذکر است این پرسشنامه دارای ۵۲ سوال و ۶ خرده مقیاس فرهنگ تفکر و نواندیشی (گویه های ۹ تا ۲۰)، فرهنگ مشتری محوری (گویه های ۱ تا ۸)، ساختار و روحیه کار تیمی (گویه های ۲۱ تا ۲۸)، فرهنگ مسئولیت پذیری (گویه های ۴۷ تا ۵۲)، فرهنگ کار و کسب دانش بنیان (گویه های ۴۰ تا ۴۶) و فرهنگ شراکت و تعامل (گویه های ۲۹ تا ۳۹) است که در آن متغیر فرهنگ سازمانی بر روی یک طیف پنج درجه ای (بسیار زیاد = ۵ تا بسیار کم = ۱) نمره گذاری شده است. دامنه نمرات از ۵۲ تا ۲۶۰ می باشد. برای تعیین روایی این پرسشنامه، از روش روایی محتوایی و برای محاسبه پایایی این پرسشنامه از روش آلفای کرانباخ

استفاده گردید. برای بررسی روایی محتوایی پرسشنامه، از چند تن از متخصصان که تجربه، مقاله یا کتاب در زمینه مدیریت سلامت داشتند، خواسته شد که نظرات خود را در مورد محتوا پرسشنامه اعلام نمایند و بر اساس نظرات آنها نقایص پرسشنامه بر طرف گردید و آخرین اصلاحات در متن پرسشنامه به عمل آمد و شکل نهایی پرسشنامه مجدداً در اختیار متخصصان قرار گرفت که مورد تایید متخصصان قرار گرفت. پایایی پرسشنامه توسط ضریب آلفای کرانباخ برای مؤلفه تفکر و نواندیشی ۰/۸۷، مؤلفه مشتری محوری ۰/۸۵، مؤلفه ساختار و روحیه کار تیمی ۰/۷۹، مؤلفه مسئولیت پذیری ۰/۸۵، مؤلفه فرهنگ کار کسب دانش بنیان ۰/۷۷، و مؤلفه شراکت و تعامل ۰/۹۱ بدست آمد.

یافته ها

برای شناسایی مؤلفه های فرهنگ سازمانی مطلوب، متن مصاحبه با متخصصان مورد تحلیل محتوای کیفی قرار گرفت. در مرحله نخست تحلیل محتوای کیفی گذاری باز، مصاحبه ها جهت استخراج مفاهیم اولیه کدگذاری شدند و در مجموع ۲۵۴ مفهوم بدست آمد. در مرحله دوم یعنی مرحله کد گذاری محوری، مفاهیم استخراج شده در مرحله اول (کد گذاری باز) بر حسب تشابهات معنایی در قالب ۶ مقوله عمده (فرهنگ تفکر و نواندیشی، فرهنگ مشتری محوری، ساختار و روحیه کار تیمی، فرهنگ مسئولیت پذیری، فرهنگ کار و کسب دانش بنیان، فرهنگ شراکت و تعامل) طبقه بندی گردید که این ۶ مقوله به عنوان مؤلفه های فرهنگ سازمانی مطلوب در دانشگاه ها در نظر گرفته شدند. میانگین نمرات نظرات اعضای هیئت علمی در خصوص میزان نیاز به فرهنگ تفکر و نواندیشی ۴/۶۴، فرهنگ مشتری محوری ۴/۵۵، ساختار و روحیه کار تیمی ۴/۵۰، فرهنگ مسئولیت پذیری ۴/۵۶، فرهنگ قداست کار و کسب دانش بنیان ۴/۵۳، فرهنگ تعامل و شراکت ۴/۵۲ بود (جدول ۱). بنابراین از نظر هیئت علمی میزان نیاز به مؤلفه های فرهنگ سازمانی استخراج شده در دانشگاه ها

$p > 0/05$. بنابراین فرض صفر (برابری میانگین ها) رد می شود و می توان اذعان داشت که میزان نیاز بالاتر از متوسط دانشگاه ها به مؤلفه های فرهنگ سازمانی استخراج شده ، معنادار است.

بیشتر از از حد متوسط است. به منظور بررسی امکان تعمیم میانگین های حاصل به جامعه آماری از آزمون t استفاده شده است (جدول ۱). t های مشاهده شده نیز از مقدار بحرانی جدول در سطح آلفای $0/05$ بزرگتر است (

جدول ۱. مقایسه میانگین نظرات پاسخگویان در خصوص میزان نیاز به مؤلفه های فرهنگ سازمانی در دانشگاه ها با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	اختلاف میانگین	t	P
فرهنگ تفکر و نواندیشی	۱۵۲	۴/۶۴	۱/۲۴	۱۵۱	۱/۶۴	۱۶/۳۳	۰/۰۰۰
فرهنگ مشتری محوری	۱۵۲	۴/۵۵	۱/۳۱	۱۵۱	۱/۵۵	۱۴/۲۹	۰/۰۰۰
فرهنگ شراکت	۱۵۲	۴/۵۲	۱/۴۲	۱۵۱	۱/۵۲	۱۳/۱۱	۰/۰۰۰
فرهنگ قداست کسب و کار دانش بنیان	۱۵۲	۴/۵۳	۱/۳۸	۱۵۱	۱/۵۳	۱۳/۵۹	۰/۰۰۰
فرهنگ مسئولیت پذیری	۱۵۲	۴/۵۶	۱/۳۵	۱۵۱	۱/۵۶	۱۴/۲۷	۰/۰۰۰
ساختار و روحیه کار تیمی	۱۵۲	۴/۵۰	۱/۴۱	۱۵۱	۱/۵۰	۱۳/۱۷	۰/۰۰۰

وضعیت موجود و مطلوب $1/65$ - ، میانگین نمرات اعضای هیئت علمی در خصوص وضعیت موجود فرهنگ کار تیمی $3/15$ و در وضعیت مطلوب آن $4/50$ و تفاوت میانگین وضعیت موجود و مطلوب آن $1/35$ - است (جدول ۲). بنا براین میانگین تطابق فرهنگ سازمانی دانشگاه های علوم پزشکی با این مؤلفه ها در حد متوسط می باشد و بین وضعیت موجود (فرهنگ سازمانی حاکم) و مطلوب مؤلفه های فرهنگ سازمانی در دانشگاه های علوم پزشکی تفاوت معنی داری وجود دارد. به منظور بررسی امکان تعمیم این تفاوت میانگین ها ، به جامعه آماری از آزمون t استفاده شده است. t مشاهده شده نیز در مورد همه مؤلفه ها از مقدار بحرانی جدول در سطح آلفای $0/05$ بزرگتر است ($p > 0/05$). لذا فرض صفر به معنی عدم تفاوت بین میانگین ها در وضعیت مطلوب و موجود رد می شود و می توان اذعان داشت که میانگین تمام مؤلفه ها در وضعیت مطلوب بیشتر از میانگین آنان در وضعیت موجود می باشد (جدول ۲).

میانگین نمرات اعضای هیئت علمی در خصوص وضعیت موجود فرهنگ تفکر و نواندیشی در دانشگاه $3/03$ و در وضعیت مطلوب (میزان نیاز به این مؤلفه) آن $4/64$ و تفاوت میانگین وضعیت موجود و مطلوب $1/61$ - ، میانگین نمرات اعضای هیئت علمی در خصوص وضعیت موجود فرهنگ قداست کسب و کار دانش بنیان $3/01$ و در وضعیت مطلوب آن $4/56$ و تفاوت میانگین وضعیت موجود و مطلوب $1/55$ - ، میانگین نمرات اعضای هیئت علمی در خصوص وضعیت موجود فرهنگ مسئولیت پذیری در دانشگاه ها $3/15$ و در وضعیت مطلوب آن $4/64$ و تفاوت میانگین وضعیت موجود و مطلوب $1/41$ - ، میانگین نمرات اعضای هیئت علمی در خصوص وضعیت موجود فرهنگ مشتری محوری در دانشگاه ها $3/13$ و در وضعیت مطلوب آن $4/56$ و تفاوت میانگین وضعیت موجود و مطلوب $1/43$ - ، میانگین نمرات اعضای هیئت علمی در خصوص وضعیت موجود فرهنگ شراکت و تعامل $2/87$ و در وضعیت مطلوب آن $4/52$ و تفاوت میانگین

جدول ۲: مقایسه نمرات اعضای هیئت علمی در خصوص وضعیت موجود و وضعیت مطلوب مؤلفه های فرهنگ سازمانی

مؤلفه	وضعیت	میانگین	انحراف معیار	تفاوت میانگین	درجه آزادی	t	p																																																		
فرهنگ تفکر و نواندیشی	موجود	۳/۰۳	۱/۰۰۶	-۱/۶۱	۱۵۱	-۱۳/۲۴	۰/۰۰۰																																																		
	مطلوب	۴/۶۴	۱/۲۴					فرهنگ قداست کسب و کار دانش بنیان	موجود	۳/۰۱	۱/۰۴۷	-۱/۵۵	۱۵۱	-۱۲/۲۷	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۸	فرهنگ مسئولیت پذیری	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۴۱	۱۵۱	-۱۱/۵۰	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۵	فرهنگ مشتری محوری	موجود	۳/۱۳	۰/۹۳	-۱/۴۳	۱۵۱	-۱۱/۱۵	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۵	فرهنگ شراکت و تعامل	موجود	۲/۸۷	۱/۰۶	-۱/۶۵	۱۵۱	-۱۳/۱۲	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۲	۱/۴۱	ساختار و روحیه کار تیمی	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۳۵	۱۵۱
فرهنگ قداست کسب و کار دانش بنیان	موجود	۳/۰۱	۱/۰۴۷	-۱/۵۵	۱۵۱	-۱۲/۲۷	۰/۰۰۰																																																		
	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۸					فرهنگ مسئولیت پذیری	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۴۱	۱۵۱	-۱۱/۵۰	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۵	فرهنگ مشتری محوری	موجود	۳/۱۳	۰/۹۳	-۱/۴۳	۱۵۱	-۱۱/۱۵	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۵	فرهنگ شراکت و تعامل	موجود	۲/۸۷	۱/۰۶	-۱/۶۵	۱۵۱	-۱۳/۱۲	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۲	۱/۴۱	ساختار و روحیه کار تیمی	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۳۵	۱۵۱	-۱۰/۶۷	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۰	۱/۴۱						
فرهنگ مسئولیت پذیری	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۴۱	۱۵۱	-۱۱/۵۰	۰/۰۰۰																																																		
	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۵					فرهنگ مشتری محوری	موجود	۳/۱۳	۰/۹۳	-۱/۴۳	۱۵۱	-۱۱/۱۵	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۵	فرهنگ شراکت و تعامل	موجود	۲/۸۷	۱/۰۶	-۱/۶۵	۱۵۱	-۱۳/۱۲	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۲	۱/۴۱	ساختار و روحیه کار تیمی	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۳۵	۱۵۱	-۱۰/۶۷	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۰	۱/۴۱																	
فرهنگ مشتری محوری	موجود	۳/۱۳	۰/۹۳	-۱/۴۳	۱۵۱	-۱۱/۱۵	۰/۰۰۰																																																		
	مطلوب	۴/۵۶	۱/۳۵					فرهنگ شراکت و تعامل	موجود	۲/۸۷	۱/۰۶	-۱/۶۵	۱۵۱	-۱۳/۱۲	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۲	۱/۴۱	ساختار و روحیه کار تیمی	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۳۵	۱۵۱	-۱۰/۶۷	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۰	۱/۴۱																												
فرهنگ شراکت و تعامل	موجود	۲/۸۷	۱/۰۶	-۱/۶۵	۱۵۱	-۱۳/۱۲	۰/۰۰۰																																																		
	مطلوب	۴/۵۲	۱/۴۱					ساختار و روحیه کار تیمی	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۳۵	۱۵۱	-۱۰/۶۷	۰/۰۰۰	مطلوب	۴/۵۰	۱/۴۱																																							
ساختار و روحیه کار تیمی	موجود	۳/۱۵	۰/۸۶	-۱/۳۵	۱۵۱	-۱۰/۶۷	۰/۰۰۰																																																		
	مطلوب	۴/۵۰	۱/۴۱																																																						

بحث و نتیجه گیری

نتایج تجزیه و تحلیل داده های کیفی (مصاحبه ها) نشان داد که مؤلفه های فرهنگ سازمانی مطلوب در دانشگاه ها عبارتند از: فرهنگ قداست کار و کسب دانش بنیان، فرهنگ تفکر و نواندیشی، فرهنگ مشتری محوری، ساختار و روحیه کار تیمی، فرهنگ مسئولیت پذیری، فرهنگ تعامل و شراکت. همچنین، نتایج تجزیه و تحلیل نظرات اعضای هیئت علمی نشان داد که میزان نیاز به همه مؤلفه های فرهنگ سازمانی مطلوب (فرهنگ قداست کار و کسب دانش بنیان، فرهنگ تفکر و نواندیشی، فرهنگ مشتری محوری، ساختار و روحیه کار تیمی، فرهنگ مسئولیت پذیری، فرهنگ تعامل و شراکت) در دانشگاه ها بیشتر از حد متوسط است. نتایج تحقیقات جاکوبز و همکاران (۲۰۱۳)، تانگ، تاک و وانگ (۲۰۱۵)، مسنر (۲۰۱۳)، لستر (۲۰۱۳)، رضایت آپرتی و چتری (۲۰۱۴)، عشقی و همکاران (۲۰۱۴)، رحیم (۲۰۱۲) نیز مؤید این نتیجه است. این محققان در

تحقیقات خود به این امر اذعان کرده اند که فرهنگ در دانشگاه های علوم پزشکی بایستی به سمتی سوق پیدا کند که تغییر را به عنوان یک فرصت محسوب کند، به نظرات گوناگون احترام بگذارد، خطرپذیری را تشویق می کند، به کار تیمی اهمیت دهد، نظام جبران خدمت و انگیزش مبتنی بر حل مسائل جامعه را تشویق کند، پژوهش محوری را مهم بشمارد، تولید علم را مقدس بداند، به نیروی انسانی به عنوان سرمایه نگاه کند نه هزینه. همچنین بایستی دانشگاه های علوم پزشکی طوری عمل کنند که فرهنگ شراکت مهارت گرایی، توانمندسازی منابع انسانی، تعهد به تغییر، چند صدایی، اعتماد، نوآوری، ابتکار، هماهنگی و صداقت در آنان نهادینه شود. یافته های دیگر تحقیق نشان داد میانگین تطابق فرهنگ سازمانی دانشگاه های علوم پزشکی با این مؤلفه ها در حد متوسط می باشد و میانگین تمام مؤلفه ها فرهنگ سازمانی در وضعیت مطلوب بیشتر از میانگین آنان در وضعیت موجود می باشد. این نتیجه با نتایج تحقیق شهزادی و همکاران (۲۰۱۷)، آپرتی و چتری

competing values framework (3rd ed), San Francisco, Jossey-Bass.

Eshghi, A, Roy SK, Ganguli, S 2008, Service quality and customer satisfaction: An empirical investigation in Indian mobile telecommunications services, *Marketing Management Journal*, Vol. 18, NO. 2, Pp. 119-144.

Gray, DH 2007, Standards of corporate responsibility are changing, *Financial Analysts Journal*, Vol. 27, No. 5, Pp. 28-35.

Hanif, M, Hafeez S, Riaz, A 2010, Factors affecting customer satisfaction, *International Research Journal of Finance and Economics*, Vol.60, Pp. 44-52.

Jacobs, R, Mannion, R, Davies, H, Harrison, S, Konteh, F, Walshe, K 2013, The relationship between organizational culture and performance in acute hospitals, *Social Science & Medicine*, Vol. 76, Pp. 115-125.

Lester, J 2013, Work-life balance and cultural change: A narrative of eligibility, *The Review of Higher Education*, Vol. 36, NO. 4, Pp. 463-488.

Liu, H, Ke, W, Wei, KK, Gu, J, Chen, H 2010. The Role of

(۲۰۱۴)، شاه (۲۰۱۳)، عشقی و همکاران (۲۰۱۴)، رحیم (۲۰۱۲) سوتیروفسکی (۲۰۱۴) در یک راستا است. این محققان نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که در فرهنگ سازمانی در نهادهای مختلف تا رسیدن به وضعیت مطلوب خود فاصله زیادی دارند. می توان نتیجه گرفت که که میزان نیاز دانشگاه ها به مؤلفه های فرهنگ سازمانی مطلوب از نظر هیأت علمی دانشگاه ها بیشتر از حد متوسط است و فرهنگ سازمانی حاکم بر دانشگاه ها با فرهنگ سازمانی مطلوب تفاوت زیادی دارد که می تواند باعث اختلال در مدیریت دانشگاه ها شود. بنابراین مدیران دانشگاه ها باید توجه به این مؤلفه ها را در اولویت قرار دهند و نسبت به اصلاح نقاط ضعف فرهنگ سازمانی اقدام نمایند. بنابراین پیشنهاد می شود مدیران دانشگاه ها تولید دانش نو و ایده های نو مورد نیاز جامعه را تشویق کنند، مشتری محوری را تشویق و ترجیحات جامعه و دانشجویان را در نظر بگیرند، کار تیمی و مسئولیت پذیری، وظیفه شناسی و قانون مداری و تفویض اختیار به گروه ها را ارج نهند و تعامل و شراکت با دیگر سازمان ها را ترویج نمایند.

Reference

Bartell, M 2003, Internationalization of universities: A university culturebased framework, *Higher Education*, Vol. 45, NO.1, PP. 43-70.

Büschgens, T, Bausch A, Balkin, D 2013, Organizational culture and innovation: A meta-analytic review, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 30, No. 4, Pp. 763-781.

Cameron, KS, Quinn, RE 2011, *Diagnosing and changing organizational culture: based on the*

Education Sector of Pakistan, *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, Vol. 10, No. 1, pp. 237-258.

Sotirofski, K 2014, Organizational Culture Impact on Psychological Empowerment of Academic Staff, *European Journal of Sustainable Development*, Vol. 3, No. 2, Pp. 119-132.

Tierney, WG 2008. *The impact of culture on organizational decision making: Theory and practice in higher education*, Sterling, VA, Stylus.

Tong, C, Tak, W, Wong, A 2015, The impact of knowledge sharing on the relationship between organizational culture and job satisfaction: The perception of information communication and technology practitioners in Hong Kong, *International Journal of Human Resource Studies*, Vol. 5, No.1, Pp. 19-47.

Uprety, R, Chhetri, SB 2014, College culture and student satisfaction, *Journal of Education and Research*, Vol. 4, No. 1, Pp. 77-92.

Wiewiora, A, Trigunarsyah, B, Murphy, G, Coffey, V 2013, Organizational culture and willingness to share knowledge: A

Institutional Pressures and Organizational Culture in the Firm's Intention to Adopt Internet-Enabled Supply Chain Management Systems, *Journal of Operations Management*, Vol 28, No. 5, Pp. 372-384.

Messner, W 2013, Effect of organizational culture on employee commitment in the Indian IT services sourcing industry, *Journal of Indian Business Research*, Vol. 5, No. 2, Pp. 76-100.

Rahim, DM 2012, Service quality, student satisfaction and branding for business schools, *Journal of Management & Research*, Vol. 6, No. 4/4.

Sakhrekar, S, Deshmukh, R2014, Impact of Organizational Culture on Employees: Concise Study of Literature, *International Journal of Organizational Behaviour & Management Perspectives*, Vol. 3, No, 4, Pp. 1294.

Shah, FT 2013, Service quality and service satisfaction, *Journal of Quality and Technology Management*, Vol. 9, No. 2, Pp. 73-89.

Shahzadi s, Kamran M, Abeer I, Rashid A 2017, Service Quality and Student Satisfaction: The Moderating Role of University Culture, Reputation and Price in

competing values perspective in Australian context, *International Journal of Project Management*, Vol. 31. No. 8, Pp. 1163–1174.

Identifying the components of an optimal organizational culture in medical universities

Amin Bagheri Kerachi: Faculty member, Education group, Farhangian University, Tehran, Iran.

Alireza Ghasemizad: Faculty member, Educational administration group, Kazerun branch, Islamic azad university, Kazerun, Iran.

Abstract: The aim of the current research was to Identification of an optimal Organizational Culture Components in Medical Sciences Universities. The methods of this study was mixed method research. At first, a qualitative content analysis method was used to identify the components of an optimal organizational culture and based on that, a quantitative study was carried out. The statistical population in the quantitative part were all faculty members of Fars University of medical sciences, the sample consist of 152 faculty members who were selected through stratified sampling. In the qualitative part, 25 members were selected using purposive sampling. Researcher made questionnaire was used to collect the data quantitative. The reliability of the questionnaire was estimated through Cronbach's alpha coefficient .83, its content validity was also confirmed by expert comments. Findings of research showed that thinking and innovation, customer orientation, structure and teamwork spirit, accountability, knowledge-based acquisition, interaction and partnership are the components of optimal organizational culture in universities, the average of respondents' opinion about using these six components in medical universities is moderate. Universities of medical science have to adapt their organizational culture to these components.

Keywords: Organizational Culture ,university, medical education.

***Corresponding author:** Assistant professor, Education group, Farhangian university, Tehran, Iran.

Email: bagherikerachi@gmail.com