



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



دانشگاه علم و فرهنگ

دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت

پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد مدیریت MBA
(گرایش استراتژی)

عنوان پایان نامه

**بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی
شرکت های هواپیمایی – مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی
ماهان ایستگاه تهران**

نگارش

آزاده سادات حسینی

استاد راهنما

دکتر حسن شیبانی

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و نوآوری‌های ناشی از تحقیق
موضوع این پایان‌نامه / رساله متعلق به دانشگاه علم و فرهنگ است.

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



دانشگاه علم و فرهنگ

دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت

پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد مدیریت MBA
(گرایش استراتژی)

عنوان پایان نامه

**بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی
شرکت های هواپیمایی – مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی
ماهان ایستگاه تهران**

نگارش

آزاده سادات حسینی

استاد راهنما

دکتر حسن شیبانی

تقدیم ہے:

خانوادہ و دوستانِ خوبم کہ ہمیشہ

پشتیان و حامی

من بودند.

تقدیر و شکر از:

اساتیدی که در دوره تحصیل از دانش آن بهره بردم به ویژه جناب آقای دکتر شیبانی، مدیرت شرکت هواپیمایی ماهان

و خانواده ام که صبورانه حامی من بودند.

چکیده

در این تحقیق به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی شرکت‌های هواپیمایی پرداخته شده است. به منظور بررسی ساختار از ابعاد ساختاری رسمیت، تمرکز و پیچیدگی و فرهنگ سازمانی از تقسیم‌بندی هافستد (مردخویی، فردگرایی، فاصله قدرت و اجتناب از عدم اطمینان) استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق، شرکت هواپیمایی ماهان ایستگاه تهران می‌باشد. برای نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شد. به منظور رد یا پذیرش فرضیه‌ها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. با توجه به تحلیل‌های آماری تأثیر فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی در شرکت‌های هواپیمایی پذیرفته شده است. همچنین با توجه به نتیجه آزمون فریدمن به ترتیب اجتناب از عدم اطمینان، مردخویی، فردگرایی و فاصله قدرت بیشترین تأثیر را بر روی ساختار سازمانی در شرکت‌های هواپیمایی دارند. با توجه به نتایج پیشنهاد می‌شود در شرکت‌های هواپیمایی با توجه به فرهنگ سازمانی و با استفاده از اصول مدیریت تحول سازمانی ساختار سازمانی متناسب با فرهنگ سازمانی پیاده شود تا با استفاده از ساختار سازمانی جدید بهره‌وری سازمان افزایش یابد

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، مردخویی، فردگرایی، فاصله قدرت، اجتناب از

عدم اطمینان، شرکت‌های هواپیمایی

فهرست مطالب

| صفحه | عنوان |
|------|---|
| ۱ | فصل ۱- کلیات تحقیق |
| ۲ | ۱-۱- مقدمه |
| ۳ | ۲-۱- عنوان تحقیق |
| ۳ | ۳-۱- بیان مسئله |
| ۶ | ۴-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق |
| ۷ | ۵-۱- دسته‌بندی متغیرها |
| ۷ | ۶-۱- فرضیات تحقیق |
| ۸ | ۱-۶-۱- فرضیه اصلی |
| ۸ | ۲-۶-۱- فرضیه‌های فرعی |
| ۹ | ۷-۱- اهداف تحقیق |
| ۹ | ۸-۱- قلمرو تحقیق |
| ۹ | ۱-۸-۱- قلمرو موضوعی تحقیق |
| ۹ | ۲-۸-۱- قلمرو مکانی تحقیق |
| ۹ | ۳-۸-۱- قلمرو زمانی تحقیق |
| ۱۰ | ۹-۱- جامعه و نمونه آماری |
| ۱۰ | ۱-۹-۱- جامعه آماری |
| ۱۰ | ۲-۹-۱- نمونه آماری |
| ۱۰ | ۱۰-۱- روش‌ها و ابزار گردآوری اطلاعات |
| ۱۰ | ۱-۱۰-۱- روش‌های گردآوری اطلاعات |
| ۱۰ | ۲-۱۰-۱- ابزارهای گردآوری اطلاعات |
| ۱۱ | ۱۱-۱- روش تحقیق |
| ۱۱ | ۱۲-۱- شیوه تجزیه و تحلیل اطلاعات |
| ۱۱ | ۱۳-۱- محدودیت‌های انجام تحقیق |
| ۱۱ | ۱۴-۱- تعریف نظری و عملیاتی واژگان تحقیق |
| ۱۴ | فصل ۲- ادبیات نظری تحقیق |
| ۱۵ | ۱-۲- ساختار سازمانی |
| ۱۶ | ۱-۱-۲- مقدمه |
| ۱۶ | ۲-۱-۲- تعریف ساختار سازمانی |
| ۱۷ | ۳-۱-۲- ابعاد ساختار سازمانی |
| ۱۸ | ۱-۳-۱-۲- ابعاد ساختاری |
| ۲۲ | ۲-۳-۱-۲- ابعاد محتوایی |
| ۲۴ | ۲-۲- فرهنگ سازمانی |
| ۲۵ | ۱-۲-۲- مقدمه |

| | | | |
|----|-------|--|----------|
| ۲۶ | | تعریف فرهنگ | ۲-۲-۲ |
| ۲۷ | | ریشه‌شناسی فرهنگ و سیر تاریخی آن | ۳-۲-۲ |
| ۲۹ | | ویژگی‌های فرهنگ | ۴-۲-۲ |
| ۳۱ | | مفهوم فرهنگ سازمان | ۵-۲-۲ |
| ۳۲ | | تعریف فرهنگ سازمانی | ۶-۲-۲ |
| ۳۵ | | ویژگی‌های فرهنگ سازمانی | ۷-۲-۲ |
| ۳۷ | | اجزاء و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی | ۷-۲-۲ |
| ۴۳ | | چگونگی شکل‌گیری و تداوم فرهنگ سازمانی | ۸-۲-۲ |
| ۴۴ | | نقش فرهنگ | ۹-۲-۲ |
| ۴۶ | | انواع فرهنگ سازمانی | ۱۰-۲-۲ |
| ۴۶ | | فرهنگ غالب و پاره‌فرهنگ‌ها | ۱-۱۰-۲-۲ |
| ۴۶ | | فرهنگ قوی و فرهنگ ضعیف | ۲-۱۰-۲-۲ |
| ۴۸ | | عوامل مؤثر بر فرهنگ سازمان | ۱۱-۲-۲ |
| ۴۹ | | گونه‌شناسی فرهنگ سازمانی از دیدگاه نظریه پردازان | ۱۲-۲-۲ |
| ۴۹ | | الگوی رایبیز | ۱-۱۲-۲-۲ |
| ۵۰ | | الگوی شاین | ۲-۱۲-۲-۲ |
| ۵۱ | | الگوی کوئین | ۳-۱۲-۲-۲ |
| ۵۶ | | الگوی اوچی | ۴-۱۲-۲-۲ |
| ۵۷ | | الگوی هافستد | ۵-۱۲-۲-۲ |
| ۶۲ | | تأثیر ساختار از فرهنگ | ۳-۲ |
| ۶۳ | | پیشینه تحقیق فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی | ۴-۲ |
| ۶۴ | | جمع بندی و استخراج مدل مفهومی تحقیق | ۵-۲ |
| ۶۷ | | فصل ۳- قلمرو تحقیق | |
| ۶۸ | | روش تحقیق | ۱-۳ |
| ۶۸ | | متغیرهای تحقیق | ۲-۳ |
| ۶۸ | | روش‌ها و ابزار گردآوری اطلاعات | ۳-۳ |
| ۶۹ | | روایی پرسشنامه | ۱-۳-۳ |
| ۷۰ | | پایایی پرسشنامه | ۲-۳-۳ |
| ۷۲ | | جامعه و نمونه آماری | ۴-۳ |
| ۷۲ | | جامعه آماری | ۱-۴-۳ |
| ۷۲ | | نمونه آماری | ۲-۴-۳ |
| ۷۳ | | روش نمونه‌گیری | ۳-۴-۳ |
| ۷۳ | | روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها | ۵-۳ |
| ۷۵ | | فصل ۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها | |
| ۷۶ | | مقدمه | ۱-۴ |
| ۷۶ | | توزیع فراوانی پاسخگویان | ۲-۴ |
| ۷۶ | | توزیع پاسخگویان بر حسب جنسیت | ۱-۲-۴ |

| | |
|-----|--|
| ۷۷ | ۲-۲-۴ توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل |
| ۷۸ | ۳-۲-۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات |
| ۷۹ | ۴-۲-۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن |
| ۸۰ | ۵-۲-۴ توزیع فراوانی پاسخگویان براساس سابقه خدمت |
| ۸۱ | ۶-۲-۴ توزیع پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت در سازمان دیگر |
| ۸۲ | ۳-۴ آزمون فرضیه‌های تحقیق |
| ۸۲ | ۱-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی اول |
| ۸۳ | ۲-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی دوم |
| ۸۴ | ۳-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی سوم |
| ۸۴ | ۴-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی چهارم |
| ۸۵ | ۵-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی پنجم |
| ۸۶ | ۶-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی ششم |
| ۸۶ | ۷-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی هفتم |
| ۸۷ | ۸-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی هشتم |
| ۸۸ | ۹-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی نهم |
| ۸۹ | ۱۰-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی دهم |
| ۸۹ | ۱۱-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی یازدهم |
| ۹۰ | ۱۲-۱-۳-۴ آزمون فرضیه فرعی دوازدهم |
| ۹۰ | ۱۳-۱-۳-۴ آزمون فرضیه اصلی |
| ۹۲ | ۲-۳-۴ آزمون فریدمن |
| ۹۳ | ۳-۳-۴ رگرسیون خطی چندگانه |
| ۹۳ | ۱-۳-۳-۴ رگرسیون خطی چندگانه رسمیت |
| ۹۴ | ۲-۳-۳-۴ رگرسیون خطی چندگانه پیچیدگی |
| ۹۵ | ۳-۳-۳-۴ رگرسیون خطی چندگانه تمرکز |
| ۹۷ | ۴-۴ خلاصه فصل |
| ۹۹ | فصل ۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها |
| ۱۰۰ | ۱-۵ مقدمه |
| ۱۰۰ | ۲-۵ بحث و نتیجه‌گیری |
| ۱۰۳ | ۳-۵ پیشنهادهای کاربردی |
| ۱۰۶ | ۴-۵ پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده |
| ۱۰۷ | ۵-۵ خلاصه فصل |
| ۱۰۸ | فهرست منابع |
| ۱۱۵ | پیوست‌ها |
| ۱۱۶ | پیوست الف- پرسشنامه |
| ۱۱۹ | پیوست ب- خروجی‌های نرم افزار SPSS |

فصل اول :

کلیات تحقیق

اگر قرن حاضر را جامعه سازمانی قلمداد کنیم، ادعایی نابجا نکرده‌ایم. بنگاه‌های تولید و توزیع کالا، مؤسسه‌های تأمین خدمات، مؤسسه‌های پاسدار فرهنگ ملی، ارتباطات، مراکز تأمین سرگرمی و گذراندن اوقات فراغت همگی از ره‌آوردهای جهان پیچیده امروز ما هستند. به قول پارسونز^۱ جامعه‌شناس معروف امریکایی، در جامعه چندین وجهی و پیچیده امروز، ایجاد سازمان‌ها راه اصلی تحقق‌پذیر ساختن خواسته‌ها و نیل به هدف‌هایی است که آدم‌ها به تنهایی نمی‌توانند به آنها برسند. در واقع به وجود آمدن سازمان‌هایی که فهرست اجمالی آنها عرضه شد، شاهدهی بر اثبات ادعای پارسونز است (ورزشکار و رضازاده، ۱۳۹۰).

مدیریت عبارتست از علم و هنر یافتن و به‌کار گماردن شایسته‌ترین افراد، تلفیق مساعی فکری و جسمی آنان و هماهنگ کردن این مساعی در جهت هدف یا هدف‌های مورد نظر سازمان. هر سازمان یک جزء بسیار مهم دارد: ساختار (ترکمن‌نژاد، ۲۰۱۳).

ساختار سازمانی، راه یا شیوه‌ای است که به وسیله آن، فعالیت‌های سازمان تقسیم، سازمان‌دهی و هماهنگ می‌شوند. سازمان‌ها ساختارهایی را به وجود می‌آورند؛ تا فعالیت‌های عوامل انجام کار را هماهنگ کرده و اعمال اعضاء را کنترل نمایند (نفری و امیدفر، ۱۳۸۹).

هر چقدر تناسب فرهنگ سازمانی با ساختار سازمان بیشتر باشد موفقیت سازمان در عرصه رقابت محیط کسب و کار بیشتر می‌شود. بدین طریق با انطباق فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی بهره‌وری سازمان افزایش می‌یابد (حریری و جعفری، ۱۳۹۰).

مدیریت شرکت هواپیمایی ماهان با توجه به شناسایی اهمیت فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی، به ویژه در شرکت‌های هواپیمایی با توجه به حجم و اهمیت عملیات، به دنبال شناسایی

^۱ Parsons

فرهنگ سازمانی کارکنان خود و بررسی تأثیر هر یک از مؤلفه‌های آن بر روی ساختار سازمانی این شرکت می‌باشد.

بدین منظور این پژوهش، تأثیر مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی را بر روی پیچیدگی، تمرکز و رسمیت ساختار سازمانی شرکت هواپیمایی ماهان ایستگاه تهران، این شرکت را مورد مطالعه قرار داده است تا با شناسایی تأثیر عوامل مختلف فرهنگ سازمانی کارکنان بر روی ساختار سازمانی آن، ساختاری جدید و منطبق بر فرهنگ سازمانی شرکت پیشنهاد کند و با استفاده از مزایای این ساختار جدید در عرصه رقابت شدید این صنعت، بهره‌وری کارکنان شرکت افزایش یابد.

۲-۱- عنوان تحقیق

عنوان تحقیق عبارت است از: «بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی شرکت‌های هواپیمایی - مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی ماهان ایستگاه تهران».

۳-۱- بیان مسئله

سازمان‌ها برای انجام امور بوجود آمده‌اند. این امور یا فعالیت‌ها، همان اهداف سازمانند، که دستیابی به آن‌ها توسط یک فرد به تنهایی، امکان‌پذیر نیست، یا اگر هم به وسیله یک فرد قابل حصول باشد، حصول آن از طریق سازمان، اثر بخش‌تر است. سازمان چیزی جز روابط متقابل بین افراد نیست و ساختار سازمانی این روابط متقابل را که شامل تعیین نقش‌ها، روابط بین افراد، فعالیت‌ها، سلسله مراتب هدف‌ها و سایر ویژگی‌های سازمان است، منعکس می‌نماید. ساختار سازمانی، راه یا شیوه‌ای است که به وسیله آن، فعالیت‌های سازمان، تقسیم، سازمان‌دهی و هماهنگ می‌شوند. سازمان‌ها ساختارهایی را به وجود می‌آورند؛ تا فعالیت‌های عوامل انجام کار را هماهنگ کرده و اعمال اعضا را کنترل نمایند. ساختار سازمانی در نمودار سازمانی نمایان می‌شود. نمودار سازمانی نیز یک نماد قابل رویت از کل فعالیت‌ها و فرایندهای سازمان است (نفری و امیدفر، ۱۳۸۹).

ساختار سازمانی چارچوب روابط حاکم بر مشاغل، سیستم‌ها، فرایندهای عملیاتی، افراد و گروه‌هایی است که برای نیل به هدف تلاش می‌کنند. ساختار سازمانی مجموعه راه‌هایی است که کار را به وظایف مشخص تقسیم می‌کند و هماهنگی میان آن‌ها را فراهم می‌کند. ساختار صرفاً یک ساز و کار هماهنگی نیست بلکه همه فرایندهای سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ساختار سازمانی به الگوهای روابط درونی سازمان، اختیار و ارتباطات دلالت دارد و روابط گزارش‌دهی، کانال‌های ارتباط رسمی، تعیین مسئولیت و تفویض اختیار تصمیم‌گیری را روشن می‌سازد. کمک به جریان اطلاعات نیز از تسهیلاتی است که ساختار برای سازمان فراهم می‌کند (ذبیحی، ابراهیمی‌پور، و عارفی‌نیا، ۱۳۹۲).

ساختار به عنوان یکی از اجزاء سازمان، با متغیرهایی از جمله اجزای اداری، استقلال، تمرکز، پیچیدگی، تفویض اختیار، تفکیک، رسمیت، انسجام، حرفه‌ای شدن، حیطه نظارت، تخصص‌گرایی، استانداردسازی و سطوح سلسله مراتب عمودی شناخته می‌شود. این عوامل در سه بعد پیچیدگی (تعداد کارها یا سیستم‌های فرعی است که در درون یک سازمان وجود دارد که شامل تفکیک افقی، تفکیک عمودی و تفکیک جغرافیایی می‌شود)، رسمیت (میزان یا حد استاندارد مشاغل سازمانی اشاره می‌کند) و تمرکز (سلسله مراتب اختیارات، به آن سطح از اختیارات گفته می‌شود، که قدرت تصمیم‌گیری دارد) به عنوان ابعاد اصلی ساختار سازمان قرار می‌گیرند (جمشیدی، ۱۳۸۶). ابعاد ساختاری تعیین کننده نوع طرح ساختاری ارگانیکی و مکانیکی است. سطوح بالای پیچیدگی، رسمیت و تمرکز ویژگی طرح‌های مکانیکی سازمان هستند. در سازمان‌های مکانیکی، نیروی کار به زیر مجموعه‌های بسیار تخصصی تقسیم می‌شود (پیچیدگی بالا)؛ کارگران در انجام کار دارای آزادی عمل محدود بوده و قوانین و رویه‌ها به دقت تعریف می‌شوند (رسمیت بالا)؛ و افراد سطوح پایین مشارکت محدودی در تصمیم‌گیری‌های سازمان دارند (تمرکز بالا). از نظر ابعاد ساختاری، شکل ارگانیک ساختار سازمانی در نقطه مقابل ساختار مکانیکی قرار دارد؛ یک ساختار ارگانیکی دارای سطوح پایینی از پیچیدگی، رسمیت و تمرکز است (جمشیدی، ۱۳۸۵).

ساختار سازمانی باید توان تسریع و تسهیل تصمیم‌گیری، واکنش مناسب نسبت به محیط و حل تعارض بین واحدها را داشته باشد. ارتباط بین ارکان اصلی سازمان و هماهنگی بین فعالیت‌های آن و بیان ارتباطات درون سازمانی از نظر گزارش‌دهی و گزارش‌گیری از وظایف ساختار سازمانی است (سرشت، رادمرد، و گلوانی، ۱۳۹۰). در شرکت‌های هواپیمایی با توجه به حجم و اهمیت عملیات، ساختار سازمانی از اهمیت بالایی برخوردار است. با توجه به این مطالب، در این تحقیق ساختار سازمانی که چارچوب روابط حاکم بر مشاغل، سیستم‌ها و فرایندهای عملیاتی و افراد و گروه‌هایی سازمان را برای نیل به اهداف مشخص می‌کند، به عنوان متغیر وابسته تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

عامل فرهنگ در شکل‌گیری ساختار سازمان نسبت به سایر عوامل تأثیر بیشتری دارد. فرهنگ می‌تواند بر راه‌هایی که سازمان، ساختار استراتژی آینده خود را تدوین می‌نماید نیز تا حد زیادی تأثیرگذار باشد. فرهنگ سازمانی بیشتر در باورهای مشترک و هنجارهای رفتاری درونی سازمانی نهفته است. فرهنگ سازمان با ساختار سازمان رابطه داشته و وابسته است (سرشت، رادمرد، و گلوانی، ۱۳۹۰).

مقصود از فرهنگ سازمانی، سیستمی از استنباط مشترک است که اعضاء نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر می‌شود. شرمهورن^۱ معتقد است که فرهنگ سازمانی سیستمی از عقاید و ارزش‌های مشترک است که رفتار و اعضای سازمان را راهنمایی و هدایت می‌کند (زارع احمدآبادی و شاکری، ۱۳۹۰).

مدیریت سازمان‌ها باید با تکیه بر فرهنگ متناسب با ساختار سازمان امکان اتخاذ تصمیمات معقول‌تر در موضوعات مهم را پیدا کنند. از این رو ارتباط فرهنگ سازمانی با ساختار سازمانی در موفقیت سازمان مقوله‌ای محسوب می‌شود که سازمان‌ها به دنبال آن باشند تا نحوه استفاده از دو

¹ Schermerhorn

عامل فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی را به عنوان یکی از عوامل موفقیت درون سازمان روشن نمایند. تنها با بررسی، تغییر و ایجاد یک فرهنگ سازمانی مناسب و انعطاف‌پذیر است که می‌توان به تدریج الگوی تعامل بین افراد را در سازمان تغییر داد و از ارتباط فرهنگ و ساختار مناسب در سازمان به عنوان یک مزیت رقابتی بهره گرفت. شرکت‌های هواپیمایی ایران دارای ساختارهای سازمانی متفاوتی هستند. این سوال مطرح است که عامل فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از عوامل موفقیت درون سازمان چه تأثیری بر ساختار سازمانی دارد (نصیری پور، رئیسی، و هدایتی، ۱۳۸۸). با توجه به ضرورت بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی در شرکت هواپیمایی ماهان توسط مدیریت ارشد این سازمان، تعریف تحقیق حاضر صورت پذیرفت.

در این پژوهش، محقق قصد دارد به بررسی رابطه بین این دو متغیر بپردازد، تا علاوه بر شناسایی فرهنگ سازمانی شرکت هواپیمایی ماهان و تأثیر آن بر ساختار سازمانی زمینه لازم برای بررسی اصلاح ساختار سازمانی بر اساس فرهنگ سازمانی را فراهم کند.

۱-۴- اهمیت و ضرورت تحقیق

مدیریت سازمان‌ها با تکیه بر فرهنگ متناسب با ساختار سازمان امکان اتخاذ تصمیمات معقول‌تر در موضوعات مهم را پیدا می‌کنند. از این رو ارتباط فرهنگ سازمانی با ساختار سازمانی در موفقیت سازمان مقوله‌ای محسوب می‌شود که سازمان‌ها به دنبال آن باشند تا نحوه استفاده از دو عامل فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی را به عنوان یکی از عوامل موفقیت درون سازمان روشن نمایند.

تحقیقات نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی اثرات شگرفی بر رضایت شغلی، بهره‌وری و نوآوری دارد. ساختار سازمانی هم بر رضایت و عملکرد کارکنان اثرات بسیاری دارد و باید در طراحی ساختار سازمانی به تفاوت‌های فردی و ارزش‌ها و هنجارهای افراد نیز توجه شود. یعنی در حالی که ممکن

است اعضای یک سازمان خواهان انعطاف‌پذیری، نوآوری، آزادی و استقلال فردی، حمایت مدیریت و توجه به تیم باشند، یک ساختار مکانیکی نمی‌تواند مناسب آن سازمان باشد (نصیری پور، رئیسی، و هدایتی ۱۳۸۸).

در شرکت‌های هواپیمایی تفاوت‌های فردی و ارزش‌ها و هنجارهای افراد که می‌توان آن‌ها را در فرهنگ سازمانی خلاصه کرد بر روی ویژگی‌های ساختار سازمان تأثیر می‌گذارند به نحوی که فرهنگ‌های متفاوت باعث ایجاد ساختارهای گوناگون می‌شود. بدین منظور بررسی فرهنگ سازمانی شرکت هواپیمایی ماهان و تأثیر آن بر ساختار سازمانی حائز اهمیت است.

۱-۵- دسته‌بندی متغیرها

متغیرهای تحقیق حاضر عبارتند از:

متغیر مستقل: در این تحقیق متغیر مستقل، فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های آن شامل ابهام‌گریزی، فاصله قدرت، فردگرایی و مردخویی می‌باشد.

متغیر وابسته: در این تحقیق متغیر وابسته، ساختار سازمانی می‌باشد که با مؤلفه‌های پیچیدگی، رسمیت و تمرکز در نظر گرفته شده است.

۱-۶- فرضیات تحقیق

در این پژوهش، برای سنجش فرهنگ سازمانی از مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی از دیدگاه هافستد^۱ استفاده شده است که تأثیر آن‌ها بر ساختار سازمانی مورد سنجش قرار گرفته است. این تحقیق شامل یک فرضیه اصلی و ۱۲ فرضیه فرعی است، که به شرح زیر می‌باشد:

^۱ Hofstede

۱-۶-۱- فرضیه اصلی

فرضیه اصلی تحقیق عبارتست از:

- فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

۱-۶-۲- فرضیه‌های فرعی

فرضیه‌های فرعی تحقیق عبارتست از:

فرضیه فرعی اول: اجتناب از عدم اطمینان بر رسمیت در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی دوم: اجتناب از عدم اطمینان بر پیچیدگی در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی سوم: اجتناب از عدم اطمینان بر تمرکز در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی چهارم: فاصله قدرت بر رسمیت در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی پنجم: فاصله قدرت بر پیچیدگی در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی ششم: فاصله قدرت بر تمرکز در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی هفتم: فردگرایی بر رسمیت در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی هشتم: فردگرایی بر پیچیدگی در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی نهم: فردگرایی بر تمرکز در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی دهم: مردخویی بر رسمیت در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی یازدهم: مردخویی بر پیچیدگی در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه فرعی دوازدهم: مردخویی بر تمرکز در شرکت‌های هواپیمایی تأثیر می‌گذارد.

۷-۱- اهداف تحقیق

هدف اصلی این پژوهش عبارتست از: اصلاح ساختار سازمانی شرکت های هواپیمایی متناسب با فرهنگ سازمانی؛

و اهداف فرعی عبارتند از:

- تعیین تأثیر فرهنگ سازمانی بر ساختار سازمانی شرکت هواپیمایی ماهان ایستگاه تهران می باشد.
- افزایش رضایت کارکنان و بهره وری سازمانی

۸-۱- قلمرو تحقیق

قلمرو موضوعی، مکانی و زمانی تحقیق به شرح زیر می باشد:

۸-۱-۱- قلمرو موضوعی تحقیق

قلمرو موضوعی این تحقیق مدیریت رفتار سازمانی، تئوری های سازمان و ساختار سازمانی می باشد.

۸-۱-۲- قلمرو مکانی تحقیق

قلمرو مکانی این تحقیق شرکت هواپیمایی ماهان ایستگاه تهران می باشد.

۸-۱-۳- قلمرو زمانی تحقیق

قلمرو زمانی تحقیق سال های ۱۳۹۲-۱۳۹۳ می باشد.

۹-۱- جامعه و نمونه آماری

۱-۹-۱- جامعه آماری

جامعه آماری تحقیق کلیه کارکنان ایستگاه تهران شرکت هواپیمایی ماهان می‌باشد. شرکت هواپیمایی ماهان یکی از شرکت‌های هواپیمایی خصوصی ایرانی است که در سال ۱۳۷۱ تأسیس گردید. سهامدار عمده این شرکت، موسسه خیریه مولی‌الموحیدین است. در حال حاضر تعداد کارکنان ایستگاه تهران شرکت هواپیمایی ماهان ۴۸۰ نفر می‌باشد.

۱-۹-۲- نمونه آماری

تعداد نمونه آماری این تحقیق ۲۴۰ نفر می‌باشد، که با استفاده از فرمول کوکران به دست آمده است. به منظور نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، با هدف پوشش تمام سطوح سازمانی، استفاده شد.

۱۰-۱- روش‌ها و ابزار گردآوری اطلاعات

۱-۱۰-۱- روش‌های گردآوری اطلاعات

روش‌های گردآوری اطلاعات عبارتند از:

- کتابخانه‌ای

- میدانی

۱-۱۰-۲- ابزارهای گردآوری اطلاعات

ابزار گردآوری اطلاعات عبارتند از:

- فیش‌برداری

- پرسشنامه