

بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و معیارهای خلق ارزش در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

زهره حاجیها^۱، محدثه خراطزاده^۲

۱. استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق
۲. کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۱۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۵/۰۵)

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و معیارهای نوین ارزیابی عملکرد سازمان است. فرهنگ قوی با عملکرد سازمان رابطه معنی دار دارد و باعث خلق ارزش در سازمان می شود. زمانی که ارزش های فرهنگی از انطباق سازمانی با محیط حمایت کنند، رابطه قوی تری برقرار می شود. در این تحقیق رابطه ابعاد فرهنگ سازمانی در مدل فرهنگ سازمانی مؤثر با معیارهای نوین خلق ارزش، شامل ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار و سود باقیمانده در شرکتهای تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۸۶-۱۳۹۰ بررسی شده است. این تحقیق از نوع کاربردی است و از نظر روش گردآوری دادهها تحقیقی توصیفی است. برای گردآوری دادهها از ابزارهای پرسشنامه و اسناد و مدارک (صورت های مالی شرکتهای نمونه) است. جامعه آماری این تحقیق، شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که نمونه ای به روش تصادفی از بین این شرکتهای انتخاب شد. در مجموع، دادههای ۶۰ پرسشنامه کامل برای تجزیه و تحلیل دادهها به کار گرفته شد. نتایج نشان دهنده رابطه مثبت میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی است، همچنین، رابطه قانونگرایی و سه معیار خلق ارزش قوی تر است.

کلیدواژگان

ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، سود باقیمانده، فرهنگ سازمانی.

مقدمه

فرهنگ سازمانی باورها و انتظاراتی است که موجب ایجاد هنجارهایی در سازمان می‌شود. این هنجارها به نحوه رفتار افراد در سازمان شکل می‌دهد (Schwartz & Davis, 1981, p.33). اهمیت و همگانی شدن ارزش‌ها در فرهنگ سازمان محدود به فرآیند روان‌شناسی رشد شخصیت است (O'Reilly, 1991, p.492). فرهنگ واقعی تأثیرگذار بر همه جنبه‌های عملکرد سازمان است. امروزه کاربرد فرهنگ در سازمان‌ها رو به گسترش است، زیرا فرهنگ بر توانایی سازمان در بیان برنامه‌ها، اهداف و دستیابی به این اهداف تأثیر می‌گذارد. فرهنگ سازمانی مکمل عملکرد سازمان است. غنای این فرهنگ سبب ایجاد همدلی میان تک‌تک اعضای سازمان می‌شود و به آن‌ها کمک می‌کند تا همگی خود را در یک صف ببینند (رحیم‌نیا و علیزاده، ۱۳۸۸، ص ۱۵۲).

شاخص‌های مالی فقط برای درک عملکرد جاری و گذشته شرکت به کار گرفته نمی‌شود، بلکه ابزاری برای برنامه‌ریزی و کنترل فعالیت‌های شرکت است. برای مثال، سودآوری دارایی‌ها و حاشیه سود خالص به عنوان شاخص‌های ارزیابی عملکرد مالی به کار گرفته می‌شود. البته این مبنای نهایی کافی نیست و نمی‌توان صرفاً براساس آن‌ها تصمیم‌گیری کرد. یکی از ابزارهای مهم تحلیل در شرکت‌ها، صورت‌های مالی است که براساس آن شاخص‌های عملکرد مالی استخراج می‌شود. سه نوع مختلف از تحلیل صورت‌های مالی وجود دارد که به دیدگاه تحلیلگر بستگی دارد و عبارت است از تحلیل اعتباری، که اغلب بانک‌ها، مؤسسات مالی و اعتباردهندگان برای تعیین وضعیت اعتباری شرکت‌ها و تصمیم‌گیری درباره اعطای وام انجام می‌دهند؛ تحلیل سرمایه‌گذاری، که سهامداران و سرمایه‌گذاران انجام می‌دهند. این گروه تحلیلگران اغلب به دنبال قدرت نقدینگی، تسویه شرکت و قدرت درآمدزایی آن هستند و به آن‌ها توجه بیشتری می‌کنند، و نوع سوم، تحلیل مدیران، که به وسیله آن مدیران و اداره‌کنندگان شرکت از تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی برای تصمیم‌گیری در حوزه‌های مختلف سازمان بهره می‌گیرند. بنابراین، آنچه که این سه نوع تحلیل را

از یکدیگر متمایز می‌کند، هدف تحلیلگر است. همان‌طور که هامیلتون^۱ می‌گوید مفهوم فرهنگ سازمانی به عنوان عامل مؤثر در عملکرد سازمان در نظر گرفته شده است. فرهنگ مناسب کاری، که به درستی بین مدیریت و کارکنان گسترش یافته است، به تحکیم تعهد سازمانی، ارتقای اخلاقیات، عملکرد کارتر و عموماً بهره‌وری بالاتر منجر می‌شود (شریف‌زاده و کاظمی، ۱۳۷۷، ص ۱۳۱). بنابراین، انتظار است فرهنگ قوی در سازمان موجب خلق ارزش و ثروت برای همه گروه‌های ذینفع شود.

فرهنگ سازمانی ابعاد گوناگونی دارد که تبیین همه آن‌ها در یک تحقیق امکان‌پذیر نیست. بنابراین، در این تحقیق فرهنگ سازمانی براساس ابعاد فرهنگی در مدل موژن (۱۹۹۹) و ارتباط آن با برخی شاخص‌های مالی نوین برای اندازه‌گیری ثروت در شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شده است. ابعاد فرهنگ سازمانی مدل موژن عبارت‌اند از گرایش حمایتی^۲، گرایش نوآوری^۳، قانون‌گرایی^۴ و هدف‌گرایی^۵. شاخص‌های مالی مورد بررسی در این تحقیق نیز شامل ارزش افزوده اقتصادی^۶، ارزش افزوده بازار^۷ و سود باقیمانده^۸ است. هدف این تحقیق بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و شاخص‌های مالی نوین خلق ارزش است.

چارچوب نظری تحقیق

فرهنگ مجموعه ارزش‌ها، باورها، درک و استنباط از شیوه‌های تفکر و اندیشیدن که اعضای سازمان در آن‌ها وجوه مشترک دارند، است. قدرت فرهنگ نشان‌دهنده میزان توافقی است که میان اعضای سازمان درباره اهمیت ارزش‌های خاص وجود دارد. اگر اتفاق نظر درباره اهمیت این

1. Hamilton
2. Support Orientation
3. Innovation Orientation
4. Rules Orientation
5. Goal Orientation
6. Economic Value Added
7. Market Value Added
8. Residual Income

ارزش‌ها وجود داشته باشد، سازمان فرهنگی قوی دارد و اگر توافق چندانی وجود نداشته باشد، فرهنگ سازمان ضعیف است (Daft, 1998, pp.631-639).

در سال ۱۹۹۹ موژن براساس مدل ارزش‌های رقابتی کویین، چهار گرایش سازمانی را با رعایت معیارهای ارزشی سازمان بیان کرد. این گرایش‌ها عبارت‌اند از گرایش حمایتی، که به ارتقای ارزش‌ها و شیوه مشارکت، تعاون، کار تیمی، اطمینان و رشد فردی اشاره دارد. گرایش نوآوری، که خلاقیت، آزادی برای تغییر، پاسخگویی و تعهدات سازمانی افراد سازمان را در بر دارد. گرایش قوانین، که شیوه بوروکراسی را مشخص می‌کند، و گرایش هدف، که بر عقلانیت، پاداش و اندازه‌گیری عملکرد تأکید دارد (Sirikai, 2010, p.44) فرهنگ قوی با عملکرد کلی سازمان رابطه معنی‌دار دارد. ولی زمانی که ارزش‌های فرهنگی از انطباق سازمانی با محیط حمایت‌کننده، رابطه قوی‌تری بین آن دو برقرار می‌شود. به‌طور واضح، فرهنگ زمانی که به سازمان کمک می‌کند تا تغییر محیطی را پیش‌بینی کند و خود را با آن تطبیق دهد، تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمان دارد و زمانی که مانع انطباق سازمان با محیط شود، تأثیر منفی بر عملکرد سازمان دارد (Hatch, 2006, p.376). از این رو، انتظار می‌رود ابعاد فرهنگی سازمان با معیارهای ارزش‌آفرینی مالی در سازمان رابطه معنی‌داری داشته باشد.

به عبارت دیگر، فرهنگ سازمانی به عنوان مجموعه‌ای از مفروضات اساسی که افراد سازمان در مواجهه با مسائل، برای انطباق با محیط، دستیابی به وحدت و انسجام داخلی، آن را ایجاد و توسعه داده‌اند، بر همه پدیده‌های سازمانی از جمله رفتار کارکنان، عملکرد گروه‌ها و سازمان، میزان خلاقیت و نوآوری تأثیرگذار است. فرهنگ سازمانی بر همه تعاملات سازمانی اثرگذار است (صادقی و لطف‌الله‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۱۰۸).

پیشینه تحقیق

شهزاد و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان «تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی» فرهنگ سازمانی و تأثیر آن بر عملکرد سازمان را از طریق تجزیه و تحلیل مطالعات تجربی موجود و مدل‌های پیوند فرهنگ سازمانی بررسی و اندازه‌گیری کردند. هدف این پژوهش نشان‌دادن

مفهوم اندازه‌گیری و بررسی مفاهیم مختلف در فرهنگ و عملکرد سازمان است. پس از تجزیه و تحلیل گسترده مبانی نظری تحقیق، مشخص شد فرهنگ سازمانی تأثیر عمیقی بر فرآیندهای گوناگون سازمان، کارکنان و عملکرد سازمان دارد. همچنین، این تحقیق ابعاد مختلف فرهنگی را تشریح می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد اگر کارکنان متعهد باشند و هنجارها و ارزش‌های مشابه سازمانی داشته باشند، می‌توانند عملکرد را در جهت دستیابی به اهداف کلی سازمان، افزایش دهد. براساس نتایج این تحقیق، به مدیران و رهبران توصیه می‌شود فرهنگ قوی سازمان را به منظور بهبود عملکرد کلی کارکنان و سازمان توسعه دهند.

چت من و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان «فرهنگ سازمانی و عملکرد در شرکت‌های مدرن» نشان دادند اگر هنجارها سازگاری مناسبی با محیط داشته باشند و هنجارهای فرهنگی به‌طور گسترده میان اعضای سازمان به اشتراک گذاشته شود، فرهنگ قوی موجب افزایش عملکرد در محیط‌های پویا می‌شود. ۶۰ شرکت بزرگ و مدرن بازرگانی آمریکایی برای انجام‌دادن این تحقیق انتخاب شد. براساس یافته‌های تحقیق تعامل زیادی در شرکت‌هایی که هنجارهای مشترک فرهنگی دارد در مقایسه با شرکت‌های با مشترکات فرهنگی وجود دارد و این شرکت‌ها توانایی سازگاری بیشتری با محیط دارند.

رئیزی و همکاران (۱۳۸۹) تحقیقی با عنوان «بررسی فرهنگ سازمانی بیمارستان‌های دولتی و خصوصی و رابطه آن با عملکرد کارکنان آن‌ها» انجام دادند. این پژوهش با هدف بررسی فرهنگ سازمانی بیمارستان دولتی شهید مدرس و خصوصی لاله، و رابطه آن با عملکرد کارکنان آن‌ها به منظور تعیین تفاوت فرهنگ سازمانی و عملکرد کارکنان این دو بیمارستان بین ۱۴۰۰ نفر کارکنان شاغل بیمارستان دولتی شهید مدرس و بیمارستان خصوصی لاله تهران انجام گرفت. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد بین فرهنگ سازمانی و عملکرد کارکنان در بیمارستان دولتی شهید مدرس و خصوصی لاله، رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین، بین فرهنگ سازمانی بیمارستان‌های مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری مشاهده شد. در نهایت، در عملکرد کارکنان این بیمارستان‌ها نیز تفاوت معنی‌داری در زمینه مؤلفه‌های کیفیت، نظم و پاسخگویی به دست آمد.

اعتمادی و دیانتی (۱۳۸۷) تحقیقی درباره بررسی نقش سه پارامتر فرهنگ سازمانی، مشارکت در بودجه‌بندی و سیستم‌های حسابداری مدیریت در عملکرد مدیران انجام دادند و نحوه اثرگذاری این عوامل بر یکدیگر را تبیین کردند. نتایج بیان تحقیق مؤید وجود رابطه بین مشارکت در بودجه‌بندی، سیستم‌های حسابداری مدیریت و عملکرد مدیران و اثرگذاری فرهنگ سازمانی بر نوع این رابطه است، به طوری که می‌توان نتیجه گرفت در جوامع یا سازمان‌های با فاصله قدرت زیاد و جمع‌گرا، مشارکت دادن افراد در بودجه‌بندی حتی با وجود اطلاعات حسابداری مدیریت مناسب، موجب موفقیت عملکردی مدیر نمی‌شود. اما رابطه مثبتی بین سیستم حسابداری مدیریت و عملکرد مدیر در سازمان فردگرا با فاصله قدرت کم وجود دارد.

فرهنگی و پوراابراهیم (۱۳۸۴) در تحقیقی رابطه فرهنگ سازمانی و عملکرد شعب بانک ملت در تهران را بررسی کردند. این تحقیق ابعاد فرهنگ سازمانی در شعب بانک ملت در تهران و رابطه فرهنگ و عملکرد شعب یادشده را به منظور افزایش عملکرد سازمانی و یافتن موانع افزایش عملکرد در این شعب بررسی کرد. براساس یافته‌های این تحقیق، فرهنگ سازمانی و عملکرد سازمانی در شعب تهران بانک ملت رابطه معنادار دارند. همچنین، با توجه به اینکه هدف اصلی تحقیق بررسی فرهنگ سازمانی در این بانک است، تحلیل‌های جانبی متنوعی انجام گرفته است تا فرهنگ سازمانی بانک ملت تجزیه و تحلیل شود.

بر اساس بررسی‌های انجام گرفته، تا کنون تحقیقی که ابعاد فرهنگی مدل موژن و معیارهای نوین عملکرد مالی را به کار گرفته باشد، در ایران انجام نگرفته است.

فرضیه‌های تحقیق

در راستای دستیابی به اهداف تحقیق سه فرضیه به شرح زیر بیان می‌شود:

۱. میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
۲. میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده بازار رابطه معنی‌دار وجود دارد.
۳. میان فرهنگ سازمانی و سود باقیمانده رابطه معنی‌دار وجود دارد.

روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی-میدانی و از نظر هدف، کاربردی است. اطلاعات نظری پژوهش به روش کتابخانه‌ای و با به‌کارگیری کتب، نشریات و اینترنت گردآوری شده است. داده‌های مربوط به فرهنگ سازمانی با ارسال پرسشنامه برای مدیران مالی شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال‌های ۸۶ الی ۹۰ گردآوری شد و داده‌های مربوط به شاخص‌های مالی با به‌کارگیری صورت‌های مالی شرکت‌های نمونه تهیه شده است.

متغیرهای تحقیق و شیوه اندازه‌گیری آن‌ها

در این تحقیق فرهنگ سازمانی متغیر مورد بررسی در شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

فرهنگ سازمانی: باورها و انتظاراتی است که موجب ایجاد هنجارهایی در سازمان می‌شود و این هنجارها به نحوه رفتار افراد در سازمان‌ها شکل می‌دهد (Schwartz & Davis, 1981, p.33). در این تحقیق برای سنجش نوع فرهنگ سازمانی مدل موژن (۱۹۹۹) و پرسشنامه استاندارد شامل ۳۸ سؤال در قالب چهار بعد گرایش حمایتی، نوآوری، قانونگرایی و هدفگرایی و برای اندازه‌گیری فرهنگ سازمانی، طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت به کار گرفته شده است. شاخص‌های مالی مورد نظر تحقیق به شرح زیر است:

ارزش افزوده اقتصادی (EVA): ارزش افزوده اقتصادی، ارزش اقتصادی یک کسب و کار بعد از در نظر گرفتن کل هزینه سرمایه است (شامل هزینه بدهی و هزینه حقوق صاحبان سهام) (Stewart, 1991, pp.85-93). در این تحقیق برای محاسبه ارزش افزوده اقتصادی مدل استوارت به شرح زیر به کار گرفته شده است:

$$EVA = (R - C) * Capital$$

NOPAT = سود خالص عملیاتی پس از کسر مالیات

Capital = سرمایه

C = هزینه سرمایه

R = نرخ بازده سرمایه

در این معادله نرخ بازده سرمایه با فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$R = \frac{NOPAT}{Capital}$$

NOPAT = سود خالص عملیاتی پس از کسر مالیات

شامل: سود حسابداری بعد از کسر مالیات + هزینه بهره ° صرفه‌جویی مالیاتی بهره هزینه + هزینه کاهش ارزش سرمایه‌گذاری + هزینه کاهش ارزش موجودی + هزینه مطالبات مشکوک‌الوصول + هزینه مزایای پایان خدمت + هزینه‌های معوق.

Capital = سرمایه

شامل: حقوق صاحبان سهام + بدهی‌های بهره‌دار + ذخیره کاهش ارزش سرمایه‌گذاری + ذخیره کاهش ارزش موجودی + ذخیره مطالبات مشکوک‌الوصول + ذخیره مزایای پایان خدمت کارکنان + ذخیره مزایا هزینه‌های معوق.

هزینه سرمایه از طریق فرمول میانگین موزون هزینه سرمایه (WACC) به شرح زیر محاسبه

می‌شود:

$$C = WACC = W_d \cdot K_d (1 - t) + (W_e \cdot K_e) + (W_s \cdot K_s)$$

که در آن:

K_d = نرخ هزینه بدهی

W_d = وزن بدهی

K_e = نرخ هزینه سهام عادی جدید

W_e = وزن سهام عادی جدید

K_s = نرخ هزینه سود انباشته

W_s = وزن سود انباشته

که هر یک به شرح زیر محاسبه می‌شوند:

$$W_d = \frac{\text{بدهی بهره دار}}{\text{جمع منابع}}$$

$$K_d = \frac{\text{کل هزینه های مالی}}{\text{کل بدهی های بهره دار}}$$

$$W_e = \frac{\text{ارزش بازار سهام عادی جدید}}{\text{جمع منابع}}$$

$$K_e = \frac{D_1 + g}{P_1 (1 - f)}$$

D_1 = سود سهام در سال مورد نظر

g = نرخ رشد سود تقسیمی هر سهم (نرخ رشد چندگانه)

P_1 = قیمت هر سهم عادی

f = هزینه انتشار سهام به درصد

در هزینه‌های انتشار سهام نرخ ثابت ۱ درصد به کار گرفته می‌شود، زیرا براساس قوانین موضوعه فعلی سازمان بورس و اوراق بهادار ایران باید ۷۵ درصد کارمزد فروش را پرداخت کند و از سویی، هزینه‌های چاپ و انتشار براساس میانگین‌های به دست آمده ۲۰ درصد است. بنابراین، در مجموع، به ۹۵ درصد هزینه‌های انتشار و فروش باید توجه شود و برای سهولت محاسبات و اینکه ۵ درصد اثر بالقوه‌ای در تحقیق نمی‌گذارد، بنابراین، نرخ ۱ درصد به صورت گردشده به کار گرفته می‌شود (مهرانی و رسایان، ۱۳۸۸، ص ۱۰۳).

$$W_s = \frac{\text{سود انباشته}}{\text{جمع منابع}} \quad K_s = \frac{D_1 + g}{P_1}$$

ارزش افزوده بازار (MVA): مقیاسی برای عملکرد خارجی است و ارزیابی عملکرد شرکت از طرف بازار برحسب مقایسه ارزش بازار بدهی و ارزش بازار سهام با سرمایه، سرمایه‌گذاری شده در شرکت (رهنمای رودپشتی، ۱۳۸۷، ص ۶۷۱-۶۷۰). مدل محاسباتی MVA به شرح زیر است (Dewt & Hall, 2004):

$$MVA = \text{حقوق صاحبان سهام} - \text{ارزش بازار سهام}$$

سود باقیمانده (RI): عبارت است از سود خالص عملیاتی پس از کسر مالیات منهای هزینه سرمایه. برای محاسبه سود خالص پس از کسر مالیات اثر مثبت‌های غیرنقدی حسابداری حذف و صرفه‌جویی مالیاتی ناشی از هزینه‌های تأمین مالی از سود کسر شده است (وکیلان و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۱۷).

$$RI = NOPAT - C$$

C هزینه سرمایه است و مشابه روش بیان‌شده در بخش ارزش افزوده اقتصادی محاسبه می‌شود.

جامعه و نمونه آماری و نحوه گردآوری اطلاعات

جامعه این تحقیق شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. دلیل انتخاب این جامعه، بزرگی این شرکت‌ها و سهولت دسترسی به صورت‌های مالی آن‌ها است. نمونه‌گیری در این تحقیق به روش تصادفی انجام گرفته است و به منظور گردآوری داده‌های مربوط به فرهنگ سازمانی، پرسشنامه‌ای برای نمونه آماری تحقیق تهیه شد. پرسشنامه تحقیق برگرفته از پرسشنامه تحقیق موژن در سال ۱۹۹۹ است که با تعدیلاتی تکمیل شد و شامل نامه همراه و ۲۰ سؤال توصیفی است و به منظور توصیف فرهنگ سازمان، براساس ابعاد فرهنگی مورد بحث این تحقیق (گرایش‌های حمایتی، نوآوری، قانون و هدف) ۱۸ سؤال ارزیابی طراحی شده است. در این پرسشنامه طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت به کار گرفته شده است. پرسشنامه یادشده برای مدیران مالی (بالاترین مقام مالی) شرکت‌های مورد بررسی در سال ۱۳۹۱ ارسال شد. پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ بیش از ۰/۷ تأیید شد و با توجه به به‌کارگیری پرسشنامه استاندارد و تأیید اساتید، روایی آن نیز تأیید شد. شرکت‌های نمونه باید داده‌های لازم جهت محاسبه شاخص‌های مالی مورد بررسی در این تحقیق را داشته باشند و سال مالی آن‌ها پایان اسفند هر سال باشد. در ضمن، طی سال‌های ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۰ (دوره زمانی این تحقیق) از دسته شرکت‌های فعال در بورس باشند. از میان ۸۵ پرسشنامه ارسالی برای مدیران مالی شرکت‌های تولیدی بورس اوراق

بهادار تهران ۶۰ پرسشنامه برگردانده شد. محاسبه داده‌های مربوط به شاخص‌های مالی نیز با به‌کارگیری صورت‌های مالی شرکت‌ها برای دوره پنج‌ساله، منتشره توسط سازمان بورس و اوراق بهادار تهران انجام گرفته است.

روش‌های آماری تحقیق

این تحقیق با هدف بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و معیارهای نوین خلق ارزش در شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام گرفته است. با توجه به اینکه داده‌ها در بخش فرهنگ سازمانی رتبه‌ای و در بخش داده‌های مالی کمی غیرنرمال بوده است. در نتیجه، برای آزمون فرضیه‌های تحقیق آزمون ویلکاکسون^۱ و کروسکال والیس^۲ به‌کار گرفته شده است. داده‌ها در بخش مربوط به شاخص‌های مالی کمی است و براساس میانگین نتایج با روش‌های آماری یادشده وجود رابطه میان فرهنگ سازمانی و شاخص‌های مالی بررسی و تجزیه و تحلیل شد.

تحلیل ماهیت متغیرهای تحقیق

این تحقیق با هدف بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و شاخص‌های مالی نوین انجام گرفته است. در نتیجه، برای آزمون فرضیه‌های تحقیق آزمون تی، آزمون ویلکاکسون و کروسکال والیس به‌کار گرفته شده است. توزیع فرهنگ سازمانی و ابعاد آن به‌طورکلی، نرمال و داده‌های مربوط به شاخص‌های مالی غیرنرمال مشاهده شده است. نتایج آزمون کلموگروف^۳ اسمیرنف^۴ در جدول ۱ نمایش داده شده است. متغیرهایی که سطح معنی‌داری آن‌ها کوچکتر از ۰/۰۵ است، توزیع غیرنرمال دارند و متغیرهایی که سطح معنی‌داری آن‌ها بزرگتر از ۰/۰۵ است، توزیع نرمال دارند.

-
1. Wilcoxon
 2. Kruskal Wallis
 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

جدول ۱. نتایج آزمون توزیع نرمال متغیرهای فرهنگ سازمانی و شاخص‌های مالی

متغیرهای تحقیق	تعداد	آماره z	سطح خطا	متغیرهای تحقیق	تعداد	آماره z	سطح خطا
فرهنگ سازمانی	۶۰	۰,۵۵۳	۰,۹۳۹	گرایش حمایتی	۶۰	۱,۱۷۸	۰,۱۲۵
ارزش افزوده اقتصادی	۶۰	۲,۶۲۸	۰,۰۰۰	گرایش نوآوری	۶۰	۰,۹۹۵	۰,۲۷۵
ارزش افزوده بازار	۶۰	۱,۳۷۵	۰,۰۴۶	قانونگرایی	۶۰	۰,۹۳۴	۰,۳۴۸
سود باقیمانده	۶۰	۱,۵۶۹	۰,۰۱۵	هدفگرایی	۶۰	۰,۹۲۷	۰,۳۵۶

توصیف متغیرهای تحقیق

در این تحقیق فرهنگ سازمانی چهار بعد دارد. در ادامه، شاخص‌های آماری چهار بعد، همچنین، کل آن با عنوان فرهنگ سازمانی می‌شود. نتایج بررسی در جدول ۲ نشان داده شده است.

شاخص‌های توصیفی فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی با میانگین ۳,۴۷۷ و انحراف معیار ۰,۹۴۰ و واریانس ۰,۸۸۳ چولگی و کشیدگی منفی دارد.

شاخص‌های توصیفی ارزش افزوده اقتصادی: ارزش افزوده اقتصادی با میانگین ۵۳,۰۴۳-، انحراف معیار ۹۲,۹۶۷ و واریانس ۸۶۴۲,۸۷۸ چولگی منفی و کشیدگی مثبت دارد.

شاخص‌های توصیفی ارزش افزوده بازار: ارزش افزوده بازار با میانگین ۲۲۸,۷۹۵، انحراف معیار ۲۸۱,۷۲۷ و واریانس ۷۹۳۷۰,۳۵۹ چولگی مثبت و کشیدگی منفی دارد.

شاخص‌های توصیفی سود باقیمانده: سود باقیمانده با میانگین ۷,۸۶۲، انحراف معیار ۷,۰۳۰ و واریانس ۴۹,۴۲۱ چولگی و کشیدگی مثبت دارد.

جدول ۲. شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی فرهنگ سازمانی و شاخص‌های مالی

متغیر	تعداد	میانگین	واریانس	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
فرهنگ سازمانی	۶۰	۳,۴۷۷	۰,۸۸۳	۰,۹۴۰	-۰,۳۵۸	-۰,۱۶۹
گرایش حمایتی	۶۰	۳,۵۳۸	۰,۶۹۴	۰,۸۳۳	-۰,۲۳۵	-۰,۱۷۲
گرایش نوآوری	۶۰	۳,۲۰۸	۱,۱۱۰	۱,۰۵۴	-۰,۳۰۴	-۰,۴۲۴
قانونگرایی	۶۰	۳,۸۳۳	۰,۵۱۴	۰,۷۱۷	۰,۰۹۳	-۰,۷۱۸
هدفگرایی	۶۰	۳,۴۹۲	۰,۹۲۷	۰,۹۶۳	۰,۲۱۹	-۰,۶۱۹
ارزش افزوده اقتصادی	۶۰	-۵۳,۰۴۳	۸۶۴۲,۸۷۸	۹۲,۹۶۷	-۲,۱۸۲	۳,۸۳۷
ارزش افزوده بازار	۶۰	۲۲۸,۷۹۵	۷۹۳۷۰,۳۵۹	۲۸۱,۷۲۷	۰,۸۷۶	-۰,۳۱۶
سود باقیمانده	۶۰	۷,۸۶۲	۴۹,۴۲۱	۷,۰۳۰	۱,۰۷۴	۰,۷۴۶

آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی رابطه معنی‌دار وجود دارد. رابطه ابعاد مدل فرهنگ سازمانی این تحقیق با ارزش افزوده اقتصادی به شرح زیر آزمون شد. فرض صفر و مخالف به شرح زیر طرح می‌شود:

فرض صفر: میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

فرض یک: میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

با توجه به اینکه آماره تی برابر با مقدار $2,1872$ است و از قدر مطلق آماره بحرانی $1,96$ بزرگتر است و به بیان دیگر، سطح خطای محاسبه‌شده کوچکتر از $0,05$ است، در نتیجه، فرض صفر در سطح 95 درصد اطمینان رد می‌شود. بنابراین، می‌توان ادعا کرد فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی رابطه مثبت معنی‌دار دارند. نتایج آزمون‌های ویلکاکسون و کروسکال والیس در جدول ۳ بیان شده است. فرهنگ سازمانی در ابعاد گرایش حمایتی، هدفگرایی و قانونگرایی با ارزش افزوده اقتصادی رابطه مستقیم دارد و در بعد گرایش نوآوری رابطه معنی‌دار ندارد.

جدول ۳. نتایج آزمون‌های ویلکاکسون و کروسکال والیس بین فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی

متغیر اصلی	تعداد	سطح خطا	مقدار احتمال	آزمون	نوع رابطه
فرهنگ سازمانی	۶۰	۰,۰۵	۰,۰۳۲۸	آزمون تی	رابطه مستقیم
گرایش حمایتی	۶۰	۰,۰۵	۰,۰۰۰۷	ویلکاکسون	رابطه مستقیم
گرایش نوآوری	۶۰	۰,۰۵	۰,۱۱۰۳	ویلکاکسون	رابطه ندارد
هدفگرایی	۶۰	۰,۰۵	۰,۰۰۹۹	ویلکاکسون	رابطه مستقیم
قانونگرایی	۶۰	۰,۰۵	۰,۰۱۵۶	کروسکال	رابطه مستقیم

فرضیه دوم: میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده بازار رابطه معنی‌دار وجود دارد. رابطه ابعاد مدل فرهنگ سازمانی این تحقیق با ارزش افزوده بازار به شرح زیر آزمون شد. فرض‌های آماری صفر و یک به شرح زیر محاسبه شد:

فرض صفر: میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده بازار رابطه معنی دار وجود ندارد.

فرض یک: میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده بازار رابطه معنی دار وجود دارد.

با توجه به اینکه آماره تی برابر با ۲۸۱۵/۰ است و از قدر مطلق آماره بحرانی ۱/۹۶ کوچکتر است و به بیان دیگر، سطح خطای محاسبه شده بزرگتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می شود. بنابراین، میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده بازار رابطه معنی دار وجود ندارد. نتایج آزمون های ویلکاکسون و کروسکال والیس در جدول ۴ بیان شده است. فرهنگ سازمانی در ابعاد گرایش نوآوری و قانونگرایی با ارزش افزوده بازار رابطه مستقیم دارد و در ابعاد گرایش حمایتی و هدفگرایی رابطه معنادار ندارد.

جدول ۴. نتایج آزمون های ویلکاکسون و کروسکال والیس بین فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده بازار

متغیر اصلی	تعداد	سطح خطا	مقدار احتمال	آزمون	نوع رابطه
فرهنگ سازمانی	۶۰	۰/۰۵	۰/۲۸۱۵	آزمون تی	رابطه ندارد
گرایش حمایتی	۶۰	۰/۰۵	۰/۱۲۶۹	ویلکاکسون	رابطه ندارد
گرایش نوآوری	۶۰	۰/۰۵	۰/۰۰۰۳	ویلکاکسون	رابطه مستقیم
هدفگرایی	۶۰	۰/۰۵	۰/۰۶۷۸	ویلکاکسون	رابطه ندارد
قانونگرایی	۶۰	۰/۰۵	۰/۰۱۴۴	کروسکال	رابطه مستقیم

فرضیه سوم: میان فرهنگ سازمانی و سود باقیمانده رابطه معنی دار وجود دارد.

رابطه ابعاد مدل فرهنگ سازمانی این تحقیق با ارزش افزوده بازار به شرح زیر آزمون شد.

فرض صفر و فرض یک به شرح زیر مطرح شد:

فرض صفر: میان فرهنگ سازمانی و سود باقیمانده رابطه معنی دار وجود ندارد.

فرض یک: میان فرهنگ سازمانی و سود باقیمانده رابطه معنی دار وجود دارد.

با توجه به اینکه آماره تی برابر با ۳۱۳۲/۱ است و از قدر مطلق آماره بحرانی ۱/۹۶ کوچکتر است و به بیان دیگر، سطح خطای محاسبه شده بزرگتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید شد. بنابراین، میان فرهنگ سازمانی و سود باقیمانده (RI) رابطه معنی دار وجود ندارد. نتایج آزمون های ویلکاکسون و کروسکال والیس در جدول ۵ بیان شده

است. فرهنگ سازمانی در بعد قانونگرایی با سود باقیمانده رابطه مستقیم دارد و در ابعاد گرایش حمایتی، گرایش نوآوری و هدفگرایی رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول ۵. نتایج آزمون‌های ویلکاکسون و کروسکال والیس بین فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده بازار

متغیر اصلی	تعداد	سطح خطا	مقدار احتمال	آزمون	نوع رابطه
فرهنگ سازمانی	۶۰	۰,۰۵	۰,۱۹۴۳	آزمون تی	رابطه ندارد
گرایش حمایتی	۶۰	۰,۰۵	۰,۲۷۱۷	ویلکاکسون	رابطه ندارد
گرایش نوآوری	۶۰	۰,۰۵	۰,۲۵۵	ویلکاکسون	رابطه ندارد
هدفگرایی	۶۰	۰,۰۵	۰,۲۲۵۶	ویلکاکسون	رابطه ندارد
قانونگرایی	۶۰	۰,۰۵	۰,۰۰۰۲	کروسکال	رابطه مستقیم

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحقیقات نشان داده است فرهنگ سازمانی بر عملکرد کلی سازمان و در نتیجه، بر عملکرد و نتایج مالی سازمان تأثیرگذار است. در این تحقیق رابطه فرهنگ سازمانی و معیارهای نوین خلق ارزش در شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی می‌شود. به این منظور، مدل فرهنگ سازمانی موثرن برای بررسی فرهنگ سازمانی و ارتباط آن با معیارهای یادشده به کار گرفته شده است. بر این اساس ۶۰ شرکت بررسی شد. در تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق آزمون‌های ویلکاکسون و کروسکال والیس به کار گرفته شده است. براساس نتایج فرضیه‌های تحقیق میان فرهنگ سازمانی و ارزش افزوده اقتصادی رابطه معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد. همچنین، میان بعد قانونگرایی از مدل فرهنگ سازمانی موثرن و سه معیار نوین خلق ارزش رابطه مستقیم معنادار وجود دارد.

در این تحقیق ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار و سود باقیمانده به عنوان معیارهای نوین عملکرد به کار گرفته شد این معیارها، معیارهای خلق ارزش است و به نظر می‌رسد تاکنون در حوزه فرهنگ به کار گرفته نشده‌اند. به طور کلی، همه تحقیقات اشاره‌شده در پیشینه نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنی‌دار فرهنگ سازمان و عملکرد آن است. براساس نتایج، پیشنهادهای کاربردی زیر مطرح می‌شود:

- به مدیران شرکت‌ها توصیه می‌شود به مفاهیم فرهنگ سازمانی توجه بیشتری کنند زیرا این مفاهیم به طور مستقیم بر عملکرد جامع شرکت (معیار ارزش افزوده اقتصادی) تأثیرگذار است.
- اجرای آزمایشی مفاهیم فرهنگ سازمانی مطرح شده در سازمان و بررسی تأثیرگذاری بر عملکرد آن.
- بازنگری درباره مفاهیم فرهنگ سازمانی که به نظر مدیران و کارشناسان بر عملکرد سازمان مؤثرند و بررسی چگونگی تأثیرگذاری آن‌ها بر نتایج عملکرد.
- به فعالان بازار سرمایه نیز توصیه می‌شود، ارزش‌های فرهنگی و سرمایه فرهنگی شرکت‌ها را نیز در تصمیم‌های اقتصادی خود در نظر بگیرند، زیرا این ارزش‌ها باعث خلق ارزش می‌شود. به‌ویژه به بعد قانون‌گرایی در شرکت‌ها توجه ویژه کنید.
- همچنین، برای تحقیقات آتی موضوع‌های زیر پیشنهاد می‌شود:
- بررسی رابطه جنبه‌های دیگر عملکرد سازمان مانند اثربخشی، کارایی و جز آن با فرهنگ سازمانی.
- بررسی نگرش کارکنان سازمان نسبت به فرهنگ سازمانی و رابطه آن با عملکرد مالی سازمان.
- بررسی رابطه مورد بحث این تحقیق با جنبه‌های دیگر فرهنگ سازمانی و شاخص‌های مالی.
- بررسی جداگانه هر یک از ابعاد فرهنگ سازمانی مؤثر و جزئیات این ابعاد با شاخص‌های مالی مطرح شده این تحقیق یا شاخص‌های مالی دیگر.

منابع و مأخذ

۱. اعتمادی، حسین؛ دیانتی دیلمی، زهرا (۱۳۸۷). «بررسی آثار فرهنگ سازمانی، مشارکت در بودجه‌بندی و سیستم‌های حسابداری مدیریت بر عملکرد مدیران». پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۳، شماره ۴، صفحات ۶۰-۳۵.
۲. جندقی، غلامرضا (۱۳۸۳). «کدام آزمون آماری را انتخاب کنیم». فرهنگ مدیریت، شماره ۶، صفحات ۸۹-۸۲.
۳. دفت، ریچارد (۱۳۷۷). *تئوری و طراحی سازمان*. ترجمه سیدمحمد اعرابی و علی پارسائیان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول.
۴. رئیس، پوران؛ نصیری‌پور، امیراشکان؛ محمودی، مژگان (۱۳۸۹). «بررسی فرهنگ سازمانی بیمارستان‌های دولتی و خصوصی و رابطه آن با عملکرد کارکنان آن‌ها (مطالعه موردی بیمارستان شهید مدرس و بیمارستان لاله)». *مجله مدیریت فرهنگی*، سال چهارم، شماره ۸، صفحات ۳۸-۲۱.
۵. رحیم‌نیا، فریبرز، علیزاده، مسعود (۱۳۸۸). «بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی براساس مدل دنیسون». *مطالعات تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد*، دوره دهم، شماره اول، صفحات ۱۷۰-۱۴۷.
۶. رهنمای رودپشتی، فریدون (۱۳۸۷). *حسابداری مدیریت راهبردی مبتنی بر مدیریت هزینه ارزش آفرین*. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
۷. شریف‌زاده، فتاح؛ کاظمی، مهدی (۱۳۷۷). *مدیریت فرهنگ سازمانی*، تهران، قومس، چاپ اول.
۸. صادقی، منصور؛ لطف‌الله‌زاده، سعید (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت». *دوماهنامه توسعه انسانی پلیس*، سال هفتم، شماره ۲۹، صفحات ۱۲۱-۱۰۵.
۹. فرهنگی، علی‌اکبر؛ پوراابراهیم، سهراب (۱۳۸۴). *بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و عملکرد شعب بانک ملت تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران - دانشکده مدیریت.

۱۰. مهرانی، ساسان؛ رسایان، امیر (۱۳۸۸). «رابطه ارزش افزوده اقتصادی و نسبت‌های مالی شرکت‌های تولیدی بورس اوراق بهادار تهران». فصل‌نامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، سال ۱۷، شماره ۵۲، صفحات ۹۳-۱۱۴.

۱۱. هچ، ماری جو (۲۰۰۵). *تئوری سازمان: نمادین و تفسیری پست مدرن*، ترجمه حسن دانایی‌فرد، تهران، افکار، چاپ اول.

۱۲. وکیلان آغویی، مهدی؛ ودیعی، محمدحسین؛ حسینی معصوم، محمدرضا (۱۳۸۸). «بررسی رابطه بین ارزش افزوده اقتصادی و سود باقیمانده در پیش‌بینی سود هر سهم آتی»، *تحقیقات مالی*، دوره ۱۱، شماره ۲۷، صفحات ۱۱۱-۱۲۲.

13. Chatman, Jennifer & Others. (2011). *Organizational Culture and Performance in Performance in High-Technology Firms: The effects of Culture Content and Strength*. Haas School of Business. University of California.
14. De Wt, Hall. (2004). Concept of EVA & MVA *Meditation Accountancy Research*, 12 (1), 34-42.
15. Muijen, J.V. (1999). Organizational Culture: The Focus Questionnaire . *European Journal of work and organizational psychology*. 8(4),551-568.
16. O Reilly, C.A.; Chatman, J.; Caldwell D.F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit *Academy of Management Journal*, 14(1), 487-516.
17. Schwartz, H.; S. Davis. (1981). Matching Corporate Culture and Business Strategy . *Organizational Dynamics*. 10(1), 30° 48.
18. Shahzad, Fakhar; Luqman, Rana Adeel; Khan, Ayesha Rashid; Shabbir, Lalarukh (2012). "Impact of Organizational Culture on Organizational Performance: An Overview *Interdisciplinary Journal Of contemporary Research In Business*, 3(9),975-985.
19. Sirikarai, S. (2010). Measurement Of organizational Culture . *Thammasat University*, 109, 39-52.
20. Stewart, G. (1991). *The Quest for Value*. NY, Harper Business.