

تأثیر فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمان

فتاح شریف زاده^۱، امین بازیار^۲، اختر تیرجو^۳

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۰/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۲/۲۸

چکیده

مقاله حاضر با هدف بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی با مداخله اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی در صندوق ضمانت صادرات ایران می باشد. این مقاله از نظر هدف، کاربردی، با توجه به ماهیت توصیفی، و از نظر روش پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارمندان سازمان صندوق ضمانت صادرات ایران در شهر تهران (۱۴۰) نفر می باشد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پرسشنامه مزبور دارای ۳۷ سوال بسته پاسخ، دارای طیف ۵ گزینه ای لیکرت بوده است. برای اعتبار سنجی این پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که نتیجه این محاسبه معادل ۹۶ درصد حاصل گردید. و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از فنون مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که بین فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای و اثربخشی سازمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که بین فرهنگ ایدئولوژیک (به عنوان یکی از ابعاد فرهنگ سازمانی)، و اثربخشی سازمان رابطه مثبت و معنا داری وجود ندارد. فرهنگ غالب سازمان، فرهنگ سلسله مراتبی می باشد. در رابطه با اخلاق حرفه ای به عنوان متغیر تعدیل کننده، می توان بیان نمود که کلیه عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه ای، بجز رعایت قوانین و استانداردهای علمی، به میزان تقریباً یکسانی رابطه فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمان را تعدیل، می نمایند.

کلید واژه ها: فرهنگ سازمانی، اثربخشی سازمانی، اخلاق حرفه ای، صندوق ضمانت صادرات

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبائی

۲. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی از دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول: aminbazyar@yahoo.com)

۳. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی از دانشگاه علامه طباطبائی

مقدمه

اهداف فردی و سازمانی می شود. فرهنگ سازمانی به دلیل تأثیری که بر ادراک و رفتار کارکنان دارد بر بهره وری و اثربخشی سازمان بسیار موثر می باشد (رحیمی و آقا بابایی، ۱۳۹۲: ۶۳). سازمان های امروزی به منظور کسب و حفظ مزیت رقابتی و اثربخش بودن توجه شایانی به ابعاد اخلاقی کسب و کار نموده اند، در این میان اخلاق حرفه ای، به عنوان یک مقوله بسیار مهم در رابطه با اثربخشی سازمانی مورد تأکید اندیشمندان قرار گرفته است. اخلاق حرفه ای به عنوان شاخه ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی مربوط به آن می پردازد و درصدد ارائه شیوه ها و دستورالعمل هایی است که این تکالیف را برای افراد گروه های حرفه ای تعیین نماید. اخلاق حرفه ای در سنت با محوریت انسان و انگیزه خدمت به دیگران بوده که در طول تاریخ متحول گردیده است (عاملی، ۱۳۸۱). اخلاق حرفه ای مانند شمشیر دو لبه ای است که یک لبه آن تهدید است؛ ضعف در سیستم اخلاقیات منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارت در سازمان می گردد و مدیریت بیشتر بر روی کنترل گذشته نگر تکیه خواهد کرد؛ زیرا افراد به مدیریت، اطلاعات را نمی رسانند و در این صورت، انرژی سازمان به انرژی منفی تبدیل می شود و به عبارت دیگر، توان سازمان به جای آن که صرف هدف شود، صرف شایعه، غیبت، کم کاری و... خواهد شد. لبه دیگر این شمشیر، فرصت است؛ اخلاق حرفه ای، تأثیر چشم گیری بر روی فعالیت ها و نتایج سازمان دارد. اخلاق حرفه ای، بهره وری را افزایش می دهد، ارتباطات را بهبود می بخشد و درجه ریسک را کاهش می دهد؛ زیرا هنگامی که اخلاق حرفه ای در سازمان حاکم است، جریان اطلاعات به راحتی تسهیل می گردد و مدیران قبل از ایجاد حادثه، از آن مطلع می گردند (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲). اخلاق حرفه ای متعهد شدن انرژی ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده ای جمعی، در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد، برای توسعه

یکی از مفاهیمی که در مدیریت نوین توجه خاصی به آن شده است، مفهوم اثربخشی سازمانی^۱ می باشد (رضائیان، ۱۳۷۷: ۲۶۹). اهمیت اثربخشی سازمانی در تعالی سازمان ها و رسیدن آنها به اهدافی که فلسفه وجودی آنها را شکل داده است بر هیچ کس پوشیده نیست. در عصر حاضر دو مقوله فرهنگ سازمانی^۲ و اخلاق حرفه ای^۳ در رابطه با اثربخشی سازمانی مورد توجه اندیشمندان و صاحب نظران عرصه های دینی، فرهنگی و اخلاقی جوامع مختلف قرار گرفته است. در ایران نیز با توجه به برخورداری از دین متعالی اسلام، فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای و مباحث پیرامون آنها در رابطه با سازمان ها مورد عنایت خاصی قرار گرفته است (رحیمی و آقا بابایی، ۱۳۹۲، ص ۶۲). در دهه های اخیر موفقیت چشمگیر سازمان هایی با حداقل امکانات مادی از یک سو، و شکست سازمان هایی با بهترین توانایی های مادی از سوی دیگر بیانگر نقش قابل توجه عوامل غیر مادی و معنوی در بالندگی سازمان ها می باشد. (روحی عزیزی و مهدوی، ۱۳۸۲: ۱۴۶). اکنون همه پذیرفته اند که موفقیت چشمگیر سازمان های موفق، نه در ابعاد فیزیکی و تکنولوژی آنها، بلکه در عوامل غیر ملموس قدرتمند در فرهنگ سازمانی آنها و در ارزش ها و باورهای کارکنان آنها نهفته است. فرهنگ سازمانی در سیستم اعتقادی سازمان آشکار شده از طریق زبان، علائم و نشانه ها و آداب و رسوم که منعکس کننده رفتار ناشی از یک سیستم اعتقادی است، بیان می شود. (شهرکی پور و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۰)، تحقیقات نشان می دهد که فرهنگ قوی منجر به ایجاد احساس بهتر در کارکنان و انجام بهتر کارها می شود. فرهنگ قوی سازمان، موجب افزایش تعهد افراد به سازمان و ایجاد همسویی میان

1. Organizational effectiveness

2. Organizational Culture

3. Professional ethics

های مرتبط با متغیر های مورد مطالعه اقدام می گردد. در نهایت با استفاده از مدل مفهومی برازش شده به آزمون فرضیه های تحقیق با بهره گیری از مدل سازی معادلات ساختاری، پرداخته می شود و بر این اساس، نتایج تحقیق ارائه شده و پیشنهاد هایی مبتنی بر یافته های تحقیق مطرح گردیده است.

ادبیات تحقیق

فرهنگ سازمانی

فرهنگ را روح سازمان تعریف می کنند. فرهنگ حاکم بر سازمان، شکل دهنده شخصیت سازمانی است (وان فلت^۸، ۱۹۹۲). اگر فرهنگ منسجم و متناسب با اهداف سازمانی در سازمان حاکم باشد، کارایی و اثربخشی افزایش می یابد (بالتازارد^۹، ۲۰۰۴). فرهنگ سازمانی مجموعه ای از فرضیات اساسی است که افراد سازمان در رو به رو شدن با مسائل برای انطباق با محیط و دستیابی به وحدت و انسجام داخلی، آن را ایجاد می کنند (یونگ^{۱۰}، ۲۰۰۰). فرهنگ سازمانی بر ارزش ها، عقاید، فرضیه ها، هنجار ها و اهدافی که به طور وسیع در سازمان ها پذیرفته شده اند، دلالت می کند (رحیمی و آقابابایی، ۱۳۹۲: ۶۲). فرهنگ سازمانی به افراد کمک می کند تا فعالیت های سازمان را دریابند؛ بنا بر این هنجار های رفتاری برای آنها مشخص می شود (بوگلسدیجیک^{۱۱}، ۲۰۰۹). اجزای اصلی فرهنگ سازمانی شامل مصنوعات مادی، الگوی فعالیت ها، هنجار های رفتاری، ارزش ها و فرضیه های زیر بنایی است (کراملی^{۱۲}، ۲۰۰۵). فرهنگ یک حس همانندی را برای اعضا فراهم می کند، مولد تعهد در جهت رسالت سازمان

است (کادوزیر، ۲۰۰۲). اخلاق حرفه ای یکی از شعبه های جدید اخلاق است که می کوشد به مسائل اخلاقی حرفه های گوناگون پاسخ دهد (هارتوگ^۱، ۲۰۰۷، ۱۵). بین ابعاد فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای رابطه مثبتی وجود دارد (ناخنی^۲، ۲۰۱۱). ویتز^۳ (۲۰۱۰)، معتقد است که بین فرهنگ مشارکتی و اخلاق رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ سازمان هایی که اخلاق حرفه ای و فرهنگ مشارکتی بالایی دارند وفاداری کارکنان و مشتریان آنها نیز بالاست. سینکر^۴ (۱۹۹۳)، رابطه بین فرهنگ سازمانی و اخلاق را مورد تایید قرار می دهد. از نظر آکوسی^۵ (۲۰۰۴)، بین فرهنگ اخلاق سازمانی و رفتار اخلاقی کارکنان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین فرهنگ اخلاقی سازمان روی تصمیم گیری اخلاقی کارکنان تاثیر مثبت دارد. فریک^۶ (۱۹۹۵) با بررسی اهمیت نسبی اثر فرهنگ، حرفه و تفاوت های جنسیتی بر اخلاق کار نشان می دهد که میزان تحصیلات و رشته تحصیلی با اخلاق کاری ارتباط دارد، در حالی که تفاوت های جنسیتی بر اخلاق کار تاثیری ندارد. راندل^۷ (۱۹۹۱)، در مطالعه کارمندان دانشگاه گزارش می کند که بین اخلاق کار و تعهد سازمانی ارتباط وجود دارد. رحیمی و آقابابایی (۱۳۹۲) بیان می نمایند که فرهنگ سازمانی بر رفتار فردی، عملکرد سازمانی، انگیزش شغلی، خلاقیت و نوآوری، تعهد و اخلاق حرفه ای تاثیر می گذارد (رحیمی و آقابابایی، ۱۳۹۲). با توجه به گفته های فوق هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمان می باشد، در این تحقیق پس از بررسی و معرفی فرهنگ سازمانی، اخلاق حرفه ای و اثربخشی سازمانی و ابعاد هر یک از آنها، به بررسی شاخص

1. Hartog
2. Nakhaie
3. Vitez
4. Sinclair
5. Akwasi
6. Frick
7. Randall

8. Wanfleet
9. Balthazard
10. Young
11. Beugelsdijk
12. Carmeli

مری شناخته می شود. در این فرهنگ سازمانی وفاداری، انسجام و مشارکت از مهمترین معیارهای موفقیت سازمان در نظر گرفته می شوند.

فرهنگ ویژه سالار^۵ (ادهوکراسی، ایدئولوژیک): این شکل از فرهنگ پاسخگوی محیط های پر تلاطم و تغییرات پر شتاب عصر حاضر می باشد. این نوع فرهنگ سازمانی فرصت های بسیاری برای پرورش و توسعه کارکنان ایجاد می نماید. رهبر به عنوان فردی کارآفرین که نوآور و دارای ایده های جدید می باشد، شناخته می شود. به منظور استفاده از فرصت ها، تمرکز بر محیط خارجی می باشد. در این نوع فرهنگ سازمانی، در صورتی که کارکنان بتوانند ایده ها و نوآوری های جدیدی خلق کنند به عنوان افرادی موفق شناخته می شوند.

فرهنگ مبتنی بر بازار^۶ (عقلایی): در این نوع از فرهنگ سازمانی تمرکز بر محیط خارج از سازمان می باشد و دستیابی به اهداف، از طریق از رقابت در بازار مد نظر می باشد. میان افراد سازمان رقابت بسیاری وجود دارد که این موضوع موجب انعطاف پذیری کمتر در روابط شخصی می شود. موفقیت به صورت نفوذ در بازار و سهم بازار تعریف می شود و رهبران بازار از اهمیت بسیاری برخوردار می باشند.

فرهنگ سلسله مراتبی^۷ (محافظه کارانه): فرهنگ سلسله مراتبی دارای یک ساختار روشن، قوانین و روش های استاندارد شده، کنترل شدید و تعریف دقیق مسئولیت ها، می باشد. ثبات در سازمان جهت گیری اصلی محسوب می شود که از طریق قوانین و مقررات، ثابت و محکم نگاه داشته می شود. معیار موفقیت بر این اساس است که، کارکنان تا چه حد وظایف خود را به درستی و بر اساس

است و استاندارد های رفتار را تقویت می نماید (فانگ^۱، ۲۰۰۷). فرهنگ سازمانی در سیستم اعتقادی سازمان آشکار شده از طریق زبان، علائم و نشانه ها، آداب و رسوم که منعکس کننده رفتار ناشی از یک سیستم اعتقادی است، بیان می شود. (شهرکی پور و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۱۰)، فرهنگ سازمانی یک مجموعه هویت از ارزش ها، عقاید، مدل های رفتاری و سبب ها بوده و نمایانگر ارزش های سازمان می باشد و این ارزش ها میتواند به مدلی برای فعالیت ها و رفتارهای کارکنان تبدیل گردد (تاسنگ هو^۲، ۲۰۰۸). باید گفت که تحقق اهداف سازمانی بستگی به عواملی از جمله فرهنگ سازمانی حاکم بر نیروی انسانی دارد. لذا در جهت تحقق اهداف سازمان و امکان خشنودی اعضا آن، لازم است مدیران فرهنگ سازمانی را شناخته و بر نحوه تأثیر آن بر سازمان آگاهی داشته باشند.

انواع فرهنگ سازمانی

کامرون و کوین^۳ (۱۹۹۹)، به منظور توسعه چارچوب فرهنگ سازمانی، مدلی نظری تحت عنوان "چارچوب ارزش های رقابتی" ارائه دادند. چارچوب ارزش های رقابتی یکی از مهمترین و با نفوذترین مدل ها در رابطه با تحقیقات فرهنگ سازمانی می باشد. چهار گونه فرهنگ سازمانی از نظر کامرون و کوین عبارتند از:

فرهنگ طایفه ای^۴ (مشارکتی): فرهنگ طایفه ای سرشار از ارزش های مشترک، اهداف مشترک، همکاری جمعی و کمک متقابل می باشد و بر توانمند سازی و سیر تکامل کارکنان تأکید می نماید. در این نوع فرهنگ سازمانی بر کار گروهی تأکید بسیار می شود. نقش رهبر بیشتر به عنوان یک

5. Bureaucratic
6 . Market
7. Hierarchical

1. Fang
2 . Tsang ho
3 . Cameron and Quinn
4 . Clan culture

انگیزختگی سازمان، مدیران و منابع انسانی آن در جهت تحقق اخلاق و ارزش‌های اخلاقی در سازمان می‌باشد و سوم، مهارت سازمان در اجرای اصول اخلاقی می‌باشد. در گام سوم فرایند، روش‌ها و فنون ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی (مانند مهارت‌های ارتباطی و مهارت‌های تشخیص و حل مسایل اخلاقی به ویژه توانایی مواجه شدن با تعارض‌های اخلاقی) مورد بحث قرار می‌گیرد (براختون^۱، ۲۰۱۱).

عوامل مؤثر بر رفتار اخلاقی

سطح پشیرفت اخلاقی: ارزیابی ظرفیت افراد برای قضاوت در مورد اینکه چه چیزی از نظر اخلاقی درست است. افرادی که از روحیه بالاتری برخوردارند کمتر تحت نفوذ عوامل خارجی قرار می‌گیرند. از این رو این افراد استعداد و آمادگی بیشتری برای عمل به اخلاقیات دارند. این افراد خیلی زیاد تحت نفوذ همکاران قرار می‌گیرند و از قوانین و رویه‌های سازمانی پیروی می‌کنند. این افراد کسانی هستند که به مراحل بالایی از پیشرفت نائل شده‌اند و به حقوق دیگران احترام می‌گذارند.

مرکز کنترل: مرکز کنترل یک مشخصه شخصیتی است و حدی است که افراد خود را درباره رویدادهای زندگی شان مسئول می‌دانند. تحقیقات نشان می‌دهد که افراد با موضع بیرونی شخصیت (آنچه در زندگی شان اتفاق می‌افتد را وابسته به شانس و اقبال می‌دانند)، احتمالاً در قبال پیامد های رفتار شان احساس مسؤلیت کمتری دارند و بیشتر به نفوذ عوامل خارجی متکی هستند، افراد با موضع درونی برای قضاوت در مورد درستی یا نادرستی رفتار و هدایت رفتار خود به استاندارد های درونی متکی هستند.

روش‌های تعیین شده، انجام می‌دهند (آکتاس و همکاران: ۲۰۱۱)

اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای به عنوان شاخه‌ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی آن می‌پردازد و درصدد ارائه شیوه‌ها و دستورالعمل‌هایی است که این تکالیف را برای افراد گروه‌های حرفه‌ای تعیین نماید. اخلاق حرفه‌ای در سنت با محوریت انسان و انگیزه خدمت به دیگران بوده که در طول تاریخ متحول گردیده است؛ اما امروزه گاه انسان در خدمت حرفه و حرفه نیز به ابزاری در جهت اهداف صرفاً مادی او مبدل شده است. در نظام‌های غربی، مکاتب اخلاقی مانند سود انگاری، عدالت توزیعی، آزادی فردی و تکلیف‌گرایی درصدد رساندن انسان به سعادت بوده‌اند. اما در نظام اخلاق اسلامی، ملاک نهایی و سعادت حقیقی بشر تقرب به «الله» است و انسان به عنوان خلیفه و جانشین الهی بر روی زمین محور توجهات اخلاقی است. (عاملی، ۱۳۸۱): امروزه در اخلاق حرفه‌ای، تلقی «شما حق دارید و من تکلیف»، مبنای هر گونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنای رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از: داشتن نقشی کاربردی، ارائه صیغه‌ای حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی، دارای زبان روشن انگیزشی بودن و ارائه روی آوردی میان رشته‌ای (امیری و همکاران، ۱۳۹۰). در واقع ترویج اثربخش اخلاق حرفه‌ای در هر سازمانی در گرو سه گام عمده است. اول اینکه دانش اخلاق حرفه‌ای معطوف به زمینه‌های حرفه‌ای سازمان باشد؛ دوم، گرایش درونی و خود

اثربخشی سازمانی

هر سازمان برای رفع نیازی از نیازهای جامعه شکل می‌گیرد و بدون قصد و هدف معنا ندارد. در واقع سازمان به وجود می‌آید تا هدف یا اهدافی را در جامعه محقق سازد. اثربخشی سازمانی از جمله موضوعاتی است که همواره مورد توجه سازمان‌ها و عوامل مربوط به آنها بوده است چرا که افزایش اثربخشی در سازمان به معنای افزایش درجه دستیابی به اهداف مورد نظر سازمان می‌باشد. مطالعات انجام شده روی اثربخشی نشان می‌دهد که بهترین راه برای اثربخشی وجود ندارد بلکه به دیدگاه مدیریت هر سازمان نسبت به اثربخشی بستگی دارد اما آنچه که می‌توان در همه سازمان‌های موفق مشاهده کرد و وجه اشتراک آنهاست، توجه به کیفیت و رضایت مشتری است و برای نیل به این اهداف باید فرهنگ سازمانی لازم، معیارها، ارزش‌ها و هنجارها روشن باشد و سپس مدیریت بکوشد تا ویژگی‌های مربوط به اثربخشی به صورت دیدگاهی مشترک برای همه افراد سازمان نهادینه شود (نجف بیگی، ۱۳۸۷). در واقع اثربخشی سازمانی، درجه نزدیکی یک سازمان به هدف‌هایش را نشان می‌دهد. (زاهدی و همکاران، ۱۳۷۹:۲۶۹). اثربخشی سازمانی، میزانی است که یک سازمان با استفاده از منابع خاص و بدون هدر دادن منابع خود و بدون فرسوده کردن غیر ضروری اعضا و جامعه خود، اهدافش را برآورده می‌سازد (تبودوکس و فاویلا، ۱۹۹۶). در مورد اثربخشی سازمانی تعاریف مختلفی وجود دارد اما در اکثر این تعاریف بر درجه و میزان تحقق اهداف سازمان تأکید شده است. به عبارت دیگر اثربخشی مساوی است با نسبت اهداف تحقق یافته به اهداف تعیین شده می‌باشد (دفت، ۱۳۷۷:۵۰۵). رایینز (۱۳۸۵)، اثربخشی سازمان را به عنوان میزان کسب اهداف کوتاه مدت و بلند مدت با توجه به انتظارات ذینفعان، ارزیابی کنندگان و مرحله زندگی سازمانی تعریف می‌کند.

محیط سازمانی: به انتظارات ادراک شده کارکنان از سازمان اشاره دارد، انجام تشویق و حمایت از رفتار اخلاقی با پاداش دادن برای آن یا عدم تشویق رفتار غیر اخلاقی با مجازات و تنبیه فرد خاطی باعث تقویت رفتارهای اخلاقی می‌گردد.

نمونه‌هایی از محیط سازمانی که تصمیم‌گیری اخلاقی را پرورش می‌دهد عبارت است از:

- درج کدهای اخلاقی (قوانین و هنجارهای اخلاقی).

- انتظارات واقعی از عملکرد افراد.

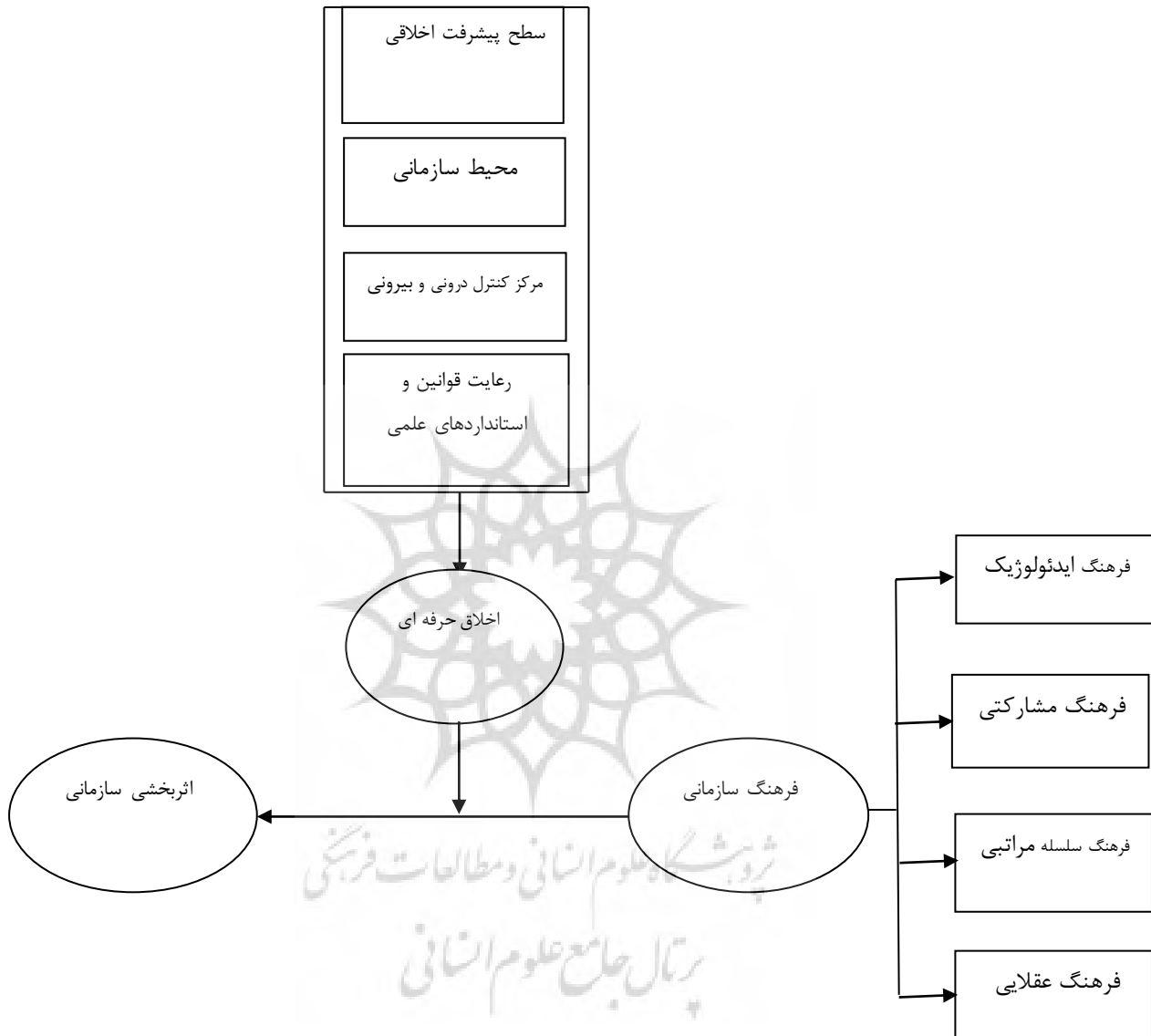
- ارزیابی‌های عملکردی که راهها و نتایج را مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

- تشویق افراد در انظار عمومی، ارتقاء افرادی که رفتار اخلاقی انجام می‌دهند.

- تشکیل کلاس‌های آموزشی عقیدتی و سخنرانی عالمان دینی پیرامون رعایت اخلاق و ارزش‌های اسلامی در سازمان. (مقیمی، ۱۳۷۷:۱۷۵).

رعایت قوانین و استانداردهای علمی: تحول و تکامل سازمان‌ها و گستردگی فعالیت‌ها و تخصصی شدن امور، لزوم تدوین و اجرای قوانین و استانداردهای علمی را در رابطه امور تخصصی سازمان و فعالیت کارکنان، نشان می‌دهد. رعایت قوانین و استانداردهای علمی توسط کارکنان، جریان عملیات و تحقق اهداف سازمان را تسهیل و تسریع نموده و به اثربخشی سازمان کمک می‌نماید. هر گونه نادیده گرفتن قوانین و استانداردهای حاکم بر عملیات سازمان توسط کارکنان، باعث بی‌قانونی و بی‌قاعدگی در فعالیت سازمان می‌گردد.

الگوی مفهومی تحقیق



نمودار ۱. الگوی مفهومی تحقیق

فرضیه های تحقیق

روش شناسی

فرضیه های اصلی

- ۱- فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.
- ۲- اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.

فرضیه های فرعی

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی، با توجه به ماهیت توصیفی، و از نظر روش پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارمندان سازمان صندوق ضمانت صادرات ایران در شهر تهران (۱۴۰)، نفر می باشد. در این تحقیق به دلیل محدود بودن حجم جامعه صندوق ضمانت صادرات که شامل ۱۴۰ نفر پرسنل می باشد، از نمونه گیری استفاده نشد و در بین تمامی کارکنان سازمان پرسش نامه توزیع گردید. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پرسشنامه مزبور دارای ۳۷ سوال بسته پاسخ، دارای طیف ۵ گزینه ای لیکرت بوده است. برای اعتبار سنجی این پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که نتیجه این محاسبه معادل ۹۶ درصد حاصل گردید. برای تعیین نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شده است، و سپس با استفاده از مدل مفهومی برازش شده به آزمون فرضیه های تحقیق با بهره گیری از مدل سازی معادلات ساختاری، پرداخته شده است.

- ۱- فرهنگ مشارکتی بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.
- ۲- فرهنگ ایدئولوژیک (ادهوکراسی) بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.
- ۳- فرهنگ سلسله مراتبی بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.
- ۴- فرهنگ عقلایی (مبتنی بر بازار) بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.
- ۵- سطح پیشرفت اخلاقی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی را تعدیل میکند.
- ۶- محیط سازمانی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی را تعدیل میکند.
- ۷- مرکز کنترل درونی یا بیرونی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی را تعدیل میکند.
- ۸- رعایت قوانین و استانداردهای علمی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی را تعدیل می کند.

جدول ۱. مدل تحلیلی تحقیق

متغیر	ابعاد	شاخص‌ها
فرهنگ سازمانی	فرهنگ مشارکتی	۱. توجه به افراد ۲. تعهد ۳. روحیه و رضایت کارکنان ۴. مشارکت ۵. فضای باز و آزاد
	فرهنگ ایدئولوژیک	۱. بصیرت و آینده‌نگری ۲. نوآوری ۳. انطباق و سازگاری ۴. جذب منابع جدید ۵. جلب حمایت ذینفعان بیرونی
	فرهنگ سلسله مراتبی	۱. استمرار فعالیت‌ها و خدمات ۲. کنترل ۳. ثبات ۴. مدیریت اطلاعات ۵. مستند سازی
	فرهنگ عقلایی	۱. دستیابی به اهداف ۲. بهره‌وری ۳. سود ۴. شفاف سازی اهداف ۵. حرکت هدفمند
متغیر	ابعاد	شاخص‌ها
اخلاق حرفه‌ای	محیط سازمانی	۱. تشکیل کلاس‌های آموزشی ۲. تشویق و مجازات افراد ۳. انتظارات واقعی از عملکرد ۴. درج کدهای اخلاقی (قوانین و هنجارهای اخلاقی)
	سطح پیشرفت اخلاقی	۱. احترام به حقوق دیگران ۲. رعایت قوانین و رویه‌های سازمانی ۳. ظرفیت قضاوت درباره اینکه چه چیزی از نظر اخلاقی درست است.
	مرکز کنترل	۱. حدی که افراد خود را درباره رویدادهای زندگی‌شان مسئول می‌دانند.
	رعایت قوانین و استانداردهای علمی	۱. میزانی که قوانین و استانداردها در سازمان وجود دارد. ۲. میزانی که قوانین و استانداردها رعایت می‌شوند
متغیر	ابعاد	شاخص‌ها
اثربخشی سازمانی	نگهداری و انسجام	۱. هماهنگی واحدها در انجام وظایف ۲. توافق بین مسئولان واحدها در مورد مسائل شغلی ۳. هماهنگی کارکنان در انجام وظایف سازمانی
	قابلیت انطباق با محیط	۱. نوآوری ۲. انطباق و سازگاری ۳. جذب منابع جدید ۴. جلب حمایت ذینفعان بیرونی
	نیل به هدف	۱. تحقق اهداف از پیش تعیین شده ۲. شفافیت اهداف

متغیرها نرمال باشند، از آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود و در غیر اینصورت از آزمون‌های ناپارامتریک معادل آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود. آزمون فرض نرمال بودن متغیرها به صورت زیر است:

آزمون نرمال بودن داده‌ها

آزمون کولموگروف اسمیرنوف^۱ جهت بررسی ادعای مطرح شده درباره توزیع داده‌های یک متغیر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در صورتی که

$$\begin{cases} H_0: \text{داده‌ها نرمال هستند;} \\ H_1: \text{داده‌ها نرمال نیستند;} \end{cases}$$

جدول ۲، نتیجه آزمون نرمال بودن متغیرها

متغیر	مقدار آماره	سطح معنی داری	مقدار خطا	نتیجه آزمون
فرهنگ سازمانی	.	.	.	نرمال
فرهنگ مشارکتی	.	.	.	نرمال
فرهنگ ایدئولوژیک	.	.	.	نرمال
فرهنگ سلسله مراتبی	.	.	.	نرمال
فرهنگ عقلایی	.	.	.	نرمال
اخلاق حرفه‌ای	.	.	.	نرمال
سطح پیشرفت اخلاقی	.	.	.	نرمال
محیط سازمانی	.	.	.	نرمال
مرکز کنترل درونی و بیرونی	.	.	.	نرمال
رعایت قوانین و استانداردهای علمی	.	.	.	نرمال
اثربخشی سازمانی	.	.	.	نرمال
قابلیت انطباق با محیط	.	.	.	نرمال
نگهداری و انسجام	.	.	.	نرمال
نیل به هدف	.	.	.	نرمال

تحلیل معادلات ساختاری

مدل‌یابی معادله ساختاری^۲ یک تکنیک تحلیل چند متغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری است که مجموعه‌ای از معادلات رگرسیونی را به گونه همزمان مورد آزمون قرار می‌دهد (هومن، ۱۳۸۷، ۱۱). یک مدل معادله ساختاری مفروض، در واقع یک ساختار علی مشخص شده بین مجموعه‌ای از سازه‌های مشاهده‌ناپذیر است که هر یک توسط مجموعه‌ای از نشانگرها، اندازه‌گیری می‌شود (همان، ۱۳۸۷، ۳۴). هدف تحلیل مدل سازی معادله ساختاری این است که معین کند مدل نظری تا چه حد بوسیله داده‌های نمونه‌ای حمایت می‌شود. اگر داده‌های نمونه‌ای مدل نظری را تأیید کردند، آنگاه می‌توان مدل‌های نظری پیچیده‌تری را فرض کرد. اگر داده‌های نمونه‌ای موید مدل نظری نیستند، آنگاه می‌توان مدل پایه را اصلاح و مجدداً آن را آزمون کرد و یا اینکه مدل‌های نظری دیگری را طرح و آزمون کرد. به دلیل اینکه نمرات استاندارد همیشه قابل مقایسه هستند، در تحلیل‌ها از نمرات استاندارد شده استفاده می‌شود. نمودار (۲) و (۳) مدل ساختاری تحقیق را در دو حالت، ضرایب استاندارد و معنی‌داری ضرایب نشان می‌دهد.

اگر سطح معنی‌داری کمتر از مقدار خطا باشد در نتیجه فرض صفر مبنی بر نرمال بودن داده‌ها رد می‌شود و در غیر اینصورت فرض صفر رد نمی‌شود.

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری برای متغیر کلیه متغیرها بالاتر از سطح خطای نوع اول (۵ درصد)، است پس نتیجه می‌گیریم که مقدار آماره آزمون‌ها در ناحیه قبول فرض صفر قرار دارد. بنابراین فرض صفر مبنی بر نرمال بودن داده‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد.

همبستگی متغیرهای تحقیق

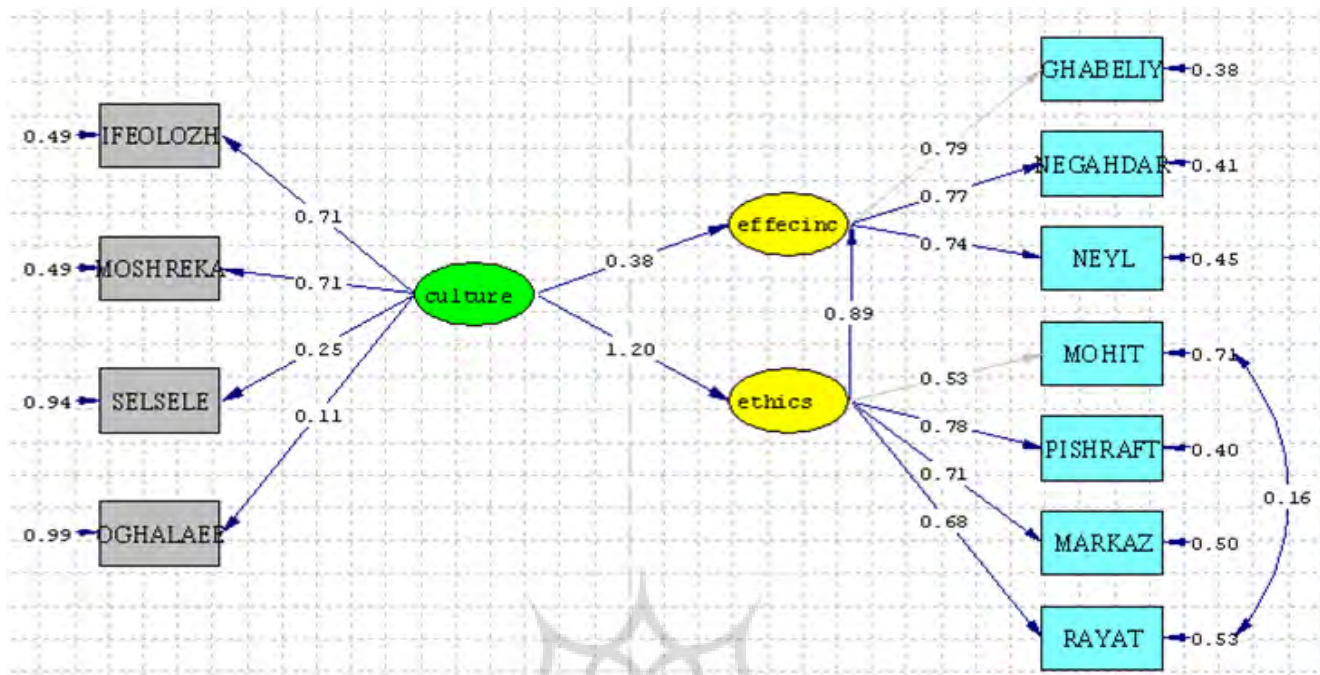
در این قسمت جدول ضریب همبستگی بین متغیرهای مورد نظر را بررسی می‌کنیم. با توجه به اینکه متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال هستند از آزمون همبستگی پیرسون^۱ استفاده می‌کنیم.

جدول ۳. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق

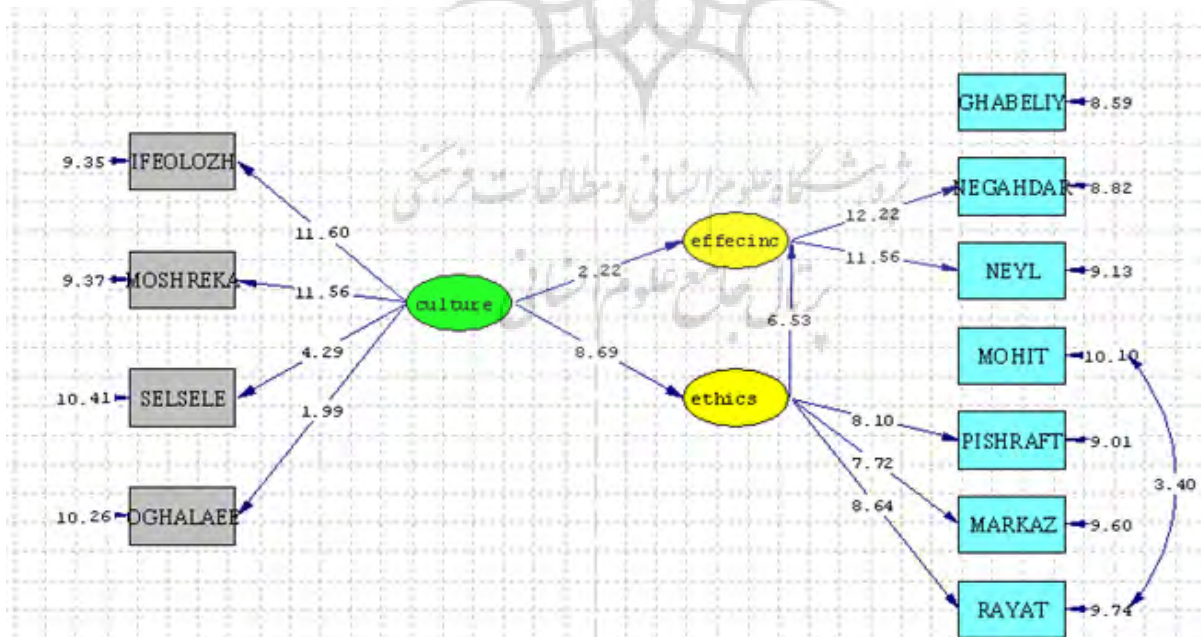
متغیرهای تحقیق	فرهنگ سازمانی	اخلاق حرفه‌ای	اثر بخشی سازمانی
فرهنگ سازمانی	-	۰.۸۶۲**	۰.۸۶۶**
اخلاق حرفه‌ای	-	-	۰.۸۵۹**
اثر بخشی سازمانی	-	-	-

**همبستگی در سطح ۹۹٪ معنی دار است

ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق گزارش شده در جدول (۳) نشان می‌دهد که متغیرهای تحقیق از همبستگی نسبتاً بالا و معناداری برخوردار هستند.



نمودار ۲. مدل ساختاری (ضرایب استاندارد)



نمودار ۳. مدل ساختاری (ضرایب معنی داری)

همانطور که در نمودار مشاهده می‌شود تمامی ضرایب استاندارد در مدل در سطح ۹۹ معنی‌داری است.

بررسی شاخص‌های برازش

پس از تخمین پارامترهای مدل، سوالی که مطرح می‌شود این است که تا چه حد مدل مورد نظر با داده‌های مربوطه سازگاری دارد؟

رگرسیون استفاده شده است که نتایج به دست آمده در این بخش ارائه می‌شود. آزمون فرض زیر به منظور آزمون نوع رابطه بین متغیرهای تحقیق به صورت زیر است:

پاسخ به این سوال تنها از طریق بررسی برازش مدل امکان پذیر است. بنابراین، در تحلیل معادلات ساختاری محقق متعاقب انجام تخمین پارامترها و قبل از تفسیر آن‌ها باید از

جدول ۴. شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری

شاخص برازندگی	2/df	P-value	RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NFI	NNFI
مقدار شاخص

برازندگی مدل اطمینان حاصل کند (کلانتری ۱۳۸۷:۱۲۷).

$$\begin{cases} H_0: \beta = 0 \\ H_1: \beta \neq 0 \end{cases}$$

اگر سطح معنی‌داری کمتر از مقدار خطا باشد در نتیجه فرض صفر مبنی بر صفر بودن ضریب مسیر بین دو متغیر رد می‌شود. آزمون فرضیه‌های اصلی اول و دوم و فرضیه‌های فرعی اول تا چهارم تحقیق در جدول ۵ اشاره شده است.

باتوجه به اینکه شاخص‌های برازش در جدول (۶)، در محدوده قابل قبول قرار دارند، بنابراین می‌توان بیان نمود که مدل نظری تحقیق تأیید می‌شود و می‌توان بیان نمود که مدل نظری بوسیله داده‌های نمونه‌ای حمایت می‌شود.

آزمون فرضیات

برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون استفاده می‌شود. معیار میزان تأثیرگذاری متغیرهای تحقیق و معنی‌دار بودن ضرایب بدست آمده به ترتیب از ضرایب استاندارد و ضرایب تی^۱ و سطح معنی‌داری بدست آمده در آزمون

1. T- value

جدول ۵. نتیجه آزمون فرضیه اصلی اول و دوم و فرضیه های فرعی اول تا چهارم تحقیق

نتیجه	سطح معنی داری	ضریب تی	ضریب مسیر	فرضیه
تایید فرضیه	۰.۰۰۰	۵.۴۵۰	۰.۴۸۸	فرضیه اصلی اول: فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.
تایید فرضیه	۰.۰۰۰	۴.۸۸۸	۰.۴۳۸	فرضیه اصلی دوم: اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.
تایید فرضیه	۰.۰۴۱	۲.۰۶۸	۰.۱۹۸	فرضیه فرعی اول: فرهنگ مشارکتی بر اثربخشی سازمانی مؤثر است
عدم تایید فرضیه	۰.۵۶۰	-۰.۵۸۴	-۰.۰۴۷	فرضیه فرعی دوم: فرهنگ ایدئولوژیک بر اثربخشی سازمانی مؤثر است
تایید فرضیه	۰.۰۰۰	۹.۶۷۵	۰.۸۵۶	فرضیه فرعی سوم: فرهنگ سلسله مراتبی بر اثربخشی سازمانی مؤثر است
تایید فرضیه	۰.۰۳۴	۲.۹۷۱	۰.۱۸۴	فرضیه فرعی چهارم: فرهنگ عقلایی بر اثربخشی سازمانی مؤثر است.

در صورتی که دو وضعیت یاد شده وجود نداشته باشد اثر میانجی متغیر میانجی رد می‌گردد. به این صورت که اگر متغیر میانجی تأثیر معنادار بر متغیر وابسته نداشته باشد، اثر میانجی متغیر میانجی رد می‌گردد. همچنین اگر متغیر میانجی به صورت کامل در رابطه بین متغیر مستقل و وابسته نقش میانجی را بازی کند، تأثیر متغیر مستقل بر وابسته در معادله سوم باید نزدیک به صفر باشد و هنگامیکه متغیر میانجی به صورت جزئی در رابطه بین متغیر مستقل و وابسته نقش میانجی را بازی کند، آنگاه تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته تنها کاهش می‌یابد و به طور کامل از بین نمی‌رود.

بررسی فرضیه فرعی پنجم: سطح پیشرفت اخلاقی در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی نقش میانجی دارد.

بررسی نقش میانجی ابعاد اخلاق حرفه‌ای در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی

به منظور بررسی نقش میانجی ابعاد اخلاق حرفه‌ای از رویکرد بارون و کنی^۱ (۱۹۸۶) استفاده شده است. بر اساس

این رویکرد این آزمون در سه مرحله با استفاده از آزمون رگرسیون انجام می‌شود. مراحل انجام این تحلیل به صورت زیر است:

۱- متغیر مستقل پیش‌بینی کننده معنادار برای متغیر میانجی باشد.

۲- متغیر مستقل پیش‌بینی کننده معنادار برای متغیر وابسته باشد.

۳- متغیر مستقل و متغیر میانجی به صورت همزمان برای پیش‌بینی متغیر وابسته وارد معادله می‌شوند. دو وضعیت باید در معادله سوم برقرار باشد تا یک متغیر میانجی وجود داشته باشد. الف) متغیر میانجی یک پیش‌بینی کننده معنادار برای متغیر وابسته باشد. ب) رابطه مستقیم متغیر مستقل با متغیر وابسته نسبت به معادله دوم کمتر معنادار باشد.

جدول ۶. نتیجه آزمون فرضیه فرعی پنجم

معادله	متغیر پیش‌بینی کننده	متغیر خروجی	بتا	سطح معنی داری	ضریب تعیین	F
اول	فرهنگ سازمانی	سطح پیشرفت اخلاقی
دوم	فرهنگ سازمانی	اثربخشی سازمانی
سوم	فرهنگ سازمانی سطح پیشرفت اخلاقی	اثربخشی سازمانی

سازمانی می‌گذارد خود نیز تأثیر مستقیم مستقل بر اثربخشی سازمان دارد. بنابراین فرضیه پنجم تأیید می‌شود. بررسی فرضیه فرعی ششم: محیط سازمانی در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی نقش میانجی دارد. بنابراین می‌توان گفت که محیط سازمانی در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمان به عنوان یک متغیر میانجی جزئی عمل می‌کند. زیرا فرهنگ سازمانی علاوه بر تأثیری که از طریق محیط سازمانی بر اثربخشی سازمانی

ضریب تأثیر فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمان برابر ۰.۸۶۶ است که با توجه به سطح معنی‌داری، این ضریب معنی‌دار است. معادله سوم نشان می‌دهد که با وارد کردن متغیر سطح پیشرفت اخلاقی (به عنوان متغیر میانجی) میزان تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمان به میزان ۰.۲۳۶ (۰.۲۳۶ = ۰.۶۳۰ - ۰.۸۶۶) کاهش یافته است

معادله اول نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی تأثیر معناداری بر محیط سازمانی دارد. معادله دوم نیز نشان می‌دهد که ضریب

جدول ۷. نتیجه آزمون فرضیه فرعی ششم

معادله	متغیر پیش‌بینی‌کننده	متغیر خروجی	بتا	سطح معنی‌داری	ضریب تعیین	F
اول	فرهنگ سازمانی	محیط سازمانی	۰.۸۰۲	۰.۰۰۰	۰.۶۴۳	۱۷۶.۳۷۳
دوم	فرهنگ سازمانی	اثربخشی سازمانی	۰.۸۶۶	۰.۰۰۰	۰.۷۵۰	۲۹۳.۵۳۸
سوم	فرهنگ سازمانی	اثربخشی سازمانی	۰.۶۰۹	۰.۰۰۰	۰.۷۸۶	۱۷۸.۴۲۰
	محیط سازمانی		۰.۳۲۰	۰.۰۰۰		

می‌گذارد خود نیز تأثیر مستقیم مستقل بر اثربخشی سازمان دارد. بنابراین فرضیه ششم تأیید می‌شود.

بررسی فرضیه فرعی هفتم: مرکز کنترل درونی یا بیرونی در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی نقش میانجی دارد

معادله اول نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی تأثیر معناداری بر مرکز کنترل درونی یا بیرونی دارد. معادله دوم نیز نشان می‌دهد که ضریب تأثیر فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمان برابر

تأثیر فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمان برابر ۰.۸۶۶ است که با توجه به سطح معنی‌داری، این ضریب معنی‌دار است. معادله سوم نشان می‌دهد که با وارد کردن متغیر محیط سازمان (به عنوان متغیر میانجی) میزان تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمان به میزان ۰.۲۵۷ (۰.۲۵۷ = ۰.۶۰۹ - ۰.۸۶۶) کاهش یافته است.

بنابراین می‌توان گفت که سطح پیشرفت اخلاقی در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمان به عنوان یک متغیر میانجی جزئی عمل می‌کند. زیرا فرهنگ سازمانی علاوه بر تأثیری که از طریق سطح پیشرفت اخلاقی بر اثربخشی

فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمان به عنوان یک متغیر میانجی جزئی عمل می‌کند. زیرا فرهنگ سازمانی علاوه بر تأثیری که از طریق

۰.۸۶۶ است که با توجه به سطح معنی‌داری، این ضریب معنی‌دار است. معادله سوم نشان می‌دهد که با وارد کردن متغیر مرکز کنترل درونی یا

جدول ۸. نتیجه آزمون فرضیه فرعی هفتم

معادله	متغیر پیش‌بینی‌کننده	متغیر خروجی	بتا	سطح معنی‌داری	ضریب تعیین	F
اول	فرهنگ سازمانی	مرکز کنترل درونی یا بیرونی	۰.۷۳۴	۰.۰۰۰	۰.۵۳۹	۱۱۴.۴۴۲
دوم	فرهنگ سازمانی	اثربخشی سازمانی	۰.۸۶۶	۰.۰۰۰	۰.۷۵۰	۲۹۳.۵۳۸
سوم	فرهنگ سازمانی مرکز کنترل درونی یا بیرونی	اثربخشی سازمانی	۰.۵۵۳ ۰.۴۲۶	۰.۰۰۰ ۰.۰۰۰	۰.۸۳۳	۲۴۲.۷۸۵

مرکز کنترل درونی یا بیرونی بر اثربخشی سازمانی می‌گذارد خود نیز تأثیر مستقیم مستقل بر اثربخشی سازمان دارد. بنابراین فرضیه هفتم تأیید می‌شود.

بیرونی (به عنوان متغیر میانجی) میزان تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمان به میزان $0.313 (0.553 - 0.866)$

کاهش یافته است. بنابراین می‌توان گفت که مرکز کنترل درونی یا بیرونی در رابطه بین

نتیجه گیری

جامعه امروز، جامعه ای سازمانی است و بخش عمده زندگی افراد در سازمان های مختلف یا در ارتباط با آن ها سپری می شود. در این صورت مطالعه سازمان ها علاوه بر اهمیت اجتماعی آن، به درک ما از مسائل اجتماعی هم کمک می کند. در جامعه چند وجهی و پیچیده امروز ایجاد سازمان ها راه اصلی تحقق خواسته ها و نیل به هدف هایی است که به تنهایی نمی توان به آن ها رسید. ارزیابی اثربخشی یک سازمان فعالیت مداوم و گسترده است. سازمان ها به امور و فعالیت های مختلفی مشغولند و موفقیت آن ها متکی به عملکردشان در حوزه های متعدد کاری است، از این رو به دلیل اهمیت و فلسفه بنیادین اثربخشی در تأسیس سازمان ها، در تحقیق حاضر اثربخشی و تأثیر دو عامل بسیار مهم فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای در میزان آن مورد بررسی قرار گرفته است.

بررسی فرضیه فرعی هشتم: رعایت قوانین و استانداردهای علمی در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی نقش میانجی دارد.

معادله اول نشان می دهد فرهنگ سازمانی تأثیر معناداری بر رعایت موازین و استانداردهای علمی دارد. معادله دوم نیز نشان می دهد که ضریب تأثیر فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمان برابر ۰.۸۶۶ است که با توجه به سطح معنی داری، این ضریب معنی دار است. معادله سوم ضرایب تأثیر متغیر رعایت موازین و استانداردهای علمی (به عنوان متغیر میانجی)، و متغیر فرهنگ سازمانی را بر اثربخشی سازمانی نشان می دهد.

ضرایب نشان می دهد که رعایت موازین و استانداردهای علمی تأثیر معناداری بر اثربخشی سازمانی ندارد. نتیجه می گیریم که عمل متغیر رعایت موازین و استانداردهای علمی به عنوان یک متغیر میانجی در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی رد می گردد. بنابراین فرضیه هشتم رد می شود.

جدول ۹. نتیجه آزمون فرضیه فرعی هشتم

معادله	متغیر پیش بینی کننده	متغیر خروجی	بتا	سطح معنی داری	ضریب تعیین	F
اول	فرهنگ سازمانی	رعایت موازین و استانداردهای علمی	۰	۰	۰	۰
دوم	فرهنگ سازمانی	اثربخشی سازمانی	۰	۰	۰	۰
سوم	رعایت قوانین و استانداردهای علمی	اثربخشی سازمانی	-۰	۰	۰	۰

معنی دار فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی است. با توجه به ضریب مسیر ۰.۴۸۸ و همچنین آماره t به مقدار ۵.۴۵۰ که خارج از فاصله ۲.۵۷۵ است، می توان گفت: فرهنگ سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر اثربخشی سازمانی تأثیر معنادار و مثبتی دارد، یعنی هرچقدر در زمینه فرهنگ سازمانی و متغیرهای آن تلاش به عمل بیاید، تأثیر مثبتی بر اثربخشی سازمانی دارد. فرضیه اصلی دوم نیز باتوجه به ضریب مسیر ۰.۴۳۸ و همچنین آماره t به مقدار ۴.۸۸۸ نشان دهنده تأثیر مثبت و معنادار اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی در سطح ۹۹ درصد است، به بیان دیگر با افزایش فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای اثربخشی سازمانی نیز بالا می رود و با کاهش این دو متغیر اثربخشی سازمانی کاهش می یابد. نتایج این پژوهش نشان داد که سازمان یاد شده کمترین امتیاز را در بعد فرهنگ ایدئولوژیک به دست آورده است، این نتیجه نشان دهنده آن است که این سازمان باید فرصت هایی را برای تشویق خلاقیت، نشر دانش و گسترش توانایی ها ایجاد کند و بتواند محیط بیرونی خود را بهتر بشناسد و به محرک های موجود پاسخ دهد و از تغییرهای آینده پیشی جوید. سازمان همچنین باید کارکنان خود را درک کرده، به ایشان پاسخ دهد و پیشاپیش در صدد تأمین نیازهای آینده آنها برآید و در جهت رضایت مندی ایشان حرکت نماید.

پیشنهاد مبتنی بر یافته های تحقیق

۱. با توجه به رد فرضیه فرعی دوم، واگذاری مسئولیت‌ها بر اساس شایسته سالاری و تفویض اختیار سبب خواهد شد تا کارکنان ضمن آگاهی از ظرفیت‌ها و توانایی‌های

فرهنگ سازمانی شامل عناصر متعددی است که عناصر شناختی نهفته همچون مفروضات، ارزش ها و باورها تا عناصر آشکارتر همچون مصنوعات و الگوها، ارزش ها، عملیات و رفتارها را در بر می گیرد. در مجموع اخلاق حرفه ای و سازمانی، جوهره فرهنگ سازمانی است که شالوده فرهنگ بر پایه آن بنیان نهاده شده است. همانند هر انسانی، هر سازمانی باید دارای وجدان باشد. اگرچه داشتن وجدان یک موضوع فطری و ذاتی است، ولی آگاهی و درک ارزش هایی که وجدان را آگاه سازد، این گونه نیست؛ بلکه ارزش ها باید آموخته شوند (جوهانز پول^۲، ۲۰۰۶). فرهنگ سازمانی اخلاقی، حس عاطفی در خصوص مشارکت و تعهد به ارزش ها و کدهای اخلاقی را فراهم نموده و قویاً بر عملکرد کارکنان سازمان تأثیر گذار است. فرهنگ سازمانی را می توان مدیریت، کنترل و به صورت خود خواسته تغییر داد. در یک فرهنگ سازمانی که اخلاق محور است، رفتارهای درست و غلط برای کارکنان سازمان تشریح می گردد و ارزش هایی همچون عدالت، احترام، ارتباطات باز و شفاف در آن اهمیت پیدا می کند. باتوجه به اهمیت فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی (میزان تحقق اهداف سازمان) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه ای و توسعه و بهبود فرهنگ سازمانی در سازمان توجه شود. در این پژوهش به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی با مداخله اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی در سازمان صندوق ضمانت صادرات ایران پرداخته شده است، نتایج این پژوهش نشان دهنده تأثیر مثبت و

- خود فرصت ارائه پیشنهادها و افکار جدید را داشته و کارکنان شرکت افرادی خلاق شوند.
۲. رهبران و مدیران این سازمان باید با ایجاد چشم اندازهای جذاب و برانگیزاننده جهت گیری‌های آتی سازمان را شکل داده، بر ایده‌ها و فناوری‌های جدید، انعطاف و انطباق پذیری و سازگاری با محیط بیرونی تأکید زیاد داشته باشند.
۳. با توجه به قبول فرضیه‌های اصلی لازم است مدیران سازمان نسبت به شناخت هرچه بهتر خود در مورد تأثیر فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای بر اثربخشی سازمان تلاش کنند.
۴. در مدیریت بر مبنای مقررات، میزان تعهد کارکنان به فرهنگ سازمانی غالباً کم و موقتی است، ولی در مدیریت اخلاقی، این پایبندی پایدار و زیاد است، بنابراین لازم است مدیران مدیریت اخلاقی را به منظور بهبود فرهنگ سازمانی به کارگیرند.
۵. توجه به طراحی و ایجاد نظام نامه رسمی اخلاقی برای سازمان، نظام نامه رسمی اخلاقی عبارت است از دستورالعمل‌های مدون رسمی درباره چگونگی رفتار در موقعیت‌هایی که مستعد ایجاد دو راهی‌های اخلاقی است.
- منابع**
- امیری علی نقی، همتی محمد، مبینی مهدی (۱۳۹۰)، اخلاق حرفه‌ای، ضرورتی برای سازمان، ص ۱۳۷-۱۵۹
 - حسینیان (۱۳۸۲)، اخلاق در نتیجه گیری، تهران؛ انتشارات آموزش عالی
 - هومن، حیدر علی (۱۳۸۷)، مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل، ناشر: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی.
 - دفت، ریچاردال (۱۳۷۷) تئوری و طراحی سازمان، ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، جلد اول.
 - رایبیز، استیفن پی، (۱۳۸۵)، تئوری سازمان، ترجمه سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، تهران: انتشارات صفار
 - رحیمی، حمید. آقابابایی، راضیه (۱۳۹۲)، رابطه فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای؛ اعضای هیئت علمی دانشگاه کاشان، راهبردی آموزش در علوم پزشکی
 - رضاییان، علی (۱۳۷۷)، مدیریت رفتار سازمانی (مفاهیم، نظریه‌ها، کاربرد ها)، تهران: انتشارات سمت.
 - روحی عزیزی. مریم، مهدوی. مژگان (۱۳۸۲)، مدیریت و تغییر فرهنگ سازمانی، مجله تعاون، ص ۱۴۶-۱۴۷

- کلانتری، خلیل (۱۳۸۷) مدل سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی، تهران: فرهنگ صبا
- مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۷۷)، سازمان و مدیریت رویکرد پژوهشی، چاپ دوم، تهران: انتشارات میر.
- نجف بیگی، ر. (۱۳۸۷)، سازمان و مدیریت، انتشارات ترمه، تهران.
- یقین لو . مهر انگیز، جواهر دشتی. فرانک، خلیلی عراقی. مریم (۱۳۸۲). اصول اخلاق حرفه ای از تدوین از تدوین تا عمل، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۳۵، ص ۸۸-۸۰
- زاهدی شمس السادات، الوانی. مهدی، فقیهی ابوالحسن (۱۳۷۹)، فرهنگ جامع مدیریت، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی
- شهرکی پور. حسن، ندری. خدیجه، شیرمحمدی. رحمان (۱۳۸۹)، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با کار آفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه لرستان، فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، ش ۴، ص: ۱۳۶-۱۰۹
- علاقه بند (۱۳۸۸) مدیریت عمومی، تهران، نشر روان.
- عاملی، منیژه (۱۳۸۱)، بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام، پایان نامه جهت اخذ کارشناسی ارشد، تهران، موسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران.
- Aktas.Esra, Cecek.Isik ,K yak,Mithat (2011), the Effect of Organizational Culture On Organizational Efficiency: The Moderating Role Of Organizational, Environment and CEO Values, International Strategic Management Conference, pp: 1560° 1573
- Akwasi A. (2004),the relationship between organizational ethical culture and the ethical behavior of employees: A study of accounting and finance professionals in the insurance industry of United States. J Bus Econ Res.N; 2(9):55-72.
- Balthazard P (2004), Organizational culture and knowledge, management success.Hawaii; International Conference on System Science.
- Braxton J, Proper EM, Bayer AE (2011), Professors behaving badly: faculty misconduct in graduate education. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Beugelsdijk S. A (2009), approach to the impact of differences in organizational culture on relationship performance. Ind Mark Manage, N; 38:312-23.
- Baron RM, Kenny DA(1986), The moderator_ mediator distinction in social psychologic research.

- Cadozier V (2002), the moral profession: A study of moral development and professional ethics of faculty. Texas: University of Texas.
- Cameron, K. S. and Quinn, R. E (1999), Diagnosing and changing organizational culture: based on competing values framework. Reading, MA, Addison-Wesley .
- Carmeli A (2005), the relationship between organizational culture and withdrawal intentions and behavior. *Int J Manpower*, N; 26(2):73-88.
- Fang Y. A (2007), meta-analysis of relationships between organizational culture, organizational climate and nurse work outcomes [dissertation]. Maryland: University of Maryland.
- French I (1992), Human resource management. 2nd ed. Boston: Houghton Mifflin Inc.
- Frick HL (1995), The relationships of national culture, gender and occupation to the work values of employees of an international organization. *J Int Bus Stud*, N; 26(3):673.
- Hartog, M (2007), Ethics and human resource management: Professional. *J Bus Prof Ethics*, N; 21(2):14-25.
- Liu Anita & Fellows Richard & Ng Jess (2004). Surveyors Perspectives on ethics in organizational Culture. *Engineering, Construction and Architectural Management*. Vol. 11, No. 6, pp.438-449.
- Hercy P, Blanchard KH (1983), Management of organizational, behavior. New Jersey: Prentice-Hall Publisher.
- Johns Paul (2006), E-thics: the new moral methodology for business , *Journal of Investment compliance*. Vol, 7, No. 1, pp. 83-90.
- Nakhaie H (2011), survey of the relationship between organizational culture and ethical behavior of the state organizations staff in Kerman, international conference on financial management and economics. Singapore: IACSIT Press.
- Randall DM (1991), Interrelationship of work commitment constructs. *Work Occup*, N; 18(2)194.
- Sinclair A (1993), Approaches to development: developing ethical corporate culture in three organizations , *Journal of management organizational culture and ethics*. *J Bus Ethics*, N; 12(1):63-73.
- Small Michael (2006), Management Development, Vol, 25, No, 6, pp. 588-860.
- Thibodeaux, M.S. and Favilla, E (1996), Organizational effectiveness and commitment through strategic management, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 96, p. 21
- Tsang ho, chin. (2008). The relation between knowledge management enablers and performance. National Cheng University.
- Vitez O (2010), what is the relationship between corporate culture and ethics? *J Bus Ethics*, N; 100(2):515-30.
- Wan fleet D (1992), Behavior in organizations. Boston: Houghton Mifflin Inc.
- Young D (2000), the six levers for managing organizational culture. *Bus Horiz*, N; 43(5):19-25.