

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۸۸ - ۴۹

## طراحی مدل مدیریت رفتار سیاسی سازمانی مبتنی بر اصول اخلاقی در صنعت بانکداری

<sup>۱</sup> فرزاد رضانی راد

<sup>۲</sup> محمود رضایی زاده

<sup>۳</sup> داود کیا کجوری

<sup>۴</sup> مهران مختاری بایع کلایی

### چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی مدل مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی در صنعت بانکداری بخش دولتی بوده است. بدین منظور پس از مرور ادبیات و مبانی نظری پژوهش با استفاده از تکنیک آمیخته یعنی (تحلیل مضمون و معادلات ساختاری) انجام شده است. در این پژوهش در بخش کیفی با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون به بررسی نظرات ۱۵ نفر از خبرگان که از رؤسا موفق و مدیران نمونه در صنعت بانکداری بخش دولتی در سطح صف و ستاد کشور می باشند از طریق مصاحبه باز و عمیق (نیمه ساختار یافته) به روش نمونه گیری گلوله برفی پرداخته شد. و جهت حصول اعتبار و بررسی استحکام داده های مستخرج از مصاحبه از معیارهای انتقال پذیری، قابلیت اطمینان و تایید پذیری استفاده شد. داده های مستخرج از مصاحبه های انجام شده با روش تحلیل مضمون، به صورت ۱۶۴ کدهای باز (مفاهیم) و ۴۱ محوری (مقوله) در هفت عامل و در ۲ دسته رفتار سیاسی سازمانی و مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی با استفاده از نرم افزار MAXQDA تجزیه و تحلیل شدند و

۱. گروه مدیریت دولتی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

Email: farzad\_ramezani\_rad@iauc.ac.ir

۲. گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: Mah.rezaeizade@iauctb.ac.ir

۳. گروه مدیریت دولتی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

Email: Davoodkia@iauc.ac.ir

۴. گروه مدیریت دولتی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

Email: Mokhtari@iauc.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۹/۲/۳ پذیرش نهایی: ۹۹/۴/۱۵

از خروجی نرم افزار مدل پژوهش ترسیم گردید. در بخش کمی با استفاده از ابزار پرسشنامه و پس از سنجش روایی و پایایی و اطمینان از آن، با روش طبقه بندی و نمونه تصادفی نظرات ۳۶۵ نفر از کارکنان بانکهای ملی و سپه مستقر در سطح شعب و ستاد استان تهران مورد بررسی قرار گرفت. سپس با استفاده از نرم افزار LIZREL و تکنیک تحلیل عاملی تاییدی (CFA) تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شش گانه شناسایی شده بروز رفتار سیاسی سازمانی مورد بررسی قرار گرفت. و بیشترین تأثیر بر روی عوامل شخصی (فردی و اخلاقی) حاصل شد. و برای تأیید پیشنهادی مدل نهایی از مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS استفاده شد.

### واژگان کلیدی

رفتار سیاسی، رویکرد اصول اخلاقی، صنعت بانکداری، مدیریت رفتار سیاسی.  
 " این مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای فرزاد رضانی راد در رشته مدیریت دولتی، رفتار سازمانی می باشد."

### طرح مسأله

رفتار سیاسی در سازمان موضوع مطالعات متعددی بوده است. تجارب شخصی و شواهد به دست آمده در طی سال ها نشان می دهند رفتار سازمانی دارای ماهیتی سیاسی است. در واقع تعاملات اجتماعی در میان بازیگران اجتماعی (افراد و گروه ها) شرایط مساعدی برای ظهور و بروز رفتار سیاسی فراهم می کند. اگرچه ممکن است رفتار سیاسی پیامدهای مثبت و منفی داشته باشد، بخش اعظم پژوهش برجسته تاریک آن تمرکز کرده است، به عنوان رفتارهایی که از دید سازمان نا مشروعند و بر اساس نفع شخصی مشخص می شوند. چنین رفتارهایی، محیط کاری تفرقه افکن و نامناسبی ایجاد می کند، به گونه ای که کارایی و اثر بخشی سازمانی را کاهش می دهد. برعکس برخی اندیشمندان از قبیل لوتانز<sup>۱</sup> رفتار سیاسی را لازمه پیشرفت افراد دانسته و بر جنبه مثبت آن تاکید دارند. (زارعی متین، ۱۳۸۱). به رغم وجود دیدگاه دوگانه نسبت به این مفهوم، رفتار سیاسی جزء لاینفک زندگی سازمانی قلمداد می شود. بدلیل فقدان ادبیات منسجم و یکپارچه در این حوزه، عدم اجماع در مورد عوامل به وجود آورنده چنین رفتاری در سازمان بر ادبیات موجود سایه افکنده است. برای درک بهتر رفتار سیاسی سازمانی و مدیریت اثرات غیر کارکردی آن، لازم است ریشه علل بروز این رفتار در سازمان مورد بررسی قرار گیرد. اکثر پژوهش های پیشین به تاثیر ادراک برداشت سیاسی با توجه به عوامل فردی و سازمانی بر رفتار

سیاسی و نقش متغیر تعدیل کننده مهارت سیاسی و اراده سیاسی بر رفتار سیاسی سازمانی پرداخته شده است و کمتر به شناسایی منطق بروز رفتار سیاسی سازمانی پرداخته و بعضاً پژوهشها در حوزه مدیریت رفتار سیاسی سازمانی بصورت کلی و عمومی پرداخته شده است. وجه تمایز پژوهش حاضر با سایر مطالعاتی که تاکنون در این زمینه انجام شده است، علاوه بر توجه به متغیرهای مهم موجود در ادبیات سیاست سازمانی به شناسایی دقیق عوامل بروز منطق رفتار سیاسی سازمانی بطور جامع از جنبه های مختلف (درونی، بیرونی، پیرامونی) با تاکید بر اصول اخلاقی (بعد روانشناختی افراد) و همچنین شناسایی عوامل مدیریتی جهت کنترل و کاهش پیامد های منفی این رفتار با توجه به رویکرد ارزشها و اصول اخلاقی بصورت تخصصی در صنعت بانکداری بخش دولتی پرداخته و بررسی آنها در یک مدل منسجم با روش (آمخسته)، کیفی و کمی با استفاده از نظرات خبرگان بانکی در بخش دولتی انجام شده است.

امروز در تجزیه و تحلیل رفتار سازمانها، پرداختن به اخلاق و ارزش های اخلاقی یکی از الزامات است. نماد بیرونی سازمانها را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می دهد که خود حاصل جمع ارزش های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمانها، ظهور و بروز یافته است. (عنایتی و همکاران، ۱۳۹۲).

درسازمان ها، مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی نقش بسزایی در عملکرد کارکنان دارد، به طوری که نیروی انسانی عامل استراتژیک برای عملکرد سازمان ها در نظر گرفته می شود و مدیریت بر نیروی انسانی و گروه های سازمانی مهم ترین عامل موثر بر افزایش بهره وری است (رفیعی و بهمنی، ۲۰۱۳).

تاکنون سازمان ها به گونه های متفاوتی مورد ملاحظه قرار گرفته اند که مهم ترین آنها دو روش عقلانی و سیاسی می باشد، براساس نگرش عقلانی، سازمان برای دستیابی به هدف های روشن و مشخص تلاش می کند و برای تصمیم گیری، راه حل های گوناگون را شناسایی کرده و بهترین آنها را انتخاب می نماید. اما بر مبنای نگرش سیاسی، سازمان از ائتلاف هایی به وجود آمده است که از نظر هدف ها با هم توافق ندارند، در این الگو سازمان عبارت است از گروه هایی که دارای منافع، هدف ها و ارزش های جداگانه و مخصوص به خود می باشد. الگوی عقلایی بیشتر مناسب سازمان هایی است که در محیط باثبات قرار گرفته و اهداف و راه رسیدن به آنها مشخص و روشن می باشد و الگوی سیاسی مناسب سازمان هایی با شرایط عدم اطمینان، و شرایطی است که افراد در موارد متعدد با هم اختلاف نظر دارند. از آنجا که شرایط بسیاری از سازمان های امروزی نامطمئن و پیچیده می باشد، مناسب است مدیران از الگوی سیاسی بیشتر استفاده کنند این الگو در سال های اخیر اهمیت زیادی پیدا کرده است. (دفت، ۱۳۸۳)

مراد و مقصود از رفتار های سیاسی اینگونه که تصور می شود، نیست. پس می توان گفت

که رفتارهای سیاسی از یک طرف، اهداف سازمان را تحقق می‌بخشند و از طرف دیگر مانع نیل به اهداف سازمان می‌باشند. در بروز رفتار سیاسی افراد می‌کوشند با بروز رفتارهای مثبت و منفی یا به هدف سازمان جامعه عمل پیوستند یا به مخالف با آن پردازند. (زارعی متین، ۱۳۸۱)

برخی دانشمندان بیان می‌کنند که مدیران موفق سیاست مدارانه است و رفتار سیاسی را بخشی از زندگی سازمانی می‌پندارند. براساس تحقیقات انجام شده، وضعیت رفتار سیاسی مدیران و تعهد سازمانی کارمندان با تعدیل گری عدالت سازمانی بالاتر از حد متوسط و میانگین فرضی قرار دارد. (فرخ بخش و همکاران، ۱۳۹۵). افراد به منظور برآورده کردن نیازهای شخصی خود عضویت سازمانی را می‌پذیرند بدین منظور ناگزیر از برقراری ارتباط با یکدیگرند، در واقع، تعاملات اجتماعی میان افراد، شرایط مساعدی برای ظهور رفتار سیاسی فراهم می‌کند. چنین رفتاری محیط کاری مضر و تفرقه افکنی ایجاد می‌کند، به گونه‌ای که کارایی و اثربخشی سازمانی را کاهش می‌دهد و محیطی که آینده از رفتار سیاسی است ممکن است به جابجایی، کاهش کیفیت کار، عدم تحقق اهداف، کاهش عملکرد کارکنان و افزایش استرس و فشار روانی بینجامد (ویگودا و آران، ۲۰۰۶).<sup>۱</sup> رفتارهای سیاسی در سازمان را نمی‌توان از بین برد، مدیری که انتظار داشته باشد کسی دست به این گونه رفتار نزند، ساده لوحی خود را به معرض نمایش گذاشته است، ولی مانورهای سیاسی را می‌توان کنترل کرد تا در محدوده منطقی و سازنده ای قرار گیرند. (رضاییان، علی، ۱۳۹۰). ابراهام سالزیک<sup>۲</sup> استاد دانشگاه هاروارد چنین بیان می‌دارد: انسان‌ها می‌توانند توجه خود را روی تعداد معینی از چیزها متمرکز نمایند، بنابراین هرچه بیشتر بر رفتارهای سیاسی متمرکز شوند، انرژی احساسی و فکری کمتری از آنان برای پرداختن به مسایل واقعی کار باقی می‌ماند. مدیران موفق ولی ناموثر ظاهراً انرژی احساس و فکری زیادی صرف سیاسی کاری می‌کردند، بنابراین پژوهشگران قصد دارند تا حد متوسط رفتار سیاسی مورد نیاز را معین نمایند، گفته می‌شود میزان سیاسی بودن هر فرد به ارزش‌های فردی، روش اخلاقی و خلق و خوی او بستگی دارد. افرادی که شدیداً غیر سیاسی یا بسیار سیاسی اند، همگی زیان‌مند خواهند بود. اولی ممکن است به کندی ارتقاء یابد و احساس کند کنار گذاشته شده است. در حالی که دومی ممکن است به خوش خدمتی متهم شود و حیثیت و اعتبار خویش را از دست بدهد. افرادی که در دونهایت طیف سیاسی قرار می‌گیرند در تلاش گروهی افراد ضعیف به شمار می‌آیند. به طور معمول میزان متوسطی از رفتارهای سیاسی حساب شده به عنوان ابزار ادامه حیات در سازمان‌های پیچیده محسوب می‌شود. (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۶). ارزش‌های اخلاقی سازمان یک بعد عمده فرهنگی است. فضای اخلاقی، ادراکات رسمی و غیررسمی کارکنان از

1. Vigoda&Aran

2. salzik

فرایندها، فعالیت‌ها و سیاست‌های سازمانی را دربر می‌گیرد و نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (ناصحی فر و همکاران، ۱۳۹۴)، تحقیقات انجام گرفته در مورد نهادینه سازی اصول اخلاقی، نسبتاً جدید بوده و کمتر بسط یافته‌اند، با این وجود در تمام تحقیقات موجود بر اهمیت نهادینه سازی اصول اخلاقی و تأثیر آن بر متغیرهای متفاوت سازمانی نظیر تعهد و رضایت تأکید شده است. ماچانداری و رومری، (۲۰۱۹)<sup>۱</sup> نشان داده است که رهبری منصفانه و رعایت عدالت تأثیر مثبتی بر عملکرد فردی و سازمانی دارد. در دنیای امروز نمی‌توان سازمان‌ها را جدای از رفتارهای سیاسی درون آنها مورد مطالعه قرار داد، آگاهی از نحوه بروز آنها می‌تواند مدیران را در کاهش اثرات مخرب آنها یاری دهد (سلاجقه و ناظری، ۱۳۸۹). بسیاری از رفتارها و تصمیم‌های کارکنان و مدیران در سازمانهای امروزی، تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی آنها است. با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثر بخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه شود. (قراملکی، ۱۳۹۷). هر جامعه‌ای برای تأمین سلامت و ارتقا خود نیاز به رعایت یک سری ارزشها و اصول اخلاقی در رفتار و عملکرد خود مطابق قوانین و مقررات حاکم بر آن جامعه می‌باشد و آنچه که مانع بروز برخی رفتارهای غیر اخلاقی در جامعه می‌شود، وجود یکسری خط قرمزها است. آنچه خط قرمزها را در جامعه اسلامی ما معین و مشخص کرده، اخلاق، دین و قانون است. از بین این سه معیار، گرایش به اخلاق، فطری‌ترین ویژگی انسان است و اگر انسان گرایش به دین و آموزه‌های اسلام نیز دارد به دلیل گرایش فطری است که به اخلاق دارد؛ چراکه دین در خدمت اخلاق است. گویا اخلاق در بین هر سه عامل ذکر شده، از قدرت بالاتری برخوردار است و قانون و دین هر دو، اخلاق را منضبط تر می‌نمایند. مدیریت اخلاقی اهداف سود آوری، قانون مداری و اخلاق را هم لازم می‌داند و هم مطلوب. در واقع تمرکز این رویکرد مدیریت نه تنها بر لفظ قانون بلکه بر روح آن است. قانون در این دیدگاه به مثابه یک استاندارد حداقلی برای رفتار اخلاقی دیده می‌شود؛ زیرا مدیریت اخلاقی تلاش دارد که خود را در یک سطح بالاتر از الزامات قانونی حفظ کند. (نظری، ۱۳۹۲).

بعضی از پژوهشگران نیز اخیراً به معرفی قدرت سیاسی و قدرت غیر سیاسی پرداخته‌اند بطور مثال، استفاده غیرسیاسی از قدرت یعنی استفاده از ابزارهای اخلاقی برای رسیدن به مقاصد اخلاقی و استفاده سیاسی از قدرت یعنی استفاده از وسایل یا ابزارهای غیر اخلاقی برای رسیدن به اهداف غیر اخلاقی؛ بدین معنی که کارکنان به تنهایی یا بصورت گروهی بخواهند خارج از چارچوب حاکمیت و اختیارات رسمی و خط مشی‌های سازمانی عمل کنند و در استفاده از قدرت

خود درسازمان، خط مشی‌ها، روش‌ها و شرح مشاغل خاصی تدوین و اجرا کنند، این نوع استفاده از قدرت را سیاسی می‌گویند. (موبرگ و ولسکیوز،<sup>۱</sup> ۱۹۸۱).

با توجه به اینکه رفتارهای اخلاقی هر فرد، گروه یا سازمانی تحت تاثیر ارزشهای اعتقادی، نگرش‌های فلسفی و باورهای بنیادین حاکم بر انسان‌ها است و همه رفتارهای ارادی انسان در قالب ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی او معنی می‌یابد. (زندى پور، ۱۳۸۴) پرداختن به فضایل اخلاقی و دوری جستن از رذایل اخلاقی در فرایند تهذیب اخلاق در جهت تحقق هریک از عناصر فرهنگ اخلاقی و توسعه اخلاقیات در جامعه و سازمان ارتباط متقابل بین مجموعه‌ای از موضوعات اخلاقی را به عنوان واقعیتی انکارناپذیر می‌سازد. (مقیمى و رمضان، ۱۳۹۲) چرا که ارزش‌ها و حفظ استانداردهایی کمک می‌کند که بر هدایت افراد به سوی اقداماتی که برای سازمان مطلوب هستند تاثیر گذارند و موفقیت سازمانی افزایش یابد. (بهاری فر و همکاران، ۱۳۹۰).

مولوی می‌گوید: (من ندیدم در جهان جستجو هیچ اهلیت به از خوی نکو)، اخلاق کار مهمترین عامل توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. اهمیت این موضوع از آن جا ناشی می‌شود که می‌توان باعث ارتقاء عملکرد سازمان گردد.

کار در اسلام به مثابه ارزشی در سایه نیازهای انسان و لازمه ایجاد تعادل بین زندگی فردی و اجتماعی است (علی، ۲۰۰۵). سرچشمه اخلاق کار اسلامی قرآن، سنت نبوی و کلام امامان معصوم (ع) است. پیام قرآن کریم، سیره حضرت محمد (ص) و امامان معصوم (ع)، بیان کننده این است که اخلاق کار اسلامی هرگز به انکار زندگی مادی و تلاش برای آن نمی‌پردازد، بلکه کار را لازمه تحقق زندگی دانسته و به تلاش اقتصادی و کاری توجه زیادی دارد. اسلام فداکاری در راه کار را ارزش دانسته و بر این عقیده است که افراد باید برای انجام کاری که در توان آنهاست، حداکثر تلاش خود را انجام دهند (یوسف، ۲۰۰۱- الف).

رفتار شهروندی سازمانی، افعال و اقدامات ایثارگرانه و از خودگذشتگی کارکنان به منظور تأمین آسایش دیگران است؛ از این رو، سازمانها به شهروندان خوب و افرادی نیاز دارند که مایل به همکاری با کارفرمایان و مشتریان هستند. بنابراین رفتارهای شهروندی سازمانی بر پایه اخلاق بوده و درجات بالای اخلاق به بروز رفتار شهروندی سازمانی بهتری منجر می‌شود (طاهری، زنجیرچی و نجاتیان، ۱۳۹۰؛ اسکندری و ایران دوست، ۱۳۹۴؛ الهیاسات، ۲۰۱۲) به علاوه اسلام به عنوان دین جامع، با توجه به رابطه شایان توجه بین اخلاق کاری و ارزشهای حاکم بر جامعه، اصول اساسی را در اخلاق کار در هر گام زندگی ارائه می‌دهد

(الهیاسات، ۲۰۱۲). از این رو، اخلاق کار اسلامی می تواند تعدیلگر احتمالی مناسبی در رابطه میان نحوه رفتار سازمانی و ارزش ها مبتنی بر عملکرد کارکنان و مشتریان در صنعت بانکداری بخش دولتی باشد. از سوی دیگر، ایران به عنوان کشوری مسلمان، در مبحث اخلاق کار اسلامی مزیتی رقابتی پایدار دارد و می توان با شناسایی دقیق میزان و چگونگی تأثیرات این مفهوم مهم اسلامی، بر فرایند و خروجیهای سازمانی، از این مزیت رقابتی به شکل صحیح بهره برد. مهمترین عامل مهم بقا و تحقق اهداف سازمانی، تصمیم گیری مناسب مدیران کارآمد و توانا است (پاک نیت و فتحی زاده، ۱۳۸۷). یکی از سازمانهایی که تصمیم گیری مدیران و رؤسا اثر مستقیمی بر بقا و حیات آنها دارد، صنعت بانکداری می باشد. بنابر این نیاز است نحوه رفتار آنها در سازمان به منظور تصمیم گیری موثر در جهت تحقق اهداف کلان سازمانی، بصورت اخلاقی و عقلایی و به دور از رفتارهای سیاسی (منفعت طلبانه) باشد تا ضمن افزایش بهره وری و کیفیت عملیات بانکی، ارتقاء سلامت اخلاقی سازمانی، بهبود عملکرد و کاهش فساد اداری را به همراه داشته باشد.

بانکها در کنار وظایف اصلی خود مانند تخصیص منابع به فعالیت های اقتصادی، اجرای سیاست های پولی، ارزی و طراحی و اجرای نظام پرداختها در اقتصاد که در جهت حفظ ثبات اقتصادی و اجتماعی است، در مواردی همچون تحقق توزیع عادلانه درآمد، کاهش فقر و شکاف طبقاتی، قانون گذاری و فعالیت های بنگاه های اقتصادی در بخش مالی و واقعی اقتصاد نیز نقش حائز اهمیتی دارند. با عنایت به اینکه بانکها نبض اقتصاد کشورند در نتیجه نحوه رفتار و عملکرد بانکها، وابستگی و ارتباط تنگاتنگی با اقتصاد دارند و هر گونه تصمیم گیری و سیاست گذاری در سطح خرد و کلان در بانکها عملاً منجر به تغییر و تحول در اقتصاد کشور می شود، به نظر می رسد صنعت بانکداری بخش دولتی پیوند مستحکم و ملاحظه داری با رفتار سیاسی سازمانی دارد. بانکها ممکن است بخاطر تشدید رقابت و رسیدن به بهره وری و سود آوری مرتکب اعمال غیر اخلاقی و منفعت طلبانه شوند. بطور مثال: می توان بعضاً به انتصابات مدیران دولتی بدون توجه به شایسته سالاری و یا ارایه وام های کلان بدون رعایت قوانین و مقررات بانکی به افراد و... در صنعت بانکداری بخش دولتی نام برد، لذا با توجه به برجسته ترین جایگاه نمود اخلاق کار و تاثیر گذاری آن در نحوه رفتار سیاسی سازمانی و عملکرد میان کارکنان و مشتریان صنعت بانکداری، ضمن مطالعات گسترده بصورت کمی و کیفی در این پژوهش، به شناسایی عوامل مدیریتی رفتار سیاسی سازمانی با اصول اخلاقی پرداخته تا بتوان در کنترل و کاهش پیامدهای منفی این رفتار نقش بسزایی داشته باشد، همچنین از نتایج این پژوهش علاوه بر دستیابی به مزیت رقابتی ملی و بین المللی، خط مشی گذاران و مدیران دولتی می توانند برای افزایش دانش آگاهی و شناخت در راستای بهبود اثر بخشی تصمیمات خود در جهت ارتقاء سلامت سازمانی در صنعت بانکداری

بخش دولتی استفاده نمایند. در این پژوهش پاسخ سوالات ذیل دنبال می‌شود که عبارت‌اند از:

۱. عوامل موثر بر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی در صنعت بانکداری بخش دولتی کدامند؟
۲. میزان تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی‌شده بر بروز رفتار سیاسی سازمانی در صنعت بانکداری بخش دولتی تا چگونه است؟
۳. مدل مناسب مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی براساس مؤلفه‌های مستخرج شده از مصاحبه با خبرگان در صنعت بانکداری بخش دولتی چیست؟

رفتار سیاسی را در سازمان نمی‌توان از میان برد، زیرا آنها پدیده‌های اجتناب‌ناپذیر هستند، در میان وظیفه مدیران این است که رفتارهای سیاسی را کنترل کنند تا در محدوده، منطقی و سازنده‌ای قرار گیرند. لذا با توجه به اهمیت شناسایی عوامل بروز این رفتار و همچنین نقش ارزشها و اصول اخلاقی در مدیریت رفتار سیاسی سازمانی در صنعت بانکداری بخش دولتی، اهداف پژوهش به شرح ذیل دنبال می‌شود که عبارت‌اند از:

۱. هدف اول: شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی در صنعت بانکداری بخش دولتی
۲. هدف دوم: طراحی مدل مناسب مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی در صنعت بانکداری بخش دولتی
۳. هدف سوم: میزان تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی‌شده بر بروز رفتار سیاسی سازمانی در صنعت بانکداری بخش دولتی

### مبانی نظری و پیشینه داخلی و خارجی پژوهش

مدیریت، تنها با آگاهی عمومی و تخصصی و نیز مهارت‌های لازم در اجرای آموخته‌ها، به سازمان نمی‌رسد. جایگاه و کسب توفیق در انجام وظایف و مأموریت‌های آن، بطور کلی نیازمند آراز سه نوع قابلیت دانش، مهارت و اخلاق است. سلطانی (۱۳۸۸)، متعقد است برای سالم سازی محیط سازمانی، دوسازکار وجود دارد: یکی سازوکار قانون و دیگری ساز و کار اخلاق که فراتر از قاون است و به صورت پایدار و نهادی می‌تواند سالم سازی را به صورت فرایند بر سازمان حاکم کند. اخلاق را به مجموعه‌ای از صفا روحی و باطنی انسان تعریف کرده‌اند که به صورت اعمال و رفتاری که از خلیقات درونی انسان ناشی می‌شود، بروز ظاهری می‌یابد، بدین سبب گفته می‌شود که اخلاق را می‌توان از راه آثارش تعریف کرد. استمرار یک نوع رفتار خاص، دلیل بر آن است که این رفتار یک ریشه درونی و باطنی در عمق جان و روح فرد یافته است که آن را خلق و اخلاق می‌نامند (تولایی، ۱۳۸۸). اخلاق، یعنی رعایت اصول معنوی و ارزش‌هایی که بر رفتار شخص یا گروه، حاکم است؛ مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است (دفت، ۱۳۷۴). اخلاق از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، بدان اندازه که پیامبر اسلام (ص) فرمودند: من



برای تکمیل کردن مکارم اخلاق مبعوث شده ام. جایگاه و اهمیت اخلاق در زندگی اجتماعی تا بدان جاست که عمل کردن به قوانین و مقررات اجتماعی نیز بدون پشتوانه اخلاق ممکن نیست و اخلاق، بهترین ضامن اجرای قوانین و مقررات است. از این رو، مباحث اخلاقی، از مهم ترین هدف های ارسال پیامبران به شمار می رود و بدون آن، نه دین برای مردم مفهومی خواهد داشت و نه دنیای آنها سامان می یابد.

اخلاق حرفه ای عبارت است از مجموعه قوانین اخلاقی که در وهله اول، از ماهیت حرفه یا شغل به دست آمده است. اخلاق حرفه ای، مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل است. اخلاق حرفه ای، بهره وری را افزایش می دهد، ارتباطات را بهبود می بخشد و درجه ریسک را کاهش می دهد؛ زیرا در صورت حاکمیت اخلاق حرفه ای بر سازمان، اطلاعات به آسانی منتقل می شود و مدیر پیش از ایجاد حادثه، از آن مطلع می گردد. موفقیت، از اخلاق حرفه ای ناشی می شود. اخلاق حرفه ای نیز اعتماد آفرینی به وجود می آید. اعتماد آفرینی هم از پیش بینی رفتار ریشه می گیرد. پیش بینی رفتار، از قانونمندی و مستمر بودن رفتار و قانونمندی نیز از مسئولیت ناشی می شود، و مسئولیت از باورهای فرد و باورهای فرد نیز از دانش و معرفت فرد به وجود می آید. (قراملکی، ۱۳۸۸). معیارهای چهار گانه در باب اخلاق سازمانی عبارتند از: معیارهای ایدئولوژی (ایمان، تقوا، اخلاق در عمل و...)، معیارهای زمینه ساز (رازداری، امانت داری، رعایت حد اعتدال، دلسوزی و...)، معیارهای تخصصی (تجربه کافی، دانش کافی و تخصصی، اهمیت دادن به کار و...)، معیارهای رزشی (وجدان کاری، رعایت حرمت رشوه خواری، حفظ کرامت و منزلت انسانی و...) می باشد. (ایمانی لیل آبادی و همکاران، ۱۳۹۶). نماد بیرونی سازمانها را رفتار های اخلاقی آنها تشکیل می دهد که خود حاصل جمع ارزشهای گوناگون اخلاقی است که در آن سازمانها ظهور و بروز یافته است. رعایت اخلاق و حفظ ارزشهای اخلاقی به صورت یکی از مهمترین پدیده هایی است که بیشتر سازمانها مورد توجه قرار می گیرد. اخلاق اگر چه مفهومی دیرپا دارد، ولی در حیطه سازمان دانشی نو است. از اواسط قرن بیستم به تدریج دانش اخلاق حرفه ای، اخلاق سازمانی و اخلاق کار در سازمانها ریشه دواند و سازمانها شروع به حرکتی سازمان یافته برای ترویج، توسعه و مدیریت اخلاق کردند. (عنایتی و همکاران، ۱۳۹۲). اخلاق و اصول اخلاقی نمی توانند مجزا از هم باشند و عموماً بطور هم معنا بکار گرفته می شوند. فلسفه اخلاق یا اخلاق پژوهی، دانشی است که از اصول و ارزش های اخلاقی بحث می کند؛ ارزش هایی که ناظر بر رفتارها و صفات ارادی مردمان و وجه تمایز آنها از حیث خوبی و بدی، شایستگی و ناشایستگی، نیکویی و زشتی و بایستگی و نبایستگی هستند (فراستخواه، ۱۳۸۵).

فرد آردیوید<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) می‌گوید: در سازمان، اصول اخلاقی خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است؛ اصول اخلاقی خوب، یعنی سازمان خوب. در شکل‌گیری اخلاق سازمانی در شکل‌گیری اخلاق سازمانی سه دسته عوامل فردی، سازمانی و فرا سازمانی دخیل هستند. عوامل فردی شامل اخلاق شخصی، خودشناسی و خودکنترلی که به عنوان خمیرمایه اصلی زمینه‌های شکل‌گیری مدیریت اخلاقی در سازمان می‌باشد و عوامل سازمانی شامل ضوابط و مقررات سازمانی و فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی که مدیریت اخلاقی را نهادینه می‌کند و عوامل فراسازمانی شامل دولت، شرایط اقتصادی، محیط کاری و محیط بین‌المللی می‌باشد که موجب جهت‌گیری مدیریت اخلاقی شده و نهایتاً مدیریت اخلاقی را در سازمان کاربردی و عملی می‌کند.

اعمال مدیریت اخلاقی در سازمان‌ها نه تنها نتایج مستقیم و درون سازمانی خوبی از جمله افزایش بهره‌وری، تقویت وجدان کار جمعی، تولید و نهادینه شدن ارزش‌های اخلاقی جدید و تحول فرهنگ سازمانی را به دنبال دارد، بلکه از برکات مدیریت اخلاقی، مسئولیت‌های اجتماعی سازمان است که امروزه روی آن تأکید زیادی می‌شود و از جمله شاخص‌های مهم ارزیابی عملکرد سازمانها محسوب می‌گردد. (قراملکی، ۱۳۸۵). همانگونه که ذکر شد موفقیت در سازمان ناشی از ایجاد و به کارگیری مدیریت اخلاق در سازمان است. اخلاق سازمانی از اعتماد آفرینی شروع می‌شود. هرچه اعتماد به سازمان، برنامه‌ها و مدیران (ارشد، میانی و مدیران پایه) بیشتر باشد، میزان تعهد به سازمان و وظایف بیشتر خواهد شد. اعتماد آفرینی، منجر به افزایش توان سازمانی در پاسخ‌دهی به نیازهای محیطی خواهد گردید؛ زیرا اعتماد آفرینی هم‌افزایی در توان سازمان ایجاد خواهد کرد. هر چه اعتماد کارکنان به مدیران و سازمان، کاهش یابد، مدیران می‌بایست هزینه بیشتری را جهت کنترل رفتار کارکنان بپردازند که نهایتاً نتایج کمتری نیز به دست خواهند آورد. (لویز، ۲۰۰۷).<sup>۲</sup> بر اساس متون مرتبط، رفتار سیاسی در سازمان‌ها چنین تعریف شده است: رفتاری که به طور رسمی اجازه داده نمی‌شود، به طور اداری تأیید نمی‌شود یا به طور گسترده در سازمان پذیرفته نمی‌شود و به معنای تلاش برای حداکثرکردن نفع شخصی، به هزینه سازمان یا اعضای آن است (فریز و همکاران<sup>۳</sup>، ۱۹۹۱). رفتارهای سیاسی ماهیتی منفعت طلبانه دارند، لذا اعضای سازمان درگیر فعالیت‌های سیاسی سازمانی می‌شوند و می‌کوشند با استفاده از تاکتیک‌های گوناگون سیاسی، منافع خود را حفظ کنند یا توسعه بخشند (آسفورد و لی، ۱۹۹۰). رفتار سیاسی ابزاری است که افراد با استفاده از آن سعی در به دست آوردن و استفاده

1. Ardiooid

2. lewis

3. Ferris

از قدرت دارند (سلاجقه و ناظری، ۱۳۸۹).

در حالی که دو نوع نگاه کاملاً منفی و کاملاً مثبت به سیاست و قدرت با انتقادات جدی رو به رو است، اسلام تصویری کلی و مطلق از سیاست و قدرت ارائه نکرده و هر دو بُعد مثبت و منفی را مورد توجه توجه قرار می دهد. در این تلقی، سیاست و قدرت به ذاته نمی تواند مثبت یا منفی باشد، بلکه این هدف است که خصلت واقعی آن را بازگو می کند. در این تلقی، سیاست نه صرفاً پدیده ای اخلاقی است و نه واقعیتی آکنده از شرور و تباهی، بلکه دارای ماهیت دوگانه ای است که در یک طرف آن، عقلانیت اندیشه و رفتاری مبتنی بر مصلحت وجود دارد و در طرف دیگر آن، قدرت طلبی، حسادت و فزون خواهی. هر چند غایت و حد نهایی این دوگانگی با مطلوبیت رفتاری مبتنی بر عقلانیت دینی تصویر می شود، اما همواره در این مسیر با قدرت طلبی و فزون خواهی انسان که بازتاب دهنده غرایز انسانی است رو به رو می باشد. (سجادی، ۱۳۸۱). رفتار سیاسی آن فعالیت‌های است که به عنوان بخشی از نقش رسمی فرد در سازمان ضرورت ندارد، اما در تعریف دیگر توزیع مزایا یا زبان‌هایی را در داخل سازمان تحت تأثیر قرار دهند، یا تلاش می کنند که تحت تأثیر قرار دهند (گینتیس و لیودنز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). رفتار سیاسی، رفتاری خارج از مقررات شغلی است، این رفتار نیازمند مقداری تلاش جهت به کارگیری قدرت شخصی است.

میزان سیاسی بودن یک مدیر مربوط می شود به محدودیت‌های سازمان رسمی، ضوابط اخلاقی فردی وجدان مدیر، بدیهی است که مقداری سیاست واقعیت زندگی هر سازمانی است، صرف نظر از گنجایش افراد درگیر یا میزان رسمی بودن قوانین و مقررات در سازمان (آدر، ۲۰۱۹)<sup>۲</sup>. وقتی سازمان با پدیده عدم اطمینان و اختلاف نظر اعضا روبه رو شود، می تواند به وسیله سیاست سازمانی به هدف یا نتیجه مورد نظر برسد (ریچارد، ۱۳۸۲). ریشه سیاست و رهبری در سازمان بر پایه قدرت است، اگر افراد قدرت را در راستای تحقق اهداف سازمانی استفاده نمایند، رفتار سیاسی مشروع یا قانونی نامند و اگر در راستای اهداف و نفع شخصی مورد استفاده قرار گیرد، رفتار سیاسی غیر مشروع یا غیر قانونی نامند. بنابراین رفتار سیاسی (مشروع) یعنی سیاست های عادی روزانه که نمونه های آن عبارتند از: شکایت به سرپرست، نادیده گرفتن سلسله مراتب اختیارات، تشکیل ائتلافها، سخت گیری افراطی در مقررات، از سوی دیگر، رفتار سیاسی افراطی یا نامشروع آنهایی هستند که قوانین و مقررات را نقض می کنند و اصطلاحاً اخلاقلگری نامیده می شود. و می توان مواردی از قبیل: تهدید کردن، دیگران را متهم کردن به رشوه، خلاف وسهیل انگاری خرابکاری، آشوب، اختشاش، تعهدات همزمان با چند سازمان و دورویی و... اشاره

1. Gintis & Liodenz

2. Ader

کرد. (مقیمی، ۱۳۸۵). بنابراین برای مدیریت رفتار سیاسی سازمانی می‌توان هم با رویکرد اصول اخلاقی (کاهش عدم اطمینان در سیستم، کاهش رقابت، ارتباطات آشکار، مطالعه علتها و فنون و رفتارهای سیاسی، مدیریت مشارکتی...) و هم با رویکردهایی دیگر از جمله قانون‌گریزی (عدم رعایت یا نقض قوانین و مقررات، پارتی بازی و...) مورد توجه قرار گیرد. (رضائیان، ۱۳۹۰) عوامل موثر بر شکل‌گیری رفتار سیاسی را می‌توان به دو دسته عوامل فردی و سازمانی تقسیم کرد (رابینز<sup>۱</sup>، ۱۳۸۱).

این که در انجام رفتار سیاسی باید اصول اخلاقی را رعایت کرد، یک اصل است، اگرچه در رفتارهای سیاسی نمی‌توان به صورتی دقیق مشخص کرد که چه نوع کاری اخلاقی و کدام یک غیر اخلاقی است. رعایت اصول اخلاقی در رفتار سیاسی باید در جهت تامین منافع سازمانی باشد. بطور مثال، اگر کسی دست به شایعه پراکنی زده درباره امنیت یا سلامت یک محصول یا خدمت حرف‌های نادرستی بزند و هدف او این باشد که گروه طراح محصول یا خدمت را بد نام کند، نوع کار او غیر اخلاقی است. اگر مدیر یک بخش از سازمان با مدیر بخش دیگر در مورد بستن یک قرارداد مبهم رایزنی و تبادل نظر کند، این کار به هیچ وجه غیر اخلاقی نیست، اما اگر این مدیر به اصطلاح بخواد آب را گل آلود کند و از این طریق باج خواهی کند، کار او غیر اخلاقی محسوب می‌شود، زیرا بدین گونه به حریم مشخص مدیر دیگر تجاوز کرده است. در رابطه با اصول اخلاقی و رفتار سیاسی سازمانی می‌بایست رفتار سیاسی با رعایت عدل و انصاف سازگار باشد. اگر یک مدیر درباره عملکرد یکی از کارکنان را گزاره‌گویی کند و در مورد فرد دیگر حق‌کشی کند، باید گفت نوع رفتار او درباره فرد دوم از روی بی‌عدالتی است. اگرچه هدف مدیر از این عمل، افزایش حقوق و پاداش به فردی بوده که مدیر قصد داشته است به او کمک یا لطف کند. از سوی دیگر، صاحبان قدرت می‌توانند با قدرت بیان بگونه‌ای وانمود کنند که تامین منافع شخصی آنان به نفع سازمان است. به همین شیوه، آنها می‌توانند خلاف کاری‌ها را نیکو و معقول جلوه دهند. نکته اساسی این است که افراد خلاف کار می‌توانند هر نوع رفتاری را توجیه کنند و از هر نوع اتهام خود را برهاند و همواره خود را از بدی مبرا سازند. بنابر این، پایگاه‌های قدرت قوی موجب فساد می‌شود. همچنین، افراد بدون قدرت، بیش‌تر اصول اخلاقی را رعایت می‌کنند و بهترین دلیلی را که می‌توان در این زمینه ارائه کرد این است که آنان هیچ پایگاه و هیچ نفع سیاسی ندارند تا از آن سوء استفاده کنند. (کونق و همکاران<sup>۲</sup>، ۱۹۸۱).

امروزه، ادراک اخلاقی از رفتارهای سازمانی توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است؛ به نوعی که حتی مطالعات مقایسه‌ای نیز در این خصوص بین قومیت‌ها و فرهنگی

1 Rabinz

2. Cavanagh & Et al

های قومی در سطح جهان انجام شده است. (رالستون و همکاران<sup>۱</sup>، ۱۹۹۴) که رعایت اخلاقی بین فرهنگهای ملی مخالف را مطالعه کردند، نشان دادند که بین ادراک مدیران هنگ کنگی و آمریکایی جهت به کار گیری رفتار سیاسی به منظور اعمال نفوذ و قدرت در سازمان تفاوت وجود دارد.

امروزه آموزش اخلاق پزشکی در دانشکده های پزشکی با چالش هایی همراه است. او بر این باور است که در دانشکده های پزشکی نیر رفتار های سیاسی وجود داشته و به همین خاطر این امر می تواند آموزش اخلاق پزشکی در این دانشکده ها را تحت الشعاع خود قرار دهد. (نیچولاس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹)

در معنای مدرن، «سیاست اخلاقی» غیر از «اخلاق سیاسی» است. «اخلاق سیاسی» به منطق حاکم بر پدیده های سیاسی اشاره دارد. سیاست اخلاقی» به این معنا است که باید سیاست با منطق مستقلی که دارد با استفاده از اخلاق و قواعد حاکم بر حوزه اخلاق که یک دانش هنجاری است و متصدی بیان مجموعه ای از بایدها و نبایدهای برآمده از دین، عقل، وجدان و... است، اصلاح شود و تحت کنترل اخلاقی درآید. بنابراین جهت اخلاقی کردن سیاست و سالم سازی سیاست، نیازمند مجموعه ای از خصوصیات است از جمله: عدالت، حدود الهی در جوامع دینی، عقلانیت، شفافیت می باشد. (شفیعی، ۱۳۹۷). هرچند تحقیقات مختلف، طبقه بندی های گوناگونی از محور مطالعات درباره سیاست عرضه کرده اند، اما به طور کلی، تحقیقات در این زمینه را می توان به دو دسته کلی بر مبنای واقعیت های رفتار سیاسی و به ادراک از رفتار های سیاسی، طبقه بندی نمود. دسته اول از تحقیقات بر توسعه رفتار های سیاسی و توسعه مهارت های سیاسی تمرکز کرده اند. دسته دوم تحقیقات بر ادراک از رفتار های سیاسی سیاست در سازمان متمرکزند. با عنایت به اینکه نظام بانکی یکی از مهمترین و موثرترین اجزاء نظام اقتصادی در ارتقاء جایگاه ایران در سطح بین المللی است چرا که در بخش مهمی از تامین مالی کشور بر عهده سیستم بانکی است و جهت حفظ مزیت رقابتی و جذب منابع و سرمایه های خارجی ناچار با تعامل سازنده و موثر با سایر ارگانها و سازمانهای دیگر هستند تا بتوانند به اهداف سند چشم انداز دست یابند، این ارتباطات درون و بیرون سازمانی، امکان بروز رفتار سیاسی سازمانی و آسیب پذیری را تشدید می کند. لذا بدلیل اهمیت این موضوع و اینکه رفتار سیاسی عملاً در سازمان ها غیر اجتناب پذیر است و نمی توان از بین برود، بلکه فقط می توان با رعایت اصول اخلاقی آنرا مدیریت کرد و در جهت کاهش پیامد های منفی رفتار سیاسی سازمانی گام برداشت، به این پژوهش پرداخته شده است.

1 . Ralston & Et al

2. Nicholas

(موسوی و همکاران، ۱۳۹۶)، پژوهشی با عنوان «بررسی نقش رفتارهای سیاسی بر بروز رفتارهای منافقانه با نقش میانجی معنویت» انجام شده است. پروژه حاضر از لحاظ هدف، کاربردی از نظر جمع آوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی و از شاخه مطالعات پیمایشی به شمار می‌آید، جامعه آماری پروژه، کارکنان جهاد کشاورزی استان فارس هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، نمونه‌ای به اندازه ۱۰۴ نفر از کارکنان آن به عنوان اعضای نمونه انتخاب شده‌اند. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه استاندارد جمع‌آوری شده است که برای تحلیل آنها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزاری SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رفتارهای سیاسی، رابطه مثبت و معنی‌داری بر رفتارهای منافقانه دارد. همچنین نتایج حاصل از بررسی داده‌ها نشان دهنده آن است که معنویت، رابطه معکوس و معنی‌دار بر رفتار منافقانه دارد. رفتارهای سیاسی نیز از طریق معنویت می‌تواند باعث کاهش رفتارهای منافقانه شود. تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین منابع قدرت مدیران با رفتار سیاسی کارکنان» انجام شده است. که در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از دو پرسش‌نامه استاندارد علمی منابع قدرت (هنکین و شرایخیم، ۱۹۸۹)<sup>۱</sup>، و پرسش‌نامه رفتار سیاسی (دوربین، ۱۹۷۸)<sup>۲</sup> استفاده شد. نتایج حاکی از آن است که سه منبع قدرت مدیران، شامل قدرت تخصص، قدرت پاداش و قدرت مرجعیت با رفتار سیاسی کارکنان رابطه معنادار در سطح اطمینان ۹۵ درصد داشته و دو قدرت اجبار و قانونی با رفتار سیاسی کارکنان رابطه معنادار نداشته‌اند (باغ‌خواستی و ضامن، ۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر پارتی بازی بر نگرش و رفتار کارکنان مورد مطالعه: کارکنان یک شرکت دولتی» دریافته‌اند در صورتی که سازمانها از وابستگان رده‌های بالای سازمانی برای استخدام استفاده کنند، انگیزه کلیه کارکنان سازمان برای رقابت را از بین می‌برند. بطور کلی می‌توان استنباط کرد که پارتی بازی می‌تواند اقدامات و عملکرد مدیریت منابع انسانی را به طور منفی تحت تأثیر قرار داده و همچنین اثر منفی روی سطوح رضایت کارکنان داشته باشد. از طرفی پارتی بازی بر رفتارهایی مانند میل به ترک خدمت و تبلیغات شفاهی منفی علیه سازمان اثر مثبت می‌گذارد. بنابراین، در این پژوهش سعی شده است تا تأثیر پارتی بازی بر نگرش و رفتار کارکنان بررسی شود. با توجه به ادبیات و پیشینه پژوهش ۱۱ فرضیه اصلی مطرح و مورد آزمون قرار گرفت. داده‌ها توسط نرم‌افزار اس پی اس هجده و اموس بیست تجزیه و تحلیل شدند. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که پارتی بازی اثر منفی بر اقدامات منابع انسانی، رضایت شغلی و اثر مثبتی بر تمایل به ترک سازمان و بیان کلمات منفی در مورد سازمان دارد. به ترک سازمان و بیان کلمات منفی در مورد سازمان دارد. (آزاد بخت

1. Henkin&shraikhim

2. Dorbin

و مواهبی طباطبائی، ۱۳۹۴)، تحقیقی با عنوان «رفتار سیاسی فردی در روابط سازمانی» انجام شده است. در این تحقیق سعی در توضیح رفتار سیاسی افراد در سازمانها دارد. همچنین نشان می دهد که به عنوان سازمان نظریه از رفتار سیاسی فرد در سازمانها غفلت می ورزد، بنابراین، رفتار سیاسی فردی در زمینه های سازمانی با استفاده از سه بعد اصلی رفتارهای سیاسی مورد بررسی قرار می گیرد: داخلی/ خارجی، عمودی/ جانبی و مشروع/ نامشروع. الگویی بر اساس این ابعاد ارائه می شود که نتیجه می گیرد به دلایل مختلف مثلاً کار کردن با شخص، سیاسی کردن قدرت، منابع، دانش، اقتدار و تأمین امنیت مواضع آنها (ابدل لطیف<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱).

(مندجین و شیرکش، ۱۳۹۷)، پژوهشی با هدف بررسی رابطه اخلاق کار و رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان منتخب دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشت درمانی تهران انجام شده است. روش پژوهش کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی محسوب می شود. جامعه آماری بالای ۲۰۰۰ نفر هستند و حجم نمونه طبق فرمول کوکران تعداد ۴۲۶ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است و طبق نتایج تحقیق که آزمون پیرسون در راستای تایید یا عدم تایید فرضیات تحقیق، استفاده شده است، یافته ها حاکی از این است که بین اخلاق کار و رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان دانشگاه رابطه وجود دارد و در دانشگاه تاثیر بسزایی دارد. (قیوم زاده و مقدم، ۱۳۹۳)، پژوهشی با هدف بررسی اخلاق مداری مبنای ارتقاء حقوق شهروندی انجام شده است. با وجود مشکلات و آسیب های اجتماعی - فرهنگی در شهرها، عدم آسایش شهروندان، ایجاد تاثیرات منفی بر سیاست کلان کشور، شکل گیری و نهادینه شدن اخلاق شهروندی برای ما ضرورتی اساسی دارد. لذا با ارایه پیشنهاداتی به منظور آگاهی و شناخت جامعه و فعال نمودن مشارکت شهروندان در ترویج اخلاق شهروندی و نهادینه نمودن آن در احقاق حق شهروندی گامی جدی برداشته تا درجه اجرای کامل حقوق شهروندی تلاشی موثر صورت گیرد. لازمه موفقیت سازمانها در صنعت بانکداری اخلاق مدار رهبری و مدیریت مبتنی بر ارزش های اخلاقی است. که با ایجاد هماهنگی و ثبات رویه، حرکت آنها را به سمت وضعیت مطلوب تسهیل می کند. مدیریت اخلاق مدار با رعایت اخلاق کار و مسولیت اجتماعی از طریق افزایش مشروعیت اقدامات سازمان، استفاده از مزایای ناشی از افزایش درآمد، سود آوری و بهبود مزیت رقابتی، موفقیت سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد. مدیریت اخلاق مدار برای شناسایی و اولویت بندی ارزشهای اخلاقی در جهت هدایت رفتار در سازمان و تحقق مسولیت های اخلاقی در آن است. اصلی ترین هدف برنامه های مدیریت اخلاق، ایجاد تعامل میان ارزشهای رقیب است. (سلطانی، ۱۳۸۲).

## روش اجرا و پژوهش (متولوژی)

در این پژوهش از حیث فلسفه پژوهش در زمره پارادایم اثبات‌گرایی و از نوع کاربردی و از حیث صبغه پژوهش کیفی و کمی، دارای رویکرد استقرائی و قیاسی و راهبرد پیمایشی است. این پژوهش از حیث هدف اکتشافی است و به اکتشاف متغیرها می‌پردازد. همچنین، روش انجام پژوهش، آمیخته (کیفی و کمی) است.

## جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری در این تحقیق مدیران و کارکنان در سطح صف و ستاد کشور در صنعت بانکداری بخش دولتی است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از مصاحبه عمیق (نیمه ساختار یافته) با طرح سؤالاتی که بر اساس مبانی نظری و اهداف پژوهش تدوین شده بود با ۱۲ نفر از خبرگان که از روسا موفق و مدیران نمونه در صنعت بانکداری بخش دولتی در مستقر در کلیه شعب و ستاد در سطح کشور که دارای پست سازمانی بالا، سابقه بالا، مدرک تحصیلی بالا، تجربه و دانش مناسب در رشته مدیریت و حوزه امور بانکی در صنعت بانکداری بودند، بصورت نمونه‌گیری از روش گلوله برفی انتخاب شدند انجام شد تا به مرحله اشباع داده‌ها رسیدیم، با این حال جهت اطمینان بیشتر از اشباع داده‌ها تا ۱۵ نفر مصاحبه از خبرگان ادامه یافت. در بخش کمی تعداد کل جامعه آماری ۷۵۰۰ نفر (در مجموع دو بانک دولتی ملی و سپه در سطح کارکنان و مدیران مستقر در شعب و ستاد استان تهران) می‌باشد و سپس با استفاده از جدول مورگان، تعداد ۳۶۵ نفر به‌عنوان نمونه تصادفی انتخاب شدند، سپس نظرات تعداد ۳۶۵ نفر کارکنان در بانکهای دولتی ملی و سپه مستقر در شعب و ستاد استان تهران جمع‌آوری شده است.

## روایی و پایایی ابزار پژوهش

در بخش کیفی جهت حصول اعتبار و بررسی استحکام داده‌های پژوهش نیز از معیارهای انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تایید‌پذیری استفاده شد. در بخش کمی جهت اعتبار‌گویی‌ها و پرسشنامه استخراج شده از اطلاعات مصاحبه از شاخص‌های CVI و CVR و جهت تایید پایایی (آلفای کرونباخ) انجام شد.

## روش تحلیل داده‌ها

در بخش کیفی تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون و از نرم افزار MAXQDA انجام شده است و در بخش کمی با استفاده از نرم افزار Lizrel و تکنیک تحلیل عاملی تاییدی (CFA)،<sup>۱</sup> برای بررسی تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده بروز رفتار سیاسی سازمانی استفاده شد و برای تأیید الگوی پیشنهادی از مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS استفاده گردید.



## یافته های پژوهش

در ادامه عوامل شناسایی شده از داده های مستخرج شده از مصاحبه ها با خبرگان بوسیله روش تحلیل مضمون به همراه (کدهای باز و محوری) به طور تفصیلی مورد بررسی قرار گرفت. در مجموع ۱۶۴ مفهوم (کد باز)، ۴۱ مقوله (کد محوری) و هفت عامل در دو دسته ( رفتار سیاسی سازمانی و مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی) دسته بندی شدند.

۱. عوامل شخصی (فردی و اخلاقی): در بررسی عوامل فردی، ۵۳ کد باز و ۸ کد محوری شناسایی شده اند. در جدول (۱)، به شرح ذیل عوامل فردی و اخلاقی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی اشاره شده است.

جدول (۱)، عوامل شخصی (فردی و اخلاقی) مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی

ردیف	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	شماره کد
۱	توجه به ارزش ها و اصول اخلاقی و الزامات آن در رفتار	رفتار متواضعانه کارکنان	۱.
		متقاعد کردن با دلیل و منطق	۲.
		انجام کارها بی منت	۳.
		عدم تهدید در مقابل قبول و رد درخواست ها	۴.
		عدم انعطاف پذیری	۵.
		رفتار اخلاق مدارانه کارکنان	۶.
		اعتقاد به ارزش ها	۷.
		انجام کار و مدیون کردن دیگران از نظر اخلاقی	۸.
		رفتار حرفه ای کارکنان و مدیران	۹.
		راز داری محرم اسرار	۱۰.
		مسئولیت پذیری	۱۱.
		پرهیز از رفتارهای پنهان	۱۲.
		قبول درخواست ها بدون مانع تراشی	۱۳.
۲	ویژگی های جمعیت شناختی	جنسیت	۱۴.
		میزان تحصیلات	۱۵.
		سابقه تجربه کاری	۱۶.
۳	ویژگی های شخصیتی	دارا بودن ویژگی های هوش هیجانی	۱۷.
		دارا بودن دیدگاه ماکیاولیسم	۱۸.
		منطق گرا	۱۹.
		شبیه گرایی	۲۰.

۴	تعلق و تعهد سازمانی	تعهد به انجام کارها	۲۱.
		انجام مطلوب وظایف شغلی	۲۲.
		ارتباط اثر بخش با دیگران	۲۳.
		ارتباط خوب و دوستانه	۲۴.
		احساس راحتی در مرادده های بین فردی	۲۵.
		توافق با عقاید دیگران	۲۶.
		عدم استفاده از رانت اطلاعاتی	۲۷.
		سوء استفاده از قدرت مقام برای انتصاب کارکنان	۲۸.
۵	مهارت سیاسی افراد	توانایی شبکه سازی	۲۹.
		زیرکی اجتماعی	۳۰.
		نفوذ بین فردی	۳۱.
		هوش سیاسی (هوش تدبیری)	۳۲.
۶	قدرت فردی	قدرت پاداش	۳۳.
		قدرت تنبیه یا سرکوب	۳۴.
		قدرت قانونی	۳۵.
		قدرت صلاحیت	۳۶.
		قدرت مهارت	۳۷.
		قدرت فرصت	۳۸.
۷	اراده سیاسی افراد	نیاز موفقیت (موقعیت طلبی)	۳۹.
		نگرش سیاسی	۴۰.
		فنون سیاسی	۴۱.
		قصد (اهداف) سیاسی	۴۲.
۸	مدیریت تصویر پردازی (اثر گذاری)	سازگاری	۴۳.
		عذر و بهانه	۴۴.
		عدم پوزش	۴۵.
		نداشتن ادعا	۴۶.
		عدم چاپلوسی	۴۷.
		لطف و محبت	۴۸.
		معاشرت	۴۹.
		خوش بینی	۵۰.
		خود محور	۵۱.
		فعال و پر تلاش جلوه دادن افراد	۵۲.
		اخراج و تعدیل	۵۳.

۲. عوامل شغلی: در بررسی عوامل شغلی، ۱۰ کد باز و ۴ کد محوری شناسایی شده اند. در جدول (۲)، به شرح ذیل عوامل شغلی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی اشاره شده است. جدول (۲)، عوامل شغلی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی

ردیف	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	شماره کد
۱	عدم تطبیق مسئولیت و تخصص کارکنان	جابجائی کارکنان در سازمان	۱
		تحقیر افراد	۲
		غیبت مکرر و بدون دلیل	۳
		استرس شغلی	۴
		بی هویتی شغلی	۵
		فرسودگی شغلی	۶
۲	غنی سازی شغلی	رضایت شغلی	۷
		بهره وری شغلی	۸
۳	استقلال در تصمیم گیری	تصمیم گیری در شغل به صورت انفرادی و بدون مشارکت	۹
۴	بازخورد محیط	حمایت از بازخورد با هدف عملکرد کارکنان	۱۰

۳. عوامل سازمانی: در بررسی عوامل سازمانی، ۲۰ کد باز و ۵ کد محوری شناسایی شده اند. در جدول (۳)، عوامل سازمانی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۳)، عوامل سازمانی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی

ردیف	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	شماره کد
۱	ساختار سازمانی	بعد رسمیت از منظر ساختار سازمان	۱
		بعد پیچیدگی از منظر ساختار سازمان	۲
		بعد تمرکز از منظر ساختار سازمان	۳
		تنوع در ساختار سازمانی	۴
۲	فرآیندهای سازمانی	تحقق اهداف سازمان به صورت دستوری	۵
		تغییر در چارت سازمانی	۶
۳	ارزشیابی سازمانی	عدم توجه به ارزش ها و هنجارهای سازمان	۷
		رعایت ارزشهای اصلی سازمان	۸

		معیار و شاخص جهت ارزیابی عملکرد	۹
		عدم رعایت سیاست و رویه های سازمان	۱۰
		اختصاص امتیازهای ویژه (پاداش)	۱۱
۴	انتصابات و انتخابات سازمانی	ریاست طلبی	۱۲
		عدم توجه به دانش و تخصص مدیران	۱۳
		عدم به کارگیری افراد متعهد و متخصص (شایسته گزینی)	۱۴
		عدم شایسته سالاری در انتصابات و ارتقاء کارکنان	۱۵
		عدم جانشین پروری	۱۶
۵	فرهنگ سازمانی	عدم جامع پذیری کارکنان	۱۷
		عدم فرهنگ قوی در سازمان	۱۸
		عدم وجدان کاری کارکنان	۱۹
		زبان سازمان	۲۰

۴. عوامل اجتماعی و فرهنگی: در بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی، ۱۷ کد باز و ۵ کد محوری شناسایی شده اند. در جدول (۴)، عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۴)، عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی

ردیف	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	شماره کد
۱	باور عمومی	قدرت رسانه و فضای مجازی در شایعه سازی	۱
		عدم ادراک سیاسی از فرهنگ غالب	۲
		انتظارات مختلف بر اساس نیاز مردم از بانکها	۳
		پاسخ گویی به انتظارات جامعه	۴
		بدبینی به عرصه سیاست در جامعه اکثریت مردم	۵
۲	رفتار مذهبی و فرهنگی	عضویت در تیم های فرهنگی و مذهبی (بسپج)	۶
		حمایت از مراسم فرهنگی	۷
۳	تبلیغات و بازاریابی	بزرگنمایی محصولات و خدمات بانکی	۸
		جذب مشتریان با دادن وعده خدمات ویژه به آنها	۹

۴	نهادینه کردن الگوی قوانین و مقررات بانکی	مراجع متعدد تصویب قوانین و مقررات	۱۰
		عدم نظارت و کنترل بر قوانین و مقررات	۱۱
		عدم بروز رسانی قوانین و مقررات	۱۲
		عدم شفافیت قوانین و مقررات بانکی	۱۳
		رعایت قوانین و مقررات بانکی	۱۴
۵	شکاف فرهنگی و اجتماعی	شکاف قومی فرهنگی در ایران	۱۵
		شکاف متقاطع	۱۶
		عدم مشارکت سیاسی	۱۷

۵. عوامل اقتصادی و سیاسی: در بررسی عوامل اقتصادی و سیاسی، ۹ کد باز و ۲ کد محوری شناسایی شده اند. در جدول (۵)، عوامل اقتصادی و سیاسی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۵)، عوامل اقتصادی و سیاسی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی

ردیف	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	شماره کد
۱	ماهیت دولتی صنعت بانکداری (نوع نظارت بانکها)	اعمال نفوذ عوامل بیرونی به سازمان	۱
		دخالت دولت	۲
		عدم استقلال بانک مرکزی و بانکها	۳
		عدم نظارت و کنترل سیستمیک و سیستماتیک بر فعالیتهای	۴
		بانک محور بودن اقتصاد کشور	۵
		عدم نیاز مدیریت حرفه ای	۶
		غیر رقابتی بودن صنعت	۷
۲	تخصیص منابع	دولت رانتیبر(دولتی که منبع درآمد آن از نفت است)	۸
		عدم تناسب بین منابع بانکها و نیازهای مردم در جامعه	۹

۶. عوامل منطقه‌ای و بین‌المللی: در بررسی عوامل منطقه‌ای و بین‌المللی، ۷ کد باز و ۵ کد محوری شناسایی شده اند. در جدول (۶)، عوامل منطقه‌ای و بین‌المللی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۶)، عوامل منطقه‌ای و بین‌المللی مؤثر بر رفتار سیاسی سازمانی

ردیف	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	شماره کد
۱	تأثیر نظام پولی جهانی بر بانکها	تأثیر پول رسمی سایر کشور (دلار و یورو) بر صنعت بانکداری	۱
		هژمونی پولی	۲
۲	تأثیر نظام مالی جهانی بر بانکها	نقش سوئیف در تبادلات مالی در عرصه بین‌المللی	۳
		عدم تبادلات مالی / غیر مالی با سایر کشورها	۴
۳	مسائل فنی و تکنیکال	فقدان آگاهی تکنیکال از فرایند بانکی جهانی	۵
۴	توافقات سیاست خارجی (بین‌المللی)	اعمال قدرت و نفوذ کشورهای بیگانه بر سیاست‌های بانکها/ اقتصاد	۶
۵	جایگاه منطقه‌ای خاورمیانه	شرایط اقلیمی بانکها در منطقه	۷

۷. عوامل مدیریتی با رویکرد اخلاقی: در بررسی عوامل مدیریت رفتار سیاسی با رویکرد اخلاقی، ۴۸ کد باز و ۱۱ کد محوری شناسایی شده‌اند. در جدول (۷)، عوامل مؤثر بر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اخلاقی به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۷)، عوامل مؤثر بر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی

ردیف	کد محوری	کدهای باز	شماره کد
۱	بازنگری فرهنگ سازمانی	توانمندی سازی واحد های مرتبط با تخلفات سازمانی	۱
		تدوین اصول و الزامات اخلاقی در سازمان (با وجدان بودن در کار پاسخگویی فردی (مسئولیت اجتماعی)	۲
		ترویج اصول اخلاقی و ترویج ارزش‌ها مدیریت و رعایت آن‌ها (حفظ صداقت، حفظ تعهد و تعلق افراد، سلامت اداری و اعتماد آفرینی)	۳
		حل تعارض بین کارکنان	۴

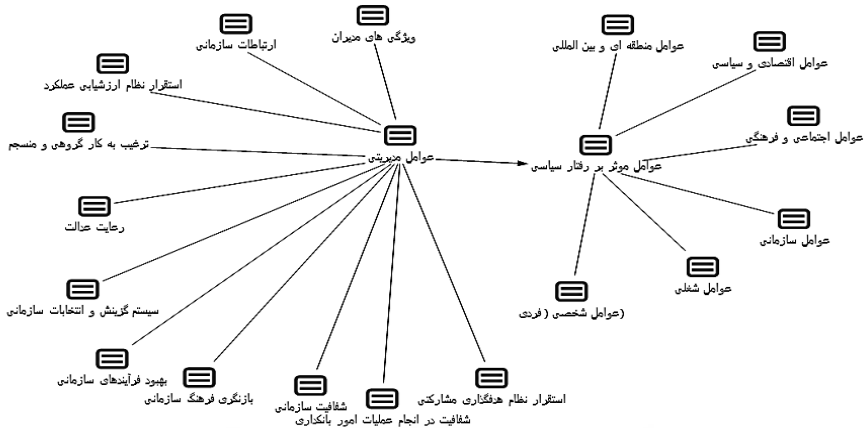
		اعتماد سازی در سازمان	۵
		وظیفه شناسی	۶
		قانون مداری	۷
		صداقت	۸
		معنویت در کار	۹
۲	سیستم گزینش و انتخابات سازمانی	استقرار سیستم جانشین پروری در سازمان	۱۰
		استقرار سیستم شایسته سالاری و شایسته گزینی	۱۱
		گزینش کارکنان / مدیران با ظرفیت بالقوه اخلاقی	۱۲
۳	استقرار نظام ارزشیابی (ارزیابی) عملکرد	معیارها و شاخص های ارزیابی عملکرد کارکنان	۱۳
		نظام ارزشیابی مستمر	۱۴
		سطح اطمینان در سازمان	۱۵
		رعایت انصاف	۱۶
		پاداش بر اساس عملکرد کارکنان	۱۷
۴	استقرار نظام هدفگذاری مشارکتی در سازمان MBO	مشارکت در تصمیم گیری	۱۸
		تعیین اهداف سازمان	۱۹
		تحقق اهداف در سازمان با مشارکت همه کارکنان	۲۰
۵	بهبود فرایندهای سازمانی	ایجاد محیط رقابتی در سازمان	۲۱
		توجه به محیط کار کارکنان جهت رشد و شکوفایی	۲۲
		مدیریت عقلایی در سازمان	۲۳
۶	شفافیت سازمانی	نظارت و کنترل بر هزینه های سازمانی	۳۴
		شفافیت در میزان تخصیص بودجه	۲۵
		شفافیت انتظارات از کارکنان	۲۶
		رویت رفتار و عملکرد شغلی مدیران	۲۷
۷	شفافیت در انجام	ممنوعیت سرمایه گذاری بانکها در فعالیتهای غیر بانکی	۲۸

	عملیات امور بانکداری (جذب منابع و اعطای تسهیلات، مدیریت دارایی و..)	شفافیت پرداخت سود به سپرده مشتریان	۲۹
		شفافیت در اعلام نرخ سود و نرخ جریمه در تسهیلات اعطایی	۳۰
		رونق بخشی در تولید کشور	۳۱
		عدم بنگاه داری بانکها	۳۲
		عدم دریافت رشوه از مشتریان	۳۳
۸	رعایت عدالت	عدالت رویه‌ای	۳۴
		عدالت توزیعی	۳۵
		عدالت تعاملی	۳۶
		عدالت سازمانی	۳۷
۹	ترغیب به کار جمعی و گروهی منسجم	ایجاد گروه های کاری	۳۸
		مشورت و همفکری	۳۹
۱۰	ارتباطات سازمانی	ارتباطات بین کارکنان و مدیران و مشتریان	۴۰
		شناسایی افراد افراد قدرتمند و با نفوذ در سازمان	۴۱
		احترام در روابط	۴۲
۱۱	ویژگی‌های مدیران	پاسخگو بودن مدیران	۴۳
		قدرت تصمیم‌گیری مدیران	۴۴
		شناسایی موقعیت‌ها و فرصت‌ها	۴۵
		تعهد مدیران بر رفتار سیاسی مشروع	۴۶
		آگاهی مدیران از رفتار سیاسی مشروع	۴۷
		شناسایی علتها و فنون رفتار سیاسی	۴۸

بنابراین در مرحله اول، بر اساس مصاحبه‌های نیمه ساختارها بر اساس مبانی نظری و اهداف تحقیق، با خبرگان (رؤسا و مدیران در سطح شعب و ستاد بانکهای دولتی) و با روش تحلیل مضمون به شناسایی و استخراج عوامل مؤثر بر بروز رفتار سیاسی سازمانی و همچنین مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی پرداخته شد و از روش تثلیث (تاکید پذیری، انتقال پذیری و اطمینان پذیری) جهت حصول اعتبار بیشتر داده‌ها استفاده گردید. سپس مدل مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی با نرم افزار مکس کیودا به شرح



ذیل در شکل (۲)، بیان شده است.



شکل (۲)، مدل مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اخلاقی

در ادامه به بررسی عوامل شناسایی شده با تکنیک‌های کمی پرداخته شده است. ابتدا ویژگی‌های دموگرافیک جامعه پژوهش جهت توزیع پرسشنامه به شرح ذیل بیان شده است و سپس از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای آزمون نرمال بودن داده‌ها استفاده شده است.

### ویژگی‌های دموگرافیک جامعه

از شاخص‌های آمار توصیفی برای بررسی ویژگی‌های دموگرافیک پاسخ دهندگان استفاده شده است. فراوانی پاسخ دهندگان براساس جنسیت، سن، میزان تحصیلات به شرح ذیل مورد بررسی قرار گرفته است.

#### الف) جنسیت

از کل ۳۶۵ نفر نمونه آماری، ۲۹۶ نفر (۸۱٪) از پاسخ دهندگان مرد هستند و ۶۹ نفر زن می باشند (۱۹٪).

#### ب) سن

از کل ۳۶۵ نفر نمونه آماری، ۱۰۸ نفر از پاسخ دهندگان ۲۵ تا ۳۵ سال سن دارند. (۲۹,۵٪)، ۱۴۴ نفر از پاسخ دهندگان ۳۶ تا ۴۵ سال سن دارند. (۳۹,۵٪)، ۹۹ نفر ۴۵ تا ۵۵ سال سن دارند (۲۷٪) و ۱۴ نفر بیش از ۵۶ سال می باشند. (۴٪)

#### ج) مدرک تحصیلی

از کل ۳۶۵ نفر نمونه آماری، افراد دارای مدرک کارشناسی ۲۸۱ نفر بوده (۷۷٪) و افراد دارای مدرک کارشناسی ارشد ۷۹ می باشند. (۲۱,۵٪)، همچنین ۵ نفر دارای مدرک دکتری

بودند. (۰,۵٪)

همچنین براساس نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف در تمامی متغیرها مقدار معناداری بزرگ‌تر از سطح خطا (۰,۰۵) به دست آمده است؛ بنابراین دلیلی برای رد فرض صفر وجود ندارد و توزیع داده‌ها نرمال است. و در جدول (۸)، به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۸)، آزمون نرمال بودن داده‌ها

متغیرها	آماره کلموگروف اسمیرنوف	سطح معناداری	نتیجه آزمون
عوامل شخصی (فردی و اخلاقی)	۰,۸۴۷	۰,۱۸۳	نرمال
عوامل شغلی	۰,۹۶۸	۰,۳۴۵	نرمال
عوامل سازمانی	۰,۸۵۷	۰,۳۴۵	نرمال
عوامل فرهنگی و اجتماعی	۰,۹۱۰	۰,۱۱۷	نرمال
عوامل اقتصادی و سیاسی	۱,۱۰۸	۰,۰۹۸	نرمال
عوامل منطقه‌ای و بین‌المللی	۱,۳۲۸	۰,۱۶۲	نرمال
عوامل مدیریت رفتار سیاسی با رویکرد اصول اخلاقی	۰,۹۳۲	۰,۱۳۰	نرمال

### روایی و پایایی پرسشنامه

جهت اعتبار گوینه‌ها و پرسشنامه استخراج شده از اطلاعات مصاحبه از شاخص‌های CVI و CVR استفاده شد. برای ارزیابی روایی محتوا و جهت اطمینان از اینکه مهم‌ترین و صحیح‌ترین محتوا (ضرورت سوال) انتخاب شده است، نسبت روایی محتوا (CVR) و برای اطمینان از این که سوالات ابزار به بهترین نحو جهت اندازه‌گیری محتوا طراحی شده، از شاخص روایی محتوا (CVI) استفاده شد.

$$CVR = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

برای تعیین CVR پرسشنامه، پرسشنامه طراحی شده در اختیار ۱۵ نفر از متخصصین در این حوزه قرار گرفت و با توجه به اینکه مقدار CVR قابل قبول ۰/۴۹ در نظر گرفته شده است. پس از محاسبه CVR، عدد ۰/۶۲ به دست آمد، بنابراین مشخص شد تمام سوالات پرسشنامه اعتبار لازم را دارا بودند.

بدین صورت که متخصصان مربوط بودن هر گوینه را بر اساس یک طیف لیکرتی ۴ گزینه‌ای «۱- غیر مرتبط»، «۲- تا حدی مرتبط»، «۳- مرتبط» و «۴- کاملاً مرتبط» مشخص

می‌کنند. سپس بر اساس فرمول زیر، شاخص روایی محتوایی محاسبه می‌شود:

$$CVI = \frac{\text{تعداد ۴ یا ۳ نمره گویه به که متخصصین تعداد}}{\text{متخصصین کل تعداد}}$$

حداقل مقدار قابل قبول برای شاخص CVI برابر با ۰/۷۹ در نظر گرفته شده است و اگر شاخص CVI گویه‌ای کمتر از ۰/۷۹ باشد، آن گویه بایستی حذف شود. برای تعیین CVI پرسشنامه، پرسشنامه طراحی شده در اختیار ۱۵ نفر از متخصصین در این حوزه قرار گرفت و پس از محاسبه CVI مشخص شد که تمام گویه‌های پرسشنامه مقدار قابل قبول ۰/۷۹ را کسب کردند.

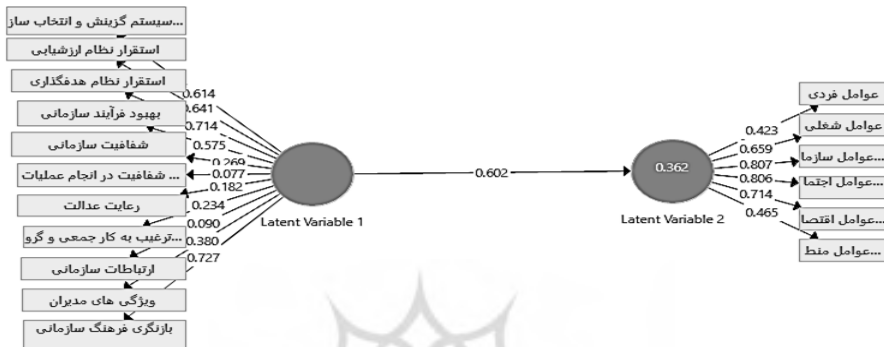
به منظور بررسی پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده می‌شود. محاسبه آلفای کرونباخ یکی از روش‌های مورد تانید در آزمون پایایی پرسشنامه‌ها و مقیاس‌های سنجش نگرش استفاده می‌شود و به شرح ذیل در جدول (۹)، پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ نشان داده شده است.

جدول (۹)، پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ

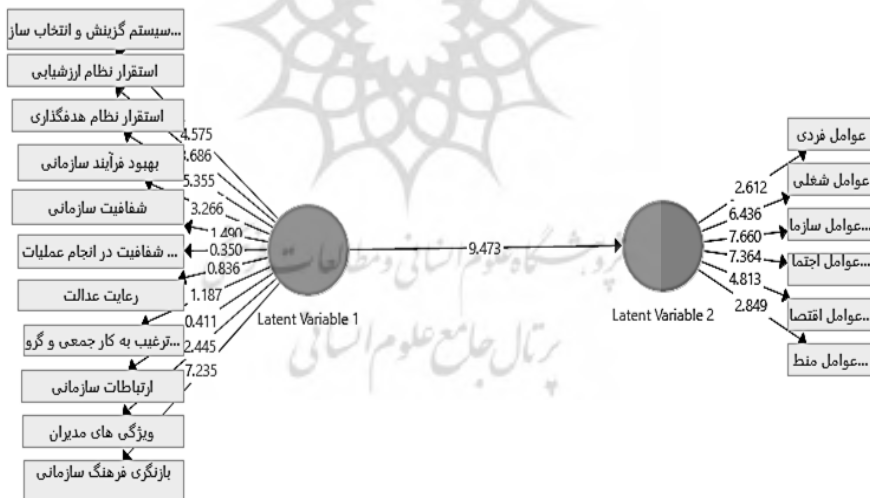
معیارها	آلفای کرونباخ
عوامل شخصی (فردی و اخلاقی)	0.793
عوامل شغلی	0.750
عوامل سازمانی	0.757
عوامل اجتماعی و فرهنگی	0.744
عوامل اقتصادی و سیاسی	0.736
عوامل منطقه ای و بین المللی	0.782
عوامل مدیریتی	0.735

برای سنجش فرضیه‌های تحقیق معادلات ساختاری استفاده شده است. مدل معادلات ساختاری که ساختار علی خاص بین مجموعه‌ای از سازه‌های غیرقابل مشاهده است. یک مدل معادلات ساختاری از دو مؤلفه تشکیل شده است: یک مدل ساختاری که ساختار علی بین متغیرهای پنهان را مشخص می‌کند و یک مدل اندازه‌گیری که روابطی بین متغیرهای پنهان و متغیرهای مشاهده شده را تعریف می‌کند. با استفاده از نرم افزار Smart Pls می‌توان مدل‌های معادلات ساختاری را تحلیل کرد. با استفاده از مدل معادلات ساختاری روابط بین متغیرهای پنهان با یکدیگر و نیز گویه‌های سنجش هر متغیر پنهان با متغیر مربوط قابل بررسی است.

مدل‌های نظری چند متغیره را نمی‌توان با شیوه دو متغیری که هر بار تنها رابطه یک متغیر مستقل با یک متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود، ارزیابی کرد. تجزیه و تحلیل چند متغیره به یک‌سری روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاق می‌شود که ویژگی اصلی آن‌ها، تجزیه و تحلیل همزمان  $K$  متغیر مستقل و  $n$  متغیر وابسته است. و در اشکال (۳ و ۴) به شرح ذیل به ترتیب بار عاملی مدل کلی و آماره تی مدل کلی تحقیق اشاره شده است.



شکل (۳)، بار عاملی مدل کلی تحقیق



شکل (۴)، آماره تی مدل کلی تحقیق

معیار  $R$  squares یا  $R^2$ : هر چه قدر مقدار  $R^2$  مربوط به سازه‌های درون‌زا یک مدل بیشتر باشد نشان از برازش بهتر مدل است. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰، ۰، ۱۹، ۰، ۳۳، ۰، ۶۷ را به‌عنوان ضعیف، متوسط، قوی بودن مدل را تعیین می‌کنند. مقدار  $R^2$  برای سازه عوامل ۰/۳۶۲ که در

شکل مشخص شده است. با توجه به سه مقدار ملاک مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تایید می سازد.

### برازش کلی مدل (معیار GOF)

این معیار مربوط به بخش کلی مدل های معادلات ساختاری است. بدین معنی که توسط این معیار، محقق می تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. معیار GOF توسط تینهاس و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق فرمول زیر محاسبه می گردد:

$$GOF = \sqrt{Avg(Communalities) \times R^2}$$

وتزلس و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۹)، سه مقدار ۰،۰۱، ۰،۳۶، ۰،۲۵ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده اند.

محاسبه معیار GOF:

$$R^2=0.362$$

$$GOF = \sqrt{0.822 \times 0.362} = 0.545$$

**فرضیه: مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده بروز رفتار سیاسی سازمانی تاثیر دارد.**

**H0:** مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی سازمانی تاثیر دارد.

**H1:** مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی سازمانی تاثیر ندارد.

جدول (۱۰)، بارعاملی استاندارد تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی سازمانی به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۱۰)، بار عاملی استاندارد تأثیر مدیریت رفتار سیاسی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی سازمانی

نتیجه	سطح معنی داری	آماره t	بارعاملی	تأثیر
تائید فرضیه	۰،۰۰۰	۹،۴۷۲	۰،۶۰۲	مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده بروز رفتار سیاسی سازمانی

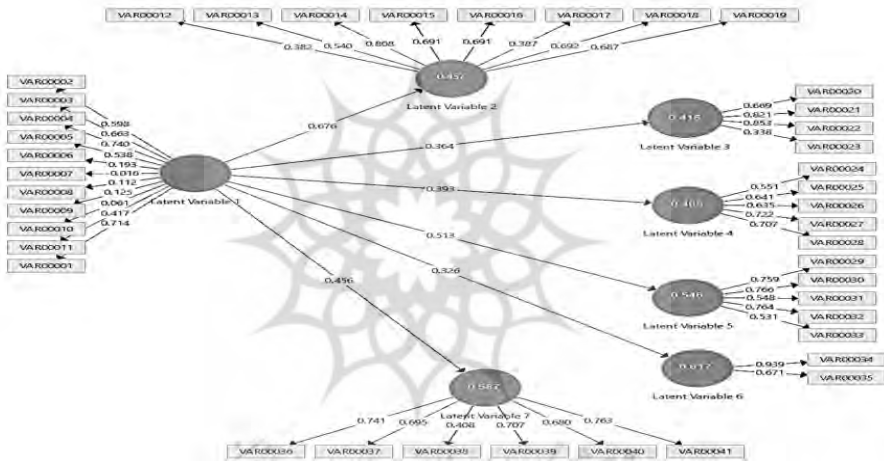
برای آزمون این فرضیه مدل ساختاری بین متغیرها طراحی شده است. بارعاملی استاندارد

1. Tetenhas&et al  
2. Vetzls

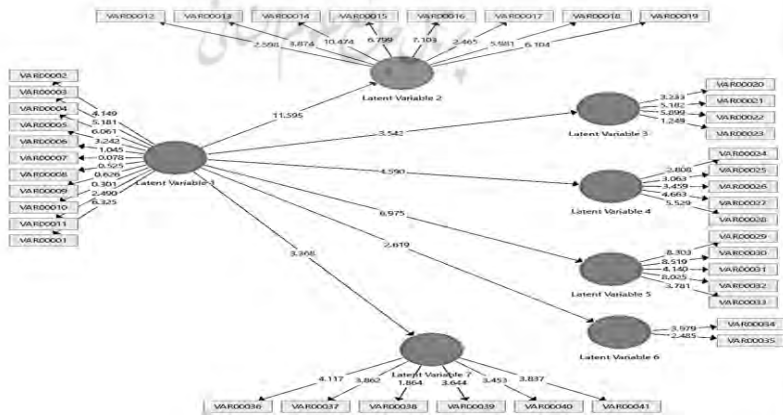
میان دو متغیر مدیریت رفتار سیاسی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی ۰.۶۰۲ بدست آمده است. مقدار آماره تی نیز ۹,۴۷۳ به دست آمده است که از ۱,۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد.

### آزمون فرضیه پژوهش

به منظور سنجش تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده یک مدل دیگر طراحی شده است که در اشکال (۵ و ۶)، به شرح ذیل اشاره شده است.



شکل (۵)، بار عاملی مدل جزئی



شکل (۶)، آماره تی مدل جزئی

معیار  $R$  squares یا  $R^2$ : مقدار  $R^2$  برای سازه عوامل  $0.514$  که در شکل مشخص شده است. با توجه به سه مقدار ملاک مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تایید می سازد.

$$\frac{0.457 + 0.416 + 0.465 + 0.546 + 0.617 + 0.587}{6} = 0.514$$

محاسبه معیار GOF:

$$R^2 = 0.514$$

$$GOF = \sqrt{0.717 \times 0.514} = 0.607$$

بنابراین معیار GOF نیز مورد تایید است. در جدول (۱۱)، بارعاملی استاندارد تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی سازمانی (به تفکیک) به شرح ذیل اشاره شده است.

جدول (۱۱)، بار عاملی استاندارد تأثیر مدیریت رفتار سیاسی بر عوامل شناسایی شده رفتار سیاسی (به تفکیک)

تأثیر	بارعاملی	آماره $t$	سطح معناداری	نتیجه
عوامل شخصی (فردی و اخلاقی)	۰,۶۷۶	۱۱,۵۹۵	*,***	تائید فرضیه
عوامل شغلی	۰,۳۶۴	۳,۵۴۲	*,***	تائید فرضیه
عوامل سازمانی	۰,۳۹۳	۴,۵۹۰	*,***	تائید فرضیه
عوامل اجتماعی و فرهنگی	۰,۵۱۳	۶,۹۷۵	*,***	تائید فرضیه
عوامل سیاسی و اقتصادی	۰,۳۲۶	۲,۶۱۹	*,***	تائید فرضیه
عوامل منطقه‌ای و بین‌المللی	۰,۴۵۶	۳,۳۶۸	*,***	تائید فرضیه

بر اساس جدول (۱۴)، مدیریت رفتار سیاسی بر تمامی عوامل شناسایی تأثیرگذار بوده است. بار عاملی عوامل شخصی (فردی و اخلاقی)  $0.676$  و آماره تی آن  $11,595$  به دست آمده است، بار عاملی عوامل شغلی  $0.364$  و آماره تی آن  $3,542$ ، بار عاملی عوامل سازمانی  $0.393$  و آماره تی آن  $4,590$ ، عوامل اجتماعی و فرهنگی  $0.513$  و آماره تی آن  $6,975$  عوامل سیاسی و اقتصادی  $0.326$  و آماره تی آن  $2,619$  و در نهایت بار عاملی عوامل منطقه‌ای و بین‌المللی  $0.456$  و آماره تی آن  $3,368$  محاسبه شده است؛ بنابراین می توان گفت مدیریت رفتار سیاسی با رویکرد اخلاقی بر عوامل شناسایی شده تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. و طبق نتایج حاصله بیشترین تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عامل فردی و اخلاقی می باشد.

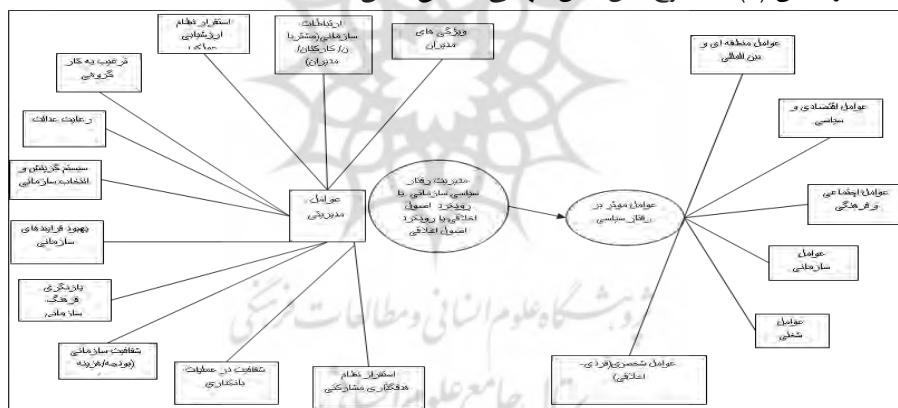
### بحث

بنابراین در مرحله اول، بر اساس مصاحبه‌های انجام شده از خبرگان بانکهای دولتی و تجزیه و تحلیل داده ها به روش تحلیل مضمون، ۶ عامل مؤثر بر بروز رفتار سیاسی سازمانی و

همچنین ۱۱ مؤلفه برای مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی مشخص شده است. با استفاده از تکنیک تحلیل عامل تأییدی و محاسبه بار عاملی مدل جزئی و آماره تی مدل جزئی، ارتباط بین عوامل شناسایی شده با رفتار سیاسی سازمانی و همچنین ارتباط آنها با عوامل مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با اصول اخلاقی بررسی و مورد تأیید قرار گرفت، که دقیقاً همسو با هدف اول پژوهش می باشد. در راستای انجام هدف دوم پژوهش مدل نهایی مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی در نرم افزار MAXQDA طراحی شد. به منظور سنجش تأثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده یک مدل ساختاری با نرم افزار PLS طراحی شد و بار عاملی مدل جزئی و آماره تی مدل جزئی مشخص گردید، لذا با معیار  $GOF = 0.607$ ، مناسب بودن برآزش مدل ساختاری را مورد تأیید قرار گرفت که همسو با هدف سوم پژوهش است. و از نتایج حاصله مشخص شد، مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

## مدل نهایی پژوهش

در شکل (۷)، به شرح ذیل مدل نهایی تحقیق نشان داده شده است.



شکل (۷)، مدل نهایی تحقیق



## نتیجه گیری

همانطور که بیان شد در اکثر پژوهشهای پیشین به تاثیر ادراک برداشت سیاسی بر رفتار سیاسی سازمانی و بعضاً به شناسایی بروز رفتار سیاسی سازمانی بر اساس عوامل فردی، شغلی، سازمانی و عواملی جهت مدیریت رفتار سیاسی سازمانی نیز بصورت کلی و عمومی پرداخته شده است. بطور نمونه: رضایی و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی با عنوان "بررسی و الویت بندی ابعاد رفتار سیاسی - اجتماعی مدیران" انجام داده اند و نتایج حاصل از وزن دهی به ابعاد رفتار سیاسی مدیران ارشد بانک مسکن با فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی نشان داد که بعد نگرش های شغلی رتبه اول و ابعاد پیامدهای کاری، ابعاد سازمانی و بعد ویژگی های فردی رتبه های دوم تا چهارم را کسب نمودند. بیکزاده و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان "طراحی و تبیین الگوی مدیریت رفتار سیاسی کارکنان دانشکده های فنی و حرفه ای استان آذربایجان" انجام داده اند که ابزار جمع آوری عوامل موثر بر رفتار بصورت کمی از پرسشنامه ای. جی. دوبرین (۱۹۷۸) و برای عوامل موثر بر مدیریت رفتار سیاسی با استفاده از نظر خبرگان امر بصورت ۵۵ عامل بصورت کیفی شناسایی شده و با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی بصورت کمی در سطح جامعه آماری انجام شد. و در نهایت با شناسایی مولفه هایی در سه دسته عوامل فردی، شغلی، سازمانی و عوامل مدیریتی دسته بندی شدند. شیخی نژاد و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان "طراحی مدلی برای تبیین رفتار سیاسی کارکنان بخش دولتی" پرداخته اند. تبیین نظری مدل نهایی نشان می دهد عوامل فردی، شغلی و سازمانی موجب ایجاد برداشت از سیاست در سازمان می شوند که به نو به خود رفتار سیاسی را رواج می دهد. مهارت سیاسی و اراده سیاسی نیز ارتباط بین برداشت از سیاست و رفتار سیاسی را در جهت مثبت تعدیل می کنند. در این پژوهش تأثیر متغیرهای فردی کانون کنترل و خود پایشی بر برداشت از سیاست مورد تأیید قرار نگرفت.

لذا این پژوهش با سایر پژوهشهایی که تاکنون انجام شده است کاملاً از نظر روش، محتوا و یافته ها متفاوت است در این پژوهش به بررسی و شناسایی عوامل بروز رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی و با در نظر گرفتن کلیه عوامل درونی (شخصی، شغلی و سازمانی) بیرونی (اقتصادی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی) و پیرامونی (منطقه ای / بین المللی) تاثیر گذار بر صنعت بانکداری بخش دولتی بصورت جامع و دقیق پرداخته است. لازم به ذکر است عوامل شخصی شامل عوامل فردی و اخلاقی می باشد عوامل فردی به ویژگی های ابعاد رفتاری (روانشناسی) و شناختی افراد پرداخته، و عوامل اخلاقی به ویژگی های از ابعاد روانشناختی افراد می پردازد. از ابعاد رفتاری می توان از مواردی از جمله شخصیت و میزان تحصیلات افراد و از ابعاد شناختی می توان از مواردی که بر ذهن افراد بر بروز رفتار سیاسی سازمانی تاثیر می گذارد

از جمله هوش سیاسی (مهارت و ...) و هم از ابعاد روانشناختی می‌توان از مواردی که بر مغز افراد بر بروز رفتار سیاسی سازمانی تاثیر بگذارد از جمله اصول و ارزشهای اخلاقی (مسئولیت پذیری و رفتار حرفه‌ای) و رعایت الزامات این اصول و ارزشها در رفتار (رفتار متواضعانه و...) اشاره کرد. که عوامل فردی در بروز رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی در صنعت بانکداری بخش دولتی بصورت تخصصی با ابعاد ذکر شده تاکنون به این جامعی در پژوهشی به این شکل پرداخته نشده است. و همچنین ضمن طراحی مدلی مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی در صنعت بانکداری بخش دولتی نه سایر رویکردهای غیر اخلاقی از جمله قانون‌گریزی، با استفاده از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل و پی ال اسمارت، میزان تاثیر مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با اصول اخلاقی بر عوامل شناسایی شده بروز رفتار سیاسی مورد بررسی قرار گرفته است.

بر اساس نتایج به دست آمده در تحلیل مسیر معادلات ساختاری، مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اخلاق مدار بر تمامی عوامل شناسایی شده، تأثیر مثبت و معنی‌داری داشته است. همچنین مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اخلاق مدار بر عوامل شخصی (فردی و اخلاقی) بیشترین تأثیر را داشته است. مؤلفه‌های مدیریت رفتار سیاسی همان‌طور که نشان داده شده است عبارت‌اند از: بازنگری فرهنگ سازمانی، سیستم‌گزینش و انتخابات سازمانی، استقرار نظام ارزشیابی (ارزیابی) عملکرد، استقرار نظام هدف‌گذاری مشارکتی در سازمان MBO، بهبود فرایندهای سازمانی، شفافیت سازمانی، شفافیت در انجام عملیات امور بانکداری (جذب منابع و اعطای تسهیلات و...)، رعایت عدالت، ترغیب به کار جمعی و گروهی منسجم، ارتباطات سازمانی و ویژگی‌های مدیران.

شناسایی ابعاد اخلاقی مورد پذیرش افراد هر سازمان، از یک سو حافظ بقا و بالندگی سازمان است و از سوی دیگر، راهنمای مدیران در امور مربوط به خط‌مشی‌گذاری درباره توسعه و بهبود منابع انسانی است؛ بنابراین با تابعیت رفتار سیاسی از رویکردهای اخلاقی، می‌توان مهم‌ترین عامل در بروز رفتار سیاسی، یعنی عوامل فردی و اخلاقی را بهبود بخشید. مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با بازنگری در فرهنگ سازمانی که بر آموزش اخلاق تأکید دارد و همچنین رعایت عدالت و ارزیابی عملکرد کارکنان، تأثیر زیادی بر عوامل فردی و اخلاقی دارد.

برخی کاربردهای نتایج حاصل برای مدیران این است که کارکنان را در تصمیم‌های سازمانی مشارکت دهند. از طریق مشارکت دادن افراد در تصمیم‌گیری، عدم اطمینان آن‌ها کاهش می‌یابد. همچنین، کارکنان باید فعالانه در فرایند هدف‌گذاری نقش ایفا کنند. از طریق این دو ابزار کارکنان احساس می‌کنند از فعالیت‌های درون سازمان کنار گذاشته نشده‌اند. ایجاد ارتباط اجتماعی صمیمانه بین مدیران و کارکنان متناسب با بلوغ شخصیتی

آن‌ها در کاهش برداشت از سیاست وقوع رفتار سیاسی اثربخش است.

ضروری است مدیران مهارت‌های برقراری ارتباط مؤثر با کارکنان را فراگیرند. سازمان‌ها باید ارتباط رو دررو بین مدیر و کارمند را تقویت کنند و مدیران باید به جای مدیریت سایه‌ای از سبک مدیریت از طریق سرکشی به واحدها استفاده کنند و در جریان امور کارکنان قرار گیرند. لازم است مدیران بازخورد مناسب از نحوه انجام وظایف کارکنان ارائه دهند تا آن‌ها شفافیت نقش بیشتر و ابهام در نقش کمتری را تجربه کنند. برداشت از سیاست و انجام رفتار سیاسی در اکثر مواقع به دلیل عدم اطمینان و ابهام رخ می‌دهد. در صورتی که مدیران اطلاعات مورد نیاز کارکنان برای انجام کار را در اختیار آنان قرار دهند، احتمال برداشت از سیاست و ارتکاب چنین رفتاری کم‌رنگ می‌شود. بطور کلی فلسفه سیاسی بر مبنای آزادی و برابری یا آزادی و عدالت است. لذا با توجه به نتایج تحقیق، مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با رویکرد اصول اخلاقی می‌بایست بصورت عدالت محور (دمکراسی محور) و به عبارت دقیق‌تر انصاف محور با رعایت اصول اخلاقی در سطح خرد و کلان در تمام امور و فعالیت‌های سازمانی در صنعت بانکداری بخش دولتی، آموزش عملی اخلاقی مدیران و کارکنان و در نهایت تدوین منشور اخلاقی برای سازمان‌ها مد نظر قرار گرفته شود. اخلاق در کنار دانش و مهارت از مهم‌ترین قابلیت‌های هر مدیر در سازمان به شما می‌رود. محیط‌های سازمانی در رشد اخلاقی افراد نقش اساسی دارند و اخلاق و رفتار مدیران این سازمانها به شدت بر دیگران و نتایج عملکرد سازمان در حال و آینده تاثیر گذار است.

بر اساس نتایج به دست آمده و با عنایت به اینکه اقتصاد کشور، بانک محور است در جهت بهبود عملکرد نظام بانکی و ارتقاء و توسعه سلامت سازمانی، اقبال به جهت‌گیری اخلاقی در توسعه اقتصادی راهی برای تبدیل تهدید به فرصت تلقی می‌شود و مدیران نیز می‌بایست علاوه بر توجه جایگاه راهبردی اخلاق در موفقیت سازمانی، بر اساس دغدغه‌های دینی و ارزشهای جامعه به اخلاق سازمانی توجه ویژه‌ای داشته باشند.

لذا پیشنهادات به شرح ذیل جهت مدیریت رفتار سیاسی سازمانی با اصول اخلاقی در صنعت بانکداری بخش دولتی بیان می‌گردد تا بتوان در کنترل و کاهش پیامد ای منفی و ناهنجاریهای اجتماعی این رفتار و افزایش رشد اقتصادی و رضایت مندی و بهره‌وری کارکنان نقش بسزایی داشته باشد:

۱. کنترل بانک مرکزی بر نحوه اعمال رفتار بانکها مطابق با قوانین و مقررات و اصول اخلاقی در حوزه تمامی امور عملیات بانکداری باشد.
۲. تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی عقلایی و اخلاق محور مدیران در تصویب و اجرای امور عملیات بانکی

۳. مدیران با شفاف سازی امور بانکداری در راستای اجرای صحیح عملیات بانکی بدون ربا، در جهت رسیدن به اهداف کلان سازمانی و ملی با مد در نظر قرار دادن اصول مشارکت نظامند و تعامل سازنده با سایرین گام بردارند.
۴. هدفهای قابل اندازه گیری اولین اقدام اساسی در برابر بروز رفتار سیاسی در سازمان است. مدیران برای حل تعارض میان افراد و اجرای راهبرد، به ایجاد تعهد سازمانی نسبت به برنامه های راهبردی و عملیاتی با استفاده از هدفگذاری مشارکتی و رهبری اخلاق مدار و اثر بخش با رعایت قوانین و مقررات در کلیه امور نیازمند هستند.
۵. در ارتباطات متقابل شخصی یا گروهی، همکاری بر رقابت مزیت دارد لذا جایگزین کردن فرهنگ همکاری به جای رقابت در سازمان مد نظر قرار گیرد.
۶. واضح و شفاف کردن وظایف مسئولیت ها و نقش افراد، هرچه ایهام نقش بیشتر باشد فرد به رفتار سیاسی بیش تری دست می زند.
۷. عدم رانت خواری و رفیق بازی در فرایند اجرای عملیات بانکی
۸. شایسته سالاری و گزینش مدیران بر حسب تجربه و تخصص و عدم وابستگی جناحی
۹. توجه به مسائل فرهنگی و اجرای آموزش صحیح به کارکنان و مدیران نظام بانکی مطابق با تخصص و وظایف آنها
۱۰. استفاده از افراد متخصص و خبره و دارای تجربه در پست های مدیریتی که در حوزه بانکی و پولی اشراف دارند.
۱۱. انتخاب مدیران بر مبنای راستی و سلامت ( روانی و مالی)
۱۲. تمرکز بیشتر به تغییر ساختار نظام بانکی بجای تغییر مدیران در نظام بانکی مد نظر باشد.

### پیشنهادات آتی

در این تحقیق براساس نظرات خبرگان بانکی، عوامل استخراج شده است، پیشنهاد می گردد در تحقیقات بعدی می توان از تکنیک های داده کاوی و پایش انبار داده های موجود استفاده کرد.

## فهرست منابع

۱. ابراهیمی، الهام؛ شجاع، علی؛ پیرانی احمدآباد، ندا (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی بر ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری در صنعت هتلداری: نقش تعدیلگر اخلاق کار اسلامی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۹، ۱۳۹۶، شماره ۳، پاییز ۴۳۹-۴۶۲.
۲. ایمانی لیل آبادی، علی؛ شاه صفی، حسن، تاج آبادی، حسین (۱۳۹۶)، اصول اخلاقی سازمانی در اسلام، فصلنامه مطالعات منابع انسانی، سال ششم، شماره بیست و پنج، پاییز ۹۶، صص ۱۴۱-۱۶۴.
۳. آزاد بخت جمید، ماهبی طباطبائی فرزانه (۱۳۹۴)، بررسی تاثیر پارتی بازی بر نگرش و رفتار کارکنان مورد مطالعه: کارکنان یک شرکت دولتی، کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار ۱۳۹۴، تعداد صفحات ۱۲ صفحه.
۴. باغ خواستی، فاطمه، و ضامنی فرشید. (۱۳۹۵)، بررسی بین منابع قدرت مدیران با رفتار سیاسی کارکنان، پژوهش ملل. سال ۱۲، شماره ۱، صص ۱۰۵-۱۲۲.
۵. بیک زاد جعفر، علوی متین یعقوب، سیدیان (۱۳۹۲)، سیدحامد طراحی و تبیین الگوی مدیریت رفتار سیاسی کارکنان دانشکده های فنی و حرفه ای استان آذربایجان شرقی، مطالعات کمی در مدیریت: زمستان ۱۳۹۲، دوره ۴، شماره ۴، از صفحه ۱۷۴ تا صفحه ۱۹۴.
۶. بهاری فر، علی. جواهری کامل، مهدی. احمدی، سید علی اکبر، (۱۳۹۰)، "رفتار های اخلاقی و رفتار های شهروندی سازمانی: تاثیر ارزشهای اخلاقی، عدالت و تعهد سازمانی" پژوهش نامه مدیریت منابع انسانی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۴۲-۲۳.
۷. تولایی، روح الله (۱۳۸۸)، عوامل تاثیر گذاری بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان، ماهنامه و توسعه انسانی پلیس، شماره ۲۵، صص ۸-۱.
۸. دفت، ریچارد ال، تیوری سازمان و طراحی ساختار، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی (۱۳۷۴)، تهران، مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
۹. ال دفت، ریچارد، تئوری و طراحی سازمان (جلد دوم)، چاپ چهارم، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۳.
۱۰. رضاییان، علی (۱۳۹۰)، مدیریت رفتار سیاسی در سازمان (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته) انتشارات سمت، تهران، چاپ پنجم.
۱۱. رضایی امیر؛ پورصادق ناصر؛ رشید ذوالفقاری زعفرانی بررسی و اولویت بندی ابعاد رفتار سیاسی- اجتماعی مدیران با استفاده از تکنیک فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی (FAHP)، مقاله ۹، دوره ۱۲، شماره ۴۲، پاییز ۱۳۹۷، صفحه ۲۰۳-۲۳۲.
۱۲. رستگار، عباسعلی؛ شول، حسین؛ شرفی، وحید (۱۳۹۶)، نقش نظام ارزیابی عملکرد در بروز پدیده ریاکاری سازمانی: اثر تعدیل کنندگی جو سازمانی، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال ششم، شماره ۲ (شماره پیاپی ۲۲)، تابستان ۱۳۹۶: صص ۲۷-۵۰.

۱۳. رایبیز، استیفن پی، مبانی رفتار سازمانی، چاپ بیست و هفتم، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۶
۱۴. ال.دفت، ریچارد (۱۳۸۲)، تئوری و طراحی سازمان (جلد دوم)، علی، پاریسیان و سید محمد، اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ چهارم، تهران.
۱۵. زارعی، متین حسن، (۱۳۸۱)، رفتار سیاسی و نقش آن در سازمان و مدیریت، مقاله ۲، دوره ۱۵، شماره پیاپی ۵۲۴، زمستان ۱۳۸۱.
۱۶. زندی پور، طیبه، (۱۳۸۴)، "آسیب شناسی فرهنگ و اخلاق کار"، تازه‌ها و پژوهش‌های مشاوره، ج ۴، شماره ۱۶، صص ۶۲-۴۷
۱۷. سلاجقه، سنجر و ناظری، مژگان (۱۳۸۹)، پژوهش تحلیلی در زمینه مدیریت رفتار سیاسی در سازمان، مجله عصر مدیریت، ش ۱۴، خرداد، صص ۱۰۲-۱۰۵.
۱۸. سلطانی، مرتضی (۱۳۸۲)، مدیریت اخلاق در سازمان، مجله تدبیر، شماره ۱۳۳، اردیبهشت.
۱۹. سلطانی، ایرج (۱۳۸۸)، نگاهی به توسعه منابع انسانی در سلامت نظام اداری تحول اداری، دوره هفتم، شماره ۳۵ و ۳۶، صص ۱۰۶-۹۵
۲۰. سجادی، سید عبد القیوم دیپلماسی و رفتار سیاسی در اسلام، مجله علوم سیاسی، دانشگاه باقر العلوم (ع)، زمستان ۱۳۸۱، شماره ۲۰ صص ۱۶۱-۱۸۴.
۲۱. شفیعی، محمود، (۱۳۹۷)، عضو هیات علمی دانشکده علوم سیاسی دانشگاه مفید، روزنامه ایران، شماره ۶۹۵۱، ۲۷ آذر.
۲۲. شیخی نژاد، فاطمه؛ اصغر فانی، علی؛ حسن زاده، علیرضا و دانایی فرد، حسن (۱۳۹۲)، طراحی مدلی برای تبیین رفتار سیاسی کارکنان بخش دولتی (مورد مطالعه: صنعت آب)، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد
۲۳. فرخ بخش، سعید؛ نیک پی، ایرج؛ شجاعی، عظیمه (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین رفتار سیاسی مدیران و تعهد سازمانی کارمندان با تعدیل‌گری عدالت سازمانی در دانشگاه لرستان، دوره ۱۲، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۵، صفحه ۷-۳۲
۲۴. فراستخواه، مقصود (۱۳۸۵)، اخلاق علمی رمز ارتقای آموزش عالی، جایگاه سازو کارهای "اخلاقیات حرفه ای علمی" در تضمین کیفیت آموزشی عالی ایران، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱، شماره ۱، صص ۲۷-۱۳.
۲۵. قیوم زاده، محمود؛ جهانگیری مقدم، روح الله (۱۳۹۳)، اخلاق مداری مبنای ارتقاء حقوق شهروندی، فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی، سال پنجم، شماره دوم، زمستان ۱۳۹۳
۲۶. قرا ملکی، احد فرامرز، (۱۳۹۷)، کتب با عنوان اخلاق حرفه ای: ضرورت و ترویج آن، انتشارات مجنون، چاپ ۱۲.
۲۷. قرا ملکی، احد فرامرز، (۱۳۸۵)، سازمانهای اخلاقی در کسب و کار، قم: مجنون.
۲۸. قرا ملکی، احد فرامرز، (۱۳۸۸)، درآمدی بر اخلاق حرفه ای، چاپ دوم، تهران: انتشارات سرآمد.

۲۹. طاهری، د. م.، زنجیرچی، م.، نجاتیان، ق. م. (۱۳۹۰) نقش اخلاق کاری در ارتقای رفتار شهروندی سازمانی. اخلاق در علم و فناوری، ۲(۲)، ۳۹-۳۰
۳۰. عنایتی، ترانه و همکاران، (۱۳۹۲) رابطه اخلاق کار و تعهد سازمانی در پرستاران بیمارستان حضرت فاطمه زهرا (س) شهرسازی، فصلنامه نسیم تندرستی، شماره ۲، دوره ۲
۳۱. میرزایی، ا. احمدی، ی. بخارایی، ا. نایی، ه. (۱۳۹۶) قانون گریزی و پیوندهای اجتماعی: (مطالعه موردی: شهر اهواز)، فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی، ۳: ۹۷-۱۲۳.
۳۲. مقیمی، سید محمد، سازمان و مدیریت (رویکرد پژوهشی). تهران: انتشارات ترمه. ۱۳۸۵
۳۳. مقیمی، سید محمد. رمضان، مجید (۱۳۹۲). پژوهشنامه مدیریت (۴)، روانشناسی سازمانی، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، چاپ دوم
۳۴. موسوی، سید نجم الدین، زارع، فرجام، بررسی نقش رفتارهای سیاسی بر بروز رفتارهای منافقانه با توجه به نقش میانجی، معنویت، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، زمستان ۱۳۹۶، صفحه ۱۶۱-۱۸۷.
۳۵. مندجین، محمد رضا ربیعی؛ شیرکش، سعید صیاد (۱۳۹۷)، بررسی رابطه اخلاق کارو رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان منتخب دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشت درمانی تهران، پژوهش های اخلاقی، سال هشتم، شماره سه، بهار ۱۳۹۷، صص ۵۸-۴۱
۳۶. ناصحی فر، وحید، آرزمجو، هانیه و تقوی فرد، محمد تقی (۱۳۹۴)، طراحی الگوی یکپارچه تغییرات در سازمان های ایرانی با استفاده از رویکرد دلفی فازی، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال هفتم، ش، ۲، تابستان، صفحات ۲۳۷-۲۶۶.
۳۷. نظری، محمد جعفر (۱۳۹۲)، خبرگذاری رسمی حوزه، ۷۸۰۲- <http://www.donya-e-sghtesad.com/fa/ting/news>
38. Akar, A. (2019). Meta-Analytic Review on the Causes and Consequences of Organizational Cynicism, International Online Journal of Educational Sciences, 1309-2707.
39. Ashforth, B. E. & Lee, R. T. (1990). Defensive behavior in organizations: A preliminary model. Human Relations, 43(7): 621-648
40. Ali, A. (2005). Islamic Perspectives on Management and Organization. Edward Elgar, Cheltenham, Northampton, MA
41. Abdul Latif, Zain Ul Abideen. (2011), Muhammad Suhail Nazar Individual Political Behavior, in Organizational Relationship, Journal of Politics and Law, Vol. 4, No. 1; March 2011.
42. Alhyasat, K.M.K. (2012). The role of Islamic work ethics in developing organizational citizenship behavior at the Jordanian Press Foundations. Journal of Islamic Marketing, 3(2), 139-154
43. Cavanagh GF, Mobery DJ, Velasquez M. The ethics of organizational politics. Acad Manage J 1981; 6(3): 363-74
44. Ferris, G. R. & King, T. R. (1991). Politics in human resources decisions: A walk on the dark side. Lewis, Kenneth D. - "Bank of America corporation

code of ethics – "handbook- 2007

45. Ralston DA, Giacalone RA, Terpsta RH. Ethical perceptions of organizational politics: a comparative evaluation of American and Hong Kong managers. *J Bus* 1994; 13(12): 989-99.

46. Rafiee M, Bahmani A. (2013). Identifying and prioritizing factors affecting organizational behavior of system brokers with Islamic approach. *Journal of Management of Government Organizations*, 1(5).

47. Gintis, H. (2016). Homo Ludens: Social rationality and political behavior. *Journal of Economic*.

48. Kim, T., Atkin, D. J. & Lin, C. A. (2016). Investigating the role of education in the incidence of political citizenship behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 23-39.

49. Masciandaro, d. Romelli, D. (2019). Behavioral Monetary Policymaking: Economics, Political Economy and Psychology. *Baffi Carefin Centre Research*. 105.

50. Nicholas B. Power and the teaching of medical ethics. *J Med Ethics* 1999; 25(6): 507-13

51. Moberg DJ, Velasquez M. The ethics of organizational politics. *Acad Manage* 1981; 6(3): 363-74

51. Vigoda, Eran & Cohen, Aaron (2006). Influence tactics and perceptions of organizational politics A Longitudinal study. *Journal of Business Research*, 55: 311-324.

52. Yousef, D. (2001a). The Islamic work ethic as a mediator of the relationship between locus of control role conflict and role ambiguity. *Journal of Managerial Psychology*, 15(4), 283-302.