



دانشگاه پیام نور

مرکز تهران غرب

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

رشته مدیریت دولتی (گرایش مدیریت سیستمهای اطلاعاتی)

عنوان پایان نامه

تأثیر فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمان وزارت صنعت، معدن و تجارت

پژوهشگر:

سیده مرضیه حسینی

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر سید علی اکبر احمدی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر مجید ضماهنی

دی ماه ۱۳۹۳

## چکیده

یکی از مفاهیمی که در مدیریت نوین توجه خاصی به آن شده است، مفهوم اثربخشی سازمانی<sup>۱</sup> می باشد. 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<sup>۲</sup> و اخلاق حرفه ای<sup>۳</sup> 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

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی با مداخله اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی می باشد. این مقاله از نظر هدف، کاربردی، با توجه به ماهیت توصیفی، و از نظر روش پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان دو بخش اداری و آموزش و پژوهش وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰) نفر می باشد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پرسشنامه مزبور دارای ۴۳ 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 معناداری 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.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، اخلاق، اخلاق حرفه ای، اثربخشی سازمانی

۱-Organizational effectiveness

۲ -Organizational Culture

۳ - Professional ethics

# فهرست مطالب

## فصل اول: کلیات تحقیق

|         |  |
|---------|--|
| ..... ۱ | ۱-۱ مقدمه:                                   |
| ..... ۱ | ۱-۲ بیان مساله:                              |
| ..... ۳ | ۱-۳ ضرورت انجام تحقیق:                       |
| ..... ۴ | ۱-۴ اهداف تحقیق                              |
| ..... ۴ | ۱-۴-۱ اهداف اصلی:                            |
| ..... ۴ | ۱-۵ فرضیه های تحقیق:                         |
| ..... ۴ | ۱-۵-۱ فرضیه اصلی:                            |
| ..... ۴ | ۱-۵-۲ فرضیه های فرعی:                        |
| ..... ۵ | ۱-۶ متغیرهای تحقیق                           |
| ..... ۵ | ۱-۶-۱ تعریف مفاهیم نظری:                     |
| ..... ۷ | ۱-۷ روش و ابزار گرد آوری اطلاعات :           |
| ..... ۷ | ۱-۸ روش تجزیه و تحلیل داده ها                |
| ..... ۷ | ۱-۹ قلمرو تحقیق ( زمانی ، مکانی ، موضوعی ) : |
| ..... ۷ | ۱-۱۰ جامعه آماری و روش نمونه گیری            |
|         | <u>فصل دوم: مبانی نظری و ادبیات تحقیق</u>    |
| ..... ۹ | ۲-۱-۱ مقدمه:                                 |
| ..... ۹ | ۲-۱-۲ بخش اول: فرهنگ سازمانی                 |

|          |   |
|----------|---|
| ..... ۹  | ۳-۱-۲- تعاریف فرهنگ:  |
| ..... ۱۲ | ۴-۱-۲- تعاریف فرهنگی سازمانی                                  |
| ..... ۱۴ | ۵-۱-۲- ویژگی‌های فرهنگی سازمانی                               |
| ..... ۱۵ | ۶-۱-۲- مفهوم فرهنگی سازمانی                                   |
| ..... ۱۸ | ۷-۱-۲- اهمیت و فواید فرهنگی سازمانی                           |
| ..... ۱۸ | ۸-۱-۲- منشا و شکل‌گیری فرهنگی سازمانی                         |
| ..... ۲۰ | ۹-۱-۲- انواع فرهنگی سازمانی                                   |
| ..... ۲۰ | ۱-۹-۱-۲- ارائه شده توسط رابینز                                |
| ..... ۲۱ | ۲-۹-۱-۲- انواع فرهنگی سازمانی از دیدگاه کوئین                 |
| ..... ۲۴ | ۳-۹-۱-۲- انواع فرهنگی سازمانی از دیدگاه چارلز هندی            |
| ..... ۲۵ | ۴-۹-۱-۲- مدل شناختی (سطوح) فرهنگی سازمانی - ادگار شاین (۱۹۸۵) |
| ..... ۲۶ | ۵-۹-۱-۲- نوع‌شناسی کوک و زومال (۱۹۹۳)                         |
| ..... ۲۹ | ۶-۹-۱-۲- نوع‌شناسی تائونو ککاله (۱۹۹۸)                        |
| ..... ۳۱ | ۷-۹-۱-۲- مدل ویژگی‌های فرهنگی سازمانی استیفن رابینز           |
| ..... ۳۱ | ۸-۹-۱-۲- مدل مارتینز (الگویی برای تشریح فرهنگی سازمانی)       |
| ..... ۳۳ | ۹-۹-۱-۲- مطالعات هافستد در زمینه فرهنگ                        |
| ..... ۳۵ | ۱۰-۹-۱-۲- انواع فرهنگی سازمانی از دیدگاه دانیل دینسون         |
| ..... ۳۷ | ۱۰-۱-۲- مدیریت فرهنگی سازمانی                                 |
| ..... ۳۸ | ۱۱-۱-۲- تغییر فرهنگی سازمانی                                  |

۲-۱-۱۲- روش‌های تغییر و پرورش فرهنگ سازمانی

۲-۱-۱۳- فرهنگ سازمانی قوی و ضعیف

۲-۲-۲- مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۱- مفهوم‌شناسی اخلاق

۲-۲-۲- تعریف اخلاق

۲-۲-۳- پیشینه اخلاق

۲-۲-۴- کاربرد اخلاق

۲-۲-۵- دانش اخلاق، فلسفه‌ی اخلاق

۲-۲-۶- فلسفه‌ی اخلاق و نظام‌های اخلاقی

۲-۲-۷- اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۸- مفهوم و تعریف اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۹- ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۱۰- ضرورت اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۱۱- ضرورت تدوین و اعلام اصول اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۱۲- عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۱۳- فواید اخلاق حرفه‌ای در سازمان

۲-۲-۱۴- عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق کار و وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان

۲-۲-۱۵- مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای

۲-۲-۱۶- عوامل مؤثر بر رفتار اخلاقی

۲-۲-۱۶-۱- سطح پشیرفت اخلاقی:

۲-۲-۱۶-۲- مرکز کنترل:

۲-۳- اثربخشی سازمانی:

۲-۴- پیشینه تحقیق:

## فصل سوم: روش شناسی تحقیق

|          |  |
|----------|--|
| ..... ۸۰ | ۳-۱- مقدمه                               |
| ..... ۸۰ | ۳-۲- بررسی نوع پژوهش                     |
| ..... ۸۱ | ۳-۳- روش تحقیق                           |
| ..... ۸۱ | ۳-۴- روش جمع آوری داده ها و اطلاعات      |
| ..... ۸۲ | ۳-۴-۱- روش کتابخانه‌ای                   |
| ..... ۸۲ | ۳-۴-۲- روش غیرکتابخانه‌ای                |
| ..... ۸۴ | ۳-۵- پایایی پرسش نامه                    |
| ..... ۸۶ | ۳-۶- مقیاس اندازه گیری تحقیق             |
| ..... ۸۶ | ۳-۷- جامعه آماری                         |
| ..... ۸۶ | ۳-۸- روش نمونه گیری                      |
| ..... ۸۷ | ۳-۹- آزمون به کار گرفته شده در این تحقیق |

## فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

|          |   |
|----------|---|
| ..... ۸۹ | ۴-۱- مقدمه  |
| ..... ۸۹ | ۴-۲- تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها                                 |
| ..... ۸۹ | ۴-۲-۱- تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌های جمعیت شناختی                 |
| ..... ۹۰ | ۴-۲-۱-۱- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب سابقه کار    |
| ..... ۹۲ | ۴-۲-۱-۲- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب نوع استخدامی |
| ..... ۹۳ | ۴-۲-۱-۳- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب وضعیت تأهل   |

۴-۲-۱-۵- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب تحصیلات

.....۹۴.....

۴-۲-۱-۶- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه براساس گروه سنی

.....۹۵.....

۴-۳- آزمون نرمال بودن داده‌ها

.....۹۶.....

۴-۴ همبستگی متغیرهای تحقیق

.....۹۷.....

۴-۵- تحلیل معادلات ساختاری

.....۹۷.....

۴-۶- بررسی شاخص‌های برازش

.....۹۹.....

۴-۷- آزمون فرضیات

.....۱۰۰.....

۴-۸- بررسی نقش میانجی ابعاد اخلاق حرفه‌ای در رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی

.....۱۰۱.....

### فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادهای تحقیق

۵-۱ مقدمه

.....۱۰۷.....

۵-۲ یافته‌های پژوهش مربوط به اطلاعات جمعیت شناختی

.....۱۰۷.....

۵-۳-۱ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه اصلی اول

.....۱۰۸.....

۵-۳-۲ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه اصلی دوم

.....۱۰۸.....

۵-۳-۳ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی اول

.....۱۰۸.....

۵-۳-۴ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی دوم

.....۱۰۸.....

۵-۳-۵ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی سوم

.....۱۰۸.....

۵-۳-۶ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی چهارم

.....۱۰۹.....

۵-۳-۷ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی پنجم

.....۱۰۹.....

۵-۳-۸ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی ششم

.....۱۱۰.....

۹-۳-۵ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی هفتم

.....۱۱۰.....

۱۰-۳-۵ یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی هشتم

.....۱۱۱.....

۴-۵ نتیجه گیری نهایی:

.....۱۱۲.....

۵-۵ پیشنهادات

.....۱۱۴.....

منابع فارسی ..... ۱۱۶.....

منابع لاتین ..... ۱۱۸.....

پیوستها ..... ۱۲۲.....



## فهرست جدول ها

|               |  |
|---------------|--|
| .....۱۱.....  | جدول ۱-۲- تعاریف گوناگون فرهنگ سازمانی   |
| .....۲۳.....  | جدول ۲-۲- چهار نوع فرهنگ سازمانی و ویژگی های آن                                |
| .....۲۸.....  | جدول ۲-۳- نوع‌شناسی فرهنگ سازمانی از نظر کوک و زومال                           |
| .....۸۳.....  | جدول ۱-۳- ساختار پرسشنامه تحقیق  |
| .....۸۵.....  | جدول ۲-۳- جدول پایایی پرسشنامه   |
| .....۹۰.....  | جدول ۱-۴- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب سابقه کار                |
| .....۹۱.....  | جدول ۲-۴- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب جنسیت                    |
| .....۹۲.....  | جدول ۳-۴- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب نوع استخدامی             |
| .....۹۳.....  | جدول ۴-۴- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب وضعیت تأهل               |
| .....۹۴.....  | جدول ۵-۴- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه برحسب تحصیلات                  |
| .....۹۵.....  | جدول ۶-۴- توزیع فراوانی نسبی و مطلق افراد نمونه براساس گروه سنی                |
| .....۹۶.....  | جدول ۷-۴- نتیجه آزمون نرمال بودن متغیرها                                       |
| .....۹۷.....  | جدول ۸-۴. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق                               |
| .....۹۹.....  | جدول ۹-۴. شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری  |
| .....۱۰۰..... | جدول ۱۰-۴- نتیجه آزمون فرضیه اصلی اول و دوم و فرضیه های فرعی اول تا پنجم تحقیق |
| .....۱۰۳..... | جدول ۱۱-۴- نتیجه آزمون فرضیه فرعی پنجم   |
| .....۱۰۳..... | جدول ۱۲-۴- نتیجه آزمون فرضیه فرعی ششم  |

جدول ۱۳-۴- نتیجه آزمون فرضیه فرعی هفتم

جدول ۱۴-۴- نتیجه آزمون فرضیه فرعی هشتم

۱:۴.....

۱:۵.....

## فهرست شکل ها

|         |   |
|---------|---|
| .....۶  | شکل (۱-۱): مدل تحلیلی تحقیق   |
| .....۱۳ | شکل (۱-۲): تعبیر فرهنگ سازمان از دیدگاه فرنیچ                             |
| .....۱۶ | شکل (۲-۲): کارکردهای اساسی فرهنگ سازمانی                                  |
| .....۱۷ | شکل (۲-۳): کارکردهای فرهنگ سازمانی  |
| .....۱۹ | شکل (۲-۴): شیوه شکل گیری فرهنگ سازمانی                                    |
| .....۲۵ | شکل (۲-۵): سطوح فرهنگ   |
| .....۳۰ | شکل (۲-۶): نمودار ترسیمی تئوری همانندی / ناهمانندی فرهنگ کار تائونو ککاله |
| .....۳۶ | شکل (۲-۷): رابطه محیط و استراتژی با فرهنگ سازمانی                         |

## فهرست نمودارها

|              |   |
|--------------|---|
| .....۹۰..... | نمودار ۱-۴- توزیع فراوانی افراد نمونه برحسب سابقه کار     |
| .....۹۱..... | نمودار ۲-۴- توزیع فراوانی افراد نمونه برحسب جنسیت         |
| .....۹۲..... | نمودار ۳-۴- توزیع فراوانی افراد نمونه برحسب نوع استخدامی  |
| .....۹۳..... | نمودار ۴-۴- توزیع فراوانی افراد نمونه برحسب وضعیت تأهل    |
| .....۹۴..... | نمودار ۵-۴- توزیع فراوانی افراد نمونه برحسب میزان تحصیلات |
| .....۹۵..... | نمودار ۶-۴- توزیع فراوانی افراد نمونه براساس گروه سنی     |
| .....۹۸..... | نمودار ۴-۷- مدل ساختاری (ضرایب استاندارد)                 |
| .....۹۹..... | نمودار ۴-۸- مدل ساختاری (ضرایب معنی داری)                 |

فصل اول

کلیات پژوهش

## ۱- مقدمه

یکی از مفاهیمی که در مدیریت نوین توجه خاصی به آن شده است، مفهوم اثربخشی سازمانی<sup>۱</sup> 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<sup>۲</sup> و اخلاق حرفه ای<sup>۳</sup> 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: ۶۲).

## ۱-۲ بیان مساله

موفقیت چشمگیر دهه های اخیر 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 عزیز 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، ارزش ها و باورهای کارکنان نهفته است. 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: 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 اهداف فردی و سازمانی می شود. فرهنگ سازمانی به دلیل تاثیری 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 تاکید اندیشمندان قرار

---

۱-Organizational effectiveness

۲-Organizational Culture

۳ - Professional ethics

گرفته است. اخلاق حرفه ای به عنوان شاخه ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی 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 ایی 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 است (گودرزی، ۲۰۱۲). اخلاق حرفه ای یکی از شعبه های جدید اخلاق است که می کوشد به مسائل اخلاقی حرفه های گوناگون پاسخ دهد (هارتوگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷: ۱۵). بین ابعاد فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای رابطه مثبتی وجود دارد (نخعی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). با توجه به گفته های فوق هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر 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 های مرتبط با متغیر های مورد مطالعه اقدام می گردد. لذا سئوالات اصلی تحقیق عبارتند از

- ۱- آیا فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمانی تأثیرگذار است؟
- ۲- آیا اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی تأثیرگذار است؟

---

<sup>۱</sup> Hartog

<sup>۲</sup> Nakhaie

## ۳-۱ ضرورت انجام تحقیق

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 اهداف فردی و سازمانی می شود. فرهنگ سازمانی به دلیل تاثیری 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 تاکید اندیشمندان قرار گرفته است. اخلاق حرفه ای به عنوان شاخه ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی 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. در این راستا اهمیت توجه به موضوع فرهنگ سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت از اهمیت قابل توجهی برخوردار است و سازمان متبوع می تواند از تاکید خاص بر روی فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای کارکنان به اهمیت غائی خود که همان رسیدن به اهداف سازمان است تلاش نمایند.



## ۴-۱- اهداف تحقیق

### ۴-۱-۱- اهداف اصلی

- ۱- بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمانی
- ۲- بررسی تاثیر اخلاق حرفه ای بر اثربخشی سازمانی

### ۴-۱-۲- اهداف فرعی

- ۱- بررسی تاثیر فرهنگ مشارکتی بر اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۲- بررسی تاثیر فرهنگ ایدئولوژیک (ادهوکراسی) بر اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۳- بررسی تاثیر فرهنگ سلسله مراتبی بر اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۴- بررسی تاثیر فرهنگ عقلایی (مبتنی بر بازار) بر اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۵- بررسی نقش تعدیل کننده سطح پیشرفت اخلاقی بر رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۶- بررسی نقش تعدیل کننده محیط سازمانی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۷- بررسی نقش تعدیل کننده مرکز کنترل درونی یا بیرونی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت.
- ۸- بررسی نقش تعدیل کننده رعایت قوانین و استانداردهای علمی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت

## ۵-۱- فرضیه های تحقیق

### ۵-۱-۱- فرضیه اصلی:

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

### ۵-۱-۲ فرضیه های فرعی:

فرهنگ مشارکتی بر اثربخشی سازمانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت مؤثر است.

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

## ۱-۶- متغیرهای تحقیق

### ۱-۶-۱- تعریف مفاهیم نظری

#### فرهنگ سازمانی:

فرهنگ سازمانی یک مجموعه هویت از ارزش ها، عقاید، مدل های رفتاری و سمبل ها بوده و نمایانگر ارزش های سازمان می باشد و این ارزش ها میتواند به مدلی برای فعالیت ها و رفتارهای کارکنان تبدیل گردد (سنگ هو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸).

#### اخلاق حرفه ای:

اخلاق حرفه ای به چگونگی رفتار، ادب و عمل شخص هنگام انجام کار حرفه ای می پردازد. در واقع اخلاق حرفه ای مجموعه ای از استاندارد های سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه ها را در یک ساختار حرفه

---

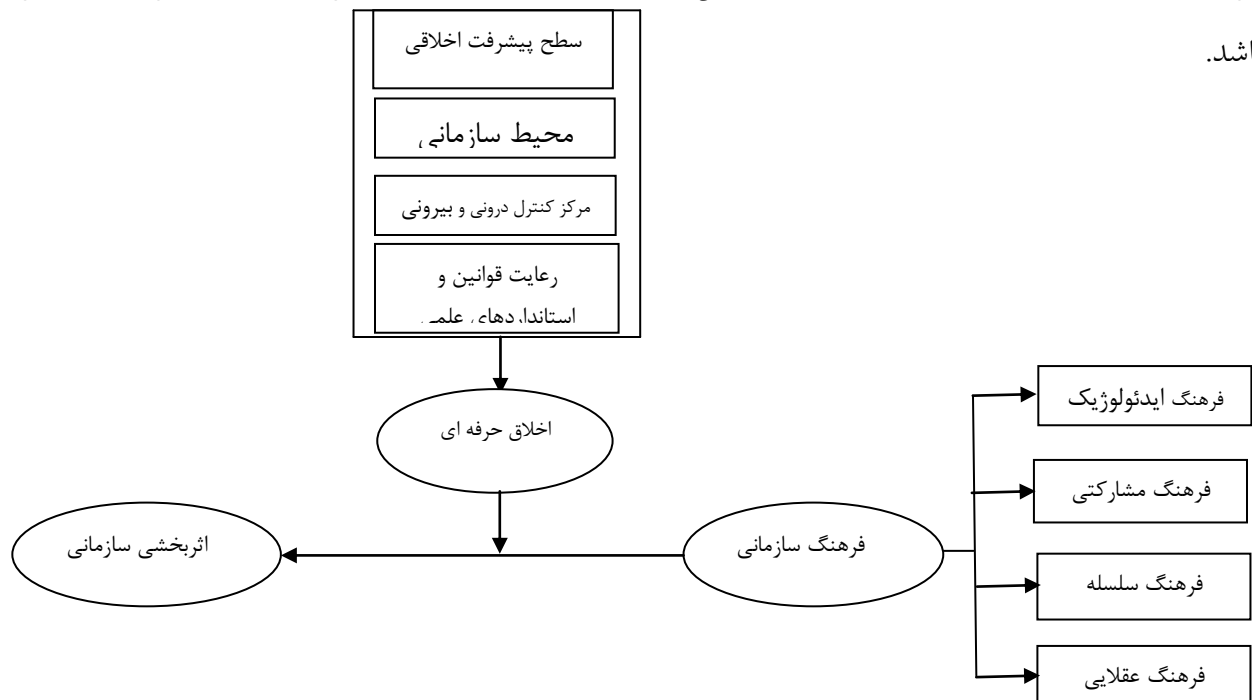
<sup>۱</sup> Tsang ho

ای تعیین می کند و مفهوم آن از علم اخلاق اتخاذ شده است. به عبارت دیگر، مجموعه قوانین اخلاقی که از ماهیت حرفه یا شغل به دست آمده، اخلاق حرفه ای نام دارد. (ایمانیپور، ۱۳۹۱: ۲۷).

## اثربخشی سازمانی

اثربخشی سازمانی تعاریف مختلفی وجود دارد اما در اکثر این تعاریف بر درجه و میزان تحقق اهداف سازمان تاکید شده است. به عبارت دیگر اثربخشی مساوی است با نسبت اهداف تحقق یافته به اهداف تعیین شده است. (دفت، ۱۳۷۷، ۵۰۵). رابینز (۱۳۸۵)، اثربخشی سازمان را به عنوان میزان کسب اهداف کوتاه مدت و بلند مدت با توجه به انتظارات ذی نفع ها، ارزیابی کنندگان و مرحله زندگی سازمانی تعریف می کند

در این تحقیق دو متغیر فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای به عنوان متغیرهای مستقل و اثربخشی سازمانی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. مدل فرهنگ سازمانی مبتنی بر مدل فرهنگ سازمانی کوئین (۱۹۹۱) می باشد (آکتس<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۱۱: ۱۵۶۱). عوامل موثر بر اخلاق حرفه ای مبتنی بر مدل مقیمی (۱۳۹۰) می باشد.



شکل ۱-۱ مدل تحلیلی تحقیق (منبع: مدل فرهنگ سازمانی مبتنی بر مدل فرهنگ سازمانی کوئین (۱۹۹۱) و عوامل موثر بر اخلاق حرفه ای مبتنی بر مدل مقیمی (۱۳۹۰))

<sup>۱</sup> Aktas

## ۱-۷- روش و ابزار گرد آوری اطلاعات

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی، با توجه به ماهیت توصیفی، و از نظر روش پیمایشی می باشد. ابزار اصلی گردآوری داده ها در جامعه آماری پرسشنامه می باشد.

## ۱-۸- روش تجزیه و تحلیل داده ها

جهت تحلیل داده های تحقیق از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده خواهد شد. جهت تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و لیزرل استفاده می شود.

## ۱-۹- قلمرو تحقیق ( زمانی، مکانی، موضوعی )

قلمرو مکانی: وزارت صنعت، معدن و تجارت

قلمرو زمانی: زمستان ۹۲ تا خرداد ۹۳

قلمرو موضوعی: این تحقیق در زمره تحقیقات مدیریت رفتار سازمانی و تئوری سازمان می باشد.

## ۱-۱۰- جامعه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان دو بخش اداری و آموزش و پژوهش وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشد. روش نمونه گیری به علت محدود بودن جامعه آماری به صورت تمام شماری می باشد.