

فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت

دوره ۱۰، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۹، صص ۱۱۹ - ۱۳۶

تأثیر خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با نقش میانجی فرهنگ سازمانی

(مورد مطالعه: واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران)

بهزاد شوقی^۱ و شیما شعله‌کار^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۲۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۲۱

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با نقش میانجی فرهنگ سازمانی در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران انجام شد. روش پژوهش برحسب هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی و همین‌طور از نظر نوع داده کمی بود. جامعه آماری پژوهش اساتید هیات‌علمی واحدهای دانشگاه‌های آزاد شهر تهران بودند که با استفاده از محاسبه حجم نمونه در معادلات ساختاری و روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای مرحله‌ای، تعداد ۷۰۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شد که همگی اعضای هیات‌علمی تمام‌وقت بودند. به‌منظور گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه استاندارد خرد سازمانی اشمیت و همکاران (۲۰۱۲)، اخلاق حرفه‌ای کادوزیر (۲۰۰۲) و فرهنگ سازمانی دنیسون (۲۰۰۰) استفاده شد. به‌منظور سنجش روایی از روایی محتوا و سازه و همین‌طور به منظور سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد که نتایج بیانگر پایا و روا بودن ابزار اندازه‌گیری بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی انجام شد. توصیف آماری داده‌ها از طریق میانگین، انحراف معیار و ... از طریق نرم‌افزار SPSS-v24 و استنباط آماری داده‌ها از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار LISREL-v8.80 انجام پذیرفت. نتایج نشان داد، درجه تناسب مدل ارائه شده با توجه به مؤلفه‌های پژوهش مناسب بود؛ خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با نقش میانجی فرهنگ سازمانی تأثیر داشت؛ خرد سازمانی بر فرهنگ سازمانی تأثیر داشت (۰,۸۷)؛ خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای تأثیر داشت (۰,۵۵)؛ فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای تأثیر داشت (۰,۵۱).

کلمات کلیدی: خرد سازمانی، اخلاق حرفه‌ای و فرهنگ سازمانی

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

hasanzadeh@iausaghez.ac.ir

۲. گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران. (sh.sholekar@yahoo.com)

مقدمه

امروزه منابع انسانی به‌عنوان باارزش‌ترین و مهم‌ترین منابع سازمانی محسوب می‌شوند که می‌توانند منجر به تقویت مزیت رقابتی سازمان نسبت به سایر سازمان‌ها شوند. در دنیای امروز که با تغییر و تحولات سریع همراه هست، منابع انسانی اثربخش و اخلاق مدار، یکی از مهم‌ترین دارایی‌های نامشهود در سازمان هستند و رشد اقتصادی سازمان وابسته به توانمند کردن آن‌هاست (ماتیس و همکاران^۱، ۲۰۱۶)، عوامل مختلفی در بهبود عملکرد اعضای یک سازمان نقش دارند از جمله آنها می‌توان به اخلاق حرفه‌ای اشاره کرد که تأثیر مهمی در سازمان دارد (راتناواتی و همکاران^۲، ۲۰۱۶). برای اینکه بتوان از کنترل‌های بیرونی به سمت کنترل‌های درونی حرکت کرد، یکی از مهم‌ترین ابزارهای کار اخلاق حرفه‌ای است (حاج خزیمه، ۱۳۹۴). حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان قادر است به میزان بسیار چشمگیری سازمان را در جهت کاهش تنش‌ها و موفقیت در تحقق اهدافش یاری نماید. امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای به‌ویژه برای مدیران به‌منزله یک مزیت رقابتی در سازمان مطرح می‌باشد (شیخ ذکری‌اید و آتش‌زاده شوریده، ۱۳۹۴).

اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، فرآیند تفکر عقلانی است که هدف آن تعیین ارزش‌های سازمان است. بی‌توجهی سازمان‌ها به اخلاق کار و ضعف در رعایت اصول اخلاقی در برخورد با نیروی انسانی سازمان و ذی‌نفعان بیرونی، می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان ایجاد کند و مشروعیت سازمان و اقدامات آنرا زیر سؤال ببرد (آراسته و جاهد، ۱۳۹۰). اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه ما در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود. در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه دینی ما در مدیریت، به اخلاق توجه کافی نشده است (حسینی، ۱۳۹۵). جامعه ایران نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی

¹ - Mathis., et al

² Ingsih & Ratnawati

به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و... تعریف، و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود (امیری و همکاران، ۱۳۸۹). اخلاق حرفه‌ای تحت تاثیر عوامل مختلفی در سازمان بهبود می‌یابد. یکی از این عوامل خرد سازمانی است. کار و کلارک^۱ (۲۰۱۱) در پژوهش خود به نقش خرد در توسعه اخلاق حرفه‌ای اشاره می‌کنند. همچنین، بانکز^۲ (۲۰۱۸) در پژوهش خود نشان داد که خرد بر اخلاق حرفه‌ای تاثیرگذار است. ایشان بر این موضوع تاکید داشته و حتی عنوان خرد اخلاقی حرفه‌ای را به کار بردند.

در مقیاس سازمانی، خرد سازمانی ظرفیت عملی کردن مناسب‌ترین رفتارها در سازمان با توجه به دانسته‌ها و دغدغه‌های درست سهامداران مختلفش است (رولی^۳، ۲۰۰۶). بنابراین خرد تاثیر چشمگیری بر موفقیت در سطح مختلف فردی، سازمانی و اجتماعی دارد. رولی (۲۰۰۶) معتقد است که مطالعه خرد نتایج فعالیت‌های مدیریت دانش را بهبود می‌بخشد. در نهایت می‌توان گفت سطوح بالاتر خرد سازمانی با سطوح بالاتر ارزش آفرینی همراه است (پینهیرو و همکاران، ۲۰۱۲).

استودینگر و پاسوپاتی (۲۰۰۳)، خرد را فرآیند پویای قضاوت ماهرانه^۴ تعریف کردند با آگاهی از این مسئله که باید همیشه باز تنظیمی^۵ و باز ساختاردهی^۶ در آن صورت گیرد تا درک سازمانی به وجود آید؛ همچنین، آن‌ها عنوان کردند خرد چیزی نیست که افراد آن را دارا باشند بلکه چیزی است که توسط روابط خلق می‌گردد؛ هم‌چنین سریواستا و کوپرایدر^۷ (۱۹۹۸)، معتقدند که خرد می‌تواند به‌عنوان ابزاری کارا برای پاسخگویی به محیط نامطمئن باشد. اشمیت و همکاران (۲۰۱۲)، مقیاس جامع و مرتبط سازمانی خرد را به‌منظور ارزیابی ویژگی افراد ارائه کردند. با ادغام ادبیات مدیریت و دو جریان روان‌شناختی، آن‌ها مفهوم چندبعدی خرد را ارائه کردند که در زمینه مدیریتی و سازمانی تعمیم‌یافته کاربردپذیر است؛ بنابراین آن‌ها تعریف جامعی از خرد را ارائه کردند، طوری که بتوان در آن خرد را طوری

¹ Carr & Clark

² -Banks

³ -Rowley

⁴ - Skill-full judgement

⁵ - rearranging

⁶ - Restructuring

⁷ -Cooperrider & Srivastva

تعریف کرد که شامل هفت بعد است: تعمق، گشادگی، میل به تعامل، عمل، حساسیت اخلاقی، تحمل تناقض و تجربه (اشمیت و همکاران، ۲۰۱۲).

از طرف دیگر، عامل مهم تاثیرگذاری که بر اخلاق حرفه‌ای اعضای یک سازمان اثر می‌گذارد و موجب تغییر، رشد و توسعه آن می‌شود، عامل فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی الگویی از پیش‌فرض‌های بنیادی است که گروه‌ها مواجه با مشکلات برای انطباق خود با محیط بیرونی و دستیابی به انسجام درونی خلق، کشف یا ایجاد می‌کنند. الگویی که کارکرد مطلوبی دارد و می‌توان آن را به اعضای سازمان آموخت، تا آن‌ها نیز با توجه به این بیندیشند و عمل نمایند (شاین^۱، ۱۹۹۰). فرهنگ سازمانی، تأثیری بسزایی بر رفتار مدیران و کارکنان در تمام سطوح سازمان داشته و می‌تواند توانایی سازمان را در تغییر جهت‌گیری استراتژیک، تحت تأثیر قرار دهد. دنیسون در مدلی که از فرهنگ سازمانی ارائه داد، ویژگی‌های فرهنگ سازمانی را شامل: درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق‌پذیری و مأموریت یا رسالت دانست (دنیسون^۲، ۲۰۰۰: ۳۴۸-۳۴۹). در مدل دنیسون، بعد درگیر شدن در کار با سه شاخص، توانمندسازی (اختیار، ابتکار و توانایی برای اداره کردن کارشان را داشته باشند)، تیم‌سازی (در سازمان به کار گروهی در جهت اهداف مشترک، ارزش داده می‌شود. به طوری که کارکنان هم مانند مدیران احساس مسئولیت می‌کنند) و توسعه قابلیت‌ها (سازمان به منظور تأمین نیازها و کسب مزیت رقابتی به طور مستمر به توسعه مهارت‌های کارکنان می‌پردازد) معرفی می‌شود. بعد سازگاری و یکپارچگی، نیز با سه شاخص، ارزش‌های بنیادین (تمام اعضای سازمان دارای ارزش‌های مشترکی هستند که هویت و انتظارات آن‌ها را تشکیل می‌دهند)، توافق (اعضای سازمان می‌توانند در اختلافات مهم نیز به توافق برسند) و هماهنگی (واحدهای سازمانی با کارکردهای متفاوت قادرند برای رسیدن به اهداف مشترک در کنار هم کار کنند). علاوه بر آن، بعد انطباق‌پذیری، با سه شاخص، ایجاد تغییر (سازمان می‌تواند راه‌هایی برای ایجاد تغییر پیدا کند و از تغییرات جاری جلو افتد)، مشتری‌گرایی (سازمان مشتریان را درک می‌کند و برای تأمین نیاز آن‌ها تلاش می‌کند)

40- Schein

41- Denison

و یادگیری سازمانی (فرصت‌هایی را که برای ایجاد دانش، مهارت و نگرش در کارکنان ایجاد می‌شود). بعد رسالت نیز شامل شاخص‌های، گرایش‌های استراتژیک (این گرایش‌ها، جهت اهداف سازمانی را نشان می‌دهند و هر یک از کارکنان می‌توانند در آن گرایش‌ها شرکت کنند)، اهداف و مقاصد (اهداف با استراتژی، مأموریت و افق دید سازمان ترکیب می‌شود و جهت کار افراد را تعیین می‌کنند) و چشم‌انداز (اعضای سازمان یک دیدگاه مشترک از وضعیت آینده دارند) (دنیسون، ۲۰۰۰).

پژوهش‌ها نشان داده‌اند که فرهنگ سازمانی مناسب موجب بهبود اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای یک سازمان می‌شود. ساپاندا و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، این موضوع را تایید می‌کنند و عنوان می‌کنند که در صورتی که سازمان بر نهادینه کردن فرهنگ خود پایدار باشد، می‌تواند موجبات اخلاق گرایی را در سازمان خود فراهم کند، چراکه فرهنگی چیزی جز ارزش‌های درست و اخلاقی پذیرفته شده نیست.

با توجه به آنچه گفته شد، می‌توان فرضیه اول پژوهش را این‌گونه بیان کرد که خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد تاثیر دارد. همچنین، با توجه مبانی نظری و پژوهش‌های انجام شده در زمینه خرد سازمانی و فرهنگ سازمانی، می‌توان فرضیه دوم پژوهش را این‌گونه بیان کرد که خرد سازمانی بر فرهنگ سازمانی اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد تاثیرگذار است. برای تبیین این فرضیه باید گفت که رهبران در یک سازمان قادرند اشکال فرهنگی را خلق، معرفی و مترقی نمایند (باس و اولیو^۲، ۱۹۹۳). بقای سازمان به شکل دادن فرهنگی که توسط رهبران کارآمد آغاز می‌شود بستگی دارد. این امر به ویژه زمانی به واقعیت می‌پیوندد که سازمان با یک دوره تغییر مواجه است. کرگر و ژووتوبریوخ^۳ (۲۰۱۶) عنوان می‌کنند که خرد راهبردی رهبران در چنین مواقعی موجبات موفقیت سازمان را فراهم می‌کند که این امر با ایجاد فرهنگ سازمانی امکان‌پذیر خواهد بود.

^۱ - Sapada, et al

^۲ - Bass & Avlio

^۳ - Kriger & Zhovtobryukh

سازمان‌ها جهت انطباق با دنیای متغیر و متحول امروزی برای نهادینه کردن فرهنگ مسلط در سازمان، باید قادر باشند استراتژی‌هایی را جهت هدایت و کنترل این تغییرات به کمک رهبران خود ایجاد نمایند.

کوپرز (۲۰۱۶) عنوان می‌کند که فرهنگ یک سازمان تحت کنترل عوامل مختلفی هست که بر فرآیندهای رهبری در آن سازمان اثر می‌گذارند؛ یکی از این عوامل، خرد رهبران و مدیران هست. از آنجایی که سازمان‌ها، چالش‌های قرن بیست‌ویکم را هدایت و کنترل می‌کنند، رهبران آن‌ها باید خرد را از طریق فرهنگ در سازمان‌ها نهادینه کنند، چرا که آن‌ها باید در زمینه منفعت عمومی و حقوق شخصی، عملکردی خردمندانه داشته باشند. عمل خردمندانه، نیز نیازمند فراتر رفتن از حداقل مورد نیاز در سازمان و نفوذ در لایه‌های آن هست. مفهوم خرد دهه‌هاست که توجه محققان و عموم مردم را به خود جلب کرده است، اما هنوز هم تعریف مشخصی از خرد وجود ندارد. بحث‌های زیادی پیرامون مؤلفه‌های ضروری خرد صورت گرفته است و دو جریان ادبیاتی مهم به وجود آمده‌اند (اشمیت و همکاران، ۲۰۱۲).

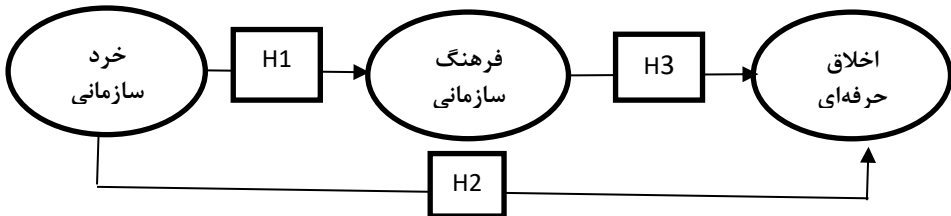
خرد، میزان حساسیت اعضاء را به فرهنگ سازمانی افزایش می‌دهد (هیز،^۱ ۲۰۱۶). از طرف دیگر، با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش مانند پژوهش ساپاندا و همکاران (۲۰۱۸)، در مورد تاثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر میزان اخلاق‌گرایی اعضای یک سازمان، می‌توان فرضیه سوم را این‌گونه نوشت که فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای تاثیرگذار است.

با توجه به مطالب فوق که برگرفته از ادبیات و پیشینه در این حوزه است و اینکه متغیر مستقل خرد سازمانی بر متغیر وابسته اخلاق حرفه‌ای؛ متغیر مستقل خرد سازمانی بر فرهنگ سازمانی و متغیر مستقل فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای تاثیر دارد، می‌توان فرضیه زیر را تدوین کرد:

خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با توجه به نقش میانجی فرهنگ سازمانی اعضای هیات علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران تأثیر دارد.

^۱ - Hays

در نهایت مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ آورده شده است:



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

مبانی نظری پژوهش

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به بررسی نقش خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با نقش میانجی فرهنگ سازمانی پرداخت، روش پژوهش برحسب زمان وقوع پدیده، گذشته‌نگر؛ بر حسب هدف، کاربردی؛ برحسب زمان اجرای پژوهش، مقطعی؛ برحسب نوع داده، کمی؛ برحسب روش گردآوری داده‌ها و یا ماهیت و روش پژوهش، توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه اساتید هیات علمی تمام وقت دانشگاه‌های آزاد شهر تهران به تعداد ۴۳۰۰ نفر بود. روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای مرحله‌ای بود.

در پژوهش حاضر، ابتدا، واحدهای دانشگاهی شهر تهران به پنج خوشه کلی (واحدهای تهران شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب) تقسیم شدند. سپس با توجه به پراکندگی جغرافیایی دانشکده‌های هر واحد دانشگاهی و عدم تجانس بین گروهی دانشکده‌های هر واحد به‌عنوان خوشه‌ها در نظر گرفته شد که پژوهش‌گر در هر دانشگاه سه دانشکده را تصادفی انتخاب کرد و در نهایت در هر دانشکده دو رشته را به‌صورت تصادفی انتخاب و پرسش‌نامه‌ها را به‌صورت تصادفی در دسترس در بین اعضای هیات علمی این رشته‌ها توزیع کرد.

در مدل‌یابی معادلات ساختاری تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری شده تعیین شود: $5q \leq n \leq 15q$ که در آن q تعداد متغیرهای مشاهده شده یا تعداد گویه‌ها (سؤالات) پرسش‌نامه و n حجم نمونه است (هومن، ۱۳۸۴).

در این پژوهش حجم نمونه برای هر سؤال ۸ آزمودنی و به‌طور کلی ۷۰۰ نفر در نظر گرفته شد. برای گردآوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و میدانی (پرسش‌نامه) استفاده شد. پرسش‌نامه تحقیق از دو بخش تشکیل شده است. یک بخش شامل مشخصات عمومی آزمودنی‌ها نظیر جنسیت، رشته تحصیلی، سن و سابقه کار و بخش دیگر شامل سه پرسش‌نامه استاندارد خرد سازمانی اشمیت و همکاران (۲۰۱۲)، شامل مولفه‌های تعمق (۳ ماده)، گشادگی (۴ ماده)، میل به تعامل (۶ ماده)، عمل (۵ ماده)، حساسیت اخلاقی (۳ ماده)، تناقض (۴ ماده) و تجربه (۴ ماده)، اخلاق حرفه‌ای کادوزیر (۲۰۰۲)، شامل مولفه‌های مسئولیت‌پذیری (۲ گویه)، صداقت (۲ گویه)، عدالت (۲ گویه)، وفاداری (۲ گویه)، برتری جویی (۲ گویه)، احترام به دیگران (۲ گویه) همدردی با دیگران (۲ گویه)، رعایت احترام به ارزش‌ها (۲ گویه) و فرهنگ سازمانی دنیسون (۲۰۰۰) شامل، درگیر شدن در کار (۱۵ گویه)، سازگاری (۲۰ گویه)، انطباق‌پذیری (۱۴ گویه)، رسالت و مأموریت (۱۴ گویه) استفاده شد.

این پرسش‌نامه‌ها به ترتیب ۲۹، ۱۶ و ۶۳ گویه با مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (خیلی کم = ۱، کم = ۲، تا حدودی = ۳، زیاد = ۴ و خیلی زیاد = ۵) تنظیم شده است.

روایی: به‌منظور تعیین روایی پرسش‌نامه از روایی ظاهری، محتوایی و سازه استفاده شد. در روایی ظاهری پرسشنامه‌ها قبل از توزیع توسط پژوهش‌گر، چند نفر از اعضای نمونه و برخی خبرگان دانشگاهی و سازمانی (مسئولین آموزش عالی) به‌دور از ایرادات ویرایشی، شکلی، املائی و ... تدوین گردید.

در روایی محتوایی در قالب یک روش دلفی و با کمک فرم‌های *CVI* و *CVR* و به کمک ده نفر از خبرگان شامل اعضای مصاحبه‌شونده، خبرگان دانشگاهی و سازمانی، دانشجویان دکتری متخصص در این حوزه، چند نفر از آزمودنی‌ها و .. محتوای پرسش‌نامه از نظر سؤال-های اضافی و یا اصلاح سؤال‌ها مورد بررسی قرار گرفت.

فرم *CVI* نشان داد که همه سؤال‌های متغیرهای خرد سازمان، اخلاق حرفه‌ای و فرهنگ سازمانی از نقطه نظر ساده بودن، واضح بودن و مربوط بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند (میزان این ضریب برای هر یک از سؤال‌ها بالاتر از ۰/۷۹ بود)؛ هم‌چنین با توجه به اینکه مقدار *CVR* برای همه سؤال‌ها بالای ۰/۶۲ به دست آمد، هیچ سؤالی نیاز به حذف شدن

نداشت. در مورد روایی سازه نیز از دو نوع روایی همگرا و واگرا با کمک نرم‌افزار *Lisrel* استفاده شد. در بررسی روایی همگرا یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری تمام بارهای عاملی بزرگ‌تر از $0.58/2$ بود یعنی تمامی بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود؛ ضرایب تمام بارهای عاملی بالای 0.5 بود؛ میانگین واریانس استخراج شده^۱ (*AVE*) همه مؤلفه‌ها بالای 0.5 بود و همین‌طور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج شده آن بود؛ لذا می‌توان گفت که روایی همگرای سازه‌های مدل تأیید می‌شوند.

در بررسی روایی واگرا نیز از آزمون فورنل و لارکر (این آزمون روایی واگرا (تشخیصی) را در سطح متغیرهای پنهان با استفاده از ماژولی که در نرم‌افزار لیزرل تعریف شده می‌سنجد) و آزمون بار عرضی^۲ (این آزمون روایی واگرا را در سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر توسط ماژولی که در نرم‌افزار لیزرل تعریف شده می‌سنجد) استفاده شد.

در آزمون فورنل و لارکر یافته‌ها نشان داد، جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر پنهان بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل بود؛ همچنین نتایج آزمون بار عرضی نشان داد، بارهای عاملی هرکدام از متغیرهای پژوهش بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیرهای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل بود و از طرف دیگر بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش حداقل 0.1 بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر بود؛ بنابراین نتایج این دو آزمون بیانگر روایی واگرا بود.

پایایی: در این پژوهش پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و با استفاده از ماژولی که در نرم‌افزار لیزرل تعریف شده است، محاسبه می‌شود. مقادیر این دو ضریب برای هر سه سازه پژوهش بالای 0.7 به دست آمد که نشان‌دهنده پایا بودن ابزار اندازه‌گیری بود. البته شایان ذکر است که پایایی و روایی هر سه ابزار توسط پژوهش‌های

⁴⁶ - Average Variance Extracted

⁴⁷ - Cross-loadings

پیشین تأیید شده است. اطلاعات پرسش‌نامه، ضرایب پایایی و روایی در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۱- اطلاعات پرسشنامه و محاسبه ویژگی‌های روان‌سنجی ابزار

بعد	منبع	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ	CR	AVE	MSV	ASV	خرد سازمانی	فرهنگ سازمانی	اخلاق حرفه‌ای
خرد سازمانی	اشمیت و همکاران (۲۰۱۲)	۳۹	۰/۸۰۶	۰/۸۲۹	۰/۵۶۹	۰/۴۵۰	۰/۳۱۴	۰/۷۰۹	---	---
فرهنگ سازمانی	دنيسون (۲۰۰۰)	۶۳	۰/۸۶۲	۰/۸۸۹	۰/۶۶۶	۰/۱۶۹	۰/۱۰۲	۰/۴۰۹	۰/۷۸۳	
اخلاق حرفه‌ای	کادوزیر (۲۰۰۲)	۱۶	۰/۸۵۲	۰/۸۷۴	۰/۵۵۴	۰/۴۵۰	۰/۲۴۴	۰/۶۴۱	۰/۳۷۵	۷۴۶/۰

ماخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول فوق می‌توان گفت: پایایی سازه‌ها مورد تأیید است زیرا آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ است و همچنین $AVE > 0.5$ است. روایی همگرا مورد تأیید است، زیرا $CR > 0.7$ ؛ $CR > AVE$ ؛ $AVE > 0.5$ و همین‌طور روایی واگرا نیز مورد تأیید است زیرا $MSV < AVE$ و $ASV < AVE$

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در بخش توصیفی از میانگین، انحراف معیار، جداول و ... با استفاده از نرم‌افزار SPSS-V21 و در بخش استنباطی از همبستگی پیرسون، آزمون تی تک گروهی با استفاده از نرم‌افزار SPSS-21 و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار LISREL-v8.80 استفاده شد.

نتایج و بحث

در این بخش به تحلیل کمی داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel و در حوزه تجزیه و تحلیل (استنباطی) و تفسیر نتایج پرداخته می‌شود که می‌توان از آزمون‌های پارامتریک نظیر همبستگی پیرسون، آزمون تی تک نمونه‌ای و ... برای بررسی فرضیه‌ها استفاده کرد. با توجه به اینکه توزیع داده‌ها نرمال و مقیاس فاصله‌ای بود، برای بررسی

وضعیت موجود متغیرها از آزمون تی تک نمونه‌ای و همچنین برای بررسی روابط بین متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد.

در جدول زیر وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آنها آورده شده است.

جدول ۲- وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آنها

بعد	عدد معناداری	حد پایین	حد بالا	وضعیت	۱	۲	۳
۱. خرد سازمانی	۰.۰۰۱	۰.۱۳۵۴	۰.۴۷۳۱	مناسب	----	۰.۵۰	۰.۴۴
۲. فرهنگ سازمانی	۰.۰۰۱	۰.۴۷۷۵	۰.۸۳۴۹	مناسب	۰.۵۰	-----	۰.۴۶
۳. اخلاق حرفه‌ای	۰.۰۰۱	۰.۱۱۸۸	۰.۲۴۱۸	مناسب	۰.۴۴	۰.۴۶	----

ماخذ: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول فوق قابل مشاهده است نتایج تحلیل همبستگی نشان داد که هر سه متغیر رابطه مثبت و معناداری با یکدیگر دارند ($p < 0,01$). از طرف دیگر نتایج جدول نشان داد که هر سه بعد در وضعیت مناسبی قرار دارد.

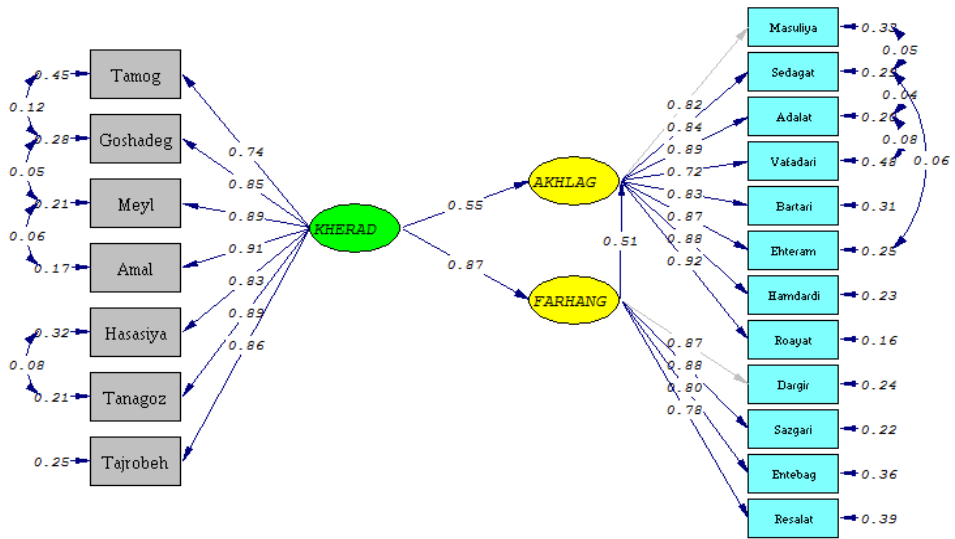
بررسی مدل‌های اندازه‌گیری سازه‌های پژوهش

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیه‌ها و مدل‌های مفهومی پژوهش لازم است تا از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیر مستقل (خرد سازمانی)، متغیر میانجی (فرهنگ سازمانی) و متغیر وابسته (اخلاق حرفه‌ای) اطمینان حاصل شود. نتایج تحلیل عاملی تأییدی ابعاد خرد سازمانی، فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای نشان داد، کلیه مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و کلیه اعداد و پارامترهای مدل معنادار است.

بررسی مدل‌های ساختاری پژوهش

پس از آزمون مدل‌های اندازه‌گیری اکنون لازم است تا مدل ساختاری که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، ارائه شود. با استفاده از مدل ساختاری می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت.

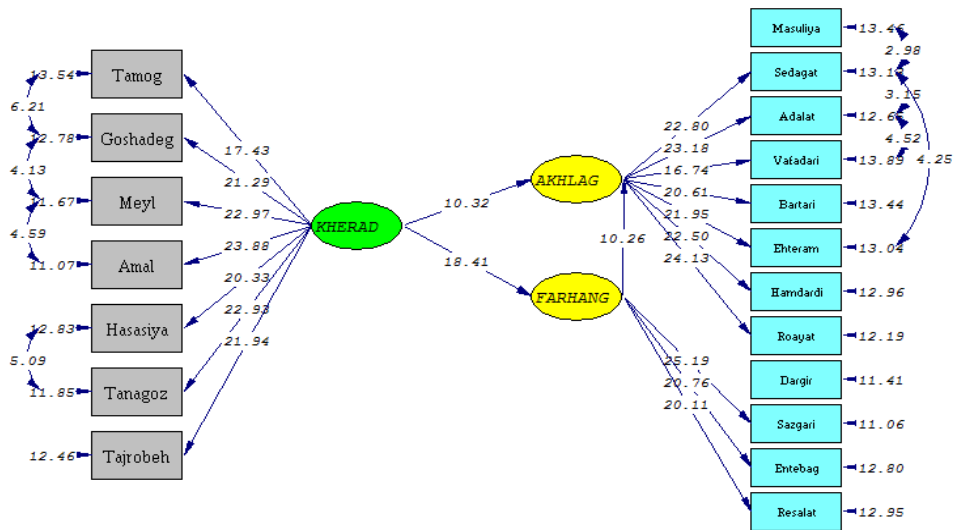
در شکل زیر مدل پژوهش در حالت ضرایب استاندارد به‌منظور تأثیر خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای با نقش میانجی فرهنگ سازمانی آورده شده است:



Chi-Square=295.72, df=141, P-value=0.05981, RMSEA=0.058

شکل ۲- مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

در شکل زیر نیز مدل پژوهش در حالت ضرایب معناداری آورده شده است که تمامی ضرایب به‌دست آمده معنادار هست؛ زیرا مقدار آزمون معناداری تک‌تک مسیرها از عدد ۲/۵۸ بزرگ‌تر و از عدد ۲/۵۸- کوچک‌تر است.



Chi-Square=295.72, df=141, P-value=0.05981, RMSEA=0.058

شکل ۳- مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری ضرایب

با توجه به مقادیر به دست آمده در شکل ۲ به بررسی فرضیات پژوهش می پردازیم. در جدول زیر نتایج حاصل از آزمون مدل را می توان مشاهده کرد.

جدول ۳- نتایج آزمون مدل پژوهش

پذیرش / رد فرضیه ها	t-value	ضرایب استاندارد شده	بررسی فرضیه ها
پذیرش	۱۰,۳۲	۰,۵۵	۱ تأثیر خرد سازمانی بر اخلاق حرفه ای
پذیرش	۱۸,۴۱	۰,۸۷	۲ تأثیر خرد سازمانی بر فرهنگ سازمانی
پذیرش	۱۰,۲۶	۰,۵۱	۳ تأثیر فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه ای

ماخذ: یافته های تحقیق

بر اساس جدول بالا می توان نوع و میزان اثر هر یک از متغیرهای پژوهش را در اعضای هیات علمی واحدهای دانشگاه آزاد شهر تهران مشاهده کرد که بر این اساس کلیه فرضیه های پژوهش در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. برای بررسی میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته لازم است تا اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم برای متغیر درون زای مدل ارائه شود که این اثرات در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۴- تفکیک اثرات، مستقیم، غیرمستقیم و کل در مدل پژوهش

اثر			متغیر مستقل	متغیر وابسته
کل	غیرمستقیم	مستقیم		
۰,۸۷	---	۰,۸۷	خرد سازمانی	فرهنگ سازمانی
۰,۵۱	----	۰,۵۱	فرهنگ سازمانی	اخلاق حرفه ای
۰,۹۹	۰,۵۱ * ۰,۸۷ = ۰,۴۴	۰,۵۵	خرد سازمانی	اخلاق حرفه ای

ماخذ: یافته های تحقیق

همان طور که در جدول قابل مشاهده است، تأثیر خرد سازمانی بر اخلاق حرفه ای از طریق فرهنگ سازمانی به میزان ۰,۹۹ است.

بررسی برازش مدل پژوهش

آنچه از محاسبات انجام شده می توان نتیجه گرفت آن است که هر چند مدل تدوین شده باعث شده است که تا حد زیادی از مقدار کای اسکور مدل استقلال فاصله بگیرد. اما به دلیل

معنادار شدن مقدار کای دو مدل ($P=0/000$) می‌توان نتیجه گرفت که مدل قابل قبول تلقی می‌شود. حال که شاخص‌ها برازش خوبی را از داده‌ها نسبت به مدل نشان می‌دهد نوبت به سنجش شاخص‌های جزئی برازش می‌رسد. تفاوت شاخص‌های برازش با شاخص‌های سه‌گانه برازش کلی در این است که شاخص‌های برازش کلی در مورد مناسب بودن کل مدل و نه اجزا آن قضاوت می‌کنند و شاخص‌های جزئی در مورد رابطه‌های جزئی مدل قضاوت می‌کنند. شاخص‌های جزئی برازش (نسبت‌های بحرانی و سطح معناداری آن‌ها) نشان می‌دهند که همه بارهای عاملی دارای معنا دارند. نتایج این تحلیل‌ها در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵- نتایج آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری برای برازش مدل مفهومی پژوهش

شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
سطح تحت پوشش کای اسکور	χ^2	۲۹۵,۷۲	-
شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰,۹۹	بزرگ‌تر از ۹۰ درصد
نیکویی برازش	GFI	۰,۸۹	بزرگ‌تر از ۸۰ درصد
شاخص برازش افزایشی	IFI	۰,۹۹	بزرگ‌تر از ۹۰ درصد
میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰,۰۵۸	کمتر از ۸ درصد
کای اسکور بهنجار شده	CMIN/df	۲,۱۰	بین ۱ تا ۵
نیکویی برازش تعدیل یافته	AGFI	۰,۸۵	بزرگ‌تر از ۸۰ درصد
شاخص نرم‌شده برازندگی	NFI	۰,۹۹	بزرگ‌تر از ۹۰ درصد

ماخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در دنیای معاصر، به دلیل پدیده جهانی شدن و پیشرفت روزافزون فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، باید سازمان‌ها بیش از پیش نگران کسب مزیت رقابتی خویش باشند و این کار را باید از طریق سرمایه‌گذاری بر نیروی انسانی خود که همان دارایی‌های نامشهود سازمان هستند انجام دهند. یکی از عواملی که در این منابع انسانی می‌تواند بر عملکرد و

بالندگی سازمان تاثیر بگذارد توجه به اخلاق حرفه‌ای است. این موضوع در سازمان‌های آموزشی که خود متولی امر اخلاق مداری و ترویج آن در جامعه هستند، بیش از دیگران مورد توجه است.

در این پژوهش، یافته حاصل از فرضیه اول پژوهش عنوان می‌کند که خرد سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای اعضای هیات علمی دانشگاه موثر است. اخلاق حرفه‌ای موضوع مهمی است، از این جهت که در دنیای حاضر بسیار کمیاب است. بسیار بدتر اینکه در حال حاضر، متأسفانه در جامعه و در بین دانشگاهیان ایران که در کشوری مسلمان به سر می‌برند، در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود. در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد. امیری و همکاران، (۱۳۸۹)، معتقدند که برای این کار نیاز به فرهنگ سازی مطلوب است. اخلاق حرفه‌ای تحت تاثیر عوامل مختلفی در سازمان بهبود می‌یابد. یکی از این عوامل خرد سازمانی است. کار و کلارک (۲۰۱۱) در پژوهش خود به نقش خرد در توسعه اخلاق حرفه‌ای اشاره می‌کنند. همچنین، بانکز (۲۰۱۸) در پژوهش خود نشان داد که خرد بر اخلاق حرفه‌ای تاثیرگذار است. ایشان بر این موضوع تاکید داشته و حتی عنوان خرد اخلاقی حرفه‌ای را به کار بردند. خرد سازمانی با ایجاد سازو کار لازم در جهت تعمق و تفکر بیشتر نسبت به مسایل باعث ترویج اخلاق مداری در بین اعضای هیات علمی می‌شود.

از طرف دیگر، یافته حاصل از فرضیه دوم پژوهش نیز نشان داد که خرد سازمانی بر فرهنگ سازمانی تاثیر معناداری دارد. بدین معنی که با استفاده از خرد سازمانی در این دانشگاه شاهد افزایش یا کاهش فرهنگ سازمانی در اعضای هیات علمی خواهیم بود. فرهنگ سازمانی تحت کنترل عوامل مختلفی، از جمله خرد سازمانی هست. خردمندی در نظام دانشگاهی نیز مانند سایر نظام‌ها، قادر است اشکال مختلف فرهنگی را معرفی کند و با مشارکت تمام اعضاء در جهت ارتقاء آن گام بردارد. خردمندی سازمانی، عامل تغییر فرهنگ در سازمان هستند و موجبات رشد و توسعه فرهنگ سازمانی را نیز فراهم آورند. از طرف دیگر با ارتقای فرهنگ سازمانی در دانشگاه، میزان رضایت اعضای هیات علمی و سایر کارکنان بالا می‌رود و علاوه بر بروز نوآوری و خلاقیت در امور مختلف دانشگاه،

موجب رفتارهای فداکارانه و مشارکت بین اعضا می‌گردد و ایجاد فرهنگ مسلط عدالت محور و دانشی که مبتنی بر اعتماد، نوع دوستی، ادب، آداب اجتماعی، وجدان کاری و مشارکت شکل گرفته است، وجود افراد باهوش و خردمند را می‌طلبد تا با ارائه راهکارهای مؤثر در جهت یکسان‌سازی منافع فردی و سازمانی موجب ترقی دانشگاه را فراهم آورد. افراد خرد من که تحت تاثیر خرد سازمانی هستند، با هماهنگ سازی دانش و فضیلت به ارتقای فرهنگ سازمانی اعضای هیات علمی کمک می‌کند. افراد خردمند در دانشگاه‌ها همچنین می‌توانند با همدردی و یکسان سازی منافع فردی و سازمانی، فرهنگ مشارکت را در بین اعضای هیات علمی بهبود بخشند. درنتیج حاصل با مطالعات کرگر و ژووتوبریوخ (۲۰۱۶)، کوپرز (۲۰۱۶)، هیز (۲۰۱۶). پارک (۲۰۱۶)، همسو است.

فرضیه سوم پژوهش نیز، این یافته را گزارش داد که فرهنگ سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای اعضای هیات علمی تاثیرگذار است. بدین معنی که با استفاده از فرهنگ سازمانی مناسب و قوی در این دانشگاه شاهد افزایش یا کاهش اخلاق حرفه‌ای در اعضای هیات علمی خواهیم بود.

در این خصوص باید اذعان کرد که فرهنگ سازمانی، تأثیر به‌سزایی بر رفتار کارکنان و اعضای سازمان در تمام سطوح سازمان داشته و می‌تواند توانایی سازمان را در تغییر جهت‌گیری استراتژیک، تحت تأثیر قرار دهد. وجود فرهنگ مناسب در دانشگاه، موجب می‌شود تا اعضای هیات علمی، اختیار، ابتکار و توانایی لازم برای اداره کردن کارشان را داشته باشند و عناوینی مانند عدالت، انصاف، صداقت و خوش خلقی را یاد بگیرند. همچنین، به کار گروهی توأم با احترام در جهت اهداف مشترک فردی و دانشگاه، ارزش قائل شوند. در این صورت، اعضای هیات علمی، مانند رهبران سازمان احساس مسئولیت کرده و خود را برای رسیدن به اهداف سازمانی متعهد اخلاقی می‌دانند. از طرف دیگر، در صورتی که دانشگاه به توسعه قابلیت‌های اعضای هیات علمی و در جهت کسب مزیت رقابتی به‌طور مستمر به توسعه مهارت‌های اخلاقی و حرفه‌ای آنان بپردازد، موجب رضایت شغلی و رفتار مطلوب اخلاقی اعضای هیات علمی می‌گردد. ساپاندا و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود به یافته‌ای مشابه یافته حاضر دست یافتند.

فهرست منابع

- ۱- آراسته، حمیدرضا و جاهد، حسینعلی. (۱۳۹۰). رعایت اخلاق در دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی گزینه‌ای برای بهبود رفتار. *نشاء علم*، ۱(۲)، ۳۱-۲۱.
- ۲- امیری، علی نقی، همتی، محمد و مبینی، مهدی. (۱۳۸۹). اخلاق حرفه‌ای، ضرورتی برای سازمان. *فصل نامه معرفت اخلاقی*، ۴، ۱۶۰-۱۳۷.
- ۳- حاج خزیمه، مجتبی. (۱۳۹۴). بررسی رابطه اخلاق حرفه‌ای معلمان و سلامت سازمانی در مدارس ابتدایی پسرانه دولتی شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران.
- ۴- حسینی، سیدجواد. (۱۳۹۵). بررسی رابطه اخلاق حرفه‌ای و کیفیت زندگی کاری اعضای هیئت علمی دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران.
- ۵- شیخ ذکری‌اید، ندا و آتش زاده شوریده، فروزان. (۱۳۹۴). رابطه اخلاق حرفه‌ای و تعهد سازمانی در اساتید دانشگاه علوم پزشکی کردستان. *نشریه علمی-پژوهشی دانشکده پرستاری و مامایی*، ۲۵ (۹۱)، ۳۰-۲۱.

- 6- Banks, S. (2018). Practising professional ethical wisdom: the role of 'ethics work' in the social welfare field. In *Cultivating Moral Character and Virtue in Professional Practice* (pp. 65-79). Routledge.
- 7- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1997). Full range leadership development: Manual for the Multifactor Leadership Questionnaire (pp. 43-44). Palo Alto, CA: Mind Garden.
- 8- Cadozier, V. (2002). The moral profession: A study of moral development and professional ethics, Retrieved from proquest.com, 137-142.
- 9- Carr, D., & Clark, C. (2011). *Towards professional wisdom: Practical deliberation in the people professions*. Ashgate Publishing, Ltd..
- 10- Denison, D. R. (2000). Organizational culture: Can it be a key lever for driving organizational change. *The international handbook of organizational culture and climate*, 347-372.
- 11- HAYS, J. (2016). Transformation and Transcendence for Wisdom: The Emergence and Sustainment of Wise Leaders and Organizations. A Handbook of Practical Wisdom: *Leadership, Organization and Integral Business Practice*, 17.

- 12- Kriger, M., & Zhovtobryukh, Y. (2016). Strategic Leadership Wisdom. In *Strategic Leadership for Turbulent Times* (pp. 93-114). Palgrave Macmillan US.
- 13- Küpers, W. (2016). *A handbook of practical wisdom: Leadership, organization and integral business practice*. Routledge.
- 14- Mathis, R. L., Jackson, J. H., Valentine, S. R., & Meglich, P. (2016). *Human resource management*. Nelson Education.
- 15- Park, G. (2016). *Collaborative Wisdom: From Pervasive Logic to Effective Operational Leadership*. Routledge.
- 16- Pinheiro, P., Raposo, M., & Hernández, R. (2012). Measuring organizational wisdom applying an innovative model of analysis. *Management Decision*, 50(8), 1465-1487.
- 17- Ratnawati, J., Ingsih, K., & Nuryanto, I. (2016). The implementation of Kaizen philosophy to improve industrial productivity: A case study of ISO manufacturing companies in Indonesia. *International journal of business and economics research*, 14(2), 1343-1357.
- 18- Rooney, D. (2016). Knowledge appreciates your generosity: exploring a meeting point between knowledge and wisdom. *Prometheus*, 1-16.
- 19- Rooney, D., & McKenna, B. (2007). Wisdom in organizations: Whence and whither. *Social Epistemology*, 21(2), 113-138.
- 20- Rowley, J. (2006). Where is the wisdom that we have lost in knowledge?. *Journal of Documentation*, 62(2), 251-270.
- 21- Sapada, A. F. A., Modding, H. B., Gani, A., & Nujum, S. (2018). The effect of organizational culture and work ethics on job satisfaction and employees performance.
- 22- Schein, E. H. (1990). *Organizational culture* (Vol. 45, No. 2, p. 109). American Psychological Association.
- 23- Schmit, D. E., Muldoon, J., & Pounders, K. (2012). What is wisdom? The development and validation of a multidimensional measure. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 9(2), 39.
- 24- Srivastva, S., & Cooperrider, D. L. (1998). *Organizational wisdom and executive courage*. Lexington Books.
- 25- Staudinger, U. M., & Pasupathi, M. (2003). Correlates of wisdom-related performance in adolescence and adulthood: Age-graded differences in “paths” toward desirable development. *Journal of Research on Adolescence*, 13(3), 239-268