



بررسی رابطه بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمان در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان

محسن حقانی پور^۱

۱- کارشناسی ارشد مدیریت دولتی مدیریت نیروی انسانی دانشگاه آزاد اسلامی آستارا ایران

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌های تحقیق پرسشنامه است که برای تعیین روایی محتوایی پرسشنامه از نظرات صاحب نظران و خبرگان و برای تعیین پایایی آن، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده و مقدار آلفا برای مجموع متغیرها برابر با ۰/۸۳ بدست آمده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردیده است. در بخش آمار توصیفی به خلاصه کردن داده‌ها و تهیه جدول و رسم نمودار اقدام شده و از شاخص‌های مرکزی از قبیل میانگین و از شاخص‌های پراکندگی نظیر انحراف معیار استفاده شده است. در سطح آمار استنباطی، پس از انجام آزمون نرمالیتی داده‌ها به دلیل نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون رگرسیون استفاده شده است. با توجه به نتایج مشاهده شده مشاهده می‌شود که در مرحله اول مدل شامل متغیرهای شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی است، که مقدار سطح معنی داری بتا متناظر با متغیر شخصیت مدیران کمتر از پنج صدم می‌باشد، و می‌توان گفت که شخصیت مدیران بر اخلاق حرفه ای تاثیر معنی داری دارد که میزان این تاثیر برابر ۰/۶۱۵ است.

واژگان کلیدی: شخصیت مدیران، اثربخشی سازمانی، اخلاق حرفه ای، اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان



مقدمه

شخصیت مدیران اساساً نتیجه شیوه رفتار خلق شما با یک وضعیت خاص است. به عنوان یک مدیر، رویکرد شخصی شما به افراد و وظایف در نقش رهبری بر رفتار شما تاثیر می گذارد، انگیزه و کارگران را تحت تاثیر قرار می دهد. در حالی که شناسایی یک نوع شخصیت خاص که بهترین کار در مدیریت را دارد دشوار است، می توان ویژگی های شخصیتی مشترک مدیران نخبه را مشخص کرد. (تهوری ۱۳۸۶)

دو نوع مدیریت وجود دارد. اول آنهایی هستند که بی شتر بر روی پروژه ها تمرکز می کنند. آنها می دانند که درون پروژه چگونه است. آنها بهترین تیم خود را دارند. آنها کار را انجام می دهند. اما آنها نمی توانند تیم خود را به سطح بعدی برسانند. چرا؟ از آنجا که آنها نمی دانند چگونه بهترین نتیجه را از منابع خود بگیرند. و این به این دلیل است که آنها نمیتوانند انواع مختلف شخصیت در تیم را درک کنند. از سوی دیگر، اعتبار دوم مدیران وجود دارد. این مدیران از خطوط راهنمایی در تیم های خود می دانند. و آنها می دانند که چطور می توانند انواع مختلف شخصیت ها را در تیم خود بکار ببرند تا نه تنها یک تیم برنده ایجاد شود بلکه یک تیم است که می تواند در شرایط نامطلوب رشد کند. (حسینی ۱۳۹۰).

را شورو کیدر بیان می کند که "تعاریف استاندارد اخلاق معمولاً عباراتی مانند "علم شخصیت ایده آل انسان" یا "علم وظیفه اخلاقی" را شامل می شود. ریچارد ویلیام پاول و لیندا الدیرن اخلاق را "مجموعه ای از مفاهیم و اصولی که ما را در تعیین آنچه رفتار به موجودات ذاتاً کمک می کند یا آسیب می رساند" تعریف می کند. دیکشنری فلسفه کمبریج می گوید که کلمه "اخلاق" "به طور متداول با" اخلاق" تعویض می شود... و گاهی اوقات به معنای اصول اخلاقی یک سنت، گروه یا فرد خاص به کار می رود. پل و ایس می گویند که اکثر مردم با اخلاق رفتار می کنند با رفتارهای عرفی، باورهای مذهبی و قانون رفتار می کنند و از اخلاق به عنوان یک مفهوم مستقل برخوردار نمی کنند. اخلاق در زبان انگلیسی به چند مورد اشاره دارد. این می تواند به اخلاق فلسفی یا فلسفه اخلاقی اشاره کند - یک پروژه که تلاش می کند از عقل برای پاسخ دادن به انواع مختلف سوالات اخلاقی استفاده کند. همانطور که فیلسوف انگلیسی برنارد ویلیامز می نویسد، تلاش می کند تا فلسفه ی اخلاقی را توضیح دهد: "آنچه که یک تحقیق را فلسفی می سازد، عمومیت انعکاسی و سبک استدلالی است که ادعا می کند منطقی متقاعد کننده است". ویلیامز محتوای این حوزه تحقیق را به عنوان مسئله بسیار گسترده توضیح می دهد "چگونه باید زندگی کرد". اخلاق همچنین می تواند به یک توانایی مشترک انسان برای فکر کردن در مورد مشکلات اخلاقی اشاره دارد که به فلسفه خاص نیست. همانطور که لری چرچیل به عنوان متخصص زیست شناسی نوشته است: "اخلاق، که به عنوان توانایی انتقاد از ارزشهای اخلاقی و رفتارهای خود از جمله ارزش ها، قابل درک است، یک ظرفیت عمومی عمومی است." اخلاق نیز می تواند برای توصیف اصول و عادات فرد خاص خود



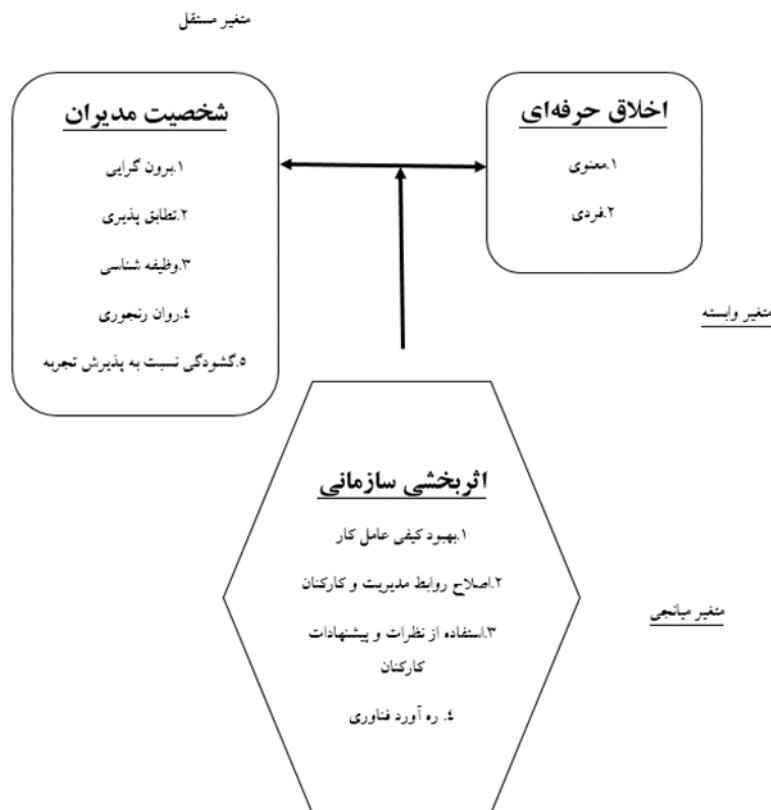
فرد مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال: "جو دارای اخلاق عجیب و غریب است." کلمه انگلیسی "اخلاق" از یک کلمه یونانی باستانی گرفته شده است که به معنی "مربوط به شخصیت" است. تیمس یونانی باستان از خود یک کلمه یونانی دیگر است، اسم *ethos* به معنی "شخصیت، موقعیت (شفیع آبادی ۱۳۸۹)

کازرونیان و زارعی (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان "رابطه ویژگی های شخصیتی و جو سازمانی با اثربخشی مدیران زن ناحیه یک شیراز" انجام دادند. هدف از پژوهش حاضر تبیین رابطه بین تیپ های شخصیتی با جو سازمانی و اثربخشی مدیران زن ناحیه یک شهر شیراز بود. روش پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بوده است. جامعه آماری تمامی مدیران زن شاغل در ناحیه یک آموزش و پرورش شهر شیراز در سال تحصیلی ۹۶-۹۵ می باشد که براساس آمار ۲۵۰ نفر بوده و حجم نمونه براساس روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای ۱۳۰ نفر انتخاب گردیده است. جمع آوری داده ها و اطلاعات از طریق پرسشنامه ویژگی شخصیت نیو، پرسشنامه جو سازمانی هالین - کرافت و پرسشنامه اثربخشی پارسونز صورت گرفته است که جهت محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که آلفا برای پرسشنامه تیپ های شخصیتی ۷۳/۰ برای پرسشنامه جو سازمانی ۷۵/۰ و برای پرسشنامه اثربخشی ۹۵/۰ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده و در سطح آمار توصیفی به منظور تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از جدول توزیع فراوانی، نمودارها، میانگین و انحراف استاندارد و در سطح آمار استنباطی به منظور تعیین رابطه میان متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده شده است و تجزیه و تحلیل داده ها توسط نرم افزار SPSS انجام شد، یافته های توصیفی پژوهش نشان می دهد که از بین مولفه های تیپ های شخصیتی مورد استفاده در مدیران، مسیولیت پذیری و در بین مولفه های جو سازمانی، همکارانه و در بین مولفه های اثربخشی، تعهد بالاترین میانگین را به خود اختصاص داده است. همچنین تحلیل رگرسیون نشان داد که از بین مولفه های تیپ های شخصیتی: مسیولیت پذیری و از بین مولفه های جو سازمانی: صمیمی، حمایتی و همکارانه بیشترین تغییرات مربوط به اثربخشی را پیش بینی می کنند و لذا متغیرهای تیپ های شخصیتی و جو سازمانی پیش بینی های مطلوبی برای اثربخشی مدیران میباشد.

از آنجاییکه هدف بررسی رابطه بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمان در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان می باشد، با در نظر گرفتن اهمیت موضوع و با مرور سوابق و پیشینه آن بر اساس نظریه های موجود و نتایج تحقیقات انجام شده، با الهام از مطالعه خنیفر و همکاران (۱۳۸۸) در مورد شخصیت مدیران که برای آن پنج مولفه در نظر گرفته اند، همچنین بر اساس تحقیق خیاط مقدم و طباطبایی نسب (۱۳۹۳) در مورد اخلاق حرفه ای که برای آن سه شاخص در نظر گرفته است و تحقیق ابراهیمی نژاد و محی المدینی (۱۳۸۸) در مورد اثربخشی سازمانی که برای آن چهار نوع مهم برشمرده است، مدل مفهومی تحقیق به صورت نمودار شماره (۱) طراحی و



تنظیم گردیده است. بطوری که در این مدل شخصیت مدیران با ابعاد و شاخص‌های ذکر شده متغیر مستقل و اخلاق حرفه‌ای با شاخص‌های مربوطه متغیر وابسته و نیز اثربخشی سازمانی با متغیرهای فوق‌الذکر متغیر میانجی می‌باشند.



نمودار شماره (۱) مدل مفهومی تحقیق

منبع: الهام از خنیفر و همکاران (۱۳۸۸) و خیاط مقدم و طباطبایی نسب (۱۳۹۳) و ابراهیمی نژاد و محی‌الدینی (۱۳۸۸).

جنبه‌ها و ویژگی‌های نوع شخصیت مدیر

مدیر یکی از چهار نوع شخصیتی است که می‌توانید بر مبنای ارزیابی پروفایل شخصی معمولی داشته باشید. دیگران تحلیلی، دوستانه و بیانگر هستند. شخصیت مدیران رویا هستند، هدف‌گرا هستند و تمایل دارند نقش برجسته‌ای در یک سازمان داشته باشند. اگر به این مشخصات شخصیتی نزدیک شوید، مهم است که بر روی قدرت‌های فکری و رهبری تان تمرکز کنید و از گرایش‌های مشترک، مانند برتری بودن، اجتناب کنید.



میل به قدرت و اقتدار

مدیران توسط میل به قدرت و قدرت هدایت می شوند. آنها ترجیح می دهند که یک تیم کاری را رهبری کنند یا نقش مدیریتی ایفا کنند. جهت گیری هدف و یک ماهیت رقابتی نیز مدیران را برانگیخته است. آنها دستاوردهای انگیزه ای دارند و از تجربه موفقیت لذت می برند. در یک محیط کاری، آنها ممکن است با دیگر رهبران شرکت رقابت کنند و در شرکت خود در برابر دیگران شرکت کنند. مدیران نیز تحت فشار و یا خرج کردن رشد می کنند، زیرا آنها قاطع هستند.

اندیشه رانده شده

مدیران نیز تمایل به تفکر به عنوان مخالف به احساس مبتنی بر. در واقع، مدیران گاهی اوقات به عنوان بیقراری توصیف می شوند. این ویژگی زمانی مفید است که تصمیمی اتخاذ و تصحیح داده ها ضروری باشد. با این حال، ممکن است مدیر توانایی تصمیم گیری خود به خود را محدود کند. مدیران نیز معمولاً به خوبی سازماندهی می شوند. آنها معمولاً برنامه دقیق و فهرست کارهای خود را برای حفظ یک درک صحیح مسئولیت ها حفظ می کنند. به دلیل فقدان گرایش های عاطفی، مدیران گاهی اوقات روی انگشتان کارکنان گام می کشند.

تمرکز تصویر بزرگ

مدیران تمایل دارند که یک دیدگاه تصویر بزرگ داشته باشند، در حالی که متمرکز بر جزئیات است. این کار به خوبی در کمک به یک شرکت یا تیم کاری فرمول یک چشم انداز و اهداف کار می کند. هرچند کمبود توجه به جزئیات می تواند در اجرای استراتژی ها مشکل ساز باشد. به شدت به تمرکز تصویر بزرگ مرتبط است عدم تحمل اشتباهات. مدیران می توانند با اشتباهات کارکنان به راحتی تحریک شوند و ممکن است با کارکنان بیش از حد تحلیلی آزار دهنده باشند.

مدیران کسب و کار اهداف و اهداف شرکت را با نظارت بر عملکرد یک گروه انجام می دهند. شما مسئولیت های نظارتی خود را به طور موثر و موثر تر با اطمینان از اینکه ویژگی های مدیران کسب و کار موثر را درک می کنید و تمرکز بر ویژگی های مناسب در خودتان را درک می کنید، انجام می دهید.

ارتباط موثر

مدیران باید مهارت ارتباطی کلامی و غیر کلامی را برای ارتباط برقرار کردن با کارکنان، مشتریان و همکاران به نحوی مثبت و سازنده داشته باشند. مدیران همچنین باید مهارت های گوش دادن قوی و توانایی برقراری ارتباط موثر در نوشتن داشته باشند.



ساختمان تیم

مدیران موثر در سازمان های خود یک فرهنگ تیمی واقعی را پرورش می دهند. این شامل تشویق همکاری با ارائه فرصت برای کارکنان در تمام سطوح برای برقراری ارتباط با یکدیگر، شنیده شدن توسط مدیریت، و به دست آوردن به رسمیت شناختن کمک هایی است که ترویج خوبی تیم است.

مدیریت اجرایی

مدیریت عملکرد به طور موثر نیاز به ارائه بازخورد عملکرد، هر دو مثبت و منفی، به طور منظم به کارکنان. اجازه دهید کارکنان را بدانند زمانی که آنها در حال انجام یک کار خوب و ارائه پشتیبانی و پیشنهادات زمانی که عملکرد نیاز به بهبود. انجام این کار فرهنگی را ایجاد می کند که کارکنان به احتمال زیاد به موفقیت می رسند، زیرا در صورت بهبود نیاز به رسمیت شناخته شده است.

به اشتراک گذاری اعتبار

ناظران نباید اعتبار به دست آوردهای کارکنانی را که به آنها گزارش می دهند، اعتبار دهند. در عوض، آنها باید بر روی اطمینان از اینکه اعضای تیم اعتبار مناسب و شناخت خود را برای مشارکت خود دریافت می کنند، تمرکز می کنند. اگر مدیر برای یک کار خوب انجام شود، مدیر باید توجه خود را از خود به خود جلب کند و به این نکته اشاره دارد که موفقیت یک تلاش تیمی است.

پذیرش مسئولیت

در حالیکه مدیران موثر برای کارفرمایان به موفقیت ها اعتقاد دارند، آنها شکست های ناشی از زیردستان را سرزنش نمی کنند. در حالی که مدیران می توانند وظایف خود را اعطا کنند، هرگز نمی توانند مسئولیت خود را به عهده بگیرند هنگامی که همه چیز به اشتباه برسد، خود را به آنچه اتفاق افتاده است، مسئولیت را به عنوان رهبر بر عهده بگیرد و راهی برای رسیدن به نتیجه مثبتتری در آینده پیدا کند.

دانش مالی

مدیران باید درک درستی از جنبه های مالی شرکت های خود داشته باشند. آنها باید اهداف مالی مناسب را با اهداف کلی سودآوری سازمان سازگار سازند. آنها همچنین باید قادر به تنظیم و نظارت بر بودجه، نظارت و پیشرفت اسناد باشند و تغییرات را در صورت نیاز انجام دهند.

مدیران و مذاکرهکنندگان دو نقش حرفه ای کاملاً متفاوت و شخصیت های متضاد را پر می کنند. مدیران، اغلب به عنوان مدیران خدمات اداری کار می کنند، فعالیت ها و خدمات حمایتی را برای یک شرکت آماده و هماهنگ می کنند و معمولاً



وظایف خود را از یک دفتر انجام می دهند. مذاکره کنندگان مکالمات را در اختیار دارند یا به دنبال حل اختلافات هستند، اغلب در حال سفر و کار در اتاق های کنفرانس یا مکان های مختلف دیگر. در حالی که مدیران به طور معمول مشکلی را در سیاه و سفید مشاهده می کنند، مذاکره کنندگان در هر موقعیتی با یک رفتار "بستگی" دارند.

معامله مدیران

مدیران در اکثر صنایع، هماهنگی و مدیریت فعالیت های خاص خود را در زمینه کار می کنند. به عنوان مثال، مدیران برنامه، وظایف کارگران را که برنامه ها یا برنامه های رادیویی و تلویزیونی را آماده می کنند، نظارت می کنند. مدیران معمولاً در مورد موضوعات مختلف، از ماشین ها تا سیستم های پیچیده به امور مالی جهان، آگاه هستند. اگر چه آنها تمایل دارند که منافع چندانی داشته باشند، آنها از طرز تفکرشان جذاب هستند. مدیران ممکن است احساسات خود را در بر داشته باشند، ترجیح می دهند رویکردهای مقابله، چالش ها و صحبت های فکری در مورد بحث های کوچک.

مدیران بازاریابی

مدیران تحلیلی، جزئیات گرا، متعارف، واقع گرایانه، انعطاف پذیر و نوآورانه هستند. آنها اعتماد به نفس و تمرکز را اغلب برای بی علاقهگی یا بی صبری اشتباه گرفته اند. ارتباطات اجتماعی برای آنها بسیار مؤثر است، مگر اینکه یک رابطه مفید یا هیجان انگیز باشد، مانند شبکه برای فرصت های شغلی. مدیران مداوم، منطقی، منصفانه، هدفمند و رقابتی هستند. اگر چه ممکن است آنها به عنوان تهاجمی کنار بیایند، آنها از گفتگوها لذت می برند و به جای گفتگوها، آنها را مکالمه می بینند.

استانداردهای مذاکره

مذاکره کنندگان به طور معمول به عنوان واسطه ها، مصالحه یا داورها مشغول به کار هستند که برای حل مسائل خارج از دادگاه با دنبال یافتن مصالحه از طرف مخالف تلاش می کنند. واسطه ها از طریق یک بحث به مردم نظارت می کنند و مردم را هدایت می کنند، در حالی که طرفداران پیام ها را بین طرفین مبادله می کنند و به طور جداگانه با یکدیگر ملاقات می کنند. داوران به عنوان یک شخص ثالث بی طرف در اختلافات عمل می کنند، مشاوره حقوقی یا تصمیم گیری برای نتیجه گیری را به عهده می گیرند. پیشگامان در برنامه ریزی، سازماندهی، ارتباط به صورت شفاهی و کتبی، تصمیم گیری، گوش دادن و تفکر انتقادی چشم پوشی می کنند. (روبرت ۲۰۱۲)

روش تحقیق

مطالعه حاضر یک مطالعه توصیفی کاربردی بود. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان به تعداد ۴۱۰ نفر می باشد، لذا ۲۰۰ پرسشنامه توزیع شد. روش گردآوری داده ها و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است. در این تحقیق به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد. در این پژوهش،



برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز، علاوه بر مطالعات کتابخانه‌ای، روش میدانی نیز بکار برده شده است. مطالعات کتابخانه‌ای از جمله مطالعه کتب و نشریات داخلی و خارجی و جستجو در پایگاه‌های مجازی یعنی سایتهای اینترنت به منظور دستیابی به مبانی نظری و استفاده از تجارب محققین دیگر، مورد بررسی و استفاده قرار گرفته است. از مطالعات میدانی جهت جمع آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز برای اجرای آزمون‌های آماری در بخش استنباطی برای استخراج نتایج و یافتن پاسخ سوالات تحقیق استفاده شده است. در این تحقیق به قصد شناسایی پایایی از وسیله آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. به همین دلیل اول ۱ نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد. در صورتی یک پرسشنامه پایاست که مقدار آلفای کرونباخ بزرگتر از مقدار ۰/۷ باشد و هر چه این مقدار به عدد ۱ نزدیکتر باشد پرسشنامه از پایایی بالاتری برخوردار می‌باشد و مقدار آلفای کرونباخ تا محدوده ۰/۵ قابل قبول و پایین تر از آن غیر قابل قبول است و بازنگری در سوالات مطرح شده پرسشنامه ضروری به نظر می‌رسد (نویدی ۱۳۹۱) در جدول ۱ پایایی متغیرهای تحقیق آورده شده است.

جدول ۱) آلفای کرونباخ متغیرهای پرسشنامه

ضریب آلفا	متغیر
۰/۸۹	شخصیت مدیران
۰/۷۹	اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی
۰/۸۳	مجموع

همچنین در این تحقیق جهت تعیین روایی آزمونی از قضاوت متخصصان و اساتید گروه مدیریت و کارشناسان در این باره استفاده شد. در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSSv23 استفاده شد. از روش‌های آمار توصیفی برای توصیف وضعیت موجود و برای تحلیل آنها از روش آمار تحلیلی استفاده می‌شود. شاخص‌های آمار توصیفی مانند فراوانی، میانگین، نما، میانه و انحراف استاندارد و نیز از آزمون‌های اسمیرنوف - کلموگروف ۱ برای ارزیابی نرمال بودن داده‌ها انجام گرفت و به دلیل غیر نرمال بودن توزیع آنها از آزمونهای غیر پارامتریک یعنی اسپیرمن و تحلیل رگرسیون استفاده گردید.



یافته ها:

یافته های توصیفی

الف) جنسیت

در جدول (۲)، توزیع فراوانی نمونه آماری تحقیق بر حسب جنسیت افراد نمونه نشان داده شده است. همانطور که دیده می شود ۱۳۵ نفر با ۶۷/۵ درصد فراوانی مرد و مابقی با ۳۲/۵ درصد فراوانی زن بوده اند.

جدول (۲): توزیع فراوانی نمونه آماری تحقیق بر حسب جنسیت

درصد	فراوانی	جنسیت
۶۷/۵	۱۳۵	مرد
۳۲/۵	۶۵	زن
۱۰۰.۰	۲۰۰	جمع

نما: مرد

ب) تحصیلات

در جدول (۳)، توزیع فراوانی نمونه آماری تحقیق بر حسب تحصیلات افراد نمونه نشان داده شده است. همانطور که دیده می شود ۳۱ نفر با ۱۵/۵ درصد فراوانی دارای مدرک دیپلم، ۵۴ نفر با ۲۷ درصد فراوانی فوق دیپلم، ۹۱ نفر با ۴۵/۵ درصد فراوانی لیسانس و ۲۴ نفر با ۱۲ درصد فراوانی فوق لیسانس و بالاتر بوده اند.

جدول (۳): توزیع فراوانی نمونه آماری تحقیق بر حسب تحصیلات

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	تحصیلات
۱۵/۵	۱۵/۵	۳۱	دیپلم
۴۲/۵	۲۷	۵۴	فوق دیپلم
۸۸	۴۵/۵	۹۱	لیسانس
۱۰۰	۱۲	۲۴	فوق لیسانس و بالاتر
	۱۰۰	۲۰۰	جمع



بررسی نرمال بودن داده های تحقیق

در انتخاب یک آزمون باید تصمیم گرفته شود که آیا از آزمون های پارامتریک استفاده گردد یا آزمون های ناپارامتریک. یکی از اصلی ترین ملاک ها برای این انتخاب انجام آزمون کولموگروف-اسمیرنوف است.

آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده ها را نشان می دهد. یعنی اینکه توزیع یک صفت در یک نمونه را با توزیعی که برای جامعه مفروض است مقایسه می کند. اگر داده ها دارای توزیع نرمال باشند امکان استفاده از آزمون پارامتریک وجود دارد و در غیر این صورت باید از آزمون ناپارامتریک استفاده گردد.

پس از تحلیل SPSS در خروجی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف اگر آزمون معنی دار بود یعنی سطح معنی کوچک تر از ۵ صدم بود، به معنی این است که توزیع نرمال نیست و باید از آزمون ناپارامتریک استفاده گردد. بنابراین اگر نتیجه این آزمون معنی دار نباشد امکان استفاده از آزمون های پارامتریک وجود دارد.

جدول ۴) آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

سطح معنی داری	آماره آزمون	
۰/۰۵۹	۱/۳۳۷	بعد برون گرایی شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی
۰/۰۵۹	۱/۳۳۷	بعد تطابق پذیری شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی
۰/۰۸۹	۱/۱۳۷	بعد وظیفه شناسی شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی
۰/۱۰۹	۱/۳۷۲	بعد روان رنجوری شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی
۰/۱۱۴	۱/۱۹۷	بعد گشودگی نسبت به پذیرش تجربه شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی



با توجه به جدول (۴) مشاهده می شود که مقدار سطح معنی داری به دست آمده برای آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۰۵ می باشد در نتیجه متغیرهای از توزیع نرمال برخوردار می باشند.

یافته های تحلیلی

فرضیه: بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمان در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان ارتباط مستقیم و معنی داری وجود دارد.

بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمان در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان ارتباط مستقیم و معنی داری وجود ندارد... H_0

بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمان در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان ارتباط مستقیم و معنی داری وجود دارد... H_1

جدول (۵) آزمون رگرسیون چندگانه بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی

مقدار آر (R)	مربع آر (R Square)	تغییرات آر (R Square) (Change)	آماره F (سطح معنی داری (F))	ضرایب بتا	سطح معنی داری ضریب بتا
۰/۶۱۵	۰/۳۷۹	۰/۰۴۳	۱۵/۷۲۲	۰/۶۱۵	۰/۰۰۰
۰/۶۵۰	۰/۴۲۲		(۰/۰۰۰)	۰/۴۳۴	۰/۰۰۰
				۰/۲۷۵	۰/۰۰۰

با توجه به جدول (۵) مشاهده می شود که در مرحله اول مدل شامل متغیرهای شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی است، که مقدار سطح معنی داری بتا متناظر با متغیر شخصیت مدیران کمتر از پنج صدم می باشد، و می توان گفت که شخصیت مدیران بر اخلاق حرفه ای تاثیر معنی داری دارد که میزان این تاثیر برابر ۰/۶۱۵ است. با ورود متغیر اثربخشی سازمانی مدل دوم حاصل می شود؛ ورود متغیر اثربخشی سازمانی در مدل باعث ایجاد تغییر در میزان ارتباط متغیرها می گردد به طوری که میزان آن از ۰/۶۱۵ به ۰/۶۵۰ می رسد و همچنین میزان تغییرات ضریب



تعیین در حدود ۴/۳ درصد می باشد و تغییرات ضریب تعیین با توجه به سطح معنی داری آماره F معنی دار است. بررسی سطوح معنی داری ضرایب بتا در مدل دوم نشان می دهد که شخصیت مدیران دارای میزان سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ بوده و سطح معنی داری بتا برای متغیر اثربخشی سازمانی نیز معنی داری است. این بدان معنا است که اثربخشی سازمانی نقش تعدیل کننده بین دو متغیر شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای دارد و فرضیه تحقیق پذیرفته می شود.

نتیجه گیری:

هدف از انجام تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمان در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان بوده است. جهت بررسی این هدف تعداد ۲۰۰ نفر از کارکنان اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان گیلان به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. در مرحله بعد با استفاده از پرسشنامه ۲۱ سوالی شخصیت مدیران و پرسشنامه اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی فرضیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند. در مرحله اول پرسشنامه به صورت آزمایشی بر روی ۳۰ نفر از کارکنان اجرا شد و روایی و اعتبار آن نیز به دست آمد و سپس در مرحله دوم به صورت نهایی به مرحله اجرا در آمده است. داده های استخراج شده از پرسشنامه ها با استفاده از نرم افزار SPSS۲۳ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در تجزیه و تحلیل توصیفی داده ها، جداول و نمودارهای مربوط به هر کدام از ویژگی ها و متغیرها ترسیم شدند. در بخش آمار استنباطی نیز فرضیه های پژوهش با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون تجزیه و تحلیل شده است. با توجه به نتایج مشاهده شده مشاهده می شود که در مرحله اول مدل شامل متغیرهای شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی است، که مقدار سطح معنی داری بتا متناظر با متغیر شخصیت مدیران کمتر از پنج صدم می باشد، و می توان گفت که شخصیت مدیران بر اخلاق حرفه ای تاثیر معنی داری دارد که میزان این تاثیر برابر ۰/۶۱۵ است. با ورود متغیر اثربخشی سازمانی مدل دوم حاصل می شود؛ ورود متغیر اثربخشی سازمانی در مدل باعث ایجاد تغییر در میزان ارتباط متغیرها می گردد به طوری که میزان آن از ۰/۶۱۵ به ۰/۶۵۰ می رسد و همچنین میزان تغییرات ضریب تعیین در حدود ۴/۳ درصد می باشد و تغییرات ضریب تعیین با توجه به سطح معنی داری آماره F معنی دار است. بررسی سطوح معنی داری ضرایب بتا در مدل دوم نشان می دهد که شخصیت مدیران دارای میزان سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ بوده و سطح معنی داری بتا برای متغیر اثربخشی سازمانی نیز معنی داری است. این بدان معنا است که اثربخشی سازمانی نقش تعدیل کننده بین دو متغیر شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای دارد و فرضیه تحقیق پذیرفته می شود لذا نتایج پژوهش با نتایج پژوهش خنیفر و همکاران (۱۳۸۸) و خیاط مقدم و طباطبایی نسب (۱۳۹۳) و ابراهیمی نژاد و محی الدینی (۱۳۸۸) همسو می باشد بر اساس نتایج تحقیق حاضر و چندین تحقیق داخلی و خارجی، ارتباط مثبت و نسبتاً قوی بین شخصیت مدیران با اخلاق حرفه ای با توجه به متغیر میانجی اثربخشی سازمانی محرز گردیده است. ضمن اینکه طی بسیاری از تحقیقات صورت گرفته، نماد بیرونی سازمان ها



The banner features a hand holding a pen drawing a red line on a bar chart with a grid background. The chart shows a downward trend. The text on the banner reads: "7Th International Conference on Management, Accounting and Economic Development" and "September 20, 2021". Logos for "coastech international network on virtual universities COVU" and "Kosar University" are also present.

را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می دهد که خود حاصل جمع ارزش های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان ها، ظهور و بروز یافته است. از سوی دیگر اخلاق حرفه ای را می توان بیان کننده باورهای یک گروه حرفه ای در مورد این که چه چیزی درست و مرتبط با معیارهای همان حرفه است، دانست.



منابع:

غلامپور، محمد، طالب پور، مهدی، امیرنژاد، سعید، حسینی، سیدعماد، ۱۳۹۸، ارتباط بین رضایت شغلی با تعهد سازمانی در مدیران و معاونین تربیت بدنی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور، پژوهش‌نامه علوم ورزشی، سال ششم، شماره ۱۲، ۲۵-۳۶.

تهوری، زهرا، ۱۳۸۶، بررسی میزان رضایت شغلی کارکنان شاغل در «مدیریت پردازش» بخش کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران فصلنامه علوم و فناوری اطلاعات ۴۶-دوره ۲۱، شماره ۲ (زمستان ۱۳۸۴)، ۲.

حسینی، محمد حامد، شریف زاد، غلامرضا، خزاعی، طیبه، ۱۳۹۰، بررسی فرسودگی شغلی در دندانپزشکان شهر بیرجند، مجله دندانپزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تابستان، شماره ۲۴(۲)، مسلسل، ۶۷، ۱۱۳-۱۲۰.

شفیع آبادی، عبدالله، و خلیج اسدی، شدید، ۱۳۸۹، بررسی رابطه بین رضایت شغلی با سلامت روانی کارکنان شاغل در دانشگاه. فصلنامه تازه‌های روانشناسی صنعتی، دوره ۲، شماره ۱، ۳۳-۲۷.

خنیفر، حسین، مقیمی، سید محمد، جندقی، غلامرضا، زروندی، نفیسه، ۱۳۸۸، بررسی رابطه بین مؤلفه‌های اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان (در سازمان‌های جهاد کشاورزی و آموزش و پرورش استان قم)، مدیریت دولتی، دوره ۲، شماره ۱.

خیاط مقدم، سعید، طباطبایی نسب، سیده مهدیه، ۱۳۹۵، مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت. اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۱، ۱۳۶-۱۲۷.

ابراهیمی نژاد، مهدی، محی الدینی، زهرا، ۱۳۸۸، بررسی رابطه بین انتخاب کارکنان و اثربخشی سازمان مورد سنجی در مجتمع مس سرچشمه رفسنجان، پژوهش‌های مدیریت، سال ۲، شماره ۳، ۱۴۷-۱۱۷.

نویدی نکو، رضا، آریان فر، خسرو، هنرمند، هانی، نوذری، ۱۳۹۱، بررسی عوامل موثر بر اثربخشی سازمانی از منظر مسئولیت اجتماعی سازمانی، (مطالعه موردی: شرکت‌های تعاونی استان تهران)، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت سال بیست و سوم، شماره ۷۹، ۴۳-۵۴.

Sinclair, R, Tetrick, L, Scial, E, 2012, Exchange and union Commitment, Journal of Organizational Behavior, Vol. 16, No. 6, 669-681