

نقش ابعاد فضای اخلاقی سازمان در پیش بینی پافشاری مدیران بر تصمیمات اولیه

دکتر حمید رضایی فر، هما حبیبی*

گروه مدیریت، دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

(تاریخ دریافت: ۹۶/۶/۵، تاریخ پذیرش: ۹۶/۸/۲)

چکیده

زمینه: پیاده کردن رفتارهای اخلاقی در سازمان یکی از مهم ترین پدیده های سازمانی است. بر این اساس هدف پژوهش حاضر بررسی نقش ابعاد فضای اخلاقی سازمان در پیش بینی پافشاری مدیران بر تصمیمات اولیه می باشد.

روش: این تحقیق از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ روش اجرا از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران ستادی بانک صادرات خراسان رضوی بوده که از بین آن ها با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۳۴ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه تحقیق انتخاب گردیدند. داده ها از طریق پرسشنامه استاندارد فضای اخلاقی ویکتور و کالن و پرسشنامه محقق ساخته پافشاری مدیران بر تصمیمات اولیه جمع آوری گردیده است. به منظور تجزیه و تحلیل آماری روابط بین متغیرهای مکنون و اندازه گیری شده در الگوی مفهومی از معادلات ساختاری استفاده شده است.

یافته ها: نتایج تحقیق نشان داد بین ابعاد فضای اخلاقی (به استثناء فضای ابزاری) و پافشاری مدیران بر تصمیمات اولیه رابطه منفی وجود دارد. همچنین در سطح اطمینان ۹۵ درصد فضای اخلاقی می تواند به میزان ۰/۶۵ - پافشاری بر تصمیمات اولیه را پیش بینی نماید.

نتیجه گیری: با توجه به یافته های پژوهش فضای اخلاقی می تواند پیش بینی کننده موثری برای کاهش سطح پافشاری بر تصمیمات اولیه باشد.

واژگان کلیدی: فضای اخلاقی، پافشاری مدیران بر تصمیمات اولیه، اخلاق

سرآغاز

فضای اخلاقی یک سازمان ارزش ها و رفتارهای اخلاقی مورد انتظار آن را نشان می دهد که بر روی اخلاقی بودن اعضایش تأثیر دارد (۳). این فضا نوعی از فضای کاری است که فرآیندها، سیاست ها و فعالیت های سازمانی که پیامد اخلاقی دارد را منعکس می سازد (۵). فضای اخلاقی، تصمیم گیری و رفتار متعاقب آن در پاسخ به مسائل اخلاقی را تحت تأثیر قرار می دهد (۳). یک موسسه باید ملاک هایی برای تبعیتش از اصول و راهبردهای اخلاقی در اختیار داشته باشد (۶). علی رغم توجه روز افزون به اخلاقیات در سازمان، نظریه های اندکی وجود دارد که چگونگی ارتباط مضمون اخلاقی سازمان را با سایر متغیرهای سازمانی شرح می دهند. در میان نظریه هایی که در حوزه های مختلف مطالعات سازمانی از قبیل روانشناسی، بازاریابی و مدیریت ظهور پیدا کرده اند؛ اغلب نظریه ها از قبیل مدل چهاربخشی، چارچوب اقتضایی، نظریه عمومی اخلاقیات بازاریابی، مدل کنش متقابل فرد - موقعیت و مدل نتیجه - اقتضا نظریه های تصمیم گیری اخلاقی هستند. اما فقط دو نظریه فضای اخلاقی کاری در ۳۰ سال گذشته

اخلاقیات در سازمان به عنوان سامانه ای از ارزش ها^۱ و باید ها و نیاید هاست که بر اساس آن نقاط ضعف^۲ و قوت^۳ سازمان تعریف می شود و خوب و بد های سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می شود (۱). این گونه است که پابندی به ارزش های اخلاقی به عنوان یکی از مهم ترین پدیده های سازمانی در آمده و بصورت بخشی از سیاست های رسمی و فرهنگ غیر رسمی در سازمان ها پدیدار می گردد (۲). از میان فضاهای سازمانی غالب؛ فضای اخلاقی^۴، یک نقش مهم در توسعه زمینه ای ایفا میکند که کارکنان در آن عمل کرده و وسیله ای برای انجام کارها فراهم می کند. تحقیقات نشان داده است که یک عامل مهم تأثیرگذار بر روی رفتار اخلاقی کارکنان، فضای اخلاقی سازمانی است (۳). پیاده کردن رفتارهای اخلاقی در یک سازمان و ایجاد یک فضای اخلاقی سازمانی در قدم اول به میزان ارج گذاری به ارزش های اخلاقی توسط سیاست گذاران^۵ و مدیران در آن سازمان بستگی دارد (۴).

طول این مسیر و برای رسیدن به مقصد، لازم است مدیر تصمیمات مهم و حیاتی بسیاری اتخاذ نماید تا ضمن بهره برداری مناسب از امکانات و فرصت‌های^{۱۱} به دست آمده، از برخورد با موانع و تهدیدها^{۱۲} نیز مصونیت یابد (۱۷).

تصمیم‌گیرندگان سازمانی گاهی دچار رفتاری می‌گردند که در آن علیرغم دریافت بازخوردهای منفی حاصل از تصمیمات گذشته شان بر این تصمیمات پافشاری و آن را ادامه می‌دهند. (۱۸). پافشاری غیر منطقی بر تعهدات و تصمیمات پدیده‌ای شناخته شده است که در آن افراد و سازمان‌ها به سرمایه‌گذاری در آنچه مشخص است اقدامی شکست خورده و زیان‌ده است، ادامه می‌دهند. مفهوم گفته شده به تمایل انسان به وفاداری به سلسله اقدام‌هایی حتی در مواجهه با اطلاعات منفی اشاره دارد (۱۹).

پافشاری بر تعهدات^{۱۳} به معنای پیگیری مصرانه تصمیمات و اقدامات با وجود بازخوردهای منفی می‌باشد و سبب می‌شود تا فرد در حذف برنامه‌های اشتباه خود تردید داشته باشد (۱۸). به نظر می‌رسد که این معضل در شرکت‌ها و سازمان‌های ایرانی مورد بی‌توجهی واقع شده است و مطالعات اندکی به آن پرداخت شده است. این در حالی است که مدیران ایرانی پافشاری بر تعهدات را نشانه‌ای از ثبات رویه می‌دانند و به ثمر رساندن برخی پروژه‌ها و برنامه‌های تاریخ گذشته را یکی از موفقیت‌های خود در سازمان می‌پندارند (۱۷). ثبات رویه (در مدیریت) به رهبران اثربخش تعلق دارد. مدیر یا کارمند برای اینکه خود را اثربخش نشان دهد، در بسیاری موارد روی حرف خود پافشاری می‌کند. او با وجود راه‌های مفیدتر، اشتباه اولیه خود را پس نمی‌گیرد و راه نادرست را ادامه می‌دهد. در واقع مدیر یا کارمند اثر بخش، کسی است که بتواند بین شرایطی که باید روی آنها پافشاری کند و شرایطی که سازمان را به بیراهه می‌کشاند، فرق قائل شود و آن‌ها را از یکدیگر تمیز دهد (۲۰). در واقع رفتار پافشاری از فرآیند تصمیم‌گیری ناقص شروع می‌شود و به پیامدهای سوء کارکردی منجر می‌شود (۱۷).

در شرایط پدیده پافشاری بر تصمیمات و تعهدات اولیه، تصمیم‌گیرندگان منابعی از قبیل پول، زمان، حتی هویت و شخصیت خود را به امید دستیابی به برخی از اهداف از دست می‌دهند. در واقع نوعی عدم اطمینان در راه دستیابی به اهداف وجود دارد که این امر تصمیم‌گیرنده را وادار می‌کند، منابع اضافه صرف شده را به عنوان سرمایه یا هزینه‌های از دست رفته مورد توجه قرار دهد. به این صورت که اگر منابع تخصیص داده شده به دستیابی به اهداف منجر شود، به عنوان سرمایه‌گذاری و در غیر این صورت به عنوان هزینه‌های از دست رفته تلقی می‌شود و از ناتوانی روانی برای نادیده گرفتن هزینه‌های فرصت‌جلوگیری می‌کند (۱۸).

بر اساس تئوری ناهمانگی شناختی فستینگر تئوری خود توجیهی بیان می‌کند، افراد مایل به پافشاری بر تعهدات خود به اقدام‌هایی (و تحمل ریسک پیامدهای منفی اضافه تر) به منظور توجیه رفتار قبلی خود هستند. خود توجیهی بیان می‌کند، وقتی تصمیمات در برگیرنده‌ی هزینه‌های قبلی غیر قابل برگشت، تکرار شده و عمومی هستند

ظهور پیدا کرده است. این نظریه‌ها شامل نظریه فضای اخلاقی کاری ویکتور و کالن و نظریه جدیدتر پیوستار فضای اخلاقی ویداور - کوهن می‌باشند. با این وجود تنها نظریه ویکتور و کالن در نتیجه تحقیق تجربی به دست آمده است و نیروی محرک تحقیق در زمینه فضای اخلاقی بوده است (۷).

اخلاقیات در نظام نوین محیط کار یک چالش به شمار می‌آید (۸). زمانی که فضای اخلاقی در یک سازمان شناخته شده باشد، کارکنان در مشخص کردن انواع معضلات اخلاقی و یافتن راه حل آن توانایی بیشتری پیدا می‌کنند (۴). به عبارتی، با حمایت اخلاق، سازمان‌ها سیستم‌های هنجاری نهادینه شده‌ای را توسعه می‌دهند که به قدر کافی برای اعضای سازمان شناخته شده است و به عنوان یک فضای کاری درک می‌شوند (۹).

تحقیقات زیادی در زمینه فضای اخلاقی وجود دارد. برای نمونه پوسنر و اشمیت به این نتیجه رسیدند که بین افراد فقیر و غیر فقیر در رعایت اخلاقیات تفاوتی دیده نمی‌شود (۱۰). به نظر سیمز جو اخلاقی یک سازمان، مجموعه‌ای از ادراکات درباره رفتارهای صحیح و نحوه‌ی پردازش موضوعات اخلاقی است. این فضا، فحوای تصمیم‌گیری را در تمامی سطوح و در تمامی شرایط تعیین می‌کند (۱۱). از دیدگاه واردی بین جو اخلاقی در سازمان و بدرفتاری رابطه‌ی منفی وجود دارد. لذا، بدرفتاری‌های^۶ گزارش شده از مدیران و کارمندان با قوانین و ابعاد سازنده‌ی فضای اخلاقی رابطه‌ی منفی دارند (۱۲). همچنین دشپاند دریافت که یک سازمان می‌تواند بر روی رضایت شغلی^۷ کارکنان خود بوسیله ایجاد و توسعه یک فضای اخلاقی تأثیر بگذارد (۱۳).

صنعت بانکداری یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر اقتصادی محسوب می‌شود؛ زیرا بانک‌ها به عنوان واسطه منابع پولی در کنار بورس و بیمه از ارکان اصلی بازارهای مالی^۸ شمرده می‌شوند. بانکداری در اقتصاد ایران از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا به دلیل عدم توسعه لازم بازار سرمایه، در عمل این بانک‌ها هستند که عهده دار تأمین مالی بلند مدت نیز می‌باشند؛ همچنین در فرآیند آزادسازی بازارهای مالی و پیوند با بازارهای جهانی، کارایی^۹ شرط لازم است (۱۴). از منظر اخلاق نهادهای مالی به واسطه انطباقشان بر شریعت، به طور کلی اخلاق مدار قلمداد می‌شوند. این نهادها به دنبال ارتقای عدالت و رفاه در جامعه هستند (۱۵).

در نظام بانکی کشور با توجه به گستردگی و حجم بالای فعالیت‌ها، با تولید داده‌ها و اطلاعات بسیاری مواجه شده که موضوع تصمیم‌گیری را از اهمیت خاصی برخوردار کرده است (۱۶).

برخی از صاحب‌نظران، کیفیت مدیریت را تابع کیفیت تصمیم‌گیری^{۱۰} دانسته و معتقدند که تصمیم‌گیری به تنهایی مهم‌ترین وظیفه مدیر است؛ زیرا کیفیت تصمیم‌گیری طرح و برنامه‌ها، اثر بخشی و کارآمدی استراتژی‌ها و کیفیت نتایجی که از اعمال آنها به دست می‌آید، همه تابع کیفیت تصمیماتی است که مدیر اتخاذ می‌کند. اگر چه با هدف‌گذاری و تعیین سیاست و ترسیم خط‌مشی‌های کلی، مسیری که سازمان باید پیماید، معین می‌شود؛ ولی برای هدایت سازمان در

روش

روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از لحاظ اجرایی از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران ستادی بانک صادرات خراسان رضوی بوده که از بین آن‌ها با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۳۴ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه اعضای تحقیق انتخاب گردیدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه فضای اخلاقی ویکتور وکالن که دارای ۲۵ گویه و پرسشنامه محقق ساخته پافشاری بر تصمیمات اولیه که دارای ۲۵ گویه می‌باشد، است. مقیاس بکار رفته در آن‌ها به صورت طیف لیکرت درجه‌بندی گردیده‌اند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها از طریق نظر متخصصان مورد تایید و همچنین در جدول (۱) پایایی پرسشنامه‌های مذکور نشان داده شده است. همچنین داده‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل مورد تحلیل قرار گرفتند.

جدول ۱. پایایی پرسشنامه‌های پژوهش

پرسشنامه	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
فضای اخلاقی	۲۵	۰/۸۷۳
پافشاری بر تصمیمات اولیه	۲۵	۰/۷۹۸

یافته‌ها

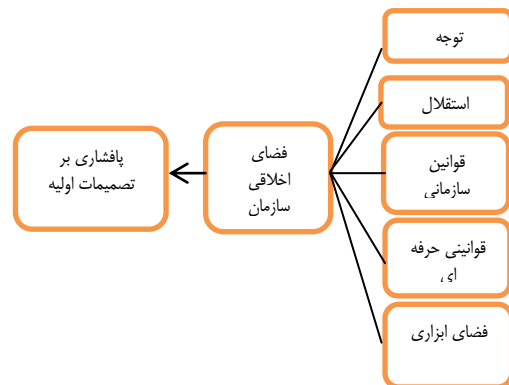
بعد از جمع‌آوری داده‌ها و بررسی روایی و پایایی ابزار پژوهش، آزمون‌های آماری در نظر گرفته شده اجرا می‌گردد. در این پژوهش جهت آزمون سوال و برازندگی مدل پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده گردید. در این راستا در ذیل گزارش ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش نیز آورده شده‌است. چرا که اگر بین متغیرهای پژوهش همبستگی وجود نداشته باشد؛ نمی‌توان به بررسی سوال و روابط متغیرهای مدل پرداخت. همانطور که مطابق جدول (۲) مشخص شده است تمام ضرایب در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار بوده و تمامی ضرایب همبستگی به دست آمده به استثناء فضای ابزاری منفی در آمده‌اند.

فرضیه پژوهش: فضای اخلاقی می‌تواند پافشاری بر تصمیمات مدیران ستاد مرکزی بانک صادرات خراسان رضوی را پیش بینی کند. ابتدا قبل از بررسی فرضیه پژوهش و قبول یا رد آنها باید وضعیت شاخص‌های کلی از حیث قابل قبول بودن بررسی شود. در صورتی که شاخص‌های کلی قابل قبول بودند یا به‌عبارتی مدل نظری مورد تأیید قرار گرفت؛ می‌توان به روابط درون مدل پرداخت که این روابط متقابل ضریب رگرسیونی (ضریب تأثیر) مربوط به فرضیه پژوهش و بارهای عاملی مربوط به هر بعد می‌باشند. در این راستا شاخص نیکویی برازش یا همان GFI با مقدار ۰/۹۲۴ بالاتر از حد مطلوب ۰/۹ بود. همچنین شاخص RMR یا ریشه میانگین مربعات باقیمانده نیز که بایستی زیر

نبروهای روانشناختی که زمینه ساز خود توجیهی هستند، شدید می‌شوند. این پدیده بیان می‌کند، سرمایه‌گذاری اولیه به وسیله فشارهای بازخوردهای منفی افراد برای توجیه تصمیمات قبلی خود، آنها را برای سرمایه‌گذاری بیشتر به جای ترک منطقی آن هدایت می‌کند. بنابراین، سرمایه‌گذارانی که در تصمیمات سرمایه‌گذاری اولیه مسئول بوده‌اند، ممکن است بیشتر به سرمایه‌گذاری^{۱۴} در پروژه شکست خورده ادامه دهند تا آنهایی که در تصمیمات اولیه دخالتی نداشته‌اند. به طور مشابه افرادی که آزادانه اقدام را انتخاب کرده‌اند، بیشتر مایل به محدود کردن قلمرو توجه و تمرکزشان روی اطلاعاتی است که به آنها در جهت توجیه بیشتر واگذاری‌ها (تعهد) هستند (۱۹).

وایت مطالعه ای را در میان دانشجویان فارغ‌التحصیل رشته مدیریت بازرگانی یکی از دانشگاه‌های کانادا انجام داد او در این مطالعه با استفاده از روش مقایسه میانگین چند جامعه، عامل مسئولیت‌پذیری در برابر نتایج را میان نمونه مورد بررسی موثر دانست که به مفهوم احساس تعهد و مسئولیت‌پذیری فرد نسبت به اقدامات انجام شده و تصمیم اتخاذ شده می‌باشد که این امر منجر به افزایش پافشاری خواهد شد (۲۱). برخی محققان در تحقیق خود که به صورت تجربی - آزمایشگاهی انجام دادند، با استفاده از دو گروه از دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه بریکلی آمریکا، عدم ارزیابی تصمیم و عدم الزام به توجیه آن را عامل موثری می‌دانند و معتقدند عدم الزام فرد به پاسخگویی در برابر نتایج و عدم توجیه تصمیمات سبب پافشاری بر تصمیم می‌گردد (۲۲).

با توجه به اهمیت مقوله‌ی تصمیم‌گیری در نظام بانکی و بانکداری به عنوان یکی از سازمان‌های مهم اقتصادی و مالی کشور مطالعه‌ی حاضر با هدف تعیین مهم ابعاد فضای اخلاقی سازمان در پیش‌بینی پافشاری مدیران بر تصمیمات اولیه به عنوان گامی در راستای ترویج اخلاق به جهت کاهش پیامدهای ناگوار پدیده پافشاری بر تصمیمات در نظام بانکی صورت گرفته است. این تحقیق سعی دارد با توجه به فقدان یک پژوهش علمی منسجم و نظام مند در این زمینه به این سوال که آیا فضای اخلاقی سازمان می‌تواند پیش‌بینی کننده‌ی قوی برای پدیده‌ی پافشاری بر تصمیمات اولیه مدیران ستاد مرکزی بانک صادرات خراسان رضوی باشد، پاسخ دهد.



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

مدلی قابل قبول بوده، بنابراین می‌توان به روابط درون مدل و مقادیر ضریب رگرسیونی بین متغیرهای پنهان مطابق نگاره (۲) پرداخت.

مقدار $0/05$ باشد؛ با مقدار $0/047$ قابل قبول بود. شاخص RMSEA نیز که بایستی زیر مقدار $0/05$ باشد؛ با مقدار $0/026$ قابل قبول بود. همچنین سایر شاخص‌های برازش نیز از مقادیر مطلوب برخوردار بودند. با توجه به اینکه شاخص‌های کمی قابل قبول بودند؛ مدل نظری تحقیق

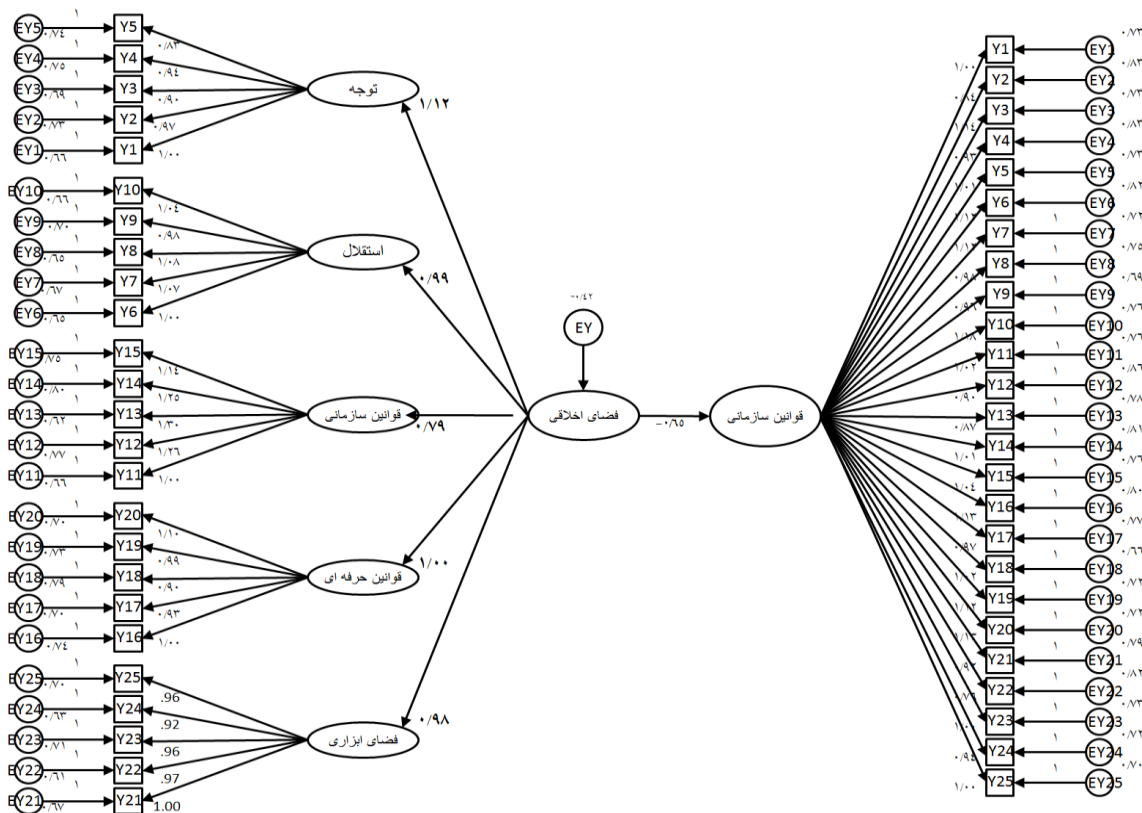
جدول ۲. ضریب همبستگی پیرسون برای متغیرهای پژوهش

X	XE	XD	XC	XB	XA	Y		
						۱	Y	پافشاری
					۱	$-0/694^{**}$	XA	توجه
				۱	$0/761^{**}$	$-0/719^{**}$	XB	استقلال
			۱	$-0/741^{**}$	$-0/745^{**}$	$-0/761^{**}$	XC	قوانین حرفه ای
		۱	$-0/773^{**}$	$-0/767^{**}$	$-0/744^{**}$	$-0/674^{**}$	XD	قوانین سازمانی
	۱	$-0/751^{**}$	$-0/745^{**}$	$-0/792^{**}$	$-0/788^{**}$	$0/694^{**}$	XE	فضای ابزاری
۱	$0/904^{**}$	$-0/898^{**}$	$0/896^{**}$	$0/904^{**}$	$0/902^{**}$	$-0/769^{**}$	X	فضای اخلاقی

معنی که اگر در آزمون t عددی بین $-1/96$ و $1/96$ باشد، بی‌معنا خواهد بود.

با توجه به مدل ساختاری پژوهش در حالت ضریب معناداری و مدل تخمین استاندارد به بررسی فرضیه پژوهش مطابق جدول (۳) پرداخته شده است.

در این قسمت به بررسی معنادار بودن اعداد بدست آمده مدل پرداخته شده است؛ با توجه به اینکه در این پژوهش سطح اطمینان $0/95$ یا خطای $0/05$ در نظر گرفته شده است؛ برای آزمون t اعدادی معنادار خواهند بود که کوچک‌تر از $-1/96$ و بزرگ‌تر $1/96$ باشند. به این



نگاره ۲. مدل معادلات ساختاری

جدول ۳. ضرایب استاندارد و اعداد معناداری مدل پژوهش

ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
- ۰/۶۵	$P < ۰/۰۱$	۳/۱۳	تأیید

بحث

پایبندی به ارزش ها و اصول اخلاقی از منظر توسعه فرهنگ سازمان^{۱۵} مبتنی بر اخلاقیات و اشاعه ی آن در سطح جامعه بسیار حائز اهمیت است. زیرا تا این مسئله حل نشود شکوفایی علمی، پیشرفت صنعتی و رفاه اجتماعی رخ نخواهد داد و جامعه از آرامش خاطر و شادی برخوردار نخواهد شد. رعایت اخلاقیات از سوی کارکنان به هر چه بهتر تصمیم گیری در سازمان کمک می نماید. لذا این مقاله به پیش بینی پافشاری بر تصمیمات اولیه از طریق ابعاد فضای اخلاقی سازمان می پردازد. برای دستیابی به هدف تحقیق، فرضیه های پژوهش طرح و آزمون شد. نتایج تحقیق نشان داد که هریک از ابعاد فضای اخلاقی پیش بینی کننده ای قوی برای پافشاری مدیران بر تصمیماتشان می باشد به گونه ای که هریک از ابعاد فضای اخلاقی (توجه، استقلال، قوانین حرفه ای، قوانین سازمانی و فضای ابزاری) به ترتیب ۱/۱۲، ۰/۹۹، ۰/۷۹، ۱/۰۰، ۰/۹۸. پیش بینی کننده پدیده پافشاری بر تصمیمات مدیران می باشند.

نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه ابعاد توجه، استقلال، قوانین حرفه ای و قوانین سازمانی با پافشاری بر تصمیمات از نوع منفی اما رابطه بعد فضای ابزاری از نوع مثبت می باشد. همچنین با توجه به نتایج حاصل از مدل، از آنجا که مقدار ضریب مسیر بین فضای اخلاقی و پافشاری بر تصمیمات اولیه مقداری منفی و به میزان (-۰/۶۵) است؛ پس میتوان اینطور نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد فضای اخلاقی میتواند پافشاری بر تصمیمات اولیه را در بین مدیران ستاد مرکزی بانک صادرات خراسان رضوی بطور معنادار پیش بینی کند. به عبارت دیگر وجود فضای اخلاقی (به استثناء فضای ابزاری که رابطه مثبت با پافشاری مدیران بر تصمیم دارد) در سازمان می تواند پیش بینی کننده ی موثری برای کاهش سطح پافشاری بر تصمیمات مدیران باشد. یافته های پژوهش با یافته های پژوهشی دیگر همسو می باشد (۲۳، ۲۴). این یافته ها به لحاظ نظری نیز قابل توجیه است به گونه ای که وجود فضای اخلاقی در سازمان از طریق توجه به ارزش های اخلاقی و استقلال کاری و همچنین رعایت قوانین حرفه ای و سازمانی مدیران را از پافشاری و اصرار بی جهت بر تصمیمات غلطشان بر حذر میدارد. همچنین از یافته های پژوهش وجود رابطه مثبت میان بعد فضای ابزاری و پافشاری بر تصمیمات مدیران می باشد که با نتایج تحقیقی دیگر (۲۴) همسویی دارد. در توجیه این رابطه می توان چنین گفت که در فضایی که مدیران تنها به دنبال منافع شخصی و ابزاری خویش باشند زمینه پافشاری بر تصمیمات اولیه شان، علی رغم آشکار شدن نتایج مخرب سازمانی، را فراهم میکند.

با توجه به دستاوردهای این پژوهش، پیشنهاد می شود مدیران ارشد به عنوان الگو سازان سازمان، چه در گفتار چه در عمل اصول اخلاقی را رعایت کنند تا محیط سازمان به گونه ای باشد که کارکنان نسبت به اجرای ابعاد فضای اخلاقی در سازمان احساس مسئولیت کنند. پایبندی به اصول اخلاقی از جمله شیوه های مطلوب اخلاقی در مدیریت سازمان ها محسوب می شود که جهت تحقق آن تدوین منشور اخلاقیات و عملی ساختن آن در سازمان ضروری است و در این راستا با ایجاد ضمانت های اجرایی و نهادینه کردن رفتار اخلاقی در سازمان می توان اخلاقیات و اصول اخلاقی را در سازمان تقویت کرد. همچنین توصیه می شود که مدیران از طریق سازو کارهای مناسب زمینه مشارکت های گروهی و انسجام تیمی را تقویت نمایند.

آموزش مهارت عملی با برگزاری دوره های ضمن خدمت برای مدیران ستادی بانک صادرات در زمینه ی پایبندی به اصول اخلاقی می تواند راهگشا باشد. همچنین مدیران باید سیستمی مناسب برای اندازه گیری فضای اخلاقی طراحی و اجرا کنند تا بدین وسیله به پایش وضعیت روزانه، ماهانه و سالیانه ی سازمان به لحاظ مبانی اخلاقی و مرتفع کردن نقاط ضعف آن در قالب یک برنامه ی استراتژیک بپردازند در پایان لازم است جهت راهنمایی محققین آتی در این زمینه به نکات زیر اشاره شود:

دسته بندی دقیق تر اصول فضای اخلاقی و توجه به رویکرد اخلاق اسلامی می تواند در تحقیقات آتی انجام شود. همچنین بررسی معیارهای اخلاقی در سایر مدل ها و ابعاد تصمیم گیری و مقایسه آن ها می تواند قابلیت اطمینان تحقیق را بالا برد و در آینده به آن پرداخته شود و این تحقیق می تواند به سایر تحقیقات کمک اولیه نماید. همچنین مدل سازی فضای اخلاقی و ارائه الگوهای اخلاقی در جهت اندازه گیری رعایت اصول اخلاقی در سیستم های تصمیم گیری از مباحث جالبی است که به عنوان موضوع تحقیق دیگری پیشنهاد می شود.

البته لازم است به این نکته توجه شود که برای اندازه گیری شاخص های فضای اخلاقی استفاده از ابزار پرسشنامه بهترین و مناسبترین گزینه نیست و گزینه هایی مانند مشاهده می تواند قابلیت اطمینان تحقیق را بالاتر ببرد

نتیجه گیری

نتایج حاکی از آن بود که وجود فضای اخلاقی در بانک میتواند سطح پافشاری بر تصمیمات اولیه مدیران را پیش بینی کند.

مهم ترین مسئولیت مدیران در بانک، استفاده از قدرت خود با توجه به یک الگوی اصول اخلاقی می باشد. موضوع اخلاق در بانکداری موضوعی حساس است که بر مجموعه بزرگی تاثیر می گذارد. از هریک از مدیران انتظار می رود که رفتارهای مناسب، با توجه به اصول اخلاقی و منافع جامعه را سرلوحه کار خود قرار دهند.

تصمیم گیری در هماهنگ کردن فعالیت های سازمان در جهت اهداف آن نقش بسزایی دارد و پایه و اساس تمام وظایفی بوده که مدیر هر

References

1. Abbasi M , Khodayari R .(2012). Ethical values in the light of the organizational justice. The Journal of Bioethics ;1(2)83-98. (In Persian).
2. Creyer EH .(1997). The influence of firm behavior on purchase intention: do customers really care about business ethics? Journal of Consumer Marketing; 14(6):421-432 .
3. Khorshid S, Mohseni Z. (2010). The study of the effect of the organization's ethical climate on the job satisfaction of private and public banks in the Gorgan. Journal of Management Research; 3(7):79-119. (In Persian).
4. Ardalan M, Beheshti-Rad R. (2016). The relationship between the ethical climate and educational ethics with the mediation role of professional development. Ethics in Science and Technology; 11(4):1-12. (In Persian).
5. Cullen JB, parbooteeah K, Bart V. (2003). The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis. Journal of Business Ethics; 46(2):127-141.
6. Martin KD, Cullen JB. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: A Meta-Analytic Review. Journal of Business Ethics; 69:175-194.
7. Feyzi T. (2009). Principles of organization and management. Tehran: Payame Nour Publication. Pp. 14-15. (In Persian).
8. Bordbar H, Khanifer H, Jandaghi G. (2012). The role and effect of ethics, ethical leadership and ethical work climate in method of applying information technology by organizational staff; [17 pages]. Available at: <https://www.civilica.com/calendar-TAFTIAUMAAREF01.html>. Accessed: October 18 ,2012 . (In Persian).
9. Rahmani Zade D, Jafari Sani H, Dawoodnia S. (2015). The role of ethical climate dimensions in the prediction of teacher's job satisfaction. . Ethics in Science and Technology; 10(3):57-66. (In Persian).
10. Bllock HE. (1999). attribution for poverty: a comparison of middle class and welfare recipient attitudes. Journal of Applied Social Psychology; 29:2059-2082.
11. Sims RL. (1992). The challenge of ethical behavior in organizations. Journal of Business Ethics; 11:224-50.
12. Vardi Y. (2001). The effects of organizational and ethical climates on misconduct at work. Journal of Business Ethics; 29: 325-337.
13. Deshpande SP. (1996). The impact of ethical climate types on facets of job satisfaction: an empirical investigation. Journal of Business Ethics; 15 : 655-669.

سازمان انجام می دهد. در شرایط پدیده پافشاری بر تصمیمات و تعهدات اولیه تصمیم گیرندگان به امید رسیدن به اهداف ، بخشی از پول ، زمان و حتی هویت خودشان را از دست می دهند . با توجه به ضررها و زیان های زیادی که در نتیجه پافشاری بر سازمان تحمیل می شود ، ضرورت دارد مدیران و تصمیم گیرندگان ، هنگام تصمیم گیری برای ادامه ی یک فعالیت و تصمیم به صورت کامل و دقیق ، به پیامدها و تبعات آن بیندیشند

سازمان ها رکن اصلی اجتماعات کنونی هستند . در زندگی امروزی به هیچ وجه نمی توان از پیوند با سازمان فرار کرد . در این میان بانک ها به علت گستردگی و منحصر به فرد بودن از اهمیت بسیاری برخوردارند . رشد مقوله اخلاق و تاثیر آن بر نظام های تصمیم گیری در سازمان ها از اهمیت فزاینده ای برخوردار است . بدون وجود نظام اخلاقی یکپارچه که در آن نیازهای اخلاقی یک فرد ، سازمان و جامعه از جهات و جنبه های اقتصادی ، سیاسی و اعتقادی برآورده شود ، قادر به ادامه حیات نیستند . فضای اخلاقی با ایجاد تعادل و توازن به ایجاد اخلاقیات قابل پذیرش و همگانی توفیق می یابد و در اتخاذ تصمیمات شایسته به مدیران کمک می کند.

ملاحظه های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده ، اصل اخلاقی امانت داری علمی رعایت و حق معنوی مولفین آثار محترم شمرده شده است و سایر اصول اخلاق علمی همچون رازداری و رضایت آگاهانه ، رعایت شده است.

سپاسگزاری

پژوهشگران بر خود لازم می دانند تا از تمامی شرکت کنندگان در پژوهش حاضر و استادان محترم که با نظراتشان پژوهش را غنی تر ساختند، تشکر و قدردانی نمایند.

واژه نامه

1. Values	ارزش ها
2. Weak Points	نقاط ضعف
3. Strengths	قوت ها
4. Ethical Climate	فضای اخلاقی
5. Politicians	سیاست مداران
6. Misbehavior	بدرفتاری
7. Job Satisfaction	رضایت شغلی
8. Financial Markets	بازرهای مالی
9. Efficiency	کارآمدی
10. Decision Making	تصمیم گیری
11. Opportunities	فرصت ها
12. Threats	تهدیدها
13. Insisting on Decisions	پافشاری بر تصمیمات
14. Investment	سرمایه گذاری
15. Organizational Culture	فرهنگ سازمانی

19. Moshabaki A, Pouya A, Manzari Hesar M. (2011). The justification of the phenomenon of insistence on the early decisions of managers in the public sector. *The Journal of Public Management* ; 2(5): 159-176 . (In Persian).
20. Rezaeeian A. (2008). Principles of organization and management .11st .Tehran: Samt publication .Pp.66-68. (In Persian).
21. Whyte G. (1991). Diffusion of responsibility: Effects on the escalation tendency. *Journal of Applied Psychology* ;76(3):408-415.
22. Simonson I, Nye P. (1992). The effect of accountability to decision errors. *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Processes* ;51(3):416-446.
23. Rahimnia F, Pouya A, Eslami Gh. (2014). The role of psychological factors in emerging phenomenon of insistence on decisions regarding the interface role of understanding the risk of managers [M.s thesis] .Mashhad: Ferdowsi University. (In Persian).
24. Rezaeifar H, Enayati Gh. Homayounpour M. (2017). Identifying and ranking effective factors of managers' insistence on initial decisions [M.s thesis]. Mashhad : Islamic Azad University. (In Persian).
14. Hosseini Sh, Souri AR. (2008). Performance of Iranian banks and its effective factors. *The journal of Economic Research* ;25:127-156. (In Persian).
15. Taghinetaj Gh. Najafpour-Kordi H, Bahri J. (2012). The norms of a financial system and the conditions for achieving an ideal financial system in the banking sector. Available at: https://www.civilica.com/Paper-AIBS23-AIBS23_009.html . Accessed: October 21, 2017. (In Persian).
16. Fadaeenezahad ME, Sadeghi J, Banaeiyan H. (2011). Design a decision support system for banking management in terms of equipping resources (case study: Keshavarzi bank) . *The Journal of Information Technology Management*; 3(6):89-108. (In Persian).
17. Rahimnia F, Pouya A, Eslami Gh. (2014). The role of psychological factors in emerging phenomenon of insistence on decisions regarding the interface role of understanding the risk of managers. *The Journal of Organizational Behavior Studies*; 3(3):65-87. (In Persian).
18. Pouya A, Eslami Gh, Tabatabayi H. (2012). Typology of the causes of the insistence on decisions in public departments. *Journal of Improved Management*; 6(1):31-55. (In Persian).