مقاله پژوهشی

ارزیابی نقــش DNA سازمانی در بهبود عملــکرد شعب بانک ملی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای سرمایه‌شهرتی و جو اخلاقی سازمان

محمدرضا اسعدی[۱]، دکترعلی اکبر حسنی[۱*]، دکترسعید آیباغی اصفهانی[۱]، دکترامیر غفوریان شاگردی[۲]

۱.دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران

۲.دانشکده مدیریت و حسابداری ، دانشگاه بین المللی امام رضاع ، مشهد ، ایران

(تاریخ دریافت:۹۸/۰۷/۹،تاریخ پذیرش:۹۹/۰۹/۱۰)

چکیده

زمینه: امروزه عوامل متعددی در عملکرد سازمان‌ها دخیل هستند؛ لذا شناسایی و به‌کارگیری این عوامل نقـش حیاتـی در بقـای سازمان‌ها دارد. هدف این پژوهش بررسی نقش سرمایه شهرتی و جو اخلاقی سازمان در ارتباط دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان است.

روش: پژوهش حاضر بر اساس هدف، کاربردی و با توجه به ماهیت از نوع توصیفی همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شعب بانک ملی (۱۹۰۰نفر) در مشهد بود. از طریق روش نمونه گیری خوشه ای، ۳۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد جو اخلاقی ویکتور و کولن، شهرت سازمانی فامبران و وان ریل، عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت و پرسشنامه محقق‌ساخته دی.ان.ای سازمانی استفاده شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار SMART PLS انجام شده‌است.

یافته‌ها: نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد اندازه اثر دی.ان.ای سازمانی بر عملکرد سازمان در سطح معناداری ۹۵ درصد، ۰/۶۲۶ است که نقش قابل‌توجهی در عملـکرد سازمان می‌باشد و سرمایه شـهرتی نیز این ارتباط را میانجی‌گری می‌کند. همچنـین جو اخلاقی سـازمان، رابطه دی.ان.ای سازمانی بر عملکرد سازمان در شعب بانک ملی را تعدیل می‌کند.

نتیجه گیری: دی.ان.ای سازمانی، بخشی از تأثیر خود بر عملکرد سازمان را از طریق متغیر میانجی سرمایه شهرتی منتقل می‌کند. لذا با حذف این متغیر از مدل مفهومی پژوهش، میزان تأثیرگذاری دی. ان. ای سازمانی بر عملکرد، به طور محسوسی کاهش می‌یابد. همچنین وجود جو اخلاقی قوی در سازمان تأثیر قابل‌توجهی در عملکرد شعب بانک ملی در سطح کلان‌شهر مشهد دارد.

کلید واژگان: DNA سازمانی؛ عملکرد سازمان؛ سرمایه شهرتی؛ جو اخلاقی سازمان

سرآغاز

مدیریت عملکرد از مهم‌ترین پیشرفت‌های اخیر در مدیریت منابع انسانی سازمان‌هاست که از طریق بهبود عملکرد و توسعه قابلیت‌هـای افـراد و گروه‌های کاری، موجب موفقیت پایدار سازمان‌ها می‌شـود (۱). امـروزه سازمان‌هـا بـه‌تبع نقش‌هـای متفـاوت خـود در عرصـه‌های اقتصـادی، اجتماعی و فرهنگی می‌توانند در پویایی و تعالی جوامع مؤثر باشند. ایـن مسئله با افزایش پویایی محیط تصمیم‌گیری سبب شده است تا موضوع عملکرد سازمان[۱] تبدیل به یک چالش شود. ازاین‌رو، این مسئله همـواره موردتوجه محققان واقع‌شده است.

در این میان شناسایی ویژگی‌های خاص هر سازمان از اهمیت بسـزایی برخوردار است. یکی از استعاره‌هایی که اخیرا در مباحث مدیریت سازمان باهدف تمرکز بر ویژگی‌هـای خـاص مـرتبط بـا آن مطرح‌شـده اسـت، دی.ان.ای سازمانی[۲] است؛ که با رویکرد ژنتیکـی بـه توصـیف سـازمان می‌پردازد. مدیران با شناخت نوع سازمان، که به کمک استعاره‌ها رخداده است، با درکی واقعی به مدیریت می‌پردازند و سبکی را پیشه خود مـی‌سازند که با شرایط و نوع سازمان سازگار و همسان است (۲).

نویسندهٔ مسئول: نشانی الکترونیکی: aa.hasani@shahroodut.ac.ir

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

یکی از راه‌کارهایی که موجب بهبود عملکرد سازمان می‌شود، احیای اخلاقیات و ایجاد جو اخلاقی در سازمان است. اخلاق در سازمان، ارتباطات اثربخش[۳] که بخشی از دی.ان.ای سازمانی را تشکیل می‌دهد را به وجود آورده و موجب بهره‌وری سازمانی[۴] و رضایت شغلی[۵] در کارکنان و در نهایت موجب تعالی و بهبود عملکرد سازمان می‌شود (۳). بنابر نظرات ارائه شده در ادبیات پژوهش، پیچیده‌تر شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی و غیرقانونی در محیط‌های کاری، توجه مدیران و رهبران را به ایجاد جو اخلاقی در سازمان‌ها مبذول کرده است (۴). مدیران متکی بر ارزش‌های اخلاقی[۶] اثر قابل توجهی بر احساس انرژی، عملکرد، توانمندی و خلاقیت کارکنان بر جای می‌گذارند (۵). از طرف دیگر، تحقیقات صورت‌گرفته در این زمینه نشان می‌دهند که در کسب‌وکار امروز شهرت، همه‌چیز است (۶). فقدان شهرت سازمانی، احساس تعلق اعضا به سازمان را خدشه‌دار کرده و از میزان تعلق‌خاطر کارکنان[۷] و تعهد آن‌ها به ارزش‌ها و اهداف سازمان و همچنین حساسیت آن‌ها نسبت به تحقق این اهداف می‌کاهد. این امر موجب از دست رفتن مزیت‌های رقابتی[۸] سازمان و به خطر افتادن موجودیت آن در محیط پویا و رقابتی که سازمان‌های عصر حاضر ناگزیر به فعالیت در آن هستند خواهد شد.

دی.ان.ای سازمانی بیانگر نوعی شیوه اندیشیدن و تفکر در مورد سازمان‌ها، انگاره‌های سازمانی، سبک‌ها و اقدامات مدیران و رهبران سازمانی و دیگر موضوعات مربوط به سازمان است. دی.ان.ای سازمانی یک استعاره یا نظریه است که دربردارنده عناصری است که با یکدیگر توصیف‌کننده شخصیت سازمان است که به تشریح و تبیین فعالیت‌های سازمان کمک می‌کند (۷). دو تن از صاحب‌نظران این حوزه، دی. ان. ای سازمانی را این‌گونه تعریف می‌کنند: «تمامی کنش‌ها و واکنش‌ها، شیوه‌ها و رفتارها، نمودها و رخساره‌های سازمانی تحت تأثیرنوع دی.ان.ای آن است. شناسایی دی.ان.ای سازمانی به ما کمک می‌کند تا برنامه‌های بهبود و توسعه و تحول در سازمان خود را به شکلی کارآمدتر رهبری کنیم. همچنین عدم هم‌راستایی زیر سیستم‌های سازمانی با دی.ان.ای سازمانی را شناسایی نموده و مدیریت آن، سازمان خود را به یک کل هم‌نوا یا ویلونی که صداهای گوش‌نواز از آن ساطع می‌شود، مبدل نماییم» (۸). ابعاد تأثیرگذار در دی.ان.ای سازمانی عبارت‌اند از نحوه انجام وظایف، روابط بین‌فردی[۹] ، رفتار سازمانی[۱۰] ، برخورد با ارباب‌رجوع، پایبندی به ارزش‌های اخلاقی و انضباط شغلی[۱۱]. عملکرد سازمانی: عملکرد سازمانی پدیده‌ای پیچیده است که شاید ساده‌ترین تعبیر برای آن را بتوان مجموعه فعالیت‌های معطوف به دستیابی به اهداف سازمانی دانست. ازاین‌رو عملکرد سازمانی به این موضوع مربوط می‌شود که یک سازمان چقدر به اهداف خود رسیده است (۹). در تعریفی دیگر عملکرد عبارت است از مجموعه رفتارهای فرد در ارتباط با شغل که افراد از خودشان بروز می‌دهند. به عبارتی می‌توان عملکرد را محاسبه یا سنجش نتیجه‌ها دانست (۱۰). ابعادی که عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهند عبارت‌اند از: توانایی، کمک‌رسانی، اعتبار، مشوق، وضوح، ارزیابی و محیط (۱۱).

سرمایه شهرتی[۱۲] : امروزه صاحب‌نظران در کنار شهرت سازمانی، مفهوم سرمایه شهرتی را ارائه کرده‌اند که عامل مهمی برای کسب موفقیت یک سازمان تلقی می‌شود. شهرت سازمان‌ها به‌عنوان نشانه اعتبار، سرمایه‌ای به شمار می‌آید که بیانگر اعتماد و احترام غیرقابل انتقالی است که سازمان توانسته است در طول زمان و با کوشش و سرمایه‌گذاری‌های فراوان برای خود کسب کند. شهرت سازمان، ارزش و مزیتی رقابتی است و فلیپ سالزینک اولین بار در سال ۱۹۵۷ این مزیت را شناسایی و معرفی کرده است؛ «اعتبار و ارزشی معامله ناپذیر، جایگزین نشدنی و تقلیدناپذیر که سبب منزلت اجتماعی سازمان در میان دیگر واحدهای رقیب می‌شود» (۱۲). شهرت شرکت، تصویر ذهنی و مسئولیت اجتماعی[۱۳] ابعاد تأثیرگذار در سرمایه شهرتی سازمان است (۱۳).

جو اخلاقی سازمان[۱۴] :جو اخلاقی سازمان نشان‌دهنده ارزش‌های اخلاقی و انتظارات رفتاری و نشانگر تأثیر اخلاقیات بر تصمیمات اعضای سازمان بوده و به معنی وجود گزینه‌های اخلاقی جهت انتخاب و عمل کارکنان است. جو اخلاقی، عبارت‌است از مقررات، استانداردها، کدها و یا اصولی که دستورالعمل‌های لازم برای رفتارهای درست اخلاقی و وجدانی و همچنین درستکاری در شرایط خاص سازمانی را فراهم می‌سازند (۱۴) . مقررات، مراقبت و توجه، ضوابط، کارایی‌مداری[۱۵] ، استقلال و نگاه ابزاری ابعاد تأثیرگذار در جو اخلاقی سازمان می‌باشند (۱۵).

این پژوهش در نظر دارد تا تأثیر دی.ان.ای سازمانی را بر عملکرد سازمان موردمطالعه قرار دهد و همچنین نقش میانجی‌گری سرمایه شهرتی و تعدیل‌کنندگی جو اخلاقی سازمان را در این رابطه بسنجد. بانک ملی با سابقه ۹۰ ساله فعالیت در عرصه بانکداری در حال حاضر عنوان بزرگ‌ترین بانک جهان اسلام و خاورمیانه را به خود اختصاص داده است. بر این اساس، اصلی‌ترین سؤالی که در این زمینه مطرح می‌شود این است که آیا سرمایه شهرتی در ارتباط دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان نقش میانجی‌گری دارد؟ و آیا جو اخلاقی سازمان، تأثیر دی.ان.ای سازمانی بر عملکرد سازمان را تعدیل می‌کند؟ پاسخ به سؤالات مذکور می‌تواند زمینه‌ای فراهم سازد تا سازمان‌ها با استفاده از منابع و امکانات موجود، برند خود را از مقبولیت بیشتری برخوردار سازند و با ایجاد جو اخلاقی مناسب در سازمان، گام مثبتی در جهت بهبود عملکرد خود بردارند. در این بخش پیشینه‌ای مختصر از پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه بیان می‌شود و مورد نقد و بررسی قرار می‌گیرد و در انتها ضمن ارائه مدل مفهومی، فرضیات تحقیق بیان می‌شود. در پژوهش‌های پیشین، محققین پژوهشی با عنوان ارتباط بین شهرت سازمانی و عملکرد مالی در دانشگاه استانبول ترکیه صورت دادند. در این تحقیق، رابطه بین شهرت سازمانی و عملکرد مالی در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ موردبررسی قرار گرفت. برای اندازه‌گیری شهرت سازمانی از لیست شرکت‌های برتر نشریه فورچون و برای اندازه‌گیری عملکرد مالی شرکت‌ها از نسبت‌های بازده حقوق صاحبان سهام[۱۶] و بازده دارایی[۱۷] استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که ارتباطی

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال شانزدهم، شماره ۳، ۱۴۰۰
[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

بین شهرت سازمانی و عملکرد مالی شرکت‌ها (البته با روش‌های اندازه‌گیری این پژوهش)، وجود ندارد (۱۶). در پژوهشی دیگر تأثیر جو اخلاقی سازمان بر عملکرد سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشندگان مورد ارزیابی واقع شد. نتایج گویای تأثیرپذیری عملکرد نمایندگی‌های فروش و تمایل به ترک خدمت فروشندگان از جو اخلاقی سازمان و ابعاد آن است. از میان ابعاد جو اخلاقی سازمان، اقدامات اخلاقی فروش بیشترین تأثیر مثبت را بر عملکرد نمایندگی‌ها و بیشترین تأثیر منفی را بر تمایل به ترک خدمت فروشندگان داشته است (۴). در پژوهشی دیگر رابطه جو اخلاقی با پیامدهای مثبت و منفی سازمانی موردمطالعه و بررسی قرار گرفته است. نتایج تحقیقات حاکی از این است که جو اخلاقی به‌طور مستقیم باعث ارتقای رضایت شغلی و تعهد سازمانی در کارمندان می‌شود. همچنین کاهش تمایل به ترک خدمت شغلی کارمندان در محیط اداری از تأثیرات جو اخلاقی به‌حساب می‌آید (۱۷).

همچنین در پژوهشی به بررسی نقش دی.ان.ای سازمان در بهبود عملکرد شرکت‌های صنعتی مصر پرداخته شده است. در این پژوهش ابعاد حقوق تصمیم‌گیری، انگیزه، اطلاعات و ساختار برای سنجش دی.ان.ای سازمانی مورد استفاده قرار گرفته است. تأثیر هر یک از این ابعاد بر عملکرد سازمان به‌طور جداگانه موردسنجش قرار گرفت. نتایج این تحقیق نشان داد که چهار بعد دی.ان.ای سازمانی، تأثیر مستقیم و قابل‌توجهی در بهبود عملکرد سازمان تحت بررسی داشته‌اند (۱۸). پژوهشگری به دنبال بررسی رابطه بین جو اخلاقی سازمان با عملکرد سازمان، با توجه به نقش میانجی‌گری نوآوری سازمانی[۱۸] تعهد سازمانی و جو نوآورانه در شعب بانک سپه استان گیلان بود. نتایج تحقیقات مشخص کرد جو اخلاقی سازمان با متغیر میانجی ذکرشده رابطه مثبتی دارد. همچنین نوآوری سازمانی درک شده، تعهد سازمانی و جو نوآورانه، رابطه بین جو اخلاقی سازمان و عملکرد سازمان را میانجی‌گری می‌کند (۱۹).

نظر به اینکه مفهوم دی.ان.ای سازمانی ازجمله موضوعات مهم در حوزه مدیریت عملکرد سازمان است، با این‌وجود همچنان مطالعات اندکی در این حوزه انجام‌شده است. در نتیجه نیاز است تا از جنبه‌های متنوع و دقیق‌تر به مسئله اثرگذاری DNA سازمانی بر عملکرد سازمان پرداخته شود.

مدل مفهومی تحقیق: عملکرد سازمان در دنیای رقابتی امروز و شناسایی عوامل تأثیرگذار در بهبود آن، ازجمله مسائلی است که مدیران سازمان‌ها درصدد دستیابی به آن هستند. از طرفی دی.ان.ای سازمانی فاکتور اساسی در نحوه عملکرد سازمان‌ها است. مسئله عملکرد، متغیر اصلی موردتوجه در این پژوهش است که وابسته به دی.ان.ای سازمان در نظر گرفته می‌شود (۱۸). در چهارچوب نظری قابل توسعه برای مسئله موردنظر ملاحظات زیر موردتوجه قرارگرفته است. در مفهوم دی.ان.ای سازمانی، ابعادی نظیر برخورد با ارباب‌رجوع، پایبندی به اصول اخلاقی و نحوه انجام وظایف وجود دارد که می‌تواند در رشد سرمایه شهرتی سازمان اثرگذار باشد. با توجه به اینکه سرمایه شهرتی از جمله متغیرهایی است که به تازگی وارد ادبیات مدیریت شده است و همچنین به دلیل فقدان منابع کافی در این زمینه، متغیر فوق با نظر خبرگان به عنوان متغیر میانجی ارائه شده است. همچنین سازمانی که جو اخلاقی در آن حاکم باشد و کارکنان در انجام وظایف شغلی و روابط بین‌فردی خود اصول اخلاقی و منشور اخلاقی ثبت شده سازمان را در دستور کار خود قرار دهند، دی.ان.ای سازمانی بهتر می‌تواند عملکرد آن سازمان را تحت تاثیر قرار داده و موجب بهبود عملکرد و رشد و تعالی سازمان گردد. لذا در این پژوهش جو اخلاقی سازمان به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر با تاثیر بر متغیر وابسته موردبررسی قرارگرفته است. ارتباط بین فاکتورهای مؤثر بر عملکرد سازمان‌ها در نگاره ۱ نشان داده‌شده است. در این مدل مجموعه اثرات متغیرهای مستقل، وابسته، میانجی و تعدیل‌گر در نظر گرفته شده‌اند.

فرضیه‌های پژوهش عبارتنداز:

فرضیه اول: دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان ارتباط معنادار دارد.

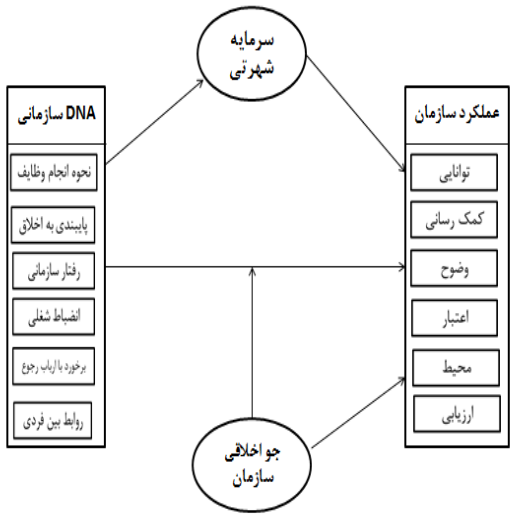
فرضیه دوم: سرمایه شهرتی در رابطه دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان نقش میانجی‌گری دارد.

فرضیه سوم: جو اخلاقی سازمان در رابطه دی.ان.ای سازمان و عملکرد سازمان نقش تعدیل‌گری دارد.

فرضیه چهارم: دی.ان.ای سازمانی و سرمایه شهرتی ارتباط معنادار دارد.

فرضیه پنجم: سرمایه شهرتی و عملکرد سازمان ارتباط معنادار دارد.

فرضیه ششم: جو اخلاقی سازمان و عملکرد سازمان ارتباط معنادار دارد.



نگاره ۱: مدل مفهومی تحقیق

روش

پژوهش حاضر بر اساس هدف، کاربردی و با توجه به ماهیت از نوع توصیفی همبستگی است. هدف، بررسی نقش دی.ان.ای سازمانی در عملکرد سازمان با در نظر گرفتن نقش سرمایه شهرتی و جو اخلاقی سازمان است (توصیفی- همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری). جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت میدانی است. جامعه آماری پژوهش شامل

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

کلیه کارکنان شعب بانک ملی (۱۹۰۰نفر) در مشهد است. نمونه آماری از طریق فرمول کوکران، ۳۲۰ نفر از کارکنان بانک ملی محاسبه شد. تعداد۴۰۰ پرسشنامه به روش خوشه‌ای دومرحله‌ای توزیع و در پایان۳۲۰ پرسشنامه معتبر دریافت گردید. بررسی کفایت داده‌ها با استفاده از آزمون‌های کایزر- مایر- الکین و بارتلت انجام‌شده است و نتایج آن در (جدول۱) نشان داده شده‌است. مقدار شاخص کایزر مایر که بیشتر از ۰/۶ را نشان می‌دهد و سطح معنی‌داری کمتر از پنج درصد حاکی از مناسب بودن اندازه نمونه تعیین‌شده برای تحلیل عاملی است (۲۰).

جدول ۱: نتایج آزمون کایزر- مایر- الکین و بارتلت

آزمون KMO	آزمون بارتلت		
	مقدار کای دو	درجه آزادی	سطح معنا داری
۰/۶۸۰	۱۳۷/۰۴۳	۶۶	۰/۰۰۰

جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت (۱۹۸۱) که حاوی۴۲ گویه در قالب مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. برای سنجش میزان جو اخلاقی حاکم در سازمان تحت بررسی از پرسشنامه استاندارد ویکتور و کولن (۱۹۸۸) مشتمل بر۲۶ گویه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. همچنین برای سنجش میزان سرمایه شهرتی سازمان، پرسشنامه استاندارد شهرت سازمانی بر اساس مدل فامبران و وان ریل مشتمل بر۲۶ سؤال با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت مورداستفاده قرار گرفته است. در بررسی‌های به‌عمل‌آمده از تحقیقات انجام‌شده توسط محققین داخلی و خارجی و بررسی ابعاد و عوامل متعدد تأثیرگذار بر شخصیت سازمان شناسایی گردید. سرانجام پرسشنامه سنجش دی.ان.ای سازمانی به‌صورت محقق ساز در قالب شش بخش و مشتمل بر۲۴ سؤال در قالب مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی شده است. روایی پرسشنامه‌ها بر اساس روایی محتوایی به تائید اساتید راهنما رسیده است و پایایی پرسشنامه‌ها از طریق آزمون آلفای کرونباخ محاسبه و مورد تائید قرار گرفته است. ضرایب آلفای کرونباخ تمامی ابعاد پرسشنامه‌ها و همچنین وضعیت برازش مدل ساختاری پژوهش در جدول (۲) به نمایش درآمده است.

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تائید نمود. همچنین مناسب بودن مقدار آلفای کرونباخ بیانگر این نکته است که بین سؤالات همبستگی مناسبی وجود داشته و همپوشانی قابل قبولی بین آن‌ها برقرار است.

جدول ۲: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای پرسشنامه و برازش مدل ساختاری پژوهش

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ Alpha > 0/7	ضریب پایایی ترکیبی CR > 0/7
نحوه انجام وظایف	۰/۸۳۴	۰/۸۶۷
پایبندی به ارزش‌های اخلاقی	۰/۷۰۷	۰/۸۰۶
رفتار سازمانی	۰/۸۲۳	۰/۸۴۶
انضباط شغلی	۰/۷۴۰	۰/۷۵۶
برخورد با ارباب‌رجوع	۰/۸۸۲	۰/۹۰۴
روابط بین فردی	۰/۷۹۵	۰/۸۱۵
توانایی	۰/۸۲۴	۰/۸۴۰
کمک‌رسانی	۰/۷۶۳	۰/۷۹۵
وضوح	۰/۷۲۳	۰/۷۵۸
اعتبار	۰/۷۵۸	۰/۷۸۴
محیط	۰/۸۲۲	۰/۸۵۰
ارزیابی	۰/۸۶۸	۰/۸۹۱
تصویر ذهنی	۰/۷۸۰	۰/۸۱۳
شهرت شرکت	۰/۷۱۵	۰/۷۳۵
مسئولیت اجتماعی	۰/۸۱۲	۰/۸۴۱
مراقبت و توجه	۰/۷۶۸	۰/۷۸۱
قوانین و مقررات	۰/۸۳۵	۰/۸۵۳
نگاه ابزاری	۰/۷۲۷	۰/۷۶۹
کارایی مداری	۰/۷۵۹	۰/۷۷۳
استقلال اخلاقی	۰/۸۱۶	۰/۸۴۷

در این پژوهش، با استفاده از مدل تحلیل معادلات ساختاری(SEM)، با استفاده از نرم‌افزار SMART PLS اقدام به تحلیل و نتیجه‌گیری در مورد مباحث مطرح‌شده خواهیم کرد. مدل معادلات ساختاری، تحلیل چند متغیری بسیار نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری است که به محقق این امکان را می‌دهد تا مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به‌طور همزمان مورد آزمون قرار دهد. برازش مدل کلی پژوهش در جدول ۳ آورده شده است.

جدول۳: برازش مدل کلی پژوهش

شاخص برازندگی	$\frac{x^2}{df}$	GFI	AGFI	RMSEA	NFI	NNFI	IFI	CFI
مقدار برآورد شده	۱/۷۸	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۰۶۳	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۹۷
حد مطلوب	۱-۵	>۰/۹	>۰/۹	<۰/۱	>۰/۹	>۰/۹	۰-۱	>۰/۹
وضعیت	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال شانزدهم، شماره ۳، ۱۴۰۰

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

همچنین برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰.۰۱، ۰.۲۵ و ۰.۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (۲۱). این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\overline{communalities} \times \overline{R^2}}$$

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان 0.579، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

یافته ها

- فرضیه اول: دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان ارتباط معنادار دارند.

جهت آزمون این فرضیه، مدل‌سازی در نرم‌افزارSmart PLS صورت گرفته است و نتایج این آزمون بیانگر این است که ضریب استانداردشده (ضریب مسیر)، بین دو متغیر دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان۰/۶۲۶ است (نگاره۳). همچنین ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز ۱۲/۱۶۴ بوده (نگاره۴) و نشان می‌دهد که معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان ارتباط مثبت و معناداری دارد؛ لذا این فرضیه تائید خواهد شد.

- فرضیه دوم: سرمایه شهرتی در رابطه دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان نقش میانجی‌گری ایفا می‌کند.

پیش‌فرض محققین در این پژوهش بر این بوده‌است که DNA سازمانی از دو طریق مستقیم و غیرمستقیم با عملکرد سازمانی ارتباط دارد. در این زمینه فرض بر آن است که تأثیر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی‌گر سرمایه شهرتی صورت می‌گیرد. برای اثبات میانجی‌گری سرمایه شهرتی در رابطه مذکور سه پیش‌نیاز مطرح گردید.

۱) معناداری اثر کل DNA سازمانی بر عملکرد سازمان.

۲) معناداری اثر غیرمستقیم؛ به این معنی که دی.ان.ای سازمانی بخشی از اثر خود را از طریق سرمایه شهرتی به عملکرد سازمان منتقل می‌کند.

۳) هنگامی‌که متغیر میانجی سرمایه شهرتی از مدل تحقیق حذف شود، اثر مستقیم DNA سازمانی بر عملکرد به‌طور معناداری کاهش می‌یابد.

با تائید فرضیه اول، پیش‌نیاز معناداری اثر کل دی.ان.ای سازمانی بر عملکرد سازمان نیز مورد تائید قرار می‌گیرد. نمودار هیستوگرام زیر (نگاره۲)، اثر غیرمستقیم دی.ان.ای سازمانی بر عملکرد سازمان را نشان می‌دهد؛ لذا پیش‌نیاز دوم و سوم نیز مورد تائید قرار گرفته است. بنابراین می‌توانیم وجود یک اثر میانجی را در رابطه دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان تائید نماییم؛ درنتیجه این فرضیه مورد تائید است.



نگاره ۲: نمودار هیستوگرام اثرات غیرمستقیم دی.ان.ای سازمانی بر عملکرد سازمان

فرضیه سوم: جو اخلاقی سازمان در رابطه دی.ان.ای سازمان و عملکرد سازمان نقش تعدیل‌گری با تاثیر بر متغیر وابسته دارد.

برای آزمون این فرضیه با استفاده از مدل معادلات ساختاری، متغیری از حاصل‌ضرب متغیر دی.ان.ای سازمانی و جو اخلاقی سازمان در نظر گرفته شده است و تأثیر این متغیر بر روی عملکرد سازمان موردسنجش قرار گرفته است. ضریب مسیر بین متغیر تعدیل‌گر و عملکرد سازمان مقدار ۰/۰۳۲ را نشان می‌دهد (نگاره۳). همچنین ضریب معناداری بین این دو متغیر ۲/۱۷۷ بوده که حاکی از معنادار بودن این ارتباط است (نگاره۴). درنتیجه می‌توان بیان کرد که متغیر جو اخلاقی سازمان رابطه دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان را تعدیل کرده و همچنین بر متغیر وابسته نیز تاثیرگذار است. پس از پی بردن به این مطلب که متغیر جو اخلاقی سازمان می‌تواند رابطه بین دو متغیر دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان را تعدیل کند، نوبت به بررسی شدت این اثر می‌رسد. در واقع بعد از معنادار شدن مقدار آماره تی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، باید قدرت تعدیل‌کنندگی این متغیر نیز محاسبه شود. در اینجا از آزمون تغییر (F^2)، برای تائید وجود متغیر تعدیل‌گر استفاده شده است. چون در اینجا مدل اندازه‌گیری متغیر تعدیل‌کننده از نوع انعکاسی می‌باشد، کوهن، هنسلر و فاسوت، رابطه زیر را برای تعیین شدت اثر تعدیل‌کنندگی معرفی کردند:

$$f^2 = \frac{R^2y(X\ included) - R^2y(X\ excluded)}{1 - R^2y(X\ included)}$$

در رابطه مذکور، مقدار ضریب تعیین با یک‌بار بدون دخالت متغیر تعدیل کننده و بار دیگر با وجود متغیر تعدیل‌کننده به‌دست آورده و مقادیر به‌دست آمده را در رابطه بالا جایگذاری کرده و شدت اثر متغیر تعدیل

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

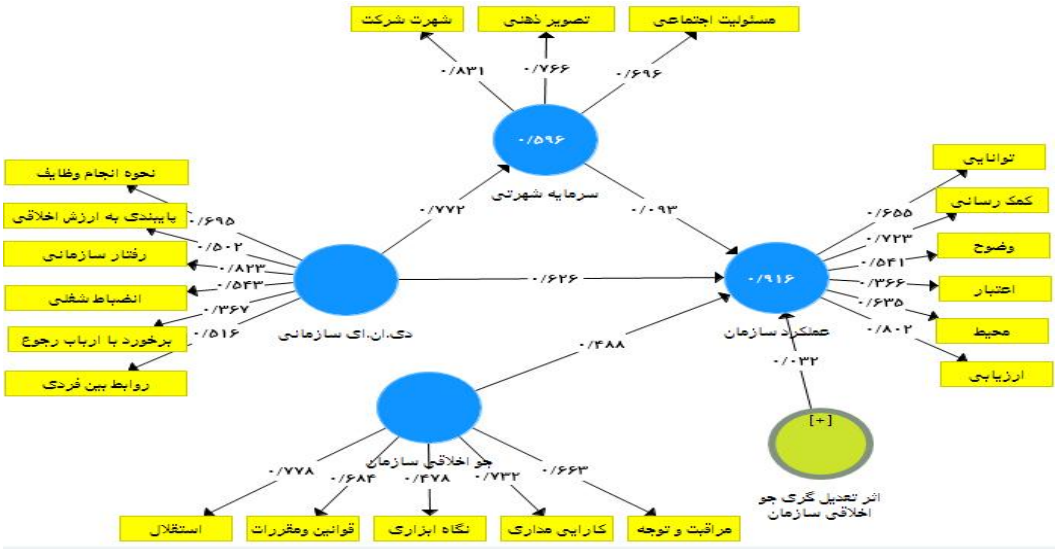
مقاله پژوهشی

کننده را به‌دست می‌آوریم. مقادیر ۰.۰۲، ۰.۱۵، ۰.۳۵، به ترتیب اثرات ضعیف، متوسط و قوی را نشان می‌دهند. با توجه به اینکه مقدار این آماره ۰.۲۳۲ محاسبه شده‌است، می‌توان گفت شدت اثر تعدیل‌کنندگی متغیر جو اخلاقی سازمان در حد متوسطی قرار دارد.

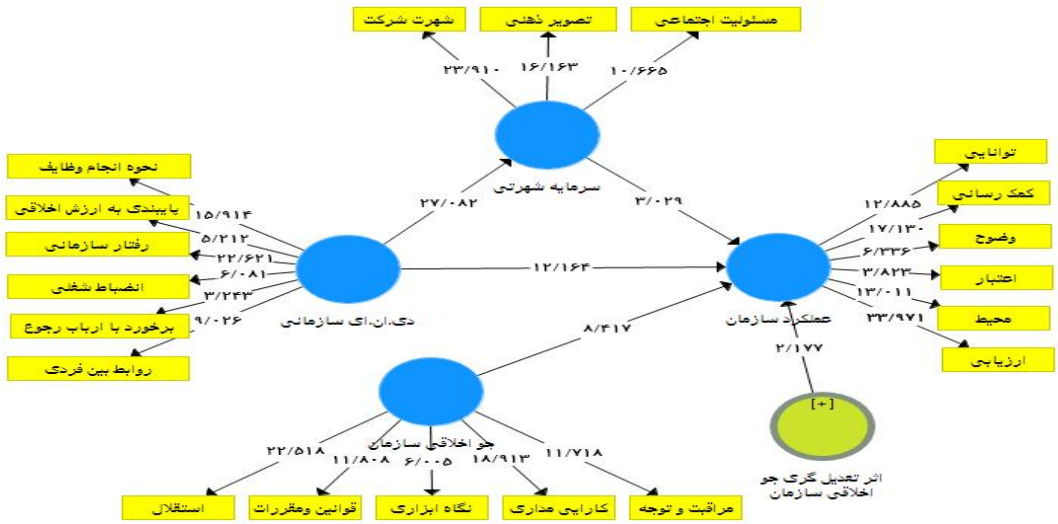
فرضیه چهارم: دی.ان.ای سازمان و سرمایه شهرتی ارتباط معنادار دارند. آزمون فرضیات با استفاده از نرم‌افزارSmart PLS نشان می‌دهد که ضریب استانداردشده (ضریب مسیر) بین دو متغیر دی.ان.ای سازمانی و سرمایه شهرتی ۰/۷۷۲ است (نگاره۳). همچنین ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز ۲۷/۰۸۲ بوده و نشان می‌دهد که این رابطه معنادار است (نگاره۴). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین دی.ان.ای سازمانی و سرمایه شهرتی ارتباط معناداری وجود داشته و این فرضیه نیز تائید خواهد شد.

فرضیه پنجم: سرمایه شهرتی و عملکرد سازمان ارتباط معنادار دارند. ضریب استانداردشده (ضریب مسیر) بین دو متغیر سرمایه شهرتی و عملکرد سازمان ۰/۰۹۳ است (نگاره۳). همچنین ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز ۳/۰۲۹ بوده و نشان می‌دهد که در سطح معنی‌داری ۰/۹۵ معنادار است (نگاره۴). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین سرمایه شهرتی و عملکرد سازمان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و لذا این فرضیه در سطح معنی‌داری۰/۹۵ مورد تائید است.

فرضیه ششم: جو اخلاقی سازمان و عملکرد سازمان ارتباط معنادار دارند. ضریب استانداردشده (ضریب مسیر) بین دو متغیر جو اخلاقی سازمان و عملکرد سازمان ۰/۴۸۸ است (نگاره۳). همچنین ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز ۸/۴۱۷ بوده و نشان می‌دهد که این رابطه معنادار است (نگاره۴). درنتیجه می‌توان این‌گونه بیان کرد که بین جو اخلاقی سازمان و عملکرد سازمان ارتباط معناداری وجود داشته و این فرضیه نیز تائید خواهد شد.



نگاره ۳: مدل ساختاری تحقیق همراه با ضرایب بارهای عاملی و ضرایب مسیر



نگاره ۴: مدل ساختاری تحقیق همراه با اعداد معناداری

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال شانزدهم، شماره ۳، ۱۴۰۰

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

بحث

یافته‌های پژوهش حاکی از ارتباط معنادار دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان است. در میان ابعاد موردبررسی برای تعیین نوع دی.ان.ای سازمانی، رفتار سازمانی و نحوه انجام وظایف دارای بیشترین بار عاملی نسبت به سایر ابعاد هستند (نگاره۳). این مطلب بیانگر این نکته است که دو بعد رفتار سازمانی و نحوه انجام وظایف بیشترین نقش را در شکل‌دهی نوع دی.ان.ای سازمان تحت بررسی داشته‌اند. نتیجه آزمون این فرضیه در تحقیق حاضر، با یافته‌های پژوهشی تحت عنوان «بررسی نقش دی.ان.ای سازمان در بهبود عملکرد شرکت‌های صنعتی مصر» (۱۸)، «بررسی تأثیر دی.ان.ای سازمانی بر فروش سازمانی» (۲۲)، «بررسی دی.ان.ای سازمانی اداره کل تربیت‌بدنی استان اصفهان بر اساس مدل هنالد در بعد وظایف و فعالیت‌های مدیریتی» (۲۳)، «بررسی دی.ان.ای سازمانی در ابعاد عملکردهای منابع انسانی و امور و فعالیت‌های فرهنگی روزانه بر اساس مدل هنالد» (۲۴) و «پیش‌بینی عملکرد سازمانی بر اساس دی.ان.ای سازمان و سبک رهبری تحول‌آفرین در اداره کل بیمه سلامت استان فارس» (۲۵) مطابقت دارد. با توجه به آزمون فرض و یافته‌های این پژوهش و همچنین بنا به تعریف هنالد و سیلورمن، می‌توان ارتباط دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان را تائید کرد (۲۶).

همچنین نتیجه پژوهش حاکی از ارتباط سرمایه شهرتی و عملکرد سازمان است. ابعادی که در این پژوهش برای سنجش میزان سرمایه شهرتی سازمان موردتوجه قرارگرفته‌اند هرکدام از تأثیرگذاری قابل‌توجهی در شکل‌دهی سرمایه شهرتی سازمان برخوردار هستند. در این میان، بعد شهرت شرکت با بار عاملی۰/۸۳۱ از اهمیت بیشتری نسبت به دو بعد دیگر برخوردار است. در این زمینه می‌توان بیان کرد که سازمان‌ها با تکیه به مستندات ارائه‌شده در این پژوهش، باید نسبت به ذهنیتی که کارکنان و افراد جامعه در مورد سازمان مربوطه دارند حساسیت بیشتری داشته و همواره درصدد حفظ تصویر ذهنی مثبت در بین این افراد باشند. با توجه به اثبات فرضیه میانجی‌گری سرمایه شهرتی در رابطه دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان، درصورتی‌که این متغیر از مدل مفهومی تحقیق حذف شود، اثر مستقیم دی.ان.ای سازمانی بر عملکرد سازمان به‌طور معناداری کاهش می‌یابد. در حالی‌که در پژوهش صورت گرفته با استفاده از روش‌های اندازه‌گیری بازده حقوق صاحبان سهام و دارایی که اقدام به سنجش تأثیر سرمایه شهرتی بر عملکرد مالی سازمان نموده‌اند، فرض مذکور مورد تائید قرارنگرفته است (۱۶).

در میان ابعاد عملکرد سازمان، ارزیابی و کمک‌رسانی دارای بیشترین بار عاملی در نشان دادن وضعیت عملکردی سازمان مربوطه هستند (نگاره۳). با استناد به نتایج تحقیق می‌توان این‌گونه بیان کرد که در سازمان‌هایی که سیستم ارزیابی عملکرد مطلوبی در آن مستقر است، شاهد عملکرد بهتری نسبت به سایر رقبا خواهیم بود. تایید فرضیه تعدیل‌گری جو اخلاقی سازمان در رابطه دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان، نمایانگر این مطلب است که وجود جو اخلاقی قوی در سازمان تأثیر قابل‌توجهی در عملکرد سازمان دارد. در میان ابعاد در نظر گرفته‌شده برای جو اخلاقی سازمان نیز استقلال اخلاقی و کارایی‌مداری دارای بیشترین بار عاملی در تبیین متغیر جو اخلاقی سازمان هستند. بعدازآن ابعاد قوانین و مقررات، مراقبت و توجه و نگاه ابزاری به ترتیب بیشترین بار عاملی را در تبیین این متغیر دارند (نگاره۳).

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود سیستم‌های بانکداری در ایران:

۱) سیستم ارزیابی عملکردی را در سازمان مستقر کنند که در عین توجه به نتایج عملکردی کارکنان، سایر جنبه‌های رفتاری آنان را مدنظر قرار داده و پرداخت پاداش و مزایا و همچنین ارتقاء شغلی را بر اساس این سیستم ارزیابی مدیریت کنند. همچنین با توجه به تأثیر کمک‌رسانی در بهبود عملکرد، سازوکاری را طراحی کنند که در آن کارمندان در صورت همکاری و کمک‌رسانی به یکدیگر احساس خوشنودی داشته و بدانند این کار آن‌ها بدون پاداش نخواهد بود (مبتنی بر نتایج فرضیه اول). بستر سازی جهت مشارکت کارکنان سازمان، یکی از راه‌های مهم بهبود عملکرد است. مقصود از مشارکت کارکنان، انواع روش‌ها و فعالیت‌هایی است که در زمینه مشارکت اعضاء سازمان انجام می‌گیرد. این امر نوعی فرایند مشارکتی است که هدف آن ترغیب و تشویق کارکنان و اعضای سازمان به دادن تعهد و مشارکت هرچه بیشتر در امر موفقیت سازمان است.

۲) مدیران سازمان باید با ایجاد جو اخلاقی قوی در سازمان و تشویق کارکنان به رعایت اصول اخلاقی، سازمان را در جهت گرایش به عملکرد مطلوب‌تر رهنمون سازند. ایجاد مکانیسمی که به کارکنان در قبال رفتار اخلاقی و عدم گرایش به رفتار غیراخلاقی[۱۹] نظیر گرفتن رشوه و ... پاداش اعطا می‌کند می‌تواند در این زمینه موردتوجه قرار گیرد (مبتنی بر نتایج فرضیه سوم). از جمله این اقدامات می‌توان به تدوین منشور اخلاقی[۲۰] برای سازمان اشاره کرد. منشور اخلاقی، ضوابط یا کدهای رفتاری‌اند که در آن ها جزییات مواردی که کارکنان باید یا نباید انجام دهند، مد نظر قرار گرفته است. شرکت‌هایی که منشور اخلاقی اثربخش داشته‌اند، علاوه بر تبدیل منشور به استانداردهای رفتاری، اقداماتی را مشخص کرده‌اند که در زمان نقض منشور اخلاقی صورت می‌گیرد. همچنین جرائم را به اطلاع کارکنان رسانده، جریمه‌ها را به اجرا می‌گذارند تا عمل به منشور را تضمین نمایند. به عنوان مثال، شرکت زیراکس، کارکنان خود را در موارد نقض قانون مثل اخذ رشوه و دست بردن در حساب‌های شرکت، اخراج نمود (۳۲).

۳) به مدیران بانک پیشنهاد می‌شود کارکنان خود را تشویق کنند که مهارت‌های ارتباطی خود را گسترش داده و با مشتریان روابط خوبی برقرار کنند و با شناسایی نیازها و خواسته‌های مشتریان، خدمات ارائه‌شده به آن‌ها را بهبود بخشند و از این طریق هم جایگاه بانک در ذهن مشتری و هم عملکرد سازمانی بانک را بهبود بخشند (مبتنی بر ابعاد مدنظر در ارزیابی DNA سازمانی).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

مقاله پژوهشی

با توجه به اهمیت موضوع دی.ان.ای سازمانی و تأثیر آن بر عملکرد سازمان نیاز است تا در تحقیقات آتی اقدام به توسعه مدل‌های جامع با هدف در نظر گرفتن طیف متنوعی از متغیرهای تأثیرگذار بر این رابطه شود. ازاین‌رو به محققین پیشنهاد می‌شود دیگر عوامل کلیدی تأثیرگذار در رابطه مابین دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان نظیر تعهد سازمانی و رضایت شغلی را مورد بررسی قرار دهند. در این زمینه متغیر تعهد سازمانی می‌تواند به‌عنوان متغیر میانجی‌گر در این ارتباط موردسنجش قرار گیرد. همچنین بررسی نقش تعدیل گری رضایت شغلی ازجمله مواردی است که می‌تواند در پژوهش‌های آتی موردتوجه محققین قرار گیرد. هر پژوهش هرچقدر هم جامع و کامل باشد، اما پژوهشگر در سیر مراحل انجام آن با مشکلات و محدودیت‌هایی رو به رو است. در پژوهش حاضر نیز علی‌رغم آنکه سعی شده است تمامی جوانب آن بررسی گردد، اما محقق با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که غلبه بر آن‌ها مستلزم مطالعات و تحقیقات بیشتری می‌باشد. محدودیت‌های این پژوهش را می‌توان به شرح زیر خلاصه نمود: عدم همکاری برخی از مدیران شعب بانک ملی، محدودیت در اجرای پرسشنامه‌ها از نظر عدم تمایل به پاسخگویی از سوی برخی از اعضای نمونه و اینکه میزان دقت و صحت پاسخ دهندگان در اختیار محقق نبوده است. همچنین ممکن است متغیرهای دیگری نیز بر عملکرد سازمان تأثیرگذار باشند که در پژوهش در نظر گرفته نشده‌اند.

نتیجه‌گیری

با توجه به تائید فرضیات مطرح شده در این پژوهش، بین دی.ان.ای سازمانی و عملکرد سازمان، ارتباط معناداری وجود دارد. سرمایه شهرتی نیز نقش میانجی در این رابطه را ایفا می‌کند و هرچقدر میزان شهرت سازمان در جامعه بالاتر باشد، عملکرد سازمان با رشد قابل‌توجهی روبه‌رو خواهد شد. همچنین وجود جو اخلاقی قوی در سازمان تأثیر بسزایی در نحوه عملکرد سازمان‌ها دارد. بنابراین مدیران سازمان‌ها هرچه بیش‌تر در جهت احیای ارزش‌های اخلاقی در سازمان گام بردارند، موفقیت سازمان خود را تضمین کرده‌اند.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش، با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت‌داری علیمی رعایت و حقوق معنوی مولفین آثار، محترم شمرده شده‌است. همچین در این پژوهش، اطلاع‌رسانی به نمونه تحت بررسی در مورد محرمانه نگه داشتن اطلاعات جمع‌آوری شده و تحلیل آن‌ها به صورت گروهی در پرسشنامه‌ها صورت گرفته‌است.

واژه نامه

1. Organizational performance	عملکرد سازمانن
2. Organizational DNA	دی ان ای سازمانی
3. Effective communication	ارتباطات اثربخش
4. Organizational productivity	بهره وری سازمانی
5. Job satisfaction	رضایت شغلی
6. Moral values	ارزش های اخلاقی
7. Employee engagement	تعلق خاطر کارکنان
8. Competitive advantage	مریت های رقابتی
9. Interpersonal relationship	روابط بین فردی
10. Organizational behavior	رفتار سازمانی
11. Job discipline	انضباط شغلی
12. Reputational capital	سرمایه شهرتی
13. Social responsibility	مسئولیت اجتماعی
14. Organization ethical atmosphere	جو اخلاقی سازمان
15. Orbital efficiency	کارایی مداری
16. Return on equity	بازده حقوق صاحبان سهام
17. Return on asset	بازده دارایی
18. Organizational innovation	نوآوری سازمانی
19. Unethical behavior	رفتار غیراخلاقی
20. Code of ethics	منشور اخلاقی

References

1. Armstrong M. (2006). Performance management: Key strategies and Practical guidelines. Translated by: Safari S, Vahabiyan A. (2016). Tehran: Academic Center of Education Culture and Research-Tehran Branch. P. 1. (In Persian).
2. Alvani SM. (2008). Public management. Tehran: Nashr-e Ney. (In Persian).
3. Hosseini Najmeh Abbasi C. (2013). the ways of institutionalizing professional ethics in organizations from the point of view of religious education. Journal of Islamic Extension and Management Research; 2(1). (In Persian).
4. Rahimnia F, Nikkhah Farokhani Z. (2012). the effects of ethical climate on organizational identity and turnover Intentions among salespeople. Tomorrow's Management Research Journal; 6(4): 84-94. (In Persian).
5. Amushahi M, Karimi F. (2018). The relationship between ethical leadership and job performance. Ethics in Science & Technology; 13(1). (In Persian).
6. Jackson KT. (2004). Building reputation capital: strategies for integrity and fair play that improve the bottom line. Oxford: Oxford University Press.
7. Cavaliere V, Lombardi S, Giustiniano L. (2015). Knowledge sharing in knowledge- Intensive manufacturing firms: An empirical study of its enablers. Journal of Knowledge Management; 19(6): 1124-1145.
8. Hodson R. (2006). Management citizenship behavior and its consequences. Work and Occupations; 29(1): 64-96.
9. Sanford R (2009). The impact of activity-based costingon organizational performance. USA: Nova Southeastern University. Pp. 50-61.

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال شانزدهم، شماره ۳، ۱۴۰۰

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

education in isfahan based on the model of Honald, in the aspect of management tasks and activities. Gorgan: 1st National Conference on New Scientific Achievements in The Development of Sports and Physical Education. (In Persian).
24. Rashidi Z, Ebrahimzadeh Dastjerdi R, Rashidi A, Hosseini R. (2015). Organizational DNA review on the dimensions of human resources and daily cultural affairs activities based on the model of Hendal. Isfahan: 1st International Accounting Conference. (In Persian).
25. Ghanaat Pisha B, Mostafavi Rad F. (2017). Organizational performance prediction based on organizational DNA and transformational leadership style in the general directorate of health insurance. Tehran: 2nd International Management and Accounting Conference. (In Persian).
26. Honold L, Silvermanl R. (2002). Organizational DNA; diagnosis your organization for increased effectiveness. California: Davies Black Puplishingpalo Alto.
27. Hadizadeh Moghaddam A, Amirkhani T, Abdolmaleki M. (2016). The effect of organizational reputation on organizational citizenship behavior. Journal of Management Studies (Improvement and Transformation); 25(81). (In Persian).
28. Zamanian A, Talebi H, Amani A. (2016). Investigating the impact of social responsibility on familiarity capital of the national bank of Sari. Iran: 1st National Humanities Conference with Management Approach and Resistance Economics. (In Persian).
29. Haghighikfakh M, Sakht S, Ehnehashri M, Farahmand M. (2011). the effect of organizational fame on customer behavioral needs in new economics bank. Transformation Management Research Journal; 6(11). (In Persian).
30. Razandel Erbatayi ST, Javadin SR, Saadipour I. (2013). The role of human resource development in media reputation and creation of fame capital. Quarterly Journal of Communication Studies 20(74). (In Persian).
31. Taleghani G, Nargesian A, Gharibi M, Koushki A. (2013). Investigating the relationship between organizational reputation and employee attitudes of Irankhodro Company employees. Journal of Management of Organizational Culture; 10(1). (In Persian).
32. Alwani SM, Rahmati MH. (2008). the process of drafting a moral charter for the organization. Management Culture; 5(15): 43-70. (In Persian).
10. Bozorgniya Hoseini S, Enayati T. (2014). The relationship between organizational silence and the performance of university staff. Ethics in Science & Technology; 9(4). (In Persian).
11. Hersey H, Goldsmith M. (1980). A situational approach to performance planning. Training and Development Journal; 34(11): 38.
12. Hakimara MA. (2016). from reputation capital to media reputation. Quarterly Review of the Information and Communication Book; 3(12). (In Persian).
13. Fombrun CJ, Van-Riel CBM. (2003). Fame & fortune: How successful companies. Build winning reputations. NJ: Prentice Hall: Upper Saddle River.
14. Alirahimi M, Amirkhani A, Rasouli R, Taleghani G. (2018). The role of ethical leadership and organizational ethics in reducing organizational leaving. Ethics in Science & Technology; 13(1). (In Persian).
15. Victor B, Cullen JB. (1988). The organizational bases of ethical work climates. Administrative Science- Quarterly; 33(1): 101-125.
16. Caliskan EN, Icke BT, Ayturk Y. (2011). Corporate reputation and financial performance: evidence from Turkey. Turkey: Department of Business Administration.
17. Hassani M, Bashiri J. (2015). the relation of ethical climate with positive and negative organizational consequences. Ethics in Science & Technology; 10(4). (In Persian).
18. Wageeh N. (2015). The role of organizational dna in improving organizational performance: a study on the industrial companies in Egypt. International Business Research; 8(1).
19. Yousef Zadeh A. (2016). Investigating the relationship between ethical climate of the organization and organization's performance considering the role of mediation of organizational innovation, organizational commitment and innovative atmosphere in Sepah Bank Branches in Guilan Province. Rasht: Islamic Azad University. (In Persian).
20. Plant J. (2013). Step-by-step guide for data analysis using the SPSS rescue guide. Translated by: Reaei A. Tabriz: Foruzes Publications. (In Persian).
21. Habibi A, Adnour M. (2016). LISREL Full Video Tutorial, Third Edition. Tehran: Iran Matlab. (In Persian).
22. McCreary F, Gómez M, Scholes D, Ali D. (2014). Charting a new course for the workplace with an experience framework. USA: LNCS. Pp. 8527: 68–79.
23. Soroush S, Etebarian A. (2013). Study of organizational dna in department of physical

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]
[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1400.16.3.5.2]
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-20]