(مقالهٔ پژوهشی)

تحلیل رابطهٔ فضای کاری اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش

آتنا بلبل امیری، دکتر مرتضی موقر*، دکتر میثم شیر خدایی

گروه مدیریت اجرایی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران

(تاریخ دریافت: 95/5/2، تاریخ پذیرش: 95/7/25

چکیده

زمینه: کارکنان بخش فروش حلقه اتصال سازمان و مشتریان هستند. مدیران با ایجاد فضای کاری اخلاقی در این بخش، می‌توانند نقش مهمی در ایجاد نتایج مثبت برای کارکنان، مشتریان و البته سازمان ایفا نمایند. هدف از تحقیق حاضر تحلیل رابطهٔ فضای کاری اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش با در نظر گرفتن اثر واسطه‌ای تعهد سازمانی و استرس شغلی بوده است.

روش: روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی بوده است. جامعه آماری متشکل از کارکنان بخش فروش فروشگاه‌های پوشاک استان مازندران بوده‌اند که از بین آنها 411 نفر به‌عنوان نمونه و از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب گردیده‌اند. در جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد: فضای کاری اخلاقی، استرس شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد کارکنان فروش، با روایی و پایایی مورد تائید استفاده شد. برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای AMOS 22 و SPSS 19 استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج حاکی از وجود روابط مثبت و معنی‌دار بین فضای کاری اخلاقی با تعهد سازمانی و تعهد سازمانی با عملکرد کارکنان بوده است. وجود رابطه مثبت بین فضای کاری اخلاقی با عملکرد کارکنان از یک‌سو و روابط منفی بین فضای کاری اخلاقی با استرس شغلی و بین استرس شغلی با عملکرد کارکنان فروش از سوی دیگر از دیگر مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش هست.

نتیجه‌گیری: ایجاد فضای کاری اخلاقی در فروشگاه منجر به افزایش تعهد سازمانی، کاهش استرس شغلی و درنهایت بهبود عملکرد کارکنان فروش خواهد شد.

کلید واژگان: *استرس شغلی، تعهد سازمانی، عملکرد کارکنان فروش، فضای کاری اخلاقی*

سرآغاز

کارکنان فروش بیش از گذشته قدرتی پویا در دنیای تجارت محسوب می‌شوند و تلاش‌های آن‌ها اثر مستقیم بر فعالیت سازمان‌ها دارد. ازنظر مشتریان کارکنان فروش درواقع نمایندگان سازمان هستند. سازمان تلاش می‌کند تا مشتری محصولاتش را بخرد و این تلاش در عملکرد کارکنان فروش خلاصه می‌شود که بتوانند این محصولات را به فروش برسانند (1).

در طول 25 سال گذشته رسوایی‌های کسب‌وکار موجب افزایش آگاهی از اهمیت فضای کاری اخلاقی [1] شده است. ایجاد فضای کاری اخلاقی برای تمام سازمان‌ها و همهٔ کارکنان مهم است. بااین‌وجود، این موضوع برای کارکنان فروش اهمیت ویژه‌ای دارد. کارکنان فروش اغلب بدون نظارت مستقیم کار می‌کنند و

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: Morteza_movaghar @ yahoo.com

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]

برای دستیابی به بهترین نتایج به‌طور مستقیم به آن‌ها پاداش‌هایی داده می‌شود؛ بنابراین ممکن است آن‌ها بیشتر تحت‌فشار باشند و کارهای غیراخلاقی بیشتری را انجام دهند. ازآنجایی‌که کارکنان فروش نمایندگان شرکت هستند، تعهد آن‌ها برای انجام رفتارهای اخلاقی برای موفقیت سازمان مهم است. علاوه بر آن برخی شواهد نشان می‌دهند که کارکنان فروش به مشتریان احتمالی قول‌های غیرواقع‌بینانه می‌دهند و یا برای فروختن کالای خود به آن‌ها دروغ می‌گویند (2).

محققان روی اهمیت مطالعهٔ فضای کاری اخلاقی سازمان تأکید می‌کنند؛ زیرا این عامل روی رفتار و نگرش کارکنان و نتایج سازمانی تأثیر می‌گذارد (3). رفتارهای اخلاقی توسط افراد در حرفه‌های مختلف و در سطوح مختلف سازمان موجد فضای کاری اخلاقی است. جو اخلاقی برای اولین بار در سال 1987 معرفی گردید. دانشمندان فضای کاری اخلاقی را به‌عنوان «درک مشترک از اینکه چه رفتاری ازنظر اخلاقی درست است و چگونه با مسائل اخلاقی باید رفتار شود» تعریف کردند (4). در تعریفی دیگر آن را نوعی از فضای کاری که منعکس‌کننده‌ی دستورالعمل‌ها، قوانین و سروکار داشتن آن با نتایج اخلاقی است عنوان نموده‌اند. وجود چنین فضایی در سازمان نشان‌دهنده ارزش‌های اخلاقی، انتظارات رفتاری و نشانگر تائید اخلاقیات بر تصمیمات اعضای سازمان بوده و به معنای وجود گزینه‌های اخلاقی جهت انتخاب و عمل کارکنان و درک کلی از روش‌ها و عملیات سازمان با محتوای اخلاقی هست (2). بعضی از صاحب‌نظران آن را برداشت و درک صحیح از قانون و تخلفات در محیط کاری سازمان و تدوین هنجارها برای پذیرش یا عدم پذیرش رفتارهای کاری در سازمان و برخی دیگر درک کامل کارکنان از قبول مسئولیت، تعصب داشتن نسبت به سازمان، پذیرش یا عدم پذیرش رفتار همکاران و درگیر ساختن خود برای مواقع بحرانی به وجود آمده در سازمان، تعریف نموده‌اند (3، 5 و 23).

فضای اخلاقی سازمان با تدوین استانداردها و معیارهای اخلاقی، بر رفتارهای افراد اثر می‌گذارد. پژوهشگران تأکید می‌کنند که در سازمان‌های با فضای اخلاقی مناسب، تمام فرایندها و فعالیت‌های سازمان به‌صورت درست و اخلاقی انجام‌شده است و این امر، خود بر تعهد افراد به سازمان و رفتارهای اخلاقی آنان تأثیر گذاشته و کارکنان را اخلاقی‌تر می‌کند. از سوی دیگر، این‌گونه سازمان‌ها با تدوین استانداردهای اخلاقی مدون، افراد را به رفتارهای اخلاقی، رهنمون می‌کنند (6).

ازجمله متغیرهای رفتاری متأثر از فضای کاری اخلاقی که در مدیریت به‌ویژه رفتار سازمانی توجه زیادی را به خود معطوف نموده است، تعهد سازمانی 2 هست. نه‌تنها مطالعاتی که به‌طور مستقیم در ارتباط با ایجاد تعهد و نتایج آن می‌باشند به‌طور فراوانی افزایش‌یافته است بلکه در اغلب مطالعاتی که تأکید اصلی آن‌ها بر تعهد نبوده نیز، تعهد به‌عنوان یک متغیر مدنظر قرارگرفته است. تعهد نسبت به سازمان هنگامی رخ می‌دهد که فرد هدف‌هایش را معرف خود می‌داند و آرزو می‌کند که در عضویت آن سازمان بماند. بین تعهد سازمانی، غیبت و جابجایی کارکنان رابطه معکوس وجود دارد (7). برخی محققین آن را حمایت و پیوستگی عاطفی با اهداف و ارزش‌های یک سازمان، به خاطر خود سازمان و دوری از ارزش‌های ابزاری آن (وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف دیگر) و برخی دیگر آن را نوعی تمایل و جهت‌گیری نسبت به سازمان که هویت فرد را به سازمان پیوند می‌دهد، عنوان نموده‌اند (8). اگرچه درباره تعهد سازمانی تعاریف متعددی یافت می‌شود ولی در یافته‌های برخی محققین مشخص شد که هر یک از تعاریف تعهد سازمانی به یکی از سه موضوع کلی «وابستگی عاطفی»، «درک هزینه‌ها» و «احساس تکلیف» برمی‌گردد (9).

موضوع دیگری که کارایی افراد به‌ویژه کارکنان فروش را در ایفای وظایف شغلی تحت تأثیر قرار می‌دهد استرس شغلی است. استرس جزئی از زندگی هر فرد است. با توجه به این‌که حداقل یک‌سوم عمر افراد در محیط کار سپری می‌شود و از طرفی بسیاری از روابط و مناسبات اجتماعی آن‌ها در طی ساعات کار شکل می‌گیرد. استرس ناشی از کار یا استرس شغلی

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]

3 می‌تواند در سلامت و خشنودی انسان‌ها و به‌ویژه بر عملکرد مؤثر بیافتد (10). در حال حاضر، استرس مرتبط با شغل در هر حرفه‌ای و بیشتر از یک دهه‌ی گذشته در حال رخ دادن است و به‌عنوان موضوعی جدی در ارتباط با سلامتی مطرح است (11). بر اساس تعریف موسسه ملی سلامت و ایمنی شغل 4 استرس شغلی هنگامی رخ می‌دهد که بین نیازهای شغلی باقابلیت‌ها و خواسته‌های فرد هماهنگی نباشد. به‌بیان‌دیگر، وقتی آنچه در یک شغل از فرد انتظار می‌رود با آنچه موردعلاقه و خواسته اوست هماهنگی نباشد. به‌صورت ساده‌تر یک آسیب جسمی و یا روانی است که فرد از خود نشان می‌دهد و نتیجه‌ای از تضاد یا موفقیت‌های چالش‌برانگیز در شغل و یا عدم توانایی در مواجه‌شدن با فشارهای شغلی به دلیل نبود تناسب بین توانایی‌های شخصی و شرایط و نیازهای کاری هست (12 و 13). امروزه این امر به مسئله‌ای شایع و پرهزینه در محیط‌های کاری تبدیل‌شده است. به‌گونه‌ای که اغلب پژوهش‌های اخیر به آن اختصاص‌یافته است. موسسه جبران غرامت کارمندان در کالیفرنیا گزارش می‌کند که بین سال‌های 1979 تا 1988 شمار قربانیان استرس شغلی 700 درصد افزایش‌یافته است (12).

بنا بر آنچه گفته شد، فضای کاری اخلاقی یک مفهوم چندبعدی است که ابعاد آن می‌تواند بر نگرش شغلی کارکنان بازاریابی تأثیر بگذارد. محققان دریافتند که رضایت شغلی و تعهد سازمانی در میان رابطهٔ فضای کاری اخلاقی و قصد ترک شغل قرار می‌گیرند (5). یافته‌ها حاکی از آن است که فضای کاری اخلاقی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی دارد. همچنین پاسخ‌ها نشان می‌دهند که تعهد سازمانی بالا منجر به افزایش رضایت شغلی و کاهش قصد ترک شغل می‌شود (14). محققان با بررسی این موضوع در میان پرستاران دریافتند که رابطه مثبت و معنی‌داری بین درک پرستاران از فضای کاری اخلاقی با حمایت سازمانی ادراک‌شده، تعهد سازمانی و رضایت شغلی وجود دارد. همچنین رابطهٔ منفی و معنی‌داری بین قصد ترک خدمت پرستاران با حمایت سازمانی ادراک‌شده، تعهد سازمانی و رضایت شغلی وجود دارد (15). همچنین رابطهٔ مثبت و معنی‌داری بین استرس شغلی و قصد ترک شغل وجود دارد (16). نتایج در برخی پژوهش‌ها مبین این است که استرس شغلی منجر به کاهش عملکرد هر شخص می‌شود، لذا محققین پیشنهاد می‌کنند که سازمان‌ها برای بهبود عملکرد به ایجاد همکاری‌های مسالمت‌آمیز و محیطی دوستانه از طریق کار تیمی مبادرت نمایند (17). اولین پژوهش تجربی که در آن به‌طور هم‌زمان استرس شغلی و نگرش شغلی موردبررسی قرار گرفتند نشان داد که فضای کاری اخلاقی شدید منجر به کاهش قصد ترک شغل و افزایش عملکرد شغلی می‌شود (18). محققان در یک تحقیق به یک رابطهٔ قوی میان تعهد سازمانی و عملکرد نیروی فروش 5 دست یافتند (19). یکی از پژوهش‌های بازاریابی گویای تأثیرپذیری عملکرد نمایندگی‌های فروش و تمایل به ترک خدمت فروشندگان از جو اخلاقی سازمان و ابعاد آن هست. 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 (20).

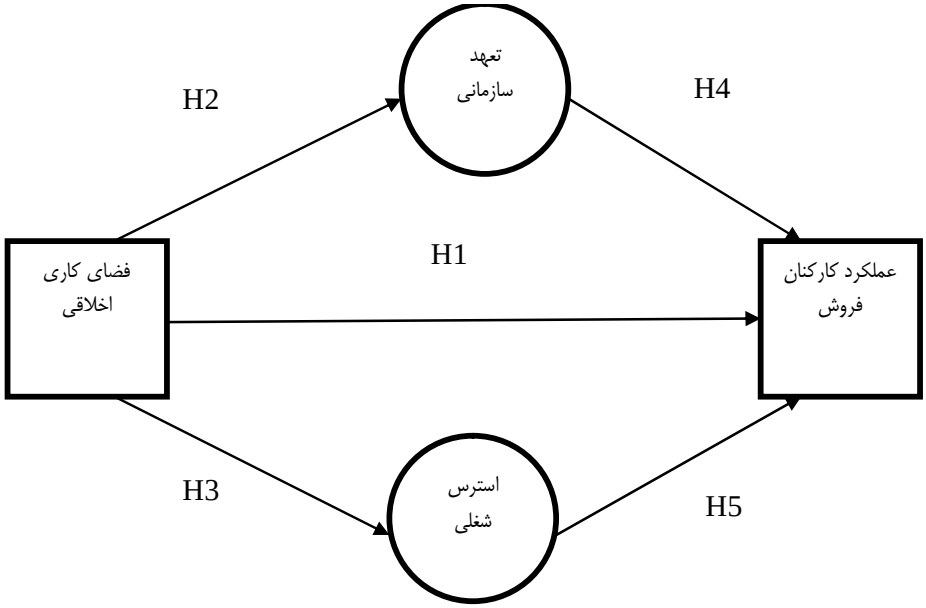
برخی پژوهشگران ارتباط 4 نوع جو اخلاقی شناخته‌شده شامل جو نوع‌دوستی 6، جو قانونی 7، جو حقوقی و اصولی 8 و جو مستقل 9 را با پیامدهای مهم سازمانی شامل خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل مورد تائید قراردادند (21). سه بعد اخلاق کار (دل‌بستگی و علاقه، پشتکار و جدیت، روابط سالم و انسانی در کار) پیش‌بینی کننده‌های معناداری برای رضایت شغلی و دو بعد دیگر اخلاق کار (دل‌بستگی و علاقه، پشتکار و جدیت در کار) پیش‌بینی کننده‌های معناداری برای استرس شغلی به شمار می‌روند (22).

اگرچه در برخی از تحقیقات روابط بین تعدادی از متغیرهای این تحقیق موردمطالعه قرارگرفته اما بررسی هم‌زمان همه این متغیرها خاصه در سطح کارکنان فروش موردتحقیق واقع نگردیده که در پژوهش حاضر به آن‌ها پرداخته شد.

با توجه به مبانی نظری و پیشینهٔ پژوهش، الگوی مفهومی تحقیق با در نظر گرفتن تعهد سازمانی و استرس شغلی به‌عنوان متغیرهای میانجی در نگاره 1 ارائه گردیده است.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]



نگاره 1: الگوی مفهومی رابطه بین متغیرهای پژوهش

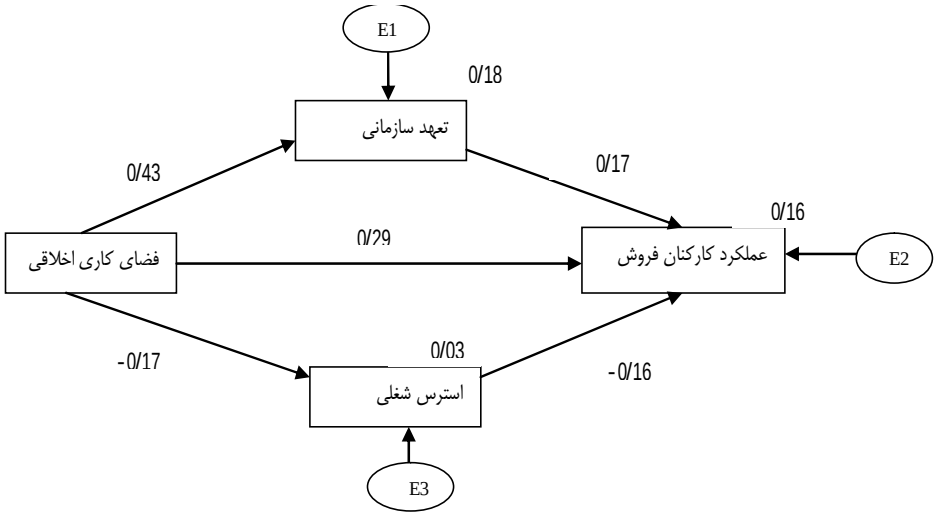
روش

روش تحقیق حاضر برحسب هدف، در زمره تحقیقات کاربردی و بر اساس ماهیت، در زمره تحقیقات توصیفی و ازنظر روش نیز در دستهٔ تحقیقات همبستگی قرار دارد. جامعه آماری این تحقیق را کلیه کارکنان فروش فروشگاه‌های پوشاک در شهرهای منتخب استان مازندران (بابل، بابلسر، آمل، ساری و قائم‌شهر) در سال 1394 تشکیل می‌دهند. تعداد افراد جامعه به دلیل فقدان آمار دقیق نامحدود در نظر گرفته شد. با توجه به جدول مورگان تعداد نمونه برای جامعه نامحدود 384 نفر هست که تعداد 450 پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای توزیع گردید. در تحقیق حاضر جهت سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه‌های استاندارد که البته روایی و پایایی آن‌ها در فرایند این پژوهش مورد تائید قرار گرفت استفاده‌شده که شامل پنج بخش و به شرح زیر می‌باشند:

1. اطلاعات فردی پاسخ‌دهندگان مشتمل بر: سن (با اکثریتی بین 20 تا 30 سال)، تحصیلات (با اکثریتی معادل 43 درصد دیپلم)، جنسیت (با 53 درصد مرد و بقیه زن)، تأهل (با 73 درصد مجرد و مابقی متأهل) و سابقه کار اعضاء (با کمتر از 5 سال) بوده است.
2. پرسشنامه استاندارد فضای کاری اخلاقی با 4 بعد و 14 گویه که عبارت‌اند از: اعتماد مسئولیتی 10(7 گویه)، رفتار همکاران 11(1 گویه)، هنجارهای اخلاقی 12(3 گویه) و فروش اخلاق مدار 13(3 گویه). روایی و پایایی آن‌ها مورد تائید پژوهشگران قرارگرفته و میزان آلفا به‌دست‌آمده 0/97 بوده است (3 و 23).
3. پرسشنامه تعهد سازمانی آلن و مایر که دارای 3 بعد و 20 گویه است شامل: بعد تعهد عاطفی 14 (8 گویه)، بعد تعهد مستمر 15 (6 گویه)، بعد تعهد هنجاری 16(6 گویه). روایی و پایایی آن‌ها مورد تائید پژوهشگران قرارگرفته و میزان آلفا به‌دست‌آمده بالاتر از 0/87 بوده است (24،25 و 26).
4. پرسشنامه استرس شغلی که دارای 3 بعد و 10 گویه: محیط فیزیکی 17 (3 گویه)، تضاد شغل 18 (4 گویه) و ابهام نقش 19 (3 گویه) هست. روایی و پایایی آن‌ها توسط پژوهشگران تائید، که مقدار آلفا کرونباخ محاسبه‌شده به ترتیب برای سه بعد فوق‌الذکر عبارت‌اند از:0/93، 0/86 و 0/91 که نشانگر پایا بودن پرسشنامه مذکور هست (27 و 28).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]



نمودار 2: آزمون تحلیل مسیر استانداردشده

5. پرسشنامه عملکرد کارکنان فروش که تک‌بعدی و دارای 6 گویه هست و پژوهشگران در کار پژوهشی خود از آن استفاده کرده و روایی آن را مورد تائید قرارداده‌اند. همچنین آن‌ها میزان آلفا را جهت تائید پایایی 0/93 به دست آوردند (29 و 30).

برای سنجش متغیرهای پرسشنامه از طیف 5 گانه لیکرت استفاده گردید که در آن موافقت افراد در مورد هر یک از سؤالات به‌صورت خیلی کم (1)، کم (2)، متوسط (3)، زیاد (4) و خیلی زیاد (5) تنظیم گردیده است.

پایایی پرسشنامه‌ها در تحقیق حاضر به‌وسیله نرم‌افزار SPSS19 و با انجام آزمون آلفای کرونباخ محاسبه، که همه مقادیر بالای 0/7 بوده بیانگر قابل‌قبول بودن ابزار سنجش است. نتایج حاصل از همه متغیرها در جدول شماره 1 قابل‌مشاهده است.

جدول 1: میزان آلفای کرونباخ

ردیف	نام متغیر	تعداد سؤالات	مقدار آلفای کرونباخ
1	عملکرد کارکنان فروش	6	0/95
2	فضای کار اخلاقی	14	0/85
3	تعهد سازمانی	20	0/82
4	استرس شغلی	10	0/82

برای جمع‌آوری داده‌ها ابتدا 5 شهر به‌طور تصادفی انتخاب، و در هر یک از 5 شهر مناطقی با بیشترین مراکز خرید پوشاک مشخص گردید. در مرحله بعد فروشگاه‌هایی که دارای حداقل 4 فروشنده بوده‌اند به‌صورت تصادفی انتخاب، و درنهایت پرسشنامه‌ها بین تمام کارکنان فروش این فروشگاه‌ها توزیع گردید. پس از جمع‌آوری، تعداد 411 پرسشنامه صحیح مورداستفاده قرار گرفت.

تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از روش مدل معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS19 و AMOS22 انجام شد.

یافته‌ها

در مدل‌های معادلات ساختاری لازم است تا ابتدا مدل‌های اندازه‌گیری برای هر متغیر مکنون که نشان‌دهنده بارهای عاملی متغیرهای مشاهده‌شده برای هر متغیر مکنون است موردبررسی قرار گیرد. به‌منظور بررسی برازش این مدل باید از شاخص‌های برازش استفاده شود. پرکاربردترین این شاخص‌ها در جدول زیر آورده شده‌اند. بر اساس یک قاعده کلی مقدار این شاخص‌ها برای مدل‌های خوب بین 0/9 تا 0/95 خواهند بود. البته مقادیر بالای 0/8 نیز نشان‌دهنده برازش به نسبت خوب یا متوسط مدل هستند (31). شاخص‌های رایج در مدل‌های اندازه‌گیری برای چهار متغیر مکنون تحقیق در جدول (2) ارائه‌شده است.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]

جدول 2: شاخص‌های برازش مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای مکنون تحقیق

متغیر مکنون	شاخص برازش								
	CFI	TLI	IFI	RFI	NFI	GFI	RMR	RMSEA	CMIN/DF
عملکرد کارکنان فروش	0/906	0/926	0/916	0/912	0/927	0/906	0/06	0/013	1/74
استرس شغلی	0/843	0/887	0/846	0/861	0/814	0/825	0/018	0/022	1/36
تعهد سازمانی	0/866	0/835	0/868	0/895	0/831	0/892	0/05	0/081	1/59
فضای کار اخلاقی	0/836	0/800	0/838	0/858	0/802	0/873	0/61	0/045	2/13

در نگاره (2) مدل ساختاری تحقیق که نشان‌دهنده ارتباط بین متغیرهای مکنون تحقیق است، ارائه‌شده است که با استفاده از آن می‌توان به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخت.

همچنین نتایج شاخص‌های برازندگی مدل که در جدول (3) نشان داده‌شده حاکی از این است که درمجموع کلیت مدل معادله ساختاری پژوهش مورد تائید بوده و برازش معنی‌داری دارد.

جدول 3: شاخص‌های برازندگی مدل

شاخص برازش								
CMIN/DF	RMSEA	RMR	GFI	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
1/39	0/031	0/002	0/998	0/992	0/950	0/998	0/985	0/998

در این بخش وهمان طور که در جدول (4) مشاهده می‌شود نتایج حاصل از آزمون فرضیات و ضرایب مسیر به‌صورت خلاصه نمایش داده‌شده است. یافته‌ها بر تائید پنج فرضیه تحقیق حکایت دارد.

جدول 4: نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	معناداری	نتیجه فرضیه
فرضیه 1: بین فضای کاری اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.	0/29	***	تائید فرضیه
فرضیه 2: بین فضای کاری اخلاقی و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.	0/43	***	تائید فرضیه
فرضیه 3: بین فضای کاری اخلاقی و استرس شغلی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد.	-0/17	***	تائید فرضیه
فرضیه 4: بین تعهد سازمانی و عملکرد کارکنان فروش رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.	0/17	***	تائید فرضیه
فرضیه 5: بین استرس شغلی و عملکرد کارکنان فروش رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد.	-0/16	***	تائید فرضیه

بحث

در این پژوهش پنج فرضیه موردبررسی قرار گرفت. با توجه به نتیجه آزمون فرضیه اول، وجود یک رابطهٔ مثبت و معناداری بین فضای کار اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش مورد تائید قرار گرفت. پژوهشگران دیگر نیز به این نتیجه رسیدند که حاکم بودن جو اخلاقی در سازمان پیامدهای مهمی برای افراد و سازمان در پی دارد. بنابراین، سازمان‌ها می‌توانند با ایجاد چنین جوی در محیط کار باعث بروز پیامدهای مثبت فردی و سازمانی و درنتیجه افزایش بهره‌وری سازمان شوند (31).

فرضیه دوم تحقیق بر وجود یک رابطه مثبت و معنی‌داری بین فضای کاری اخلاقی و تعهد سازمانی دلالت دارد. همسو با این نتایج در پژوهشی دیگر محققین دریافتند ایجاد فضای کاری

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]

اخلاقی و وجود تناسب فرد و سازمان، منجر به ایجاد تعهد سازمانی در کارکنان و متعاقب آن منجر به بهبود مشتری‌گرایی کارکنان خواهد شد (32).

بر اساس آزمون انجام‌شده، فرضیه سوم یعنی وجود یک رابطه منفی و معنی‌دار بین فضای کاری اخلاقی و استرس شغلی نیز مورد تائید واقع شد. مشابه با نتایج پژوهش حاضر محققین در پژوهشی تجربی دریافتند که فضای کاری اخلاقی شدید منجر به کاهش قصد ترک شغل و افزایش عملکرد شغلی می‌شود (18).

وجود یک رابطه مثبت و معنی‌داری بین تعهد سازمانی و عملکرد کارکنان فروش ازجمله نتایج مورد تائید در تحقیق حاضر بوده است. نتایج یکسان از سوی پژوهشگرانی به دست آمد که به تحلیل چندبعدی رابطه میان این دو متغیر پرداختند. آن‌ها در این تحقیق به یک رابطهٔ قوی میان تعهد سازمانی و عملکرد نیروی فروش دست یافتند (19).

درنهایت فرضیه پنجم این تحقیق که تأثیر منفی و معنی‌دار استرس شغلی بر عملکرد کارکنان فروش بوده، نیز مورد تائید قرار گرفت. در پژوهشی در پاکستان نشان داده‌شده که استرس شغلی منجر به کاهش عملکرد هر شخص می‌شود و پیشنهاد کردند که سازمان‌ها برای بهتر شدن عملکرد به ایجاد همکاری‌های مسالمت‌آمیز و محیطی دوستانه از طریق کار تیمی بپردازند (17).

محدودیت‌های چندی در پژوهش حاضر مطرح بوده که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

پژوهش حاضر به دلیل محدودیت زمانی، تنها در جامعه کارکنان فروش پوشاک در چند شهر استان مازندران انجام‌گرفته است و برای تعمیم‌پذیری بیشتر این تحقیق لازم است که در سطحی وسیع‌تر و یا در جوامع آماری دیگر نیز مورد آزمون قرار گیرد.

یکی از محدودیت‌های این پژوهش این است که عملکرد کارکنان فروش به‌صورت ذهنی سنجیده شده است درصورتی‌که اگر به‌صورت عینی موردسنجش قرارمی گرفت شاید نتایج بهتری به دست می‌آمد.

در پایان موارد زیر جهت تقویت فضای کاری اخلاقی پیشنهاد می‌گردد:

تدوین قوانین اخلاقی مناسب در میان کارکنان فروشگاه، برگزاری کارگاه‌های آموزشی جهت آموزش مفاهیم اخلاقی به مدیران و کارکنان فروشگاه‌های پوشاک، انتخاب و انتصاب مدیران و سرپرستان اخلاق‌مداری جهت سرپرستی واحد فروش، تقویت جو اخلاقی مناسب مبتنی بر اعتماد در محیط کاری و پرورش احساس تعهد و وفاداری کارکنان به فروشگاه، توجه به اخلاق حرفه‌ای به‌عنوان یک مزیت وبرتری رقابتی در میان کارکنان برای تصدی پست بالاتر مانند سرپرستی واحد فروش، تنظیم سیستم پاداش بر اساس رفتارهای اخلاقی کارکنان و دادن جایزه به کارکنان.

با انجام هر تحقیق، راه به‌سوی مسیری جدید باز می‌شود و ادامه راه، مستلزم انجام تحقیقات دیگری است. ازآنجایی‌که تحقیقات اندکی در زمینه مفهوم فضای کاری اخلاقی در ایران انجام‌شده است، لذا پژوهش حاضر، می‌تواند راهگشای سایر پژوهش‌ها جهت بررسی و سنجش موضوع فضای کاری اخلاقی مورداستفاده قرار گیرد. با توجه به‌مراتب و در ادامه نتایج تحقیقات حاضر، موارد ذیل برای انجام پژوهش‌های بیشتر پیشنهاد می‌گردد:

1. بررسی فضای کاری اخلاقی در سایر مشاغل و رده‌های شغلی.
2. بررسی موضوع در فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای.
3. بررسی متغیرهای میانجی دیگری بجای استرس شغلی و تعهد سازمانی مانند رفتار شهروندی، رضایت شغلی و غیره.
4. با توجه به این موضوع که عملکرد کارکنان فروش در این پژوهش به دلیل یک سری محدودیت‌ها به‌طور ذهنی سنجیده شده است می‌توان این موضوع را به‌صورت عینی موردبررسی قرارداد.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]

نتیجه‌گیری

در مجموع، داده‌های ما نشان می‌دهد کـه سـرمایه‌گـذاری روی ایجاد، تقویت و به‌طورکلی حمایت از فضای کاری اخلاقی مثبت برای انجام وظایف می‌تواند باعـث افـزایش سـطح عملکـرد در سازمان شود. همچنین نتایج این پژوهش نـشان داد کـه ایجـاد فضای کاری اخلاقی در فروشگاه‌های پوشاک می‌تواند منجر به افزایش تعهد سـازمانی و کـاهش اسـترس شـغلی در کارکنـان فروش در این فروشگاه‌ها شود که درنهایت این دو تغییـر منجـر به افزایش عملکرد کارکنان فروش، جذب بیشتر مشتری و بهبود بهره‌وری سازمان خواهد شد.

به همین منظور، خلق یک فضای اخلاقی باعث می‌شود اعضای سازمان به‌صورت متحد با یکدیگر عمل نمایند. تنظیم سیاسـت-های اخلاقی باهدف تمرین مدیریت اخلاق در سازمان به‌منظور ایجاد جو اخلاقی مناسب منجر به افزایش انگیزه و رضایت افراد از فروشگاه می‌گردد کـه ایـن امـر بـه‌نوبـه خـود باعـث بهبـود بهره‌وری فروشگاه و افزایش عملکرد کارکنان خواهد شد (32).

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش بـا معرفـی منـابع مورداسـتفاده، اصـل اخلاقـی امانت‌داری علمی رعایت و حـق معنـوی مـؤلفین آثـار، محتـرم شمرده‌شده است. همچنین حقوق و انتظارات مشارکت‌کننـدگان جهت تکمیل پرسشنامه‌ها در نظر گرفته‌شده اسـت تـا بـه ایـن وسیله پژوهشگران متعهد شوند تمام آنچه در پرسـشنامه توسـط مشارکت‌کنندگان تکمیل و تحویل می‌شود، بدون ذکر نـام و بـا رعایت اصول و ضوابط امانت‌داری ثبت و ضبط شود.

سپاسگزاری

از کارکنـان و مـدیران محتـرم فروشـگاه‌هـای پوشـاک اسـتان مازندران که در اجرای این پژوهش، محققان را یاری نمـوده‌انـد صمیمانه تشکر و قدردانی می‌شود.

واژه‌نامه

1. Ethical Work Climate	فضای کار اخلاقی
2. Organizational Commitment	تعهد سازمانی
3. Job Stress	استرس شغلی
4.National Institute of Occupational Safety & Health (NIOSH)	موسسه ملی سلامت و ایمنی شغل
5.Salesperson Performance	عملکرد نیروی فروش
6. Caring Climate	جو نوع‌دوستی
7. Rules Climate	جو قانونی
8. Law and Code Climate	جو حقوقی و اصولی
9. Independence Climate	جو مستقل
10. Responsibility Trust	اعتماد مسئولیتی
11. Peer Behavior	رفتار همکاران
12. Ethical Norms	هنجارهای اخلاقی
13. Ethical Sale	فروش اخلاق مدار
14. Emotional Commitment	تعهد عاطفی
15. Continued Commitment	تعهد مستمر
16. Normative Commitment	تعهد هنجاری
17. Physical Environment	محیط فیزیکی
18. Work Conflict	تضاد شغل
19. Role Ambiguity	ابهام نقش

منابع

1. Azizi S, Roosta A, Khodadad-Hosseini H, Asadollahi H. (2008). The model of affecting factors on the sales persons performance: approach of structural equation. Journal of Management Perspective; 29: 253-274. (In Persian).
2. De-Coninck JB. (2011). The effects of ethical climate on organizational identification supervisory trust, and turnover among salespeople. Journal of Business Research; 64(6): 17–24.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]

3. Lopez TB, Babin BJ, Chung C. (2009). Perceptions of ethical work climate and person–organization fit among retail employees in Japan and the US: a cross-cultural scale validation. Journal of Business Research; 62: 594–600.
4. Schwepker JR. (2001). Ethical climates to job relationship to job satisfaction: organizational commitment and turnover intention in the sales force. Journal of Business Research; 54: 39- 52.
5. De-Coninck JB. (2010). The influence of ethical climate on marketing employees' job attitudes and behaviors. Journal of Business Research; 63: 384–391.
6. Luria G, Yagil D. (2008). Procedural justice, ethical climate and service outcomes in restaurants. International Journal of Hospitality Management; 27: 276-283.
7. Haghighi MA, Rahimi-Nik A, Borhani B. (2005). Management of organizational behavior. 4thed. Tehran: Termeh Publication. Pp. 101, 218, 221. (In Persian).
8. Rashidi F. (2004). Study factors between Islamic ethical's work and organizational commitment and attitude towards organizational change. [MA Thesis]. Shiraz: Shiraz University. Pp.10, 19, 20. (In Persian).
9. Samadi A, Mahdavikhoo R. (2009). Study effecting of ethical management on organizational commitment in tax station in Hamadan. Journal of Tax; 4: 45-71. (In Persian).
10. Hafezi F, Eftekhar Z, Shojaei R. (2011).the relationship between emotional intelligence and time management with job stress in Gas Refinery Company. Journal of New Findings in Psychology; 6(19): 19-35. (In Persian).
11. Jazani N, Habibi M, Nasr S. (2010). Analysis of affecting factors on job stress and its management strategies. Journal of Management and Human Resources in the Petroleum Industry; 4(11): 127-150. (In Persian).
12. Kingama MM. (2002). ICN on occupational stress and worker health. Journal of Nursing Matters; 1: 5-12.
13. Holmlund-Rytkonen M, Strandvik T. (2005). Stress in business relationships. Journal of Business & Industrial Marketing; 20(1): 12-22.
14. Nafei W. (2015). The influence of ethical climate on job attitudes: a study on nurses in Egypt. International of Business Research; 8(2): 83-99.
15. Abou Hashish EA. (2015). Relationship between ethical work climate and nurses' perception of organizational support, commitment, job satisfaction and turnover intent. Nurs Ethics; 24(2): 151-166.
16. Qadoos Z, Ayesha A, Tayyab H, Toqeer I, Hafiz IY. (2015). The influence of job stress on employees performance in Pakistan. American Journal of Social Science Research; 1(4): 221-225.
17. Ashfaq AMR. (2013). Effects of job stress on employees job performance: a study on banking sector of Pakistan. Journal of Business and Management; 11(6): 61-68.
18. Jaramillo F, Mulki JP, Paul S. (2006). The role of ethical climate on salesperson's role Stress, job attitudes, turnover intention, and job performance. The Journal of Personal Selling and Sales Management; 26(3): 271-282.
19. Jaramillo F, Mulki JP, Marshall GW. (2005). A meta-analysis of the relationship between organizational commitment and salesperson job performance. Journal of Business Research; 58(6): 705-714.
20. Rahimnia F, Nikkhah-Farkhani Z. (2013).the effect of the ethical climate on organization's performance and turnover intentions. Journal of Management Tomorrow; 12(37): 5-22. (In Persian).
21. Ghadiri M, Shalide K, Hashemi-Sheikhshabani E, Moshkelati F. (2013).the Relationship between ethical climate and job satisfaction, organizational commitment and turnover intention. Ethics in Science and Technology; 8(3).(In Persian).
22. Soleimany N, Abasszade N, NiazAzari B. (2012).the relationship between work ethics with job satisfaction and job stress vocational training organizations in Tehran. Journal of a New Approach in the Educational Administration; 3(1): 21-38. (In Persian).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]

23. Shirkhodaei M, Tahmasbi-Roshan N, Khalili-Palandi F. (2014). Customer-oriented staff: the role of ethical work climate and fit–organization. Ethics in Science and Technology; 9(4): 1-12.(In Persian).
24. Jaros S. (2007). Meyer and Allen model of organizational commitment: measurement issues. Journal of Organizational Behavior; 6(4): 7-25.
25. Derakhshideh H, Kazemi A. (2013). The impact of job involvement and organizational commitment on satisfaction & job employees in the hotel industry in Mashhad with using structural equation modeling. Journal of Applied Sociology; 25(55): 89-101. (In Persian).
26. Aabedi E. (2011).The relationship between empowerment and organizational commitment to physical education teachers in North Khorasan province. [MA Thesis]. Babolsar: Mazandaran University. (In Persian).
27. Hellriegel DW, Slocum J. (1996). Organizational behavior. USA: South-Western College Publication. P. 567.
28. Shaghaghi M, Abbasi R, Abbasi R, Borzooei MR. (20101).The impact of satisfaction and job stress among librarians conflict management strategies public libraries foundation. Journal of Informing Research and Public Libraries; 17(1): 53-70. (In Persian).
29. Johlke MC. (2006). Sales presentation skills and salesperson job performance. Journal of Business & Industrial Marketing; 21(5): 311-319.
30. Shirkhodaei M, Madhooshi M, Hatami K. (2012).the relationship between sales skills and salesperson performance: the mediating role of job satisfaction. Journal of Management Perspective; 12: 149-169. (In Persian).
31. Mc-Callum RC, Austin JT. (2000). Applications of structural equation modeling in psychological research. Annual Review Psychology; 51: 201-226.
32. Montakhab Yegane M, Arshadi N, Neisi A. (2015). Relationship organizational ethical climate with psychological and organizational commitment, job stress and turnover intention: the moderating role of core self-assessment. Ethics in Science and Technology; 10(1): 31. (In Persian).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1396.12.2.7.4]