(مقالۀ پژوهشی)

تحلیل متغیرهای سازمانی مرتبط با رفتار اخلاقی کارکنان

عباس ثابت[1]، اردلان فیلی[2]، دکتر عبدالله توکلی[3]، دکتر سعید رازقی[4*]

1. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
2. گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران
3. گروه مدیریت، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران
4. گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

(تاریخ دریافت:95/9/28، تاریخ پذیرش: 95/12/21)

چکیده

زمینه: رفتار اخلاقی در سازمان، انعکاس ارزش‌های افراد بوده و از آن به‌عنوان رویکردی اساسی برای حذف ناهنجاری‌های اخلاقی سازمان یاد می‌شود، بر این اساس پژوهش حاضر، به بررسی و تحلیل متغیرهای سازمانی مرتبط بر رعایت رفتار اخلاقی در بین کارکنان پرداخته است.

روش: پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی، و از منظر گردآوری اطلاعات و داده‌ها از نوع توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری مطالعه، 5000 نفر از کارکنان شهرداری شیراز بوده است. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران 356 نفر تعیین گردیدکه با استفاده از روش نمونه گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، تلفیقی از چهار پرسشنامه بسته و استاندارد است. امتیازدهی پرسشنامه به‌صورت لیکرت 5گزینه‌ای بود. داده‌ها با بهره گیری از روش تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج تحلیل مسیر نشان داد که از بین متغیرهای تحقیق به ترتیب متغیرهای عزت نفس سازمانی، عدالت سازمانی و سه مؤلفه معنویت در محیط کار یعنی کار معنادار، همسویی با ارزش‌های سازمانی و احساس همبستگی بیشترین اثر را بر رعایت رفتار اخلاقی داشته‌اند.

نتیجه‌گیری: براساس یافته‌های تحقیق، اتخاذ سیاست‌هایی توسط مدیران که منجر به افزایش ادراک عدالت در سازمان، بهبود اعتماد کارکنان به مدیران و همکاران، اهمیت دادن به ارزش‌های انسانی و معنوی در محیط کار، مشارکت بیشتر کارکنان در امور سازمان و افزایش عزت نفس افراد می‌گردد، به ارتقای رعایت رفتارهای اخلاقی کارکنان کمک می‌نماید.

کلید واژگان: *رفتار اخلاقی، معنویت، عزت نفس سازمانی، عدالت سازمانی*

سرآغاز

اخلاق[1] به معنی اعتماد[2]، صداقت[3]، درستی، عدالت، فضائل شهروندی و خدمت به جامعه است که به‌صورت منشور اخلاقی[4] و قوانین رفتار حرفه ای پا به درون سازمان نهاده است (1). اخلاق لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسؤولیت پذیری کارکنان در محیط کار است (2). رفتار اخلاقی[5] در سازمان را عمل مطابق با ارزشهای اخلاقی[6] موجود در سازمان و انعکاس ارزش‌های افراد دانسته و از آن به‌عنوان رویکردی اساسی برای حذف ناهنجاری‌های اخلاقی سازمان یاد می‌شود (3 و4). محققین برای تعریف رفتار اخلاقی از دو دیدگاه ساختاری[7] و تحلیل شبکه‌های اجتماعی[8] استفاده می‌کنند (5). براساس دیدگاه ساختاری رفتار اخلاقی مطابق با خط مشی‌ها، ارزش ها و هنجارهای تجویزشدۀ سازمانی تعریف شده و سازمان به‌عنوان مبنایی برای تعیین آنچه درست و آنچه غلط است به کار می‌رود (4). بر مبنای دیدگاه تحلیل شبکۀ اجتماعی افراد توسط ویژگی‌های ارتباطاتشان با دیگران یا جایی که در شبکه‌های

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: Razeghi.saeed @ yahoo.com

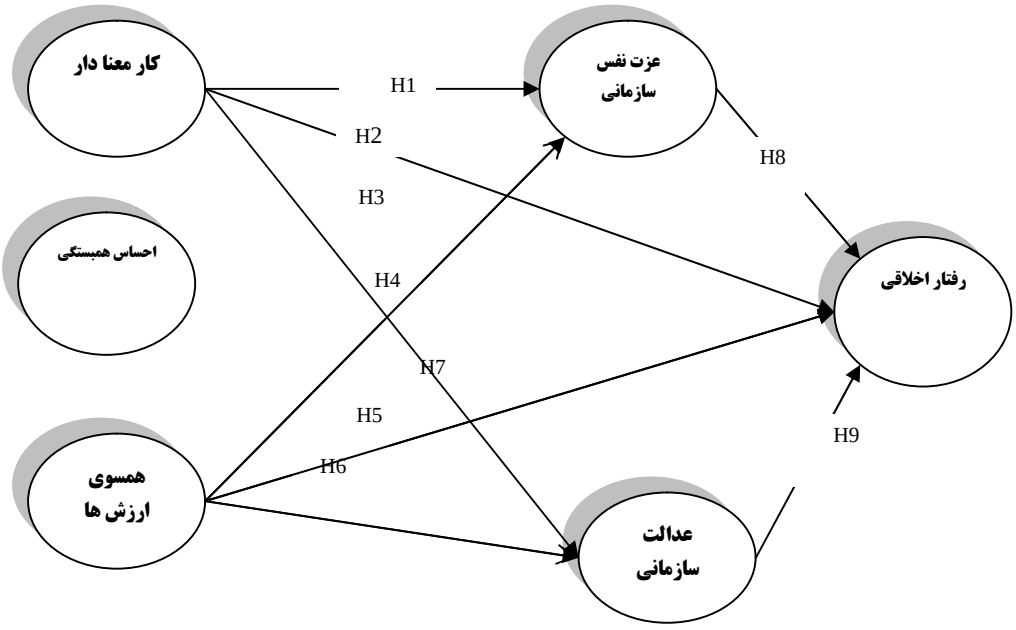
[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

اجتماعی قرار دارند، یاد می‌گیرند که به‌طور اخلاقی یا غیراخلاقی رفتار کنند (6). رفتار اخلاقی یکی از مشخصه‌های بنیادی افراد در سازمان‌های هزاره سوم و پایبندی به آن به عنوان بخشی ضروری از وظایف شغلی کارکنان به شمار می‌آید (7). بیشتر مطالعات و پژوهش ها از اهمیت رفتار اخلاقی در شکل دهی عملکرد سازمانی حمایت می‌کنند، به گونه‌ای که رعایت اخلاق توسط سازمانها، تصویر بهتر و اعتبار و منافع بلندمدت را برای آنها به همراه دارد (8). درک و ارتقای رفتار اخلاقی کارکنان نیازمند بررسی علل و میزان ارتباط مؤلفه های مختلف سازمانی با آن است. مطالعات تجربی پیشین نشان داده است که متغیر های عدالت سازمانی[9]، عزت نفس سازمانی[10] و مؤلفه‌های معنویت در محیط کار[11] تأثیر به سزایی در افزایش رفتار اخلاقی در بین افراد دارد (9 و 10).

معنویت منبعی پایدار برای سازمان‌ها است که می‌تواند به آنها در زمان‌های پر تلاطم و آشوب زده، یاری رساند و تناقض نمایی نظم و بی‌نظمی در سازمان را حل و فصل کند (11). امروزه معنویت از دو نظر، بیش از گذشته مورد توجه اندیشمندان جوامع بشری واقع شده است؛ نخست، به لحاظ نقش بازدارندگی از آسیب‌ها و هنجارشکنی‌ها و دوم، به لحاظ نقش برانگیزانندگی افراد در جهت سودرسانی و خدمت بیشتر به جامعه (12). اصطلاح معنویت در کار، توصیف کننده تجربه کارکنانی است که در کارشان پرحرارت و با انرژی هستند، کارشان آنها را ارضاء می‌کند، معنا و هدف را در کارشان درک می‌کنند و احساس می‌کنند با همکارانشان ارتباطات اثربخشی دارند (13). به عبارتی معنویت در محیط کار، چارچوبی از ارزش‌های سازمانی است که نشانه آن وجود فرهنگی است که کارکنان را به‌طور فزاینده‌ای به ورای فرایندهای کاری می‌برد و فهم آنها را از ارتباط با دیگران بهبود می‌بخشد به گونه‌ای که احساس لذت را تجربه می‌کنند (14). پژوهشگران معنویت در محیط کار را در سه بعد، کار معنادار[12] در سطح فردی، احساس همبستگی[13] در سطح گروهی و همسویی با ارزش‌های سازمانی[14] در سطح سازمانی توصیف می‌نمایند (15). کار معنادار اشاره به لذت بردن از کار، انرژی گرفتن از کار و احساس هدف و معنا در کار دارد. احساس همبستگی اشاره به احساس پیوند با همکاران، پشتیبانی کارکنان از همدیگر و هدف مشترک دارد. همسویی با ارزش‌ها سازمانی اشاره به پیوند با اهداف و ارزش‌های سازمان و ملاحظه سازمان نسبت به کارکنانش دارد (16).

عدالت و اجرای آن یکی از نیازهای اساسی و فطری انسان است



نگاره1: مدل مفهومی پژوهشی

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

که همواره در طول تاریخ وجود آن بستری مناسب را جهت توسعه جوامع انسانی فراهم کرده است (17). عدالت سازمانی، ادراک کارکنان سازمان از دریافت منصفانه و واکنش‌های رفتاری آنان به چنین ادراکاتی را توصیف می‌کند (18). طبق تحقیقات سه نوع عدالت در محیط کار شناخته شده است (19). عدالت توزیعی[15] که عبارت است از انصاف مشاهده شده در توزیع منابع یا تخصیص‌هایی که یک فرد از سازمان دریافت کرده است (20)، عدالت رویه‌ای[16] که بر فرایندی که منجر به نتایج می‌شود، تأکید می‌کند(21) و در نهایت عدالت مراوده‌ای[17] که بر ادراکات افراد از کیفیت رفتارهای بین شخصی در طول اجرای رویه‌ها تمرکز می‌کند (22).

عزت نفس سازمانی شامل ادراک فرد از میزان کارآمدیش، وقوف فرد از میزان اهمیت و ارزشمندیش در سازمان، مفید بودن و سودمندی فرد در سازمان، توانایی فرد در تشریک مساعی با دیگران، توانایی در انجام کارهای متفاوت، میزان اعتماد به فرد، درجه اهمیت فرد در سازمان، جدی گرفتن فرد در سازمان و استفاده از توانمندی‌های وی است (23). عزت نفس سازمانی در محیط‌های اجتماعی سازمان رشد می‌یابد و نتیجه پیام‌هایی است که فرد از دیگران در خصوص صلاحیت‌های خود دریافت می‌کند (24). همچنین عزت نفس سازمانی در موقعیت هایی که مدیران چالش‌ها و موقعیت‌های تشویقی را ایجاد می‌نمایند، افزایش یافته و همچنین وقتی خود شغل پیچیده و چالش انگیز باشد، نیز ارتقاء می‌یابد (25). در نهایت با توجه به مطالب بیان شده هدف پژوهش حاضر بررسی و تحلیل متغیرهای سازمانی مرتبط با رعایت رفتار اخلاقی در بین کارکنان شهرداری شهر شیراز می‌باشد. هر تحقیق علمی بر پایه یک چارچوب نظری استوار است که متغیرهای مورد نظر و روابط میان آنها را مشخص می‌نماید. اساس این تحقیق بر دیدگاه چند تن از محققان و مدل‌های ارائه شده توسط آنها شکل گرفته است. در تحقیق حاضر متغیرها به سه دسته ملاک (رفتار اخلاقی)، واسطه‌ای (عزت نفس سازمانی و عدالت سازمانی) و پیش بین (ابعاد معنویت در محیط کار) تقسیم می‌شوند. بر این اساس، مدل مفهومی تحقیق به‌صورت زیر شکل گرفته است.

روش

پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی و از بعد ماهیت و روش، به‌دلیل اینکه به دنبال شناسایی عوامل و متغیرهای مرتبط با رعایت رفتار اخلاقی و تعیین روابط بین آنهاست، توصیفی است و از جهت اینکه به دنبال تعیین نوع و میزان همبستگی بین متغیر هاست، از نوع همبستگی و از حیث زمانی از نوع تحقیقات مقطعی به شمار می‌آید. جامعه آماری مطالعه، 5000 نفر از کارکنان شهرداری شهر شیراز است و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران356 نفر تعیین گردید.

$$n=\frac{NZ^2pq}{(N-1)d^2+z^2pq}=\frac{5000\times 3/84\times 0/5\times 0/5}{(5000-1)0/0025+3/84\times 0/5\times 0/5}=356$$

روش نمونه‌گیری به‌صورت خوشه‌ای تصادفی انجام گرفت. نتایج به‌دست آمده از آمار جمعیت شناختی گروه نمونه نشان داد که در مجموع 72/3 % از پاسخگویان مرد و 27/7% دیگر زن هستند. در خصوص تحصیلات 22/4% دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری ، 53/62% دارای مدرک کارشناسی، 12/8% دارای مدرک کاردانی و 11/18% دارای مدرک دیپلم هستند. در مورد رده سنی 46/18% پاسخ دهندگان سنی بین 25 تا 35 سال، 38/5% پاسخ دهندگان سنی بین 36 تا 45 سال،15/32% پاسخ دهندگان سنی بین46 تا 55 سال دارند.

برای سنجش متغیرهای پژوهش از ابزارهای استاندارد استفاده به عمل آمد. متغیر معنویت در محیط کار با پرسشنامه‌ای که مجموعاً 21 گویه برای سنجش ابعاد سه گانه این متغیر دارد، سنجیده شد. بعد کار معنی‌دار 6 پرسش، بعد احساس همبستگی دارای7 پرسش و همچنین بعد همسویی با ارزش‌های سازمانی دارای 8 پرسش است (26). جهت سنجش متغیر عزت نفس سازمانی از پرسشنامه‌ای با 10 گویه استفاده شد (27). ابعاد سه گانه عدالت سازمانی نیز با پرسشنامه ای مرکب از 18 گویه سنجیده شد. در این پرسشنامه عدالت توزیعی 5 پرسش، عدالت رویه‌ای 5 پرسش و عدالت تعاملی 8 سوال دارد (28). در نهایت

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

برای سنجش متغیر رفتار اخلاقی از پرسشنامه‌ای با 15 گویه استفاده شد (29).

مشهورترین ابزار برای آزمون قابلیت اعتماد پرسشنامه، یا همان پایایی، ضریب آلفای کرونباخ است که به منظور محاسبهٔ هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسشنامه‌هایی که ویژگی‌های مختلفی را می‌سنجند، به کار می‌رود. این کمیت بین صفر و یک تغییر می‌کند، ضریب پایایی صفر، معرف عدم پایایی و ضریب پایایی یک، معرف پایایی کامل است. مقادیر بالای 0/7 برای آلفای کرونباخ مطلوب است (30). همچنین به منظور دست‌یابی به اعتبار همگرا و میزان همبستگی، آزمون‌های پایایی مرکب و میانگین واریانس اقتباس شده ارزیابی شد. پایایی مرکب بالاتر از0/8 همراه با میانگین واریانس حداقل 0/5 دو شرط لازم برای اعتبار همگرا و همبستگی یک سازه هستند(31).

جدول 1: شاخص‌های روایی،پایایی

متغیر	میانگین واریانس تبیین شده	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
معنویت در محیط کار	0/689	0/925	0/89
عزت نفس سازمانی	0/512	0/821	0/74
عدالت سازمانی	0/632	0/896	0/79
رفتار اخلاقی	0/569	0/852	0/82

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها ی تو صیفی و ضریب آلفای کرونباخ از نرم افزار SPSS استفاده شد همچنین برای آزمون فرضیه‌ها از معادلات ساختاری و تحلیل مسیر (به وسیله نرم افزار LISREL 8.50) استفاده گردید.

یافته‌ها

از آنجایی که پایه و اساس مطالعات تحلیل مسیر همبستگی بین متغیرها می‌باشد، در ادامه ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش آورده می‌شود (جدول2).

جدول2: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	1	2	3	4	5	6
کار معنادار	1					
احساس	0/15*	1				
همبستگی همسوی با ارزش‌های سازمانی	0/22**	0/28**	1			
عزت نفس سازمانی	0/19**	0/31**	0/26**	1		
عدالت سازمانی	0/35**	0/18**	0/38**	0/42**	1	
رفتار اخلاقی سازمانی	0/44**	0/25**	0/31**	0/45**	0/53**	1

* P < 0/05 ** P < 0/01

با توجه به جدول2 می بینیم که از میان متغیرهای پیشبین پژوهش بالاترین ضریب همبستگی با متغیر ملاک به ترتیب برابر است با کار معنا دار (0/44)، همسویی با ارزش‌های سازمانی (0/31) و احساس همبستگی (0/25)، که از نظر آماری در سطح 0/01 معنی دار می‌باشند . در میان متغیرهای واسطه‌ای پژوهش نیز عدالت سازمانی (0/53) و عزت نفس سازمانی (0/45) بالاترین ضریب همبستگی با متغیر ملاک را دارا می‌باشند که از نظر آماری در سطح 0/01 معنی دار می‌باشد .

از آنجایی که در این پژوهش هدف ارائه مدل علی مبتنی بر، بررسی نقش واسطه‌ای و پیش بینی کننده متغیرها یعنی برآورد اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و مقادیرt بین متغیرها در مدل است از روش تحلیل مسیر استفاده شد. جدول (3)، اثرات مستقیم، غیرمستقیم ، کل و مقدار t مربوط به متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول3: اثرات مستقیم، غیر مستقیم ، کل و مقدار t مربوط به متغیرهای پژوهش

اثرات	اثرات مستقیم	اثرات غیر مستقیم	اثرات کل	Value T
بر روی رفتار اخلاقی:				

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

کار معنادار	0/24**	0/1	0/34	5/12
احساس همبستگی همسوی ارزش‌های سازمانی	0/16**	0/09	0/25	3/31
عزت نفس سازمانی	0/20**	0/12	0/32	3/96
عدالت سازمانی	0/35**	-------	0/35	6/34
بر روی عزت نفس سازمانی:	0/32**	-------	0/32	6/19
کار معنادار	0/14**	-------	0/14	3/05
احساس همبستگی همسوی ارزش‌های سازمانی	0/12**	-------	0/12	2/18
بر روی عدالت سازمانی:	0/26**	-------	0/26	5/32
کار معنادار	0/18**	-------	0/18	3/45
احساس همبستگی همسوی ارزش‌های سازمانی	0/21**	-------	0/21	4/85
	0/29**	-------	0/29	5/56

* P < 0/05 ** P < 0/01

با توجه به جدول 3 مؤلفه کار معنادار (P<0/01 و T =5/12 و B =0/24) اثری مستقیم و معنی‌دار با رفتار اخلاقی دارد، مؤلفه کار معنادار ازطریق متغیرهای عزت نفس سازمانی و عدالت سازمانی بر رفتار اخلاقی اثر غیرمستقیم (0/1) دارد مؤلفه کار معنادار (P<0/01 و T =3/05 و B =0/14) اثری مستقیم و معنی دار با عزت نفس سازمانی دارد، در نهایت مؤلفه کار معنادار (P<0/01 و T =3/45 و B =0/18) اثری مستقیم و معنی دار با عدالت سازمانی دارد.

مؤلفه احساس همبستگی با (P<0/01 و T =3/31 و B =0/16) اثری مستقیم و معنی دار با رفتار اخلاقی دارد ، مؤلفه احساس همبستگی ازطریق متغیرهای عزت نفس سازمانی و عدالت سازمانی بر رفتار اخلاقی اثر غیر مستقیم (0/09) دارد همچنین مؤلفه احساس همبستگی (P<0/05 و T =2/18 و B =0/12) اثری مستقیم و معنی دار با عزت نفس سازمانی دارد، در نهایت مؤلفه احساس همبستگی (P<0/01 و T =4/85 و B =0/21) اثری مستقیم و معنی‌دار با عدالت سازمانی دارد.

مؤلفه همسوی با ارزش‌های سازمانی با (P<0/01 و T =3/96 و B =0/20) اثری مستقیم و معنی دار با رفتار اخلاقی دارد ، مؤلفه همسوی با ارزش‌های سازمانی ازطریق متغیرهای عزت نفس سازمانی و عدالت سازمانی بر رفتار اخلاقی اثر غیر مستقیم (0/12) دارد همچنین مؤلفه همسوی با ارزش‌های سازمانی (P<0/01 و T =5/32 و B =0/26) اثری مستقیم و معنی‌دار با عزت نفس سازمانی دارد، در نهایت مؤلفه همسوی با ارزش‌های سازمانی (P<0/01 و T =5/56 و B =0/29) اثری مستقیم و معنی دار با عدالت سازمانی دارد.

متغیر عزت نفس سازمانی با (P<0/01 و T =6/34 و B =0/35) اثری مستقیم و معنی دار با رفتار اخلاقی دارد همچنین متغیر عدالت سازمانی (P<0/01 و T =6/19 و B =0/32) اثری مستقیم و معنی دار با رفتار اخلاقی دارد.

در مطالعه حاضر، برای سنجش برازش مدل، از چندین شاخص بر اساس جدول شماره 4 استفاده شده است. شاخص‌های نکویی برازش، حاکی از برازش بسیار خوب مدل در جامعه آماری تحقیق است.

جدول4: شاخص‌های نیکویی برازش مدل

شاخص‌های برازش	ارزش	مقدار قابل قبول
GFI	0/95	حداقل 0/9
AGFI	0/97	حداقل 0/9
CFI	0/98	حداقل 0/9
RMSEA	0/05	کمتر 0/09
NfI	0/96	حداقل 0/9
IfI	0/92	حداقل 0/9

بحث

در این پژوهش به بررسی و تحلیل متغیرهای سازمانی مرتبط با رعایت رفتار اخلاقی در میان کارکنان شهرداری شیراز پرداخته

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

شد و اثرات مستقیم و غیرمستقیم آنها با یکدیگر و با متغیر ملاک مورد آزمون قرار گرفت. با توجه به تأیید تمامی فرضیه‌های موجود، مدل مفهومی پژوهش حاضر مدل مناسبی برای پیش‌بینی متغیرهای سازمانی مرتبط با رعایت رفتار اخلاقی در بین افراد است.

یافته‌های تحقیق نشان داد که مؤلفه‌های معنویت در محیط کار، اثر مستقیم و معناداری با عزت نفس سازمانی دارد. نتایج تحقیقات گذشته، این یافته را تأیید می‌کند (32). معنویت ماهیت کار را تغییر می‌دهد، افراد را نیرومند می‌سازد و ارتباط بین مدیران و کارکنان را دگرگون می‌کند (33). در سازمانی که معنویت در محیط کار در سطح بالاتری قرار دارد، کارکنان باور دارند، که محیط کار برای آنها سالم تر و مطلوب تر است، می‌توان بیان کرد که معنویت در محیط کار منجر به رشد اعتماد به نفس، بردباری، صداقت، تعهد، اعتماد و خلاقیت بیشتر کارکنان می‌شود. این ارزش‌ها افراد را به مشارکت بیشتر در سازمان‌ها ترغیب می‌کند و باعث افزایش عزت نفس سازمانی در میان آنان می‌شود (34). علاوه بر این، کارکنان معنوی با توجه به افرایش حس انگیزه و معنی داری شغل عملکرد بهتری دارند(35).

نتایج تحلیل مسیر نشان داد که مؤلفه‌های معنویت در محیط کار بر عدالت سازمانی اثرگذار است. هم چنین محققان دیگری، نشان دادند که معنویت در محیط کار ، اثر مستقیم و معناداری با عدالت در سازمان‌ها دارد (36). سازمان‌های معنویت گرا با توجه به شرایط فرهنگی، ارزشهای افراد سازمان و نحوه مدیریت، به گونه‌ای هستند که عدالت سازمانی را ارتقا می‌دهند. بهبود معنویت سازمانی در هر سه سطح فردی، گروهی و سازمانی بر عدالت سازمانی مؤثر است. برای افزایش معنویت سازمان و تحقق عدالت سازمانی می‌توان از راهکارهای مانند ارزیابی منصافه از کار، تشویق کارکنان به پذیرش ریسک منطقی، ایجاد محیطی لذت بخش در سازمان، از بین بردن موانع معنویت و ایجاد روابطی سازنده بین کارکنان در سطوح مختلف سازمانی بهره برد.

نتایج تجزیه و تحلیل آماری نشان داد که مؤلفه‌های معنویت در محیط کار اثر مستقیم و معنا داری بر متغیر رفتار اخلاقی دارد، در تبیین این رابطه می‌توان بیان کرد که در جوامعی که بیشتر مردم دیندار هستند و با نظر به رویکردی که معنویت را در پیروی از دینی خاص می‌داند، امکان تقویت معنویت در سازمان‌ها و محیط کار بیشتر است و در نتیجه رفتارهای اخلاقی کارکنان هم به تبع آن افزایش می‌یابد (37). هر چه درک کارکنان از معنویت کار بیشتر باشد، آنها احساس رضایت و یکپارچکی بیشتری دارند و رضایت آنها را نسبت به کار افزایش می‌دهد. از این رو، معنویت در محیط کار به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم رفتار اخلاقی کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (38). با توجه به این که معنویت در محیط کار، چارچوبی از ارزش‌های سازمانی ایجاد می‌کند که نشانه آن وجود فرهنگی است که کارکنان را به‌طور فزایندهای از میان فرایندهای کاری فراتر می‌برد و فهم آنها را از ارتباط با دیگران بهبود می‌بخشد، به گونه ای که احساس لذت را تجربه می‌کنند، بنابراین وجود معنویت در تمام عرصه ها باعث ایجاد نوعی معنا و آگاهی در زندگی می‌شود. معنا در زندگی هویت هر شخص را تشکیل می‌دهد و امری است که افراد بشر را منحصر به فرد می‌سازد و به ایجاد رفتار اخلاقی کمک می‌کند(39). این رویکرد با سایر تحقیقات تجربی پیشین که نشان دادند معنویت در محیط کار اثر معناداری با رفتار اخلاقی کارکنان دارد همسو می‌باشد(40).

نتایج آزمون مدل نشان داد که متغیر عزت نفس سازمانی بر متغیر رفتاراخلاقی کارکنان دارای اثر مستقیم و معنادار است. عزت نفس سازمانی ظرفیت‌های بالقوه‌ای را برای بهره برداری از توانایی های انسانی که از آن استفاده کامل نمی شود، در اختیار می‌گذارد. کارکنان دارای عزت نفس سازمانی بالا، توانمند بوده و به سازمانشان نفع می‌رسانند، آنان زندگی و شغل خود را دارای هدف می‌دانند و در سازمان با احساس هیجان، مالکیت و افتخار بهترین ابداعات و افکار خود را پیاده می‌سازند و با احساس مسوولیت کار کرده و اهداف و منافع سازمان را بر اهداف و منافع خود ترجیح می‌دهند. بنابراین عزت نفس سازمانی عاملی سازنده و افزایش دهنده احساس ارزشمندی و توانمندی در کارکنان به شمار می‌آید و موجب افزایش تعهد و

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

رفتار اخلاقی در افراد می‌شود که این نتیجه همسو با تحقیقات گذشته می‌باشد (41).

در نهایت بر اساس یافته های تحقیق، فرضیه مدل مبتنی بر اثرگذاری مستقیم عدالت سازمانی بر رعایت رفتار اخلاقی کارکنان تأیید گردید. به‌عبارتی نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که درک عدالت سازمانی، پیش بینی کننده رفتار اخلاقی کارکنان است که همسو با تحقیقات گذشته، می‌باشد (42). به‌طور منطقی می‌توان بیان کرد که بافت و محیط اخلاقی بر رفتارهای کارکنان از جمله رفتار اخلاقی تأثیر می‌گذارد (43). نقش عدالت در سازمان‌ها بیان می‌کنند که فعالیتهای و اقدامات سازمانی نمونه رفتار اخلاقی است (44). هم اخلاقیات و هم عدالت سازمانی در مفهوم عدالت ریشه دارد و شامل قضاوتهایی دربارهٔ آنچه که درست یا غلط است، می‌باشد (45). بنابراین برای ترویج و ارتقای رفتار اخلاقی در سطح سازمان مدیران می‌توانند به شفافیت رویه های تصمیم گیری سازمانی و روابط میان افراد و روابط چندجانبه میان آنان بپردازند، بنابراین درصورتی که کارکنان معتقد باشند که خط مشی‌ها و رویه‌ها توسط مدیران و دیگر افراد سازمان با توجه به اخلاقیات پیگیری می‌شوند؛ آنگاه رفتارهای اخلاقی در سازمان شدت می‌یابد. در نهایت می‌توان بیان کرد که سازمان نقش مهمی در رفتارهای فردی کارکنان ایفا می‌کند. ایجاد ارزشهای اخلاقی در سطح سازمان می‌تواند از طریق تأثیر بر متغیرهای سازمانی مانند عدالت سازمانی منجر به سطح بالاتر رفتار اخلاقی کارکنان شود.

نتیجه‌گیری

با توجه به یافته های پژوهش مبتنی بر ارتباط معنادار متغیرهای پیشبین و واسطه‌ای بر متغیر ملاک می‌توان بیان کرد که با توجه به اهمیت و تأثیر معنویت در محیط کار، عزت نفس سازمانی و عدالت بر روی رفتار اخلاقی کارکنان، بایستی در این زمینه تلاش جدیتری از سوی مدیران سازمان برای تقویت این متغیرها صورت بگیرد. انجام اقداماتی مانند رعایت عدالت در سازمان، اعتماد کارکنان به مدیران و همکاران، اهمیت دادن به ارزشهای انسانی و معنوی در محیط کار، مشارکت بیشتر کارکنان در امور سازمان و لذت بخش نمودن کار می‌تواند مفید واقع شود. افرادی که در سازمان معنویت بالایی را تجربه می‌کنند، در کار و سازمان خود احساس معنا و مفهوم عمیقی دارند و کار خود را هدفمند می‌دانند و با احساس عزت نفس بالا و تعهد به شغل و سازمان خود احساس رضایت می‌کنند. به عبارت دیگر ادراک فضای اخلاقی و ابعاد معنوی سازمان به افزایش رفتارهای مثبت کارکنان منجر شده و با ارتقا سطح معنویت محیط کاری، عملکرد کارکنان بهبود می‌یابد؛ که این امر اهمیت توجه به رفتارهای اخلاقی را در سازمان‌ها نشان می‌دهد. در نهایت کارکنانی که رفتاراخلاقی بالایی دارند، بیشتر در رفتارها و فعالیتهای فرانقش یا فرا وظیفه ای شرکت می‌کنند که متعاقب آن محیط سازمان به‌عنوان یک محیط اخلاقی سالم شناخته می‌شود.

ملاحظه‌های اخلاقی

با توجه به تعهد و التزام به ملاحظات اخلاقی پژوهش، در این پژوهش، اطلاع رسانی در خصوص اهداف پژوهش و کسب رضایت آگاهانه کارکنان برای تکمیل پرسشنامه، دریافت و تحلیل پرسشنامه‌ها در نهایت رازداری و امانتداری و صداقت در گزارش نتایج و منابع مورد استفاده، رعایت شده است.

سپاسگزاری

گروه پژوهش بر خود لازم می‌داند که از کلیه مسئولان، کارکنان و مدیران شهرداری شهر شیراز که صمیمانه گروه پژوهش را در انجام این پژوهش یاری دادند، نهایت سپاس و قدردانی را به عمل آورد.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

واژه‌نامه

اخلاق	1. Ethics
اعتماد	2. Trust
صداقت	3. Honesty
منشور اخلاقی	4. Principles of Professional Ethics
رفتار اخلاقی	5. Ethical Behavior
ارزش‌های اخلاقی	6. Ethical Value
دیدگاه ساختاری	7. Structural perspective
دیدگاه تحلیل شبکه اجتماعی	8. Social network analysis views
عدالت سازمانی	9. Organizational Justice
عزت نفس سازمانی	10. Organization-Based Self-Esteem
معنویت در محیط کار	11. Workplace Spirituality
کار معنادار	12. Meaningful Work
احساس همبستگی	13. Sense of Community
همسویی با ارزش‌های سازمانی	14. Alignment with Organization Values
عدالت توزیعی	15. Distributive Justice
عدالت رویه‌ای	16. Procedural Justice
عدالت تعاملی	17. Interactive Justice

Reference

1. Zameni F. (2016). The relationship between developments of managers' ethical behavior with organizational health. Iran J Bioethics; 6(20): 47-66. (In Persian).

2. Dessler G. (1999). Fundamentals of human resources management: Translated by: Parsaeian A & Aarabi SM. Tehran: Cultural Researches Office. (In Persian).

3. Lupuleac ZL, Lupuleac S, Rusu C. (2012). Changing ethical behavior in times of economic crisis in organizations. Procedia Economics and Finance; (3): 921 – 927.

4. Baker TL, Hunt TG, Andrews MC. (2006). Promoting ethical behavior and organizational citizenship behaviors: The influence of corporate ethical values. Journal of Business Research; (59): 489-857.

5. Hunt SD, Wood VR, Chonko LB. (1989). Corporate ethical values and organizational commitment in marketing. The Journal of Marketing; (53): 79-90.

6. DeNicolis J, Rodriguez–Srednick O, Kutcher EJ, Indovino L, Rosner E. (2005). Work-family conflict, work-family culture, and organizational citizenship behavior among teachers. Journal of Business and Psychology ; (20): 303-323.

7. Nikkhah Farkhani Z, Rahimnia F, Kazemi M, Shirazi A. (2015). Modeling the ethical behavior of nurses using the theory of virtue ethics. Iranian Journal of Medical Education; 7 (6) :29-48. (In Persian).

8. Salehnia M, Allah Tavakoli Z. (2009). Organizational ethics with an emphasis on ethical charter. Ethics in Science & Technology; 4(3): 66-78. (In Persian).

9. Derakhshide H, Rezaiedolatabadi H. (2013). Role of employees' ethical behavior in organizational justice - job satisfaction relationship: case study on three, four and five-star hotels in Tehran. Journal of Management and Development Process; 26 (3) :97-114. (In Persian).

10. Jackson K. (1999). Spirituality as foundation for freedom and creative imagination spirituality in international business ethics. Journal of Business Ethics; 19(1): 61-70.

11. Parboteeah K, Praveen P, John B. (2009). Religious groups and work value, a focus on Buddhism, Christianity, Hinduism, and Islam. International Journal of Cross Cultural Management; 9 (1): 51-67.

12. Mirzaei-Tavakoli M, Shariatmadari M. (2015). The effect of spirituality at workplace and organizational commitment on job satisfaction of the staff of the supreme leader's representative office at universities. Journal of Management in The Islamic University; 4(9):59-76. (In Persian).

13. Ashmos P, Duchon D. (2000). Spirituality at work: a conceptualization and measure. Journal of Management Inquiry; 9(2): 134-145.

14. Ashforth BE, Pratt MG. (2003). Institutionalized spirituality: An oxymoron? In: Giacalone C L, Jurkiewicz C L, Editords. The handbook of workplace spirituality and organizational performance. Armonk, NY: M.E.Sharpe. pp. 93-107.

15. Milliman J, Czaplewski AJ, Ferguson J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes, An exploratory empirical assessment. Journal of Organizational Change Management; 16 (4):426-447.

16. Riasudeen S, Prabavathy R. (2011). Relationship of workplace spirituality and work attitude in manufacturing organization. Global Management Review; 5(4), 29-37.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

17.Mousavi Gilani SR, Mousavi SJ, Asli MM. (2016). Survey of relationship between organizational justice and competitive intelligence on the effectiveness among staff of youth and sports office in Sistan and Baluchestan. Journal of Organizational Behavior Management in Sport Studies; 3(9):39-46. (In Persian).

18.Nadiri H, Tanova C. (2010). An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry. International Journal of Hospitality Management; (29): 33-41.

19.Mcdowall A, Fletcher C. (2004). Employee development: an organizational justice perpective. Journal of Personal Review; 33(1): 8 – 29.

20.Arizi H, Barati H, Noori A. (2010). The relationship of multiple simple organizational justice and job performance of the enterprise melting. Journal of Management Perspective; 33 (2): 28-9. (In Persian).

21.Crow MS, Lee C, Joo G. (2012). Organizational justice and organizational commitment among South Korean police officers: an investigation of job satisfaction as a mediator, policing. An International Journal of Police Strategies & Management; 35(2): 402-423.

22.Scandura TA. (1999). Rethinking leader-member exchange: An organizational justice perspective. Leadership Quarterly; (10): 25-40.

23.Pierce JL, Dunhum RB, Cummings LL. (1993). The moderation effect of organization-based self-esteem on role condition- employee response relationship. Academy of Management Journal; (26): 271-288.

24.Pierce LJ, Gardner DG. (2004). Self-esteem within the work and organizational context: A review of the organization - based self‐esteem. Journal of Management; 30(5):591-622.

25.Phillips GM. (2000). Perceived organizational support: An extended model of the mediating and moderating effects 0f self- structures.[MA. Thesis]. NY; University of Akron.

26.Milliman J, Czaplewski AJ, Ferguson J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes, an exploratory empirical assessment. Journal of Organizational Change Management; 16(4): 426-447.

27.Pierce JL, Dunhum RB, Cummings LL. (1993). The moderation effect of organization-based self-esteem on role condition- employee response relationship. Academy of Management Journal; (18): 271-288.

28.Colquitt JA. (2001). on the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. Journal of Applied Psychology; 86(3): 386 – 400.

29.Swanson L, Hill G. (1993). Meta cognitive of moral reasoning and behavior. Adolescence Journal; 28(6): 711-725.

30.Sekaran O. (2009). Methods in management research. Translated by: Saebi M, Shirazi M. Tehran: Management Education Institute. (In Persian).

31.Fornell C, Larcker D. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: algebra and statistics. Journal of Marketing Research; 18(3): 382-88.

32.Shahbaz V. (2013). Role ambiguity and employee's organization based self-esteem: Moderating effect of workplace spirituality. Pakistan: International Conference on Business Management in Lahore.

33.Kazemi KH. (2004). Management based on spirituality. Journal of Tadbir; (149): 79-80 (in Persian).

34.Taniguchi T, Fajii Y. (2014). Validity, reliability and significance of assessment of sense of contribution in the workplace. International Journal of Environmental Research and Public Health; (18):1594-1609.

35.Sprung M, Sliter Michael T, Steve M. (2012). Spirituality as a moderator of the relationship between workplace aggression and employee outcomes. Personality and Individual Differences; (53): 930–934.

36.Salehi Sadaghiani J, Beikzad J, Jafary S, Ghorbannejad Maleki S. (2012). Spirituality at the workplace and its role on organizational justice. Management Science Letters; (2): 391–396. (In Persian).

37.Farhangi AA, Fatahi M, Vasegh B. (2006). Workplace spirituality and its role in improving organizational citizenship behavior. Organizational Culture Management; (13): 5-36. (In Persian).

38.Fry W, Hnnah S, Noel M, Walumb F. (2012). Impact of spiritual leadership on unit performance. The Leadership Quarterly; 23(3): 261-278.

39.Mhdad A, Asadi M, Golparvar M. (2015). Anticipated capital through spirituality in the workplace psychological and moral leadership. Ethics in Science & Technology; 10(1):53-62. (In Persian).

40.Rezaiimanesh B, Kermanshahi SH. (2010). Relation between spirituality and organizational commitment in workplace. Journal of Strategic Management; (46): 89-112. (In Persian).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]

41.Gist ME, Mitchell TR. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. Academy of Management Review; 17(2):183-211.

42.Okpara JO, Wynn P. (2008). The impact of ethical climate on job satisfaction, and commitment in Nigeria, Implications for management development. Journal of Management Development; 9(27): 935-950.

43.Cohen-Charash Y, Spector PE. (2001). the role of justice in organizations: A meta-analysis. Organizational Behavior Human Decision Process; (86): 278–321.

44.Baker TL, Hunt TG, Andrews MC. (2006). Promoting ethical behavior and organizational citizenship behaviors: The influence of corporate ethical values. Journal of Business Research;(59): 849-857.

45.Schminke M. Ambrose M L. (1997). The effect of ethical frameworks on perceptions of organizational justice. Academic Management Journal, (40): 1190-1207.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.2.11.5]