نقش هویت‌یابی و باورهای اخلاقی کارکنان در نتایج عملکردی رهبری اخلاقی

دکتر هوشنگ تقی‌زاده[1*]، غلامرضا سلطانی فسقندیس[2]

1. **گروه مدیریت، واحد تبریز دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران**

2. **گروه مدیریت، پردیس بین‌الملل، دانشگاه فردوسی مشهد**

(تاریخ دریافت 93/10/4، تاریخ پذیرش 93/12/14)

چکیده

زمینه: تحقیقات اندکی در رابطه با بررسی ساز و کارهایی که رهبری اخلاقی از طریق آنها منجر به نتایج مثبت عملکردی کارکنان می‌شود، وجود دارد. در این میان هویت‌یابی کارکنان و باورهای اخلاقی آنان از جمله متغیرهایی می‌باشند که می‌توانند در رابطه رهبری اخلاقی با بسیاری از نتایج عملکردی نقش واسط و تعدیل‌کننده داشته باشند؛ بر همین اساس نیز هدف این مقاله بررسی نقش هویت‌یابی و باورهای اخلاقی کارکنان در نتایج عملکردی رهبری اخلاقی می‌باشد.

روش: این تحقیق براساس روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بوده است. جامعه آماری این تحقیق 245 نفر از کارمندان یک شرکت داروسازی در شهر تبریز می‌باشد که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه تعداد 181 نفر به عنوان حجم نمونه آماری مشخص گردیده است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پنج پرسشنامهٔ استاندارد استفاده شده است. برای آزمون فرضیه‌ها نیز از رویکرد حداقل مربعات جزئی در مدل‌های مسیری-ساختاری استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هویت‌یابی با دو بعد هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای نقش میانجی کننده در ارتباط میان رهبری اخلاقی با عملکرد کارکنان داشته است. باورهای اخلاقی کارکنان نیز دارای اثر تعدیلی قوی در شدت رابطه رهبری اخلاقی با هویت‌یابی رابطه‌ای و همچنین اثر تعدیلی متوسطی در شدت رابطه رهبری اخلاقی با هویت‌یابی سازمانی بوده است.

نتیجه گیری: نتایج تحقیق نشان می‌دهد که برای اثربخشی رهبری اخلاقی بایستی نقش سایر متغیرهای اثرگذار بر رابطه رهبری اخلاقی و عملکرد مورد توجه قرار گیرد.

کلید واژگان: *هویت‌یابی، باورهای اخلاقی، رهبری اخلاقی*

سرآغاز

در قرن حاضر یکی از مهم‌ترین ویژگی‌هایی که در رهبران مدنظر می‌باشد رهبری اخلاقی[1] است. رهبری اخلاقی از جمله بحث‌هایی است که از دهه‌های پایانی قرن بیستم وارد حوزه مدیریت و رهبری شده است؛ در همین زمینه تحقیقات مختلفی نیز انجام گرفته و هنوز هم در حال انجام است(1). افزایش روز افزون تحقیقات در زمینه رهبری اخلاقی، حاکی از تأثیر معنادار این نوع رهبری در بسیاری از پیامدهای مثبت عملکردی کارکنان[2] همچون عملکرد شغلی[3]، آوای کارکنان[4] و حتی رفتارهای منفی در بین پیروان این نوع رهبری است(2-4). در سال‌های اخیر نیز تحقیقات در این زمینه از توجه صرف به نقش رهبری اخلاقی در دستیابی به پیامدهای عملکردی مثبت و منفی به سمت تحقیقاتی تغییر جهت داده که در آن نقش متغیرهایی بررسی می‌گردد که می‌تواند در رابطه رهبری اخلاقی

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: taghizadeh @ iaut.ac.ir

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

و نتایج عملکردی پیروان نقش واسط[5] و تعدیل‌کننده‌ای[6] داشته باشند(5).

ساختار رهبری اخلاقی با تکیه بر نظریه یادگیری اجتماعی[7] بنیان نهاده شده است(2). بر اساس این نظریه رفتار و عمل اخلاقی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی[8] باعث توجه و الگوبرداری توسط افرادی که شاهد و ناظر این رفتارها و ارزش‌های اخلاقی هستند، می‌شوند(6). محققینی با استفاده از یادگیری اجتماعی این نظریه را مطرح نمودند که پیروان رهبران اخلاقی با مشاهده رفتار مشروع[9]، جذاب[10] و معتبر[11] رهبری اخلاقی، رفتارهای مناسب را یاد می‌گیرند که در نهایت باعث نتایج مثبت عملکردی در آنان می‌گردد(2). رهبری اخلاقی طی سالهای آغازین هزاره سوم میلادی در حوزه ایجاد یک فضای کاری سالم و به واسطه پیامدهای سازمانی، گروهی و فردی که به همراه دارد، به شدت مورد توجه قرار گرفته است(1، 2 و 7).

رهبران اخلاقی به عنوان افرادی پایبند به اصول، جامعه‌پذیر و درستکار مشخص می‌شوند که تصمیمات متعادل و خوب می‌گیرند، به طور معمول پیرامون اصول اخلاقی با پیروانشان ارتباط برقرار می‌کنند، معیارهای اخلاقی شفاف را تنظیم و از پاداش‌ها و تنبیه‌ها استفاده می‌کنند تا در نتیجه شاهد محیطی سالم و بهره‌وری بالا در سازمان باشند(8). رهبران اخلاق‌گرا با رفتار خود، جو و فضای کاری مبتنی بر آرامش، امنیت و اطمینان خاطر را فراهم می‌کنند(9). بنابراین رهبری اخلاقی قادر است تا از طریق فرآیندهای معطوف به فضاسازی اخلاقی و الگوبرداری بر کارکنان در تمامی سطوح اثرات خود را به جای گذارد(8). یک مدیر یا سرپرست از طریق به نمایش گذاشتن اصولی که برشمرده شد، در کنار برقراری روابط انسانی و صمیمانه با کارکنان، شیوه‌های رفع نیازهای انسانی و مشروع کارکنان و سازمان را در اجماعی هدفمند برای رسیدن به افق‌های رشد و تعالی فردی و جمعی گردهم می‌آورد. این نحوه عملکرد بدون تردید سلامت و امنیت بیشتری را در فضای سازمان حکمفرما خواهد نمود.

با این حال، تحقیقات دیگری هم شروع به بررسی دیگر مکانیسم‌های اثرگذار روانی که از طریق آن رهبری اخلاقی به احتمال زیاد بر پیروان تاثیر می‌گذارد، نموده‌اند. هویت‌یابی سازمانی[12] و هویت‌یابی رابطه‌ای به عنوان متغیرهای می‌باشند که در رابطه رهبری اخلاقی با عملکرد شغلی نقش واسط و میانجی برعهده دارند. هویت‌یابی از طریق فرآیند جامعه پذیری اتفاق افتاده و در تئوری هویت اجتماعی[13] ریشه دارد. در فرایند هویت‌یابی فرد از ارزشها، هنجارها و انتظارات سازمان مطلع شده و به درونی‌سازی آنها می‌پردازد(10). هویت یابی سازمانی شامل دلبستگی عاطفی قوی با سازمان کانونی و درونی‌سازی موفقیت‌های سازمان است(11). هویت‌یابی سازمانی اشاره به پیوند روحی و روانی میان فرد و سازمان کاری فرد دارد؛ فرض بر این است که شخصی که از سازمان هویت کسب می‌کند، به طور طبیعی در جهت منفعت‌رسانی به سازمان کار می‌کند. رفتارهای مثبت در ارتباط با هویت‌یابی سازمانی شامل همکاری بیشتر، انجام فراتر از حد وظیفه امور سازمانی و تمایل به باقی ماندن به عنوان یکی از اعضای سازمانی می‌باشد(12). پیروانی که هویت سازمانی بالاتری دارند، رفتارهای داوطلبانه بیشتری در سازمان از خود نشان می‌دهند. این کارکنان در ارائه پیشنهادات به سرپرستان و مدیران به منظور افزایش بهره‌وری و عملکرد سازمانی هیچ تعللی از خود نشان نمی‌دهند (13).

در مطالعات مربوط به رهبری بر این نکته تأکید شده که فرایند هویت‌یابی کارکنان به هویت سازمانی خلاصه نمی‌شود، بلکه پیروان در فرایند هویت‌یابی، هویت دیگری نیز می‌یابند که حتی قبل از هویت سازمانی قرار داشته و آن هویت‌یابی رابطه‌ای[14] با رهبر است(5). رهبران به طور معمول به عنوان کسانی شناخته می‌شوند که به منظور شکل دادن به هویت پیرو در رفتار و عملکرد آنها نفوذ و تأثیر می‌گذارند(14 و 15). هویت‌یابی رابطه‌ای با نقشی که پیرو در رابطه خود با رهبری دارد، تعریف می‌گردد. این نوع هویت‌یابی در برگیرنده مدل‌های نقش-رابطه است و در رهبری اخلاقی مربوط به نقش پیرو و رابطه آن با رهبری اخلاقی است(16). در هویت‌یابی رهبری بر این نکته تأکید می‌شود که؛ پیروان قبل از اینکه هویت خود را در ارتباط با سازمان بشناسند، هویت خود را در ارتباط با رهبر تعریف می‌نمایند. هویت‌یابی رهبری به دلیل اینکه فرد در تعامل با رهبر بوده و نظارت رهبری بر پیروان بر اساس این نوع هویت‌یابی ساده‌تر خواهد بود و همچنین رابطه با رهبری از نظر روانی از

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

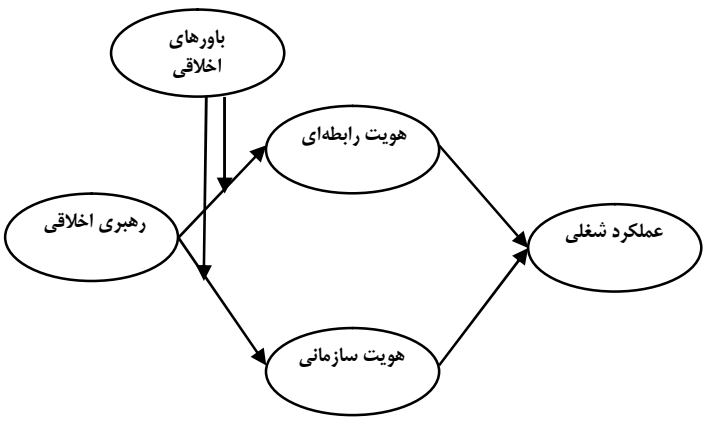
[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

رابطه با سازمان نزدیک‌تر و راحتر می‌باشد، از هویت‌یابی سازمانی مهم‌تر تلقی می‌گردد(17).

محققینی استدلال کرده‌اند که رهبری اخلاقی قوی‌تر با هویت رابطه‌ای قوی‌تر مشخص می‌گردد. شناسایی این رابطه باید به توضیح اینکه چرا پیروان رهبر اخلاقی، بیشتر احتمال دارد با رهبران خود رفتار خوبی داشته و اصول اخلاقی را در رفتار و گفتار خود رعایت نمایند، کمک می‌کند(18). تحقیقات دیگری بر این نکته تأکید دارند که با هویت رابطه‌ای قوی‌تر، جاذبه‌های اجتماعی، ارتباط بین فردی، احساس تعلق، تحسین و احترام (رهبر در این مورد) بوجود می‌آید. پیروان یک رهبر اخلاقی که با آنها انتظارات عملکردی رهبر را می‌توان دریافت باید شناسایی شوند. با هویت رابطه‌ای، پیروان به دلیل اعتمادی که در رابطه خود با رهبری پیدا نموده‌اند، راحتتر می‌توانند پیشنهادات و نظرات خود را به رهبری ارائه نمایند. این اعتماد و رفتارهای راحتتر پیروان با رهبری زمینه را برای عملکرد شغلی بالاتر فراهم می‌آورد(17).

در هویت‌یابی کارکنان متغیری که زیاد به آن توجه نمی‌شود، ولی نقش بسیار مهمی در هویت‌یابی دارد، باورهای اخلاقی[15] ضمنی کارکنان است(19). باورهای اخلاقی کارکنان از آن جهت مهم تلقی می‌گردد که منجر به درک متفاوت کارکنان از سازمان شده و کارکنان با باورهای اخلاقی متفاوت در فرایند هویت‌یابی نیز متفاوت عمل خواهند نمود. باورهای اخلاقی کارکنان مفروضات ناگفته‌ای است که از ساختار و ادرک افراد از تجربیاتشان در موقعیت‌های اخلاقی نشأت می‌گیرد(20). در حقیقت چگونگی پاسخ فرد به یک موقعیت اخلاقی ریشه در باورهای اخلاقی وی داشته و پاسخ فرد نشان دهنده ادراک فرد از موقعیت اخلاقی بر اساس باورهای اخلاقی است.

باورهای ضمنی یک سیستم معنایی فراهم می‌آورند که قضاوت، تفسیر، و پاسخ‌های رفتاری را تحت تأثیر قرار می‌دهند(21). باورهای ضمنی پتانسیلی برای تحت تاثیر قرار دادن چگونگی درک پیروان و نشان دادن واکنش به رهبران خود را دارند. در حوزه مباحث اخلاقی، افرادی با باورهای اخلاقی قوی و نهادینه شده، شخصیت و صفات اخلاقی افراد را بیشتر ثابت می‌پندارند تا انعطاف‌پذیر؛ همچنین مطابق با وظایف و تعهدات مقرر، نظم اجتماعی موجود را حفظ می‌کنند. بنابراین افراد با باورهای اخلاقی قوی‌تر در مواجهه با رهبر اخلاقی، انتظار می‌رود ویژگی‌های اخلاقی رهبر اخلاقی را همانطور ثابت ببینند و رفتار رهبر اخلاقی را به عنوان یک بیان سازگار، معتبر و واقعی از شخصیت و اصول اخلاقی رهبر بدانند. این افراد، رفتارهای رهبر اخلاقی را همانا بازتابی ثابت، با صفات اخلاقی ذاتی و صداقت رهبر می‌بینند(22). علاوه بر این، در مقایسه با باورهای اخلاقی ضعیف‌تر، افراد با اعتقادات اخلاقی قوی‌تر تمایل دارند بیشتر خاص باشند بنابراین، انتظار داریم که، برای پیروان با باورهای اخلاقی قوی‌تر، رهبر اخلاقی هویت پیرو را تقویت بخشد (هویت رابطه‌ای). علاوه بر این، پیروان با اعتقادات اخلاقی قوی‌تر نیز در مورد انطباق با وظایف و تعهداتی که به عهده آنان است، نگران هستند، چرا که خود را مسئول وضع کنونی می‌دانند و تعهد بیشتری به سازمان دارند(22). بنابراین، به نظر می‌رسد که پیروان با باورهای اخلاقی قوی‌تر، باید هویت سازمانی قوی-تری نیز با سازمانی که رهبری اخلاقی دارد، داشته باشند(5). بر اساس جستجوی محققین در مطالعات رهبری اخلاقی به نقش و چگونگی تأثیر باورهای اخلاقی در فرایند رهبری اخلاقی توجهی نشده است. بدین منظور نیز هدف این مقاله بررسی نقش هویت‌یابی کارکنان و باورهای اخلاقی آنان در رابطه رهبری اخلاقی و نتایج عملکردی کارکنان می‌باشد. بر همین اساس نیز پس از مطالعه و مروی بر ادبیات تحقیق مدل مفهومی تحقیق به صورت نگاره 1 طراحی شده است:



نگاره 1. مدل مفهومی تحقیق

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

روش

این تحقیق با توجه به هدف آن کاربردی بوده و بر اساس روش انجام کار از نوع توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق را تمامی کارکنان یک شرکت داروسازی در شهر تبریز تشکیل می‌دهند. تعداد این کارکنان بر اساس آمار واحد منابع انسانی شرکت، 245 کارمند می‌باشد. حجم نمونه با مقدار بحرانی متغیر نرمال استاندارد در جدول$z=1/96$ ، سطح اطمینان α=%95 -1، خطای استاندارد α =0/05 و انحراف معیار تقریبی 0/667 برای طیف پنج‌گزینه‌ای، 181 کارمند محاسبه شده است. روش نمونه‌گیری نیز در این تحقیق تصادفی طبقه‌ای نسبی بوده است و سهم هر یک از بخش‌های شرکت در نمونه آماری به نسبت تعداد کارمندان آنها در جامعه آماری مشخص گردید.

به منظور جمع‌آوری داده‌های تحقیق نیز از پنج پرسشنامه استفاده شده است. این پنج پرسشنامه عبارتند از: پرسشنامه رهبری اخلاقی، هویت‌یابی رابطه‌ای، هویت‌یابی سازمانی، پرسشنامه باورهای اخلاقی کارکنان و پرسشنامه عملکرد شغلی کارکنان بوده است. روایی پرسشنامه‌ها، به صورت روایی صوری بررسی شده است؛ برای تعیین پایایی پرسشنامه‌هانیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این آزمون بر روی نمونه اصلی و به تفکیک هریک از پرسشنامه‌ها اجرا شده است که نتایج بیانگر مناسب بودن پایایی پرسشنامه‌های مورد استفاده بوده است. نتایج مربوط به ضریب آلفای کرونباخ در جدول 2 نشان داده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق نیز رویکرد حداقل مربعات جزئی در مدل‌های مسیری- ساختاری استفاده شده است.

یافته‌ها

در این مقاله با توجه به مدل مفهومی تحقیق در نگاره 1، ابتدا مدل اولیه یعنی مدل روابط اصلی بدون حضور متغیر تعدیلی باورهای اخلاقی کارکنان با استفاده از تمام نمونه‌ها ارزیابی شده است. برای این منظور الگوریتم *PLS* بدون حضور متغیر تعدیل کننده اجرا شده و روایی و پایایی آن بررسی شده است. پس از

جدول 1. ضرایب مسیر و مقادیر t متناظر با هر ضریب مسیر در مدل‌های مختلف

مدل‌ها / مسیر	مدل اصلی		مدل اصلی و متغیر تعدیلی		مدل اثرات تعدیلی		نتیجه
	ضرایب مسیر (β)	مقادیر t	ضرایب مسیر (β)	مقادیر t	ضرایب مسیر (β)	مقادیر t	
رهبری اخلاقی ← هویت سازمانی	0/587	6/46	0/416	5/19	0/455	5/46	تأیید
رهبری اخلاقی ← هویت رابطه‌ای	0/657	7/39	0/508	5/78	0/584	6/40	تأیید
هویت سازمانی ← عملکرد شغلی	0/635	7/12	0/683	7/65	0/683	7/65	تأیید
هویت رابطه‌ای ← عملکرد شغلی	0/744	10/26	0/769	12/45	0/769	12/45	تأیید
رهبری اخلاقی ← عملکرد شغلی	0/862	15/74	0/674	7/53	0/759	12/22	تأیید
باورهای اخلاقی ← هویت سازمانی	-	-	0/486	5/68	0/427	5/29	تأیید
باورهای اخلاقی ← هویت رابطه‌ای	-	-	0/579	6/38	0/526	5/91	تأیید
باورهای اخلاقی ← عملکرد شغلی	-	-	0/777	13/79	0/696	8/07	تأیید
رهبری اخلاقی × باورهای اخلاقی ← هویت سازمانی	-	-	-	-	0/389	4/11	تأیید
رهبری اخلاقی × باورهای اخلاقی ← هویت رابطه‌ای	-	-	-	-	0/327	3/59	تأیید
رهبری اخلاقی × باورهای اخلاقی ← عملکرد شغلی	-	-	-	-	0/631	7/09	تأیید

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

اطمینان از روایی و پایایی مدل‌های اندازه‌گیری، معناداری بارهای عاملی بررسی گردیده و نتایج با استفاده از مقادیر t ارزیابی شده است. در گام دوم مدل روابط اصلی به همراه متغیر تعدیل‌کننده باورهای اخلاقی کارکنان به عنوان متغیر مستقل، ارزیابی و پس از اطمینان از روایی و پایایی آن، مقادیر t محاسبه و معناداری بارهای عاملی در مدل اصلی با حضور متغیر تعدیلی بررسی شده است. در نهایت در مرحله سوم مدل اثرات تعدیلی ارزیابی و مقادیر t محاسبه گردیده است. در ادامه، ابتدا نتایج مربوط به ضرایب مسیر هر کدام از مدل‌ها و معناداری آنها که با استفاده از آماره t محاسبه شده است نشان داده می‌شود و سپس معیارهای مربوط به ارزیابی روایی و پایایی مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری مربوط به هر یک از مدل‌ها(مدل اصلی، مدل اصلی و متغیر تعدیلی، مدل اثرات تعدیلی) آورده خواهد شد. نتایج مربوط به ضرایب مسیر و مقدار t هر کدام در جدول 1 نشان داده شده است.

مقدار آماره t همانگونه که در جدول1 نشان داده شده است، برای تمامی ضرایب مسیر بیشتر از 1/96 می‌باشد که نشان دهنده تفاوت ضرایب با صفر می‌باشد. نتایج جدول 2 نشان می‌دهد که رابطهٔ رهبری اخلاقی بر عملکرد شغلی از طریق هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای در مدل اول(بدون اثرات تعدیلی) 0/759، می‌باشد. در مدل دوم نیز رابطهٔ باورهای اخلاقی کارکنان با عملکرد شغلی 0/777 محاسبه گردیده است. رابطهٔ رهبری اخلاقی با عملکرد شغلی در مدل سوم 0/631 محاسبه شده است که نشان دهنده نقش اثرات تعدیلی باورهای اخلاقی کارکنان در این رابطه می‌باشد.

پس از برآورد ضرایب مسیر هر یک از مدل‌ها در نرم‌افزار PLS، لازم است تا روایی و پایایی مدل‌ها و همچنین کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری به منظور اطمینان از صحت برآوردهای انجام شده، بررسی گردد. نتایج مربوط به ارزیابی روایی و پایایی مدل‌ها در جدول 2 نشان داده شده است. لازم به توضیح است که ضرایب مسیر و مقدار t هر کدام از آنها در جدول 1 نشان داده شده است.

بر اساس نتایج بدست آمده در جدول 2، ملاحظه می‌شود که مقادیر آلفای کرونباخ برای تمامی مدل‌های اندازه‌گیری بزرگتر از 0/7 است. بنابراین بر اساس آلفای کرونباخ، سازگاری درونی تمامی مدل‌های اندازه‌گیری تأیید گردیده و می‌توان گفت که تمامی مدل‌های اندازه‌گیری تک بعدی می‌باشند. همچنین مقدار r دیلون- گلدشتاین برای بررسی پایایی مرکب تمامی مدل‌های اندازه‌گیری نیز بزرگتر از 0/7 است که نشان دهنده تک بعدی تمامی مدل‌های اندازه‌گیری است. تحلیل مولفه اصلی نیز نشان می‌دهد که در همه مدل‌های اندازه‌گیری، فقط یک مولفه اصلی وجود دارد. بنابراین بر اساس این معیار نیز تک بعدی بودن تمامی مدل‌های اندازه‌گیری تأیید گردیده است. روایی مدل‌های اندازه‌گیری که با استفاده از متوسط واریانس تبیین شده بررسی گردیده، نشان دهنده روایی همگرای مدل‌های اندازه‌گیری است. مقدار متوسط واریانس تبیین شده برای تمامی مدل‌های اندازه‌گیری بیشتر از 0/5 بدست آمده است.

برای ارزیابی مدل‌های ساختاری نیز از ضریب تعیین و ضرایب مسیر استفاده شده است. بر اساس نتایج جدول 2، ضریب تعیین برای متغیرهای هویت سازمانی، هویت رابطه‌ای و عملکرد شغلی در مدل اصلی به ترتیب 0/345، 0/432 و 0/561 محاسبه شده است که در حد متوسط قرار می‌گیرند. ضریب تعیین برای متغیرهای هویت سازمانی، هویت رابطه‌ای و عملکرد شغلی در مدل اصلی و متغیر تعدیلی به دلیل حضور یک متغیر جدید افزایش یافته و به ترتیب 0/451، 0/629 و 0/559 محاسبه شده است. این امر نشان می‌دهد که ضریب تعیین هر یک از متغیرهای وابسته مدل با افزایش تعداد متغیرهای مستقل، افزایش می‌یابد. همچنین ضریب تعیین برای متغیرهای هویت سازمانی، هویت رابطه‌ای و عملکرد شغلی در مدل اثرات تعدیلی به ترتیب 0/471، 0/642 و 0/548 محاسبه گردیده است.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

جدول 2. برررسی روایی و پایایی مدل‌ها

مدل کلی	متغیر مکنون (مدل اندازه‌گیری)	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	متوسط واریانس تبیین شده	ضریب تعیین	شاخص اشتراک	شاخص افزونگی	مؤلفه اصلی
مدل اصلی	رهبری اخلاقی	0/883	0/901	0/557	-	0/557	-	1
	هویت سازمانی	0/916	0/875	0/552	0/245	0/552	0/190	1
	هویت رابطه‌ای	0/831	0/879	0/605	0/332	0/605	0/261	1
	عملکرد شغلی	0/907	0/912	0/668	0/461	0/668	0/375	1
مدل اصلی و متغیر تعدیلی	رهبری اخلاقی	0/883	0/901	0/557	-	0/557	-	1
	هویت سازمانی	0/916	0/871	0/543	0/351	0/543	0/245	1
	هویت رابطه‌ای	0/831	0/874	0/601	0/529	0/601	0/378	1
	عملکرد شغلی	0/907	0/913	0/669	0/459	0/669	0/374	1
	باورهای اخلاقی کارکنان	0/822	0/864	0/616	-	0/616	-	1
مدل اثرات تعدیلی	رهبری اخلاقی	0/883	0/900	0/555	-	0/555	-	1
	هویت سازمانی	0/916	0/875	0/549	0/371	0/549	0/258	1
	هویت رابطه‌ای	0/831	0/880	0/608	0/542	0/608	0/390	1
	عملکرد شغلی	0/907	0/912	0/674	0/448	0/674	0/369	1
	باورهای اخلاقی کارکنان	0/822	0/861	0/606	-	0/606	-	1
	رهبری اخلاقی × باورهای اخلاقی	0/978	0/972	0/596	-	0/596	-	1

در نهایت برای سنجش کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری از دو معیار استفاده گردیده است؛ اولین معیار که مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری است، شاخص اشتراک می‌باشد. با توجه به اینکه مقدار شاخص اشتراک برای هر یک از سازه‌های اصلی در هر یک از مدل‌ها در جدول 2، بیشتر از 0/5 است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفته که بیشتر از 50 درصد تغییرپذیری متغیرهای مشاهده شده در یک بلوک به وسیله متغیر مکنون آن بلوک تبیین می‌شود. دومین معیار که مربوط به مدل‌های ساختاری است، شاخص افزونگی نامیده می‌شود. شاخص افزونگی معیاری برای سنجش کیفیت مدل ساختاری برای هر بلوک درونزا با توجه به مدل اندازه‌گیری آن است. مقدار دقیقی برای معناداری این شاخص وجود نداشته و در عمل بر اساس حاصل ضرب مقدار شاخص اشتراک در ضریب تعیین سنجیده می‌شود.

شدت اثر تعدیلی باورهای اخلاقی کارکنان در مدل اصلی بر اساس رابطه $f^2 = \frac{(R^2_{included} - R^2_{excluded})}{(1 - R^2_{included})}$ محاسبه شده است که برای هویت رابطه‌ای شدت اثر تعدیلی باورهای اخلاقی کارکنان 0/458 محاسبه شده است و نشان دهنده اثر تعدیلی قوی و برای هویت سازمانی شدت اثر تعدیلی باورهای اخلاقی کارکنان 0/200 محاسبه گردیده که نشان دهنده اثر تعدیلی متوسط می‌باشد.

بحث

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی با هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای رابطهٔ مثبت و معناداری دارد. در تبیین نقش رهبری اخلاقی بر هویت سازمانی می‌توان عنوان نمود که این امر از آنجایی نشأت می‌گیرد که پیروان، رهبران اخلاقی را به عنوان نمایندگان سازمان در ارزش‌ها و

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

سیاست‌های آن تصور می‌کنند. علاوه بر این رهبران اخلاقی از طریق افزایش اعتماد کارکنان به سازمان، زمینه را برای هویت-یابی سازمانی کارکنان فراهم می‌آورند. این یافته تحقیق با یافته‌های محققینی که به بررسی نقش رهبری در هویت‌یابی سازمانی توجه نموده‌اند همسو است(12 و 8). همچنین در تبیین نقش رهبری اخلاقی بر هویت رابطه‌ای تحقیقاتی که به بررسی این موضوع پرداخته‌اند، به این نتیجه رسیده‌اند که رهبری اخلاقی باعث پیدایش حس دلبستگی بین پیروان و رهبر شده و این حس دلبستگی باعث می‌گردد تا رهبران زیردستان خود را تحت تأثیر قرار داده و در نتیجه بر رفتار پیرو و دیگر فرآیندهای اجتماعی تاثیرگذار باشند(14 و 15)؛ در چنین شرایطی است که هویت رابطه‌ای شکل می‌گیرد. این یافته تحقیق با یافته‌های محققینی که به بررسی نقش رهبری در هویت‌یابی رابطه‌ای توجه نموده‌اند همسو است(5، 14 و 15). یافته‌های دیگر تحقیق نشان می‌دهد که هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای در رابطهٔ رهبری اخلاقی با عملکرد شغلی نقش میانجی دارند. تحقیقات مختلف انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد که در مطالعات رهبری اخلاقی، هویت‌یابی یک قطعه بزرگ گم شده است که بیشترین تأثیر بر عملکرد کارکنان را دارد(7). رهبری اخلاقی با تأثیر بر هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای باعث می‌گردد تا کارکنان از ارزشها، هنجارها و انتظارات سازمان مطلع شده و به درونی‌سازی آنها بپردازند و از این طریق سازمان را تکیه گاه امن هویت خود دانسته و سرنوشت، ارزش‌ها و اهداف خود را با سازمان پیوند زده، در نتیجه سعی می‌کنند عملکرد بهتری از خود نشان دهند. هویت‌یابی را می‌توان بعنوان سازه‌ای در نظر گرفت که بصورت یک پل ذهنی میان فرد، سازمان و رهبر عمل می-کند. بنابراین به نظر می‌رسد بدون توجه به نقش هویت‌یابی کارکنان، سخن گفتن از نقش رهبری اخلاقی در تأثیرگذاری مثبت بر عملکرد کارکنان بی‌معنا خواهد بود. این یافته تحقیق با یافته‌های محققینی که به بررسی نقش واسط متغیرهای هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای پرداخته‌اند، همسو است(5). یافته‌های دیگر مقاله نشان می‌دهد که باورهای اخلاقی کارکنان اثر تعدیلی متوسطی در شدت رابطهٔ رهبری اخلاقی با هویت سازمانی و اثر تعدیلی قوی در شدت رابطهٔ رهبری اخلاقی با هویت رابطه‌ای دارد. پژوهش های قبلی و شواهد تجربی زیادی در ارتباط با این یافته‌ها صورت نگرفته است. تنها تحقیقی که از نظر محققین به بررسی این اثرات تعدیلی باورهای اخلاقی کارکنان بر هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای پرداخته است، شدت این اثرات را مورد توجه قرار نداده ولی به این نتیجه رسیده باروهای اخلاقی اثر تعدیلی در رابطه بین رهبری اخلاقی و هویت دارند(5). در تبیین این یافته تحقیق می‌توان عنوان نمود کارکنانی که وارد سازمان می‌گردند، هر کدام قبل از ورود به سازمان باورهای اخلاقی دارند که این باورهای اخلاقی تشکیل دهنده سیستم معنایی این افراد است؛ بنابراین پیروان با باورهای اخلاقی نهادینه شده قوی‌تر، رهبر اخلاقی را که مدل نقش اخلاقی سازگار و معتبری دارد را درک می‌کنند، به اعتقاد این افراد رهبری اخلاقی کسی است که استانداردهای اخلاقی و ارزش‌هایی دارد که نشان دهنده هویت رهبر و سازمان است، در نتیجه هویت‌یابی رابطه‌ای قوی‌تر و هویت‌یابی سازمانی قوی‌تر را نیز خواهند داشت. در مقابل، افراد با باورهای اخلاقی ضعیف-تر، با مشاهده رفتار رهبری اخلاقی، درک کمتری از شخصیت و اصول اخلاقی رهبر داشته و در صفات اخلاقی ذاتی و صداقت رهبر شک خواهند نمود. علاوه بر این، آنها به احتمال زیاد کمتر خود را درگیر مسائل سازمانی کرده و از اظهار نظر در موضوعات سازمانی خودداری خواهند نمود، چرا که آنها تغییر سازمانی را بعید یا حتی غیر ممکن می‌بینند(22 و 23). با توجه به اینکه در فرایند هویت یابی از طریق رهبری اخلاقی، هویت رابطه‌ای به طور مستقیم با رهبری اخلاقی سر و کار دارد، بنابراین محاسبه قوی بودن شدت اثر تعدیلی رهبری اخلاقی بر هویت رابطه‌ای و متوسط بودن شدت اثر تعدیلی رهبری اخلاقی بر هویت سازمانی به دلیل اینکه هویت سازمانی بعد از هویت رابطه‌ای در رابطه رهبر و پیرو قرار می‌گیرد، توجیه پذیر و منطقی است.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

نتایج بدست آمده از این تحقیق مبتنی بر نمونه گیری آماری از جامعه‌ای خاص بوده و در آن از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار PLS بهره‌گیری شده است که به حتم مفروضات روش، محدودیت‌هایی را به همراه دارد؛ بنابراین در استفاده از نتایج تحقیق بایستی احتیاط لازم را داشت.

در راستای یافته‌های تحقیق به مدیران سازمان پیشنهاد می‌گردد که برنامه‌هایی به منظور تسریع در هویت‌یابی کارکنان داشته باشند. همچنین در فرایندهای انتخاب و استخدام کارکنان به باورهای اخلاقی توجه کرده و کارکنانی انتخاب نمایند که با ارزشها و معیارهای اخلاقی سازمان و رهبر اخلاقی همسو باشند. به محققان دیگر نیز پیشنهاد می‌گردد تا به جهت کاملتر شدن نتایج این تحقیق و دستیابی به مدلی کامل از نحوه اثرگذاری رهبری اخلاقی بر نتایج عملکردی کارکنان به سایر متغیرهای واسط و تعدیل کننده در رابطه رهبری اخلاقی و نتایج عملکردی کارکنان مانند عدالت سازمانی، تعهد سازمان، رضایت شغلی و بسیاری از متغیرهای شخصیتی توجه نموده و اثرات آنها را در مدل‌های خود آزمون نمایند.

نتیجه‌گیری

مروری بر مطالعات انجام گرفته در رابطه با رهبری اخلاقی نشان می‌دهد که شدت توجه محققان به رهبری اخلاقی روز به روز زیادتر شده است که در توجیه دلایل توجه محققان به رهبری اخلاقی می‌توان به نتایج مثبت عملکردی کارکنان در سازمان‌هایی که از رهبران اخلاقی سود می‌برند اشاره نمود. در متون مربوط به رهبری اخلاقی بیشتر بر این نکته تأکید می‌شود که رهبران اخلاقی پیروان را به طور مرتب به پایبندی و رعایت معیارهای اخلاقی توصیه می‌کنند و برای رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی پاداش و مجازات در نظر می‌گیرند. رهبران اخلاقی به صراحت از طریق تعیین معیارهای اخلاقی و پاسخگو نگه‌داشتن پیروان به این معیارها با استفاده از پاداش و مجازات برای تأثیرگذاری بر رفتار اخلاقی پیروان تلاش می‌کنند. اما در این میان سوالی که مطرح می‌شود و در آن این پرسش مطرح است که آیا فقط پاداش و مجازات تعیین کننده رفتارهای مثبت کارکنان است و باعث نتایج مثبت عملکردی در آنان می‌باشد؟ تلاش برای پاسخ به این سوال باعث بوجود آمدن تحقیقات دیگری شده است که در آنها بیشتر توجه محققان معطوف ساز و کارهایی بوده است که در آنها دیگر فقط پاداش و مجازات به عنوان توجیه کننده نتایج عملکردی رهبری اخلاقی قلمداد نمی‌شود؛ بلکه در آنها به متغیرهای دیگری توجه می‌شود که می‌توانند در رابطه رهبری اخلاقی و عملکرد کارکنان نقش واسط و تعدیل‌کننده‌ای داشته باشند. در این تحقیق به متغیرهای هویت‌یابی و باورهای اخلاقی کارکنان توجه شد و نشان داده شد که این متغیرها در رابطه رهبری اخلاقی و نتایج عملکردی کارکنان نقش مثبتی دارند.

ملاحظه‌های اخلاقی

با توجه به تعهد اخلاقی نویسندگان به عدم درج عنوان محل پژوهش در مقاله، لذا با در نظر گرفتن تعهد اخلاقی از ذکر عنوان شرکت خودداری شده است.

سپاسگزاری

نویسندگان این مقاله بر خود لازم می‌دانند تا از مدیران و کارکنان شرکت داروسازی که در انجام این تحقیق کمال همکاری و همراهی را با گروه تحقیق داشته‌اند، کمال تشکر و قدردانی را داشته باشد. بی شک بدون همکاری این بزرگواران انجام این تحقیق امکان‌پذیر نبود.

واژه‌نامه

رهبری اخلاقی — 1. Ethical leadership

نتایج مثبت پیروان — 2. Positive follower outcomes

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

3. Job performance	عملکرد شغلی
4. Voice	آوای کارکنان
5. Mediating effect	نقش واسط
6. Moderator	تعدیل‌کننده
7. Social learning theory	نظریه یادگیری اجتماعی
8. Moral standards and values	ارزشهای اخلاقی
9. Legitimate	مشروع
10. Attractive	جذاب
11. Credible role	نقش معتبر
12. Organizational identification	هویت‌یابی سازمانی
13. Social identity	هویت اجتماعی
14. Relational identification	هویت‌یابی رابطه‌ای
15. Morality beliefs	باورهای اخلاقی

منابع

1. Brown ME, Trevino LK. (2006). Ethical leadership: a review and future directions. The Leadership Quarterly; 17: 595-616.
2. Brown ME, Treviño LK, Harrison DA. (2005). Ethical leadership: a social learning perspective for construct development and testing. Organizational Behaviorand Human Decision Processes; 97(2): 117–134.
3. Mayer DM, Aquino K, Greenbaum RL, Kuenzi M. (2012).Who displays ethical leadership, and why does it matter? an examination of antecedents and consequences of ethical leadership. Academy of Management Journal; 55(1): 151–171.
4. Stouten J, Baillien E, Van den Broeck A, Camps J, De Witte H, Euwema M. (2010). Discouraging bullying: the role of ethical leadership and its effects on the work environment. Journal of Business Ethics; 95: 17–27.
5. Zhu W, He H, Treviño LK, Chao MM,WangW.(2015). Ethical leadership and follower voice and performance: the roleof follower identifications and entity morality beliefs. The Leadership Quarterly. (In Press).
6. Nayeri S, Golparvar M, Mahdad A. (2011). The role of ethical values and moral based leadership on reduction of job tension. Ethics in Science and Technology; 5(3, 4): 67-76. (In Persian).
7. Golparvar M, Padash F, Atashpoor H.(2010). Reinforcing model of feeling of energy, empowerment and employees' creativity through ethical leadership. Iran Occupational Health; 7(3): 4-11. (In Persian).
8. Avatefi Monfared E, Mehdad A, Mirjafari SA.(2012). The relationship between ethical leadership, psychological healthy workplace and organizational trust. Ethics in Science and Technology; 7(3): 1-8. (In Persian).
9. Aronson E. (2001). Integrating leadership styles and ethical perspectives. Canadian Journal of Administrative Sciences; 18(4):244-256.
10. Rahimnia F, Nikkhah Farkhani Z. (2012). The effects of ethical climate on organizational identity and turnover intentions among salespeople. Ethics in Science and Technology; 6(4): 84-94. (In Persian).
11. Mael FA, Ashforth BE. (1992). Alumni and their alma mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification. Journal of Organizational Behavior; 13:103–123.
12. Rastegar A, Janqly M, Heydari F, Heidari H. (2012). The role of spiritual leadership in organizational identification. Management Researchers; 5(16): 39-63. (In Persian).
13. Morrison EW. (2011). Employee voice behavior: integration and directions for future research. Academy of Management Annals; 5(1): 373–412.
14. Avolio B, Walumbwa F, Weber TJ. (2009). Leadership: current theories, research, and future directions. Annual Review of Psychology; 60: 421–449
15. Ellemers N, De Gilder D, Haslam SA. (2004). Motivating individuals and groups at work: a social identity perspective on leadership and group performance. Academy of Management Review; 29(3): 459–478.
16. Sluss DM, Ashforth BE. (2007). Relational identity and identification: defining ourselves through work relationships. Academy of Management Review; 32(1):9–32.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]

17.Sluss DM, Ashforth BE. (2008). How relational and organizational identification converge: processes and conditions. Organizational Science; 19(6): 807–823.

18.Lord RG, Brown DJ, Freiberg SJ. (1999). Understanding the dynamics of leadership: the role of follower self-concepts in the leader/follower relationship. Organizational Behavior and Human Decision Processes; 78(3): 167–203.

19.Gopnik A, Wellman HM. (1994). The theory. In Hirschfeld LA, Gelman SA. (Eds.). Mapping the mind . Cambridge, U.K: Cambridge University Press.

20.Heslin PA, VandeWalle D. (2011). Performance appraisal procedural justice: the role of a manager's implicit person theory. Journal of Management; 37(6): 1694–1718.

21.Dweck CS. (2000). Self-theories. New York, NY: Psychology Press.

22.Chiu C, Dweck CS, Tong JY, Fu JH. (1997). Implicit theories and conceptions of morality. Journal of Personality and Social Psychology; 73(5): 923–940.

23.Dweck CS, Chiu CY, Hong Y. (1995). Implicit theories and their role in judgments and reactions: a world from two perspectives. Psychological Inquiry; 6(4): 267–285.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.4.11.8]