رابطه‌ی جوّ اخلاقی با خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل

محبوبه قدیری*، دکتر کیومرث بشلیده، دکتر سیداسماعیل هاشمی‌شیخ‌شبانی، فرشید مشکلانی

گروه روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز

(تاریخ دریافت: ۹۱.۰۶.۱۳، تاریخ پذیرش: ۹۱.۱۰.۱۶)

چکیده

زمینه: بررسی روابط بین جوّهای اخلاقی و رفتارهای کارکنان از حیطه‌های پژوهشی مهمی به شمار می‌رود، زیرا جوّ اخلاقی یکی از عوامل شکل دهنده‌ی نگرش‌های کارکنان است و تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر پیامدهای سازمانی دارد. پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه انواع جوّ اخلاقی (جوّ نوع‌دوست، جوّ حقوقی و اصولی، جوّ قانونی، جوّ ابزاری و جوّ مستقل) با خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل انجام گردید.

روش کار: پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است. افراد شرکت کننده در پژوهش شامل ۲۵۰نفر کارکنان رسمی شرکت گاز استان اصفهان بودند که به روش تصادفی ساده انتخاب گردیدند. برای تحلیل داده‌ها از روش همبستگی پیرسون، همبستگی بنیادی و رگرسیون چندگانه به شیوه پس‌رونده استفاده گردید.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان دادند هر یک از پنج نوع جوّاخلاقی مورد بررسی با تعهدسازمانی و خشنودی شغلی و قصدترک شغل رابطه دارند. نتایج حاصل از تحلیل همبستگی بنیادی نشان داد ترکیب خطی انواع جوّاخلاقی با ترکیب خطی تعهدسازمانی، خشنودی شغلی و قصدترک شغل رابطه معناداری دارند. همچنین نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه نشان دادند که ترکیب خطی انواع جوّ اخلاقی ۴۵/۸درصد تعهدسازمانی، ۳۰/۶درصد خشنودی شغلی و ۲۸/۲درصد واریانس قصدترک شغل را تبیین می‌کند.

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌ها، انواع جوّهای اخلاقی با پیامدهای مهم سازمانی شامل خشنودی شغلی، تعهدسازمانی و قصدترک شغل مرتبط می‌شوند که این امر اهمیت توجه به مفهوم اخلاق در سازمان‌ها و محیط‌های کاری را مشخص می‌سازد.

کلید واژه‌ها: تعهد سازمانی، جوّ اخلاقی، خشنودی شغلی، قصد ترک شغل

سرآغاز

امروزه تلاش سازمان‌ها در راستای حفظ بقا و سودآوری بیشتر می‌باشد، که این امر اهمیت شناخت عوامل تأثیرگذار بر کارکنان و پیامدهای کاری مرتبط با آنان را، برای مدیران برجسته‌تر نموده است. افزایش تأکید بر فهم کارکنان و رفتارهای آنها درون سازمان منجر به توجه ویژه به موضوعاتی همانند بررسی ادراکات کارکنان از جوّ سازمانی[1] شده‌است (۱). از طرف دیگر بروز رفتارهای غیراخلاقی مختلف در سازمان‌ها و پیامدهای منفیِ زیان‌آور آنها نیز توجه بسیاری از مدیران و مسئولان سازمانی را به اخلاق در محیط‌های کاری جلب کرده است (۲).

گرچه مدل‌های تصمیم‌گیری اخلاقی در همه خصوصیات با هم توافق ندارند، اما همه بر این فرض قرار دارند که تصمیم‌گیری اخلاقی افراد در سازمان‌ها نمی‌تواند بدون درنظر گرفتن زمینه‌ای که در آن فرآیند تصمیم‌گیری رخ می‌دهد، ادراک شود. درنتیجه این مدل‌ها نه فقط تأثیرات افراد بر تصمیم‌گیری اخلاقی را شامل می‌شوند، بلکه عوامل سازمانی

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: mahbobeh.ghadiri@yahoo.com

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

مانند سامانه‌های پاداش، هنجارها، اصول انجام کارها و جوّ سازمانی را نیز دربردارند (۳). باتوجه به این موارد بدیهی است که یکی از راهکارهای لازم برای بررسی علل و رفع رفتارهای غیراخلاقی کارکنان در سازمان‌ها، بررسی جوّ سازمانی مرتبط با مسائل اخلاقی سازمان باشد.

جوّ سازمانی به‌عنوان "ادراکات مشترک از سیاست‌ها، اقدامات و رویه‌های سازمانی به‌طور رسمی و غیررسمی"، تعریف شده‌است. بسیاری معتقدند که تعداد زیادی جوّ کاری، مانند جوّ خدمت کننده، جوّ برآوردن امنیت، جوّ نوآورانه و غیره وجود دارد. یکی از این جوّهای کاری موجود در سازمان‌ها "جوّ اخلاقی[۲]" است (۴). مطالعات متعددی نشان داده‌اند که جوّ اخلاقی یک سازمان، به‌طور معناداری بر رفتار اخلاقی کارکنان تأثیر می‌گذارد (۵-۷). براساس این نتایج سازمان‌ها ترغیب می‌شوند تا جوّهای سازمانی مشوق رفتار اخلاقی را برقرار و حفظ کنند. بنابراین متخصصان و پژوهشگران سازمانی باید در مورد جوّ اخلاقی و رابطه‌ی آن با متغیرهای سازمانی، شخصی و رفتاری بیشتر بدانند. فهمیدن ویژگی‌های یک جوّاخلاقی می‌تواند به متخصصان سازمانی کمک کند تا برنامه‌هایی برای بالا بردن آگاهی از مسائل اخلاقی و بهبود رفتار اخلاقی کارکنان و مدیریت، طراحی و اجرا کنند (۸).

جوّ کاری اخلاقی برای اولین بار در سال ۱۹۸۷ معرفی گردید. این سازه به‌عنوان "ادراکات مشترک در مورد این‌که چه چیزی از نظر اخلاقی رفتار صحیح است و این‌که چگونه باید با مسائل اخلاقی در سازمان برخورد کرد" تعریف می‌شود (۹). جوّ اخلاقی در سازمان‌ها منبع اطلاعاتی مهمی برای کارکنان خواهد بود که درنظر می‌گیرد چه اعمالی در یک زمینه کاری "درست" یا اخلاقی هستند (۱۰). بنابراین جوّ اخلاقی ادراک شده به افراد در تعیین مسائلی که به اخلاقیات مربوطاند و تعیین این‌که کدام ملاک باید برای فهم و ارزیابی و رفع کردن آن مسائل اخلاقی استفاده شود، کمک می‌کند (۳).

اغلب جوّ کاری اخلاقی متداول در یک سازمان توسط تحلیل انتخاب‌های اخلاقیِ افراد آن، تعیین می‌شود. برای بررسی الگوهای تصمیم‌گیری اعضای سازمان یک دسته‌بندی دوبُعدی وجود دارد. بُعد اول ملاک‌های اخلاقی[۳] و بُعد دوم جایگاه تحلیل[۴] را شامل می‌شود (۱۱). ملاک‌های اخلاقی ملاک‌ها، اصول و یا استانداردهایی هستند که در تصمیم‌گیری سازمانی استفاده می‌شوند. براساس فلسفه اخلاقی، این ملاک می‌تواند به سه گروه دسته‌بندی شود: خودمداری[۵] (بیشینه‌سازی منافع فردی[۶])، خیرخواهی[۷] (بیشینه‌سازی منافع مشترک[۸])، و قانون‌مداری[۹] (پیروی از قوانین). جایگاه تحلیل، گروهی است که به‌عنوان منبع استدلال اخلاقی فرد درنظر گرفته می‌شود. این مورد نیز می‌تواند به سه گروه دسته‌بندی شود: فردی[۱۰] (توجه به نیازها و رجحان‌های خود فرد)، محلی[۱۱] (توجه به منافع سازمانی)، و جهانی[۱۲] (توجه به منافع سامانه اجتماعی/اقتصادی بزرگتر) (۱۲). مرتب کردن این دو بُعد روی دو محور متقاطع باعث به وجود آمدن ۹ دسته جوّ کاری اخلاقی می‌گردد.

این سنخ‌شناسی از جوّ اخلاقی، اساس ایجاد پرسشنامه جوّ اخلاقی به‌عنوان یک ابزار جمع‌آوری داده درنظر گرفته شد؛ اما نتایج بررسی‌ها نشان داد که: اگرچه ۹دسته جوّ اخلاقی در نظریه قابل فهم و بررسی هستند، اما این به معنای وجود آنها در سازمان‌ها به‌طور واقعی نیست (۱۳). درواقع پژوهش‌ها نشان دادند که پنج نوع جوّ واقعی زیر در سازمان‌ها وجود دارند (انواع شناخته شده به طور تجربی): ۱- جوّ نوع‌دوست[۱۳]، که در آن از کارکنان انتظار می‌رود به روشی عمل کنند که به ذینفعان سازمان به بهترین وجه خدمت کنند؛ ۲- جوّ قانونی[۱۴] که در آن کارکنان باید از قوانین و رویه‌هایی که توسط سازمان تعیین می‌شوند، پیروی کنند؛ ۳- جوّ حقوقی و اصولی[۱۵] که در آن از کارکنان انتظار می‌رود از اصول اخلاقی بیرونی مانند حقوق، کتاب مقدس یا اصول حرفه‌ای اقدامات پیروی کنند؛ ۴- جوّ مستقل[۱۶] که در آن از کارکنان انتظار می‌رود از باورهای اخلاقی خودشان در تصمیم‌گیری‌شان پیروی کنند؛ و ۵- جوّ ابزاری[۱۷] که در آن تمرکز بر ارضای منافع فردی است. مطالعات آنها نشان داد سازمان‌ها ترکیبی از جوّهای اخلاقی را دارا می‌باشند (۱۰). محققان دسته‌بندی انواع جوّ اخلاقی را مانند شکل۱ نشان داده‌اند (۱۴). هرچند در پژوهش‌های بعدی در زمینه انواع جوّهای اخلاقی اختلاف نظرهایی دیده شد. در ایران نیز پژوهش‌هایی در زمینه جوّ اخلاقی انجام گرفته که برای جوّ اخلاقی ۴ بُعد (۱۵) و یا ۶ بُعد (۱۶) در نظر گرفته‌اند.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

		جایگاه تحلیل		
		فردی	محلی	جهانی
ملاک‌های اخلاقی	خودمداری	علاقه شخصی **جوّ ابزاری**	سود سازمانی **جوّ ابزاری**	کارآمدی **جوّ نوع‌دوست**
	خیرخواهی	دوستانه **جوّ نوع‌دوست**	علاقه تیمی **جوّ نوع‌دوست**	مسئولیت اجتماعی **جوّ نوع‌دوست**
	قانون‌مداری	اخلاق شخصی **جوّ مستقل**	اصول و رویه‌های سازمانی **جوّ قانونی**	اصول حقوقی و حرفه‌ای **جوّ حقوقی و اصولی**

نگاره ۱: انواع شناخته شده جوّ اخلاقی به طور نظری و تجربی (۱٤، ص. ۲۹۹)

مطالعات متعددی نشان داده‌اند که ادراکات افراد از جوّ اخلاقی، بر واکنش‌های آنها نسبت به کار و سازمان‌شان تأثیر می‌گذارند (۱۷). اثر ادراکات جوّ اخلاقی بر تعهد کارکنان به سازمان رابطه‌ای است که مورد علاقه برخی از پژوهشگران بوده است (۲ و ۱۸). "تعهد سازمانی معمولاً به‌عنوان علاقه کارکنان به سازمان و ارتباط‌شان با آن تعریف می‌شود. کارکنانی که به سازمان خود متعهد هستند، تمایل به همانندسازی با اهداف سازمان و ماندن در آن دارند" (۱۹). پژوهش‌های محدودی در زمینه بررسی رابطه پنج نوع جوّ اخلاقی و تعهد سازمانی وجود دارد. محققان نشان داده‌اند که تعهد سازمانی هنگام ادراک جوّ اخلاقی خودمدار، پایین‌تر و هنگام ادراک جوّ خیرخواه و یا قانون‌مدار، بالاتر می‌باشد (۵)، و نیز جوّ نوع‌دوست و قانونی رابطه مثبت و جوّ ابزاری رابطه منفی با تعهدسازمانی دارند (۲۰). محققان دیگری نیز نشان داده‌اند که جوّ نوع‌دوست، قانونی، حقوقی و اصولی و مستقل رابطه مثبت و جوّ ابزاری رابطه منفی با تعهد دارند (۱۷، ۲۱و ۲۲).

همچنین مطالعات متعددی بین جوّ اخلاقی و خشنودی شغلی روابط معناداری یافته‌اند (۲۳- ۲۵). "خشنودی شغلی واکنشی عاطفی است، نشأت گرفته از این ادراک فرد که شغل وی تا چه حد، ارزش‌های شغلی مهم وی را کامروا می‌سازد و تا چه اندازه آن ارزش‌ها با نیازهای شخص، هماهنگ‌اند" (۲۶). محققان نشان دادند که ادراک جوّ نوع‌دوست و قانونی به طور معناداری خشنودی شغلی کلی آن‌ها را پیش‌بینی می‌کند (۲۷). برخی دیگر نشان دادند که ادراک جوّ ابزاری به طور منفی و ادراک جوّهای نوع‌دوست، مستقل، و قانونی به طور مثبت با خشنودی مرتبط هستند (۲۸). به طور کلی پژوهش‌ها نشان داده‌اند که جوّ نوع‌دوست، مستقل، حقوقی و اصولی، و قانونی به طور مثبتی بر خشنودی اثر می‌گذارند، اما در مقابل جوّ ابزاری بر خشنودی اثر منفی دارد (۱۷، ۲۱ و ۲۲).

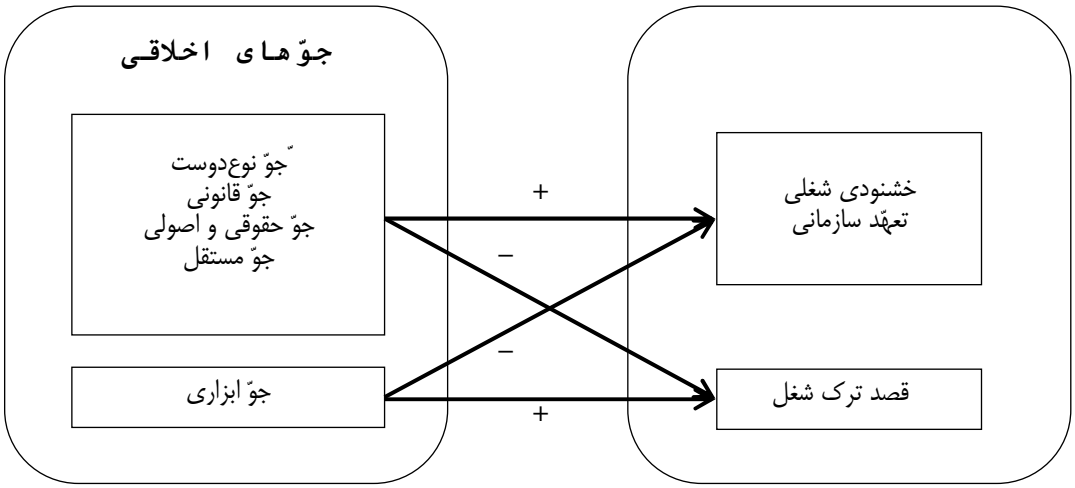
به نظر می‌رسد که قصد ترک شغل، تعیین‌کننده بی‌واسطه ترک شغل واقعی می‌باشد. در یک بازبینی بر روی مطالعات، ۲۳ مطالعه روابط مثبت معنادار بین قصد ترک شغل و رفتار ترک شغل واقعی نشان داده‌اند (۲۵). در زمینه ارتباط مستقیم پنج نوع جوّ اخلاقی با قصد ترک شغل کارکنان پژوهش‌های محدودی انجام شده است. نتایج پژوهش‌ها نشان داده‌اند که جوّ نوع-دوست، حقوقی و اصولی، و قانونی رابطه منفی و جوّ ابزاری رابطه مثبت معناداری با قصد ترک دارند (۲۹ و ۲۲).

بنابراین باتوجه به اهمیت پژوهش در زمینه جوّ اخلاقی و نیز با درنظر گرفتن کمبود پژوهش‌ها در زمینه بررسی انواع پنج‌گانه جوّ اخلاقی و رابطه‌ی آنها با پیامدهای مهمی همچون تعهدسازمانی، خشنودی شغلی و قصدترک شغل در سازمان‌ها و از همه مهم‌تر کمبود پژوهش در این زمینه در ایران، هدف

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

پژوهش حاضر بررسی پیامدهای انواع پنج‌گانه جوّ اخلاقی در سازمان‌ها خواهد بود و درواقع این سؤال مطرح می‌شود که آیا انواع جوّ اخلاقی بر پیامدهای مهم ذکر شده در بالا تأثیر خواهند داشت یا خیر؟ بر این اساس در پژوهش حاضر فرض بر این است که بین جوّ اخلاقی نوع‌دوست، حقوقی و اصولی، قانونی و مستقل با تعهد سازمانی و خشنودی شغلی رابطه مثبت و با قصد ترک شغل رابطه منفی و بین جوّ ابزاری با تعهد و خشنودی رابطه منفی و با قصد ترک رابطه مثبت وجود دارد (شکل ۲). همچنین در پژوهش حاضر این فرض وجود دارد که بین ترکیب خطی ابعاد جوّاخلاقی با ترکیب خطی خشنودی، تعهد و قصد ترک رابطه معنی‌داری وجود دارد و نیز فرض می‌شود که بین ابعاد جوّاخلاقی با هرکدام از متغیرهای تعهد، خشنودی و قصد ترک همبستگی چندگانه وجود دارد.



نگاره ۲: الگوی مفهومی پژوهش

روش بررسی

جامعه آماری پژوهش حاضر، کارکنان رسمی شرکت گاز استان اصفهان بودند که در سال ۱۳۹۰ تحت ۳ زیرمجموعه‌ی معاونت‌های مالی و پشتیبانی، بهره‌برداری و مهندسی و اجرای طرح‌ها و واحدهای ستادی مشغول به کار بودند. شرکت‌کنندگان پژوهش حاضر شامل دو گروه اعتباریابی و فرضیه‌آزمایی می‌باشند که با روش تصادفی ساده انتخاب گردیدند. ابتدا جهت سنجش اعتبار و پایایی ابزارهای پژوهش، پرسشنامه‌ها در اختیار گروه اعتباریابی شامل ۶۰ نفر قرار گرفت و پس از تأیید اعتبار و پایاییِ آنها، پرسشنامه‌ها در اختیار گروه فرضیه‌آزمایی شامل ۲۵۰ نفر (با استفاده از جدول مورگان) قرار داده شد که از این تعداد، ۲۱۹ پرسشنامه قابلیت استفاده داشتند.

در این پژوهش برای سنجش متغیرهای مورد مطالعه از چهار پرسشنامه زیر استفاده شد:

۱. پرسشنامه ۲۶ماده‌ایِ جوّ اخلاقی ویکتور و کولن که توسط محققان این پژوهش ترجمه شده‌است و پنج بُعد جوّ اخلاقی (نوع‌دوست، حقوقی و اصولی، قانونی، ابزاری و مستقل) را می‌سنجد. بُعد نوع‌دوست شامل سؤالات ۱تا ۷، بُعد حقوقی و اصولی شامل سؤالات ۸تا ۱۱، بُعد قانونی شامل سؤالات ۱۲تا ۱۵، بُعد ابزاری شامل سؤالات ۱۶تا ۲۲ و بُعد مستقل شامل سؤالات ۲۳تا ۲۶ می‌باشند. مقیاس پاسخ‌گویی این پرسشنامه طیف لیکرت ۶درجه‌ای (۱=کاملاًمخالفم تا ۶=کاملاًموافقم) می‌باشد. سازندگان مقیاس ضریب آلفا برای پنج بُعد جوّ اخلاقی را این‌گونه گزارش دادند: بُعد نوع‌دوست۰/۸۰، حقوقی و اصولی۰/۷۹، قانونی۰/۷۹، ابزاری۰/۷۱ و مستقل۰/۶۰ (۱۰). در پژوهش حاضر برای تعیین اعتبار پرسشنامه جوّ اخلاقی از تحلیل عامل تأییدی با نرم‌افزار AMOS استفاده شد. در ابتدا پرسشنامه از برازش خوبی برخوردار نبود و شاخص RMSEA آن ۰/۱ به‌دست آمد. سپس با حذف ماده‌هایی از پرسشنامه که کوواریانس‌های باقیمانده‌های آنها به شدت همبسته بودند، به

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

بهبود شاخص‌ها پرداخته‌شد و RMSEA از۰/۱ به ۰/۰۸ کاهش یافت، کـه بـرازش معقـول را نشـان مـی‌دهـد. همبسـته بـودن خطاهای ماده‌ها با یکدیگر نشان‌گر آن است که ماده‌های مذکور مفهوم متمایزی از یکدیگر را نمی‌سنجند. بنـابراین، حـذف آنهـا باعث کاهش خطای اندازه‌گیری مقیاس می‌شـود. بـا توجـه بـه این‌که مقدار سایر شاخص‌های بـه‌دسـت آمـده شـامل شـاخص GFI، IFI، CFI وTLI نیز به یک نزدیک بود، همگـی بـرازش خوبی را نشان می‌دهند. ماده‌های باقی‌مانده در پرسشنامه نهـایی شامل ۴ماده در بُعد جوّ نوع‌دوست (سؤالات ۲، ۵، ۶، ۷ و آلفـای کرونباخ ۰/۸۴۹)، ۳ماده در بُعد حقوقی و اصولی (سـؤالات ۸، ۹، ۱۰ و آلفای ۰/۸۴۷)، ۳ماده در بُعد قانونی (سـؤالات ۱۲، ۱۳، ۱۴ و آلفای ۰/۸۴۶)، ۴ماده در بُعد ابزاری (سؤالات ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۲۱ و آلفای ۰/۷۵۱) و ۴ماده در بُعد مسـتقل (سـؤالات ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶ و آلفـای ۰/۷۹۵) مـی‌باشـند (جـدول۱) و درنتیجـه تعـداد ماده‌های پرسشنامه نهایی جوّ اخلاقی از ۲۶ به ۱۸ مـاده تقلیـل یافت (پیوست۱و۲).

جدول ۱: ضرایب پایایی پنج بُعد پرسشنامه جوّ اخلاقی اولیه و نهایی در پژوهش حاضر

	سؤالات اولیه	پایایی مقیاس اولیه	سؤالات مقیاس نهایی (سؤالات حذف نشده)	پایایی مقیاس نهایی
		آلفای کرونباخ		آلفای کرونباخ
جوّنوع‌دوست	۱، ۲، ۳، ٤، ٥، ٦، ۷	۰/۹۱۸	۲، ٥، ٦، ۷	۰/۸٤۹
جوّحقوقی و اصولی	۸، ۹، ۱۰، ۱۱	۰/۹۲٥	۸، ۹، ۱۰	۰/۸٤۷
جوّقانونی	۱۲، ۱۳، ۱٤، ۱٥	۰/۹۱۸	۱۲، ۱۳، ۱٤	۰/۸٤٦
جوّابزاری	۱٦، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲	۰/۷۹٤	۱٦، ۱۷، ۱۸، ۲۱	۰/۷٥۱
جوّمستقل	۲۳، ۲٤، ۲٥، ۲٦	۰/۸۷۱	۲۳، ۲٤، ۲٥، ۲٦	۰/۷۹٥

۲- پرسشنامه ۱۵ماده‌ایِ تعهـد سـازمانی مـاودی، اسـتیرز و پورتر که مقیـاس پاسـخ‌گـویی آن طیـف لیکـرت ۷درجـه‌ای (از ۱=کاملاً مخالفم تا ۷=کاملاً موافقم) می‌باشـد (۲۶). بـرای ایـن پرسشنامه اعتبار و پایایی قابل قبولی گزارش شده است (۲۶).

۳- پرسشنامه ۵ماده‌ایِ خشنودی شغلی بریفیلـد و روث کـه مقیاس پاسـخ‌گـویی آن طیـف لیکـرت ۵درجـه‌ای (از ۱=کـاملاً مخالفم تا ۵=کاملاً موافقم) می‌باشد (۳۰). برای ایـن پرسشـنامه اعتبار و پایایی قابل قبولی گزارش شده است (۳۰).

۴- پرسشنامه ۳ماده‌ایِ قصد ترک شغل کـامن و همکـاران که مقیاس پاسخ‌گویی آن طیف لیکرت ۷ درجـه‌ای (از ۱=کـاملاً مخالفم تا ۷=کاملاً موافقم) می‌باشد (۲۶). برای ایـن پرسشـنامه اعتبار و پایایی قابل قبولی گزارش شده است (۲۶).

در پژوهش حاضر برای تعیین روایـی سـه پرسشـنامه تعهـد سازمانی، خشنودی شغلی و قصد ترک شغل همبستگی آنهـا بـا یک سؤال کلی محقق ساخته و نیز پایایی آنهـا بـه روش آلفـای کرونبـاخ مـورد بررسـی قرارگرفـت. ضـریب آلفـا و همبسـتگی پرسشنامه‌ها بـا سـؤال کلـی بـرای پرسشـنامه تعهـد سـازمانی، خشنودی شغلی و قصد تـرک شـغل بـه ترتیـب برابـر ۰/۸۶۵ و ۰/۶۸۳، p<۰/۰۰۰۱؛ ۰/۷۷۷ و ۰/۷۵۹، p<۰/۰۰۰۱؛ و ۰/۸۱۹ و ۰/۷۴۶، p<۰/۰۰۰۱ به‌دست آمد، در نتیجه روایی و پایـایی ایـن پرسشنامه‌ها در پژوهش حاضر نیز تأیید شد.

در این پژوهش از تحلیل همبستگی بنیـادی یـا زیربنـایی[۱۸] استفاده شد. همبستگی بنیادی عبارتست از ارتباط میان دو متغیر بنیادی که یکی از آنهـا از ترکیـب خطـی متغیرهـای مسـتقل و دیگری از ترکیب خطی متغیرهای وابسته حاصـل مـی‌شـود. بـه عبـارتی، بـه همبسـتگی میـان متغیـری کـه از ترکیـب خطـی

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

متغیرهای مستقل حاصل می‌شود با متغیری که از ترکیب خطی متغیرهای وابسته به‌دست می‌آید، همبستگی بنیادی اطلاق می‌شود (۳۱). همچنین به دلیل هم‌کنشی بین متغیرها برای آزمودن فرضیه‌های مربوط به همبستگی‌های چندگانه از تحلیل رگرسیون با روش پس‌رونده[19] استفاده شد. در روش رگرسیون پس‌رونده تمام متغیرهای پیش‌بین به درون مدل وارد می‌شوند. سپس ضعیف‌ترین متغیر پیش‌بین حذف می‌شود و رگرسیون مجدداً محاسبه می‌شود. اگر این عمل باعث ضعیف شدن معنی‌دار مدل شود آن متغیر مجدداً وارد می‌شود در غیراین‌صورت از دسته متغیرها حذف می‌شود. این شیوه تا هنگامی‌که فقط متغیرهای پیش‌بین سودمند در مدل باقی بمانند، ادامه می یابد (۳۲).

یافته‌ها

آماره‌های توصیفی برای متغیرهای پژوهش و ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول۲ گزارش شده‌اند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود رابطه بین تمامی متغیرهای پژوهش به جز رابطه بین جوّ مستقل و جوّ ابزاری در سطح $p<۰/۰۱$ معنادار می‌باشد و درنتیجه فرضیه‌های ساده پژوهش همگی تأیید می‌شوند.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی و ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

	متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	٤	٥	٦	۷
۱	تعهد سازمانی	۷۰/۹۷۷	۱٤/۳۳٥	-						
۲	خشنودی شغلی	۱۷/۹۸٦	٤/۲۹۷	۰/۷۲٦**	-					
۳	قصدترک شغل	۹/۱۰٥	٤/۸٤٤	-۰/۷٤٥**	-۰/٦٦۰**	-				
٤	جوّنوع‌دوست	۱٦/٥۱۱	٤/۳٤۸	۰/٦۳۸**	۰/٥۳۲**	-۰/٤۸۲**	-			
٥	جوّحقوقی و اصولی	۱۲/٤۸۸	۳/۳٦۹	۰/٥۷۲**	۰/٤۷۹**	-۰/٤۱۱**	۰/۷٥۸**	-		
٦	جوّقانونی	۱۲/٦۱٦	۳/۳۷۱	۰/٥٦۹**	۰/٤٥۳**	-۰/٤٤۷**	۰/۷٦۲**	۰/۷۷۱**	-	
۷	جوّابزاری	۱٤/۷٤۸	٤/۳۰٥	-۰/٤۱۲**	-۰/۳۳٤**	۰/۳٦٥**	-۰/٤٥۱**	-۰/۳۹٥**	-۰/٤۲۲**	-
۸	جوّمستقل	۱۳/۰۱۳	٤/۱۳۸	۰/۳٤۹**	۰/۱۹٤**	-۰/۲۷۱**	۰/۳٦۹**	۰/٤۰۸**	۰/۳٤٤**	-۰/۰۹۱

n =۲۱۹
**** p<۰/۰۱**

در جدول۳ نتایج حاصل از تحلیل همبستگی بنیادی مشاهده می‌شود. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مدل کلی پژوهش یعنی واریانس مشترک میان دودسته متغیر که عبارتند از انواع جوّ اخلاقی (جوّ نوع‌دوست، حقوقی و اصولی، قانونی، ابزاری و مستقل) با متغیرهای وابسته (تعهد، خشنودی و قصد ترک) با ضریب تعیین ۰/۴۹، $F=۱۰/۷۶$ در سطح $p<۰/۰۰۰۱$ از لحاظ آماری معنی‌دار است. به‌عبارتی درحدود ۴۹درصد از واریانس متغیرهای وابسته توسط ابعاد جوّ اخلاقی تبیین می‌شود. ضرایب ساختاری گزارش شده در جدول۳ نشان‌گر اهمیت هر متغیر در ساخت متغیر زیربنایی دسته‌ی خودش، به حساب می‌آیند. به‌طور مثال جوّ نوع‌دوست با ضریب ساختاری برابر با ۰/۹۵- در ایجاد متغیر بنیادی حاصل از ابعاد جوّ اخلاقی واجد بیشترین نقش و مؤلفه‌ی جوّ مستقل با ضریب ساختاری برابر با ۰/۵۰- واجد کمترین نقش می‌باشد.

آزمون لامبدای ویلکز که یکی از مهمترین آزمون‌های چندمتغیری است و درواقع نشان‌گر ضریب عدم تعیین است، مدل کلی پژوهش را آزمون می‌کند. این آماره در پژوهش حاضر برابر با ۰/۵۰۱می‌باشد. به‌عبارتی درحدود ۵۰درصد از واریانس متغیرهای وابسته توسط متغیرهایی غیر از انواع جوّ اخلاقی پیش‌بینی می‌شوند. اگر ضریب عدم تعیین را از ۱ کم کنیم ضریب تعیین و یا همان مقدار واریانس تبیین شده توسط کل مدل به‌دست می‌آید.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

جدول ۳: ضرایب استاندارد، ضرایب ساختاری و دیگر شاخص‌های تحلیل همبستگی بنیادی

	ضرایب استاندارد	ضرایب ساختاری	واریانس ثبت شده
تعهدسازمانی	-۰/۸۶۲	-۰/۹۹	لامبدای ویلکز =۰/۵۰۱ RS =۰/۴۹ F =۱۰/۷۶ p<۰/۰۰۰۱
خشنودی شغلی	-۰/۱۶	-۰/۷۹	
قصدترک شغل	۰/۰۲	۰/۷۷	
جوّنوع‌دوست	-۰/۵۶	-۰/۹۵	
جوّحقوقی و اصولی	-۰/۱۷	-۰/۸۵	
جوّقانونی	-۰/۱۴	-۰/۸۴	
جوّابزاری	۰/۲۲	۰/۶۱	
جوّمستقل	-۰/۱۵	-۰/۵۰	

جهت قضاوت درخصوص اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین واریانس مشترک میان دودسته متغیر وابسته و مستقل، باید از ضرایب استاندارد استفاده کرد. طبق نتایج مندرج در جدول۳، جوّ نوع‌دوست و قانونی به ترتیب با ضرایب استاندارد ۰/۵۶- و ۰/۱۴- واجد بیشترین و کمترین ارتباط با ترکیب خطی متغیرهای وابسته هستند، اما برای تبیین این موضوع که افزایش یا کاهش در نمره‌های متغیرهای مستقل چگونه با افزایش یا کاهش در متغیرهای وابسته مرتبط است از ضرایب ساختاری استفاده می‌شود. اگر ضرایب ساختاری متغیرهای مستقل و وابسته همگی منفی یا همگی مثبت باشند تبیینی سرراست دال بر افزایش در نمره‌های متغیرهای مستقل با افزایش در نمره‌های متغیرهای وابسته وجود دارد، اما اگر ضرایب ساختاری یک دسته منفی و یک دسته مثبت باشد افزایش در یک دسته با کاهش در دسته دیگر همراه است. باتوجه به ضرایب ساختاری متغیرها، می‌توان گفت هرچه نمره افراد به ترتیب در تعهد سازمانی و خشنودی شغلی پایین و در قصدترک شغل بالا باشد، نمره آنها در جوّ نوع‌دوست، حقوقی و اصولی، قانونی، و مستقل پایین و در جوّ ابزاری بالا خواهد بود.

ماحصل این پژوهش با روش تحلیل همبستگی بنیادی نشان می‌دهد که اولاً جوّ نوع‌دوست واجد بیشترین وزن در تولید متغیر بنیادی انواع جوّ اخلاقی است و علاوه براین، این نوع جوّ دارای بیشترین رابطه با متغیرترکیبی حاصل از متغیرهای وابسته است. ثانیاً وزن واریانس مشترک میان این دودسته متغیر برابر با ۴۹درصد است که با مقدار F=۱۰/۷۶ در سطح p<۰/۰۰۰۱ از لحاظ آماری معنی‌دار است.

مندرجات جدول۴ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه بین ترکیب خطی متغیرهای پیش‌بین (انواع جوّ اخلاقی) و متغیر ملاک (تعهدسازمانی) (MR) برابر۰/۶۷۶ و ضریب تعیین (RS) ۰/۴۵۸ می‌باشد که در سطح P<۰/۰۰۰۱ معنی‌دارند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که از میان انواع جوّ اخلاقی به‌عنوان پیش‌بین‌های تعهد به ترتیب جوهای نوع‌دوست، قانونی، ابزاری و مستقل نقش معنی‌داری در پیش‌بینی تعهد دارند و جوّ حقوقی و اصولی نقشی در پیش‌بینی آن ایفا نمی‌کند.

جدول ٤: نتایج همبستگی چندگانه بین انواع جوّ اخلاقی و تعهد سازمانی با روش پس‌رونده

شاخص آماری / متغیرهای پیش‌بین	عرض از مبدا	ضرایب رگرسیون p	t	b	β	FP	RS	MR
۱) جوّنوع‌دوست	۱۱/۰۶۹	۰/۰۰۰۱	۳/۵۶۸	۰/۳۵۰	۰/۳۵۴	۱۸/۷۷۸ ۰/۰۰۰۱	۰/۳۰۶	۰/۵۵۳
۲) جوّحقوقی و اصولی		۰/۱۱۱	۱/۶۰۱	۰/۲۰۵	۰/۱۶۱			
۳) جوّابزاری		۰/۱۱۵	-۱/۵۸۲	-۰/۱۰۳	-۰/۱۰۳			
۴) جوّمستقل		۰/۷۵۵	-۰/۳۱۲	-۰/۰۲۱	-۰/۰۲۰			
۵) جوّقانونی		۰/۸۲۰	۰/۲۲۷	۰/۰۲۹	۰/۰۲۳			
۱) جوّنوع‌دوست	۱۱/۱۴۹	۰/۰۰۰۱	۳/۹۸۳	۰/۳۵۸	۰/۳۶۳	۲۳/۵۶۴	۰/۳۰۶	۰/۵۵۳

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

شاخص آماری / متغیرهای پیش‌بین	عرض از مبدا	ضرایب رگرسیون p	t	b	β	FP	RS	MR
۲) جوّحقوقی و اصولی		۰/۰۵۹	۱/۸۹۹	۰/۲۱۸	۰/۱۷۱	۰/۰۰۰۱		
۳) جوّابزاری		۰/۱۰۷	−۱/۶۱۹	−۰/۱۰۴	−۰/۱۰۴			
۴) جوّمستقل		۰/۷۵۸	−۰/۳۰۸	−۰/۰۲۰	−۰/۰۱۹			
۱) جوّنوع‌دوست		۰/۰۰۰۱	۳/۹۸۴	۰/۳۵۵	۰/۳۵۹	۳۱/۵۲۰		
۲) جوّحقوقی و اصولی	۱۱/۰۷۵	۰/۰۶۱	۱/۸۸۱	۰/۲۱۰	۰/۱۶۵	۰/۰۰۰۱	۰/۳۰۵	۰/۵۵۳
۳) جوّابزاری		۰/۰۹۷	−۱/۶۶۸	−۰/۱۰۶	−۰/۱۰۷			

مندرجات جدول۵ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه بین ترکیب خطی متغیرهای پیش‌بین و متغیر ملاک (خشنودی شغلی) (MR) برابر۰/۵۵۳ و ضریب تعیین (RS) ۰/۳۰۶ می‌باشد که در سطح۰/۰۰۰۱>P معنی‌دارند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که از میان انواع جوّ اخلاقی به‌عنوان پیش‌بین‌های خشنودی به ترتیب جوهای نوع‌دوست، حقوقی و اصولی و ابزاری نقش معنی‌داری در پیش‌بینی خشنودی دارند و جوّ قانونی و مستقل نقشی در پیش‌بینی آن ایفا نمی‌کنند.

جدول ۵: نتایج همبستگی چندگانه بین انواع جوّ اخلاقی و خشنودی شغلی با روش پس‌رونده

شاخص آماری / متغیرهای پیش‌بین	عرض از مبدا	ضرایب رگرسیون p	t	b	β	FP	RS	MR
۱) جوّنوع‌دوست		۰/۰۰۰۱	۴/۱۹۲	۱/۲۱۱	۰/۳۶۷	۳۵/۹۴۵		
۲) جوّقانونی		۰/۲۳۷	۱/۱۸۵	۰/۴۴۴	۰/۱۰۴			
۳) جوّابزاری	۴۱/۸۱۰	۰/۰۰۹	−۲/۶۲۴	−۰/۵۰۲	−۰/۱۵۱	۰/۰۰۰۱	۰/۴۵۸	۰/۶۷۶
۴) جوّمستقل		۰/۰۳۰	۲/۱۷۸	۰/۴۲۲	۰/۱۲۲			
۵) جوّحقوقی و اصولی		۰/۲۴۷	۱/۱۶۲	۰/۴۳۹	۰/۱۰۳			
۱) جوّنوع‌دوست		۰/۰۰۰۱	۴/۹۷۲	۱/۳۳۵	۰/۴۰۵			
۲) جوّقانونی	۴۲/۴۴۳	۰/۰۶۰	۱/۸۸۹	۰/۶۳۶	۰/۱۵۰	۴۴/۵۲۰	۰/۴۵۴	۰/۶۷۴
۳) جوّابزاری		۰/۰۰۸	−۲/۶۹۰	−۰/۵۱۴	−۰/۱۵۴	۰/۰۰۰۱		
۴) جوّمستقل		۰/۰۱۵	۲/۴۴۲	۰/۴۶۵	۰/۱۳۴			

مندرجات جدول۶ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه بین ترکیب خطی متغیرهای پیش‌بین و متغیر ملاک (قصدترک شغل) (MR) برابر۰/۵۳۱ و ضریب تعیین (RS) ۰/۲۸۲ می‌باشد که در سطح ۰/۰۰۰۱>P معنی‌دارند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که از میان انواع جوّ اخلاقی به‌عنوان پیش‌بین‌های قصدترک به ترتیب جوهای نوع‌دوست، ابزاری و مستقل نقش معنی‌داری در پیش‌بینی قصد ترک دارند و جوّ حقوقی و اصولی و قانونی نقشی در پیش‌بینی آن ایفا نمی‌کنند.

جدول ٦: نتایج همبستگی چندگانه بین انواع جوّ اخلاقی و قصد ترک شغل با روش پس‌رونده

شاخص آماری / متغیرهای پیش‌بین	عرض از مبدا	ضرایب رگرسیون p	t	b	β	FP	RS	MR
۱) جوّنوع‌دوست		۰/۰۱۱	−۲/۵۷۵	−۰/۲۸۹	−۰/۲۶۰	۱۶/۶۹۱		
۲) جوّابزاری		۰/۰۰۶	۲/۷۷۴	۰/۲۰۶	۰/۱۸۳			
۳) جوّمستقل	۱۴/۹۱۹	۰/۰۷۴	−۱/۷۹۸	−۰/۱۳۶	−۰/۱۱۶	۰/۰۰۰۱	۰/۲۸۲	۰/۵۳۱
۴) جوّقانونی		۰/۱۴۷	−۱/۴۵۵	−۰/۲۱۲	−۰/۱۴۸			
۵) جوّحقوقی و اصولی		۰/۸۴۶	۰/۱۹۴	۰/۰۲۹	۰/۰۲۰			

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

شاخص آماری / متغیرهای پیش‌بین	عرض از مبدا	ضرایب رگرسیون						
		p	t	b	β	FP	RS	MR
۱) جوّنوع‌دوست	۱۴/۹۶۰	۰/۰۰۷	−۲/۷۰۰	−۰/۲۸۱	−۰/۲۵۲	۲۰/۹۴۹	۰/۲۸۱	۰/۵۳۰
۲) جوّابزاری		۰/۰۰۶	۲/۷۷۳	۰/۲۰۶	۰/۱۸۳			
۳) جوّمستقل		۰/۰۷۴	−۱/۷۹۸	−۰/۱۳۳	−۰/۱۱۳	۰/۰۰۰۱		
۴) جوّقانونی		۰/۱۲۸	−۱/۵۲۸	−۰/۲۰۰	−۰/۱۳۹			
۱) جوّنوع‌دوست	۱۴/۱۱۵	۰/۰۰۰۱	−۴/۹۵۶	−۰/۳۸۷	−۰/۳۴۷	۲۶/۹۸۶	۰/۲۷۴	۰/۵۲۳
۲) جوّابزاری		۰/۰۰۳	۳/۰۲۱	۰/۲۲۲	۰/۱۹۸	۰/۰۰۰۱		
۳) جوّمستقل		۰/۰۴۸	−۱/۹۸۵	−۰/۱۴۶	−۰/۱۲۵			

بحث

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه انواع جوّ اخلاقی با خشنودی شغلی، تعهدسازمانی و قصدترک شغل صورت گرفت. نتایج مطابق با انتظار نشان داد که هر پنج نوع جوّ اخلاقی با سه متغیر خشنودی، تعهد و قصد ترک رابطه معنادار دارند که این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیشین همسو است (۱۸، ۱۷، ۲۱، ۲۲ و ۲۹).

به‌علت این‌که در جوّ نوع‌دوست اعضای سازمان مراقب و متوجه یکدیگر هستند و ویژگی‌های فرآیند گروهی مانند همکاری و جاذبه بین‌فردی در آن رواج دارد، حالت عاطفی مثبتی در بین اعضای سازمان ایجاد می‌کند. برطبق نظریه رویدادهای عاطفی وایس و کروپانزانو تجارب عاطفی در محیط کار تأثیر مستقیمی بر رفتارها و نگرش‌های افراد دارند، درنتیجه این حالت عاطفی مثبت بر خشنودی و تعهدسازمانی تأثیر مثبتی خواهدگذاشت. همچنین این نوع جوّاخلاقی باعث ایجاد محیطی مطلوب و پرورش دهنده‌ی ارزش‌های اخلاقی مانند درستی و اعتماد می‌شود که این امر باعث افزایش خشنودی خواهدشد. علاوه براین به‌علت این‌که جوّ نوع‌دوست به‌طورکلی با توجه عمومی به رفاه سایر کارکنان هم‌راستاست، می‌تواند منجر به سطح بالاتر حمایت سازمانی ادراک شده از سوی کارکنان گردد که براساس هنجار تقابل رفتارهایی مانند افزایش عملکرد درون–نقش، فرا–نقش و تعهد به سازمان و کاهش قصدترک شغل را شکل می‌دهد. وقتی کارکنان احساس حمایت از سوی سازمان ادراک می‌کنند درواقع نیاز به امنیت و وابستگی و عزت و احترام برای آن‌ها برآورده می‌شود که طبق نظریه سلسله مراتب نیازها نیز این امر منجر به بروز خشنودی در کارکنان خواهد شد.

ادارک جوّ حقوقی و اصولی و قانونی بدین معناست که کارکنان تصمیمات خود را باتوجه به قوانین اخلاقی وضع‌شده توسط سازمان (جوّ قانونی) و یا قوانین اخلاقی فراتر از سازمان که کلی‌تر و جهان‌شمول‌ترند (جوّ حقوقی و اصولی) می‌گیرند. وقتی کارکنان براین باور باشند که همه افراد برطبق قوانین خاصی در سازمان رفتار می‌کنند، به نوعی ادراک عدالت سازمانی می‌کنند. برطبق نظریه عدالت سازمانی ادراک عدالت بر نگرش‌های شغلی و نیات رفتاری کارکنان تأثیر می‌گذارد و کارکنان به احتمال بیشتری با نگرش‌های شغلی مثبت به سازمان مقابله به مثل می‌کنند (مثلاً سطح بالاتر خشنودی و تعهدسازمانی). همچنین می‌توان گفت وجود جوهایی که مشوق اعمال قوانین در تصمیمات کارکنان هستند (جوّ قانونی و جوّ حقوقی واصولی) باعث می‌شود که ابهام در هنگام کنترل موقعیت‌های اخلاقی حذف شود. این امر باعث کاهش فشارهای روانی و استرس ناشی از کار می‌شود که به تبع آن تعهد و خشنودی کارکنان افزایش می‌یابد. طبق مدل استرس شغلی/هیجان/رفتار نابارور که توسط اسپکتور مطرح شده، افراد ممکن است به رویدادهای استرس‌زای محیطی با رفتارهای نابارور مانند قصدترک شغل پاسخ بدهند، درنتیجه جوّ قانونی و حقوقی و اصولی می‌توانند به کاهش قصدترک کارکنان کمک کنند.

از آن‌جا که اساس جوّ ابزاری بر خودمداری بنا شده، در این جوّ نیازها و علایق دیگران کمتر مورد توجه هستند. درحقیقت این نوع جوّ به کارکنان این پیام را می‌دهد که سازمان حامی و تأییدکننده رفتارهای متوجه منفعت شخصی به بهای فدا کردن سایر افراد است. وجود نوعی رقابت ناسالم در این جوّ و کاهش احتمال همکاری و پیوستگی در چنین جوّی می‌تواند به کاهش خشنودی منجر شود و ممکن است از همانندسازی کارکنان با

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

سازمان جلوگیری کند که منجر به کاهش تعهدسازمانی نیز می‌گردد. علاوه براین از آن‌جا که در این جوّ افراد احساس می‌کنند که سازمان حمایت‌کننده‌ی آن‌ها نیست، نگرش منفی به سازمان پیدا کرده و با توجه به نظریه حمایت سازمانی می‌توان گفت که ادراک جوّ ابزاری با تعهد و خشنودی کمتری دنبال می‌شود. و نیز به علت این‌که در این جوّ تصمیمات بر حسب منافع شخصی گرفته می‌شوند و به دیگران اهمیتی داده نمی‌شود افراد به نوعی دچار استرس و فشار روانی در محیط کار خواهندشد که برطبق مدل استرس شغلی/هیجان/رفتار نابارور اسپکتور می‌توان رابطه مثبت بین این نوع جوّ اخلاقی و قصدترک را تبیین کرد.

در جوّاخلاقی مستقل تأکید بر آزاد گذاشتن کارکنان در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی بر حسب اخلاقیات خود می‌باشد. به علت این‌که در این نوع جوّ کارکنان احساس خودمختاری در شغل می‌کنند این حس خودمختاری و داشتن کنترل شخصی بر کارها باعث ایجاد انگیزه و رغبت در آن‌ها شده که می‌تواند با تعهد و خشنودی بالاتر در کار همراه باشد. برطبق نظریه ویژگی‌های شغلی هاکمن و اولدهام خودمختاری یکی از پنج ویژگی شغلی است که باعث افزایش انگیزه، عملکرد و خشنودی کارکنان می‌شوند. بنابراین خودمختاری در کار که ویژگی بارز جوّاخلاقی مستقل است یکی از عوامل مهم در شکل‌دهی نگرش‌های مثبت در آن‌هاست. وقتی افراد نگرش مثبتی به سازمان و کار خود داشته باشند به احتمال کمتری به فکر این هستند که سازمان را ترک کنند.

با توجه به محدود بودن پژوهش در زمینه انواع جوّ اخلاقی در ایران و نیز اختلاف نظرهای فراوان در زمینه تعداد و انواع جوّاخلاقی در سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی وجود پنج نوع جوّاخلاقی درنظر گرفته‌شده در این پژوهش و پیامدهای دیگر آنها بررسی شوند. همچنین با توجه به محدود بودن پژوهش در زمینه پیشایندهای انواع جوّاخلاقی و نیز با توجه به وجود شواهدی مبنی بر نقش میانجی‌گر تعهد سازمانی و خشنودی شغلی در رابطه انواع جوّاخلاقی و قصدترک شغل پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به این زمینه‌ها نیز اختصاص یابند.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که انواع جوهای کاری اخلاقی با پیامدهای مهم سازمانی مرتبط می‌شود که این امر اهمیت توجه به اخلاق و مفهوم جوّاخلاقی در سازمان‌ها و محیط‌های کاری را مشخص می‌سازد. با توجه به نقش مهم متغیرهایی مانند تعهدسازمانی، خشنودی شغلی و قصدترک شغل در سازمان‌ها و با توجه به یافته‌های این پژوهش لازم است در ارتقای جوهایی که پیامدهای مثبتی برای سازمان دارند تلاش بیشتری مبذول داشته شود. توجه به رشد اخلاقی کارکنان و بالا بردن سطح اخلاقی کارکنان با تدابیری از قبیل آموزش آنان در راستای ارتقای جوّ مستقل، از بین بردن رقابت‌های ناسالم و تقویت همبستگی و مشارکت در بین کارکنان و تقویت روابط کاری در راستای ارتقای جوّ نوع‌دوست و کاهش جوّ ابزاری، شفاف‌سازی و توجیه کارکنان در مورد علت وجود قوانین و نیز پیامدهای اخلاقی مرتبط با آن‌ها در راستای ارتقای جوهای قانونی و حقوقی و اصولی، استفاده از کمیته‌ها و بازرسان اخلاقی در سازمان‌ها به‌منظور بررسی مشکلات اخلاقی، بررسی تصمیم‌گیری اخلاقی کارکنان در فرآیند ارزیابی عملکرد و دادن بازخورد به آنان از جمله اقداماتی است که درجهت بهبود جوّ اخلاقی سازمان‌ها می‌توان به کار برد.

تشکر و قدردانی

هزینه‌های این پژوهش که در اجرای مفاد قرارداد پژوهشی با شرکت گاز استان اصفهان انجام گردیده، توسط آن شرکت تأمین و پرداخت شده‌است. بدین وسیله از مسئولین و پرسنل محترم شرکت گاز استان اصفهان که در روند اجرای پروژه با پژوهشگران همکاری نمودند، تشکر و قدردانی می‌شود.

واژه‌نامه

1. Organizational climate	جوّ سازمانی
2. Ethical climate	جوّ اخلاقی
3. Ethical criteria	ملاک‌های اخلاقی
4. Locus of analysis	جایگاه تحلیل
5. Egoism	خودمداری

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

منافع فردی	6. Self-interest	جوّ قانونی	14. Rules climate
خیرخواهی	7. Benevolence	جوّ حقوقی و اصولی	15. Law and code climate
منافع مشترک	8. Joint interests	جوّ مستقل	16. Independence climate
قانون‌مداری	9. Principle	جوّ ابزاری	17. Instrumental climate
فردی	10. Individual		18. Canonical correlation
محلی	11. Local	همبستگی زیربنایی یا بنیادی	
جهانی	12. Cosmopolitan	پس‌رونده	19. Backward
جوّ نوع‌دوست	13. Caring climate		

پیوست ۱

گویه‌های پرسشنامه جوّ اخلاقی

	جوّ نوع‌دوست
۱	در این سازمان، آن‌چه برای همه افراد مفید است، در رأس امور قرار دارد.*
۲	در این سازمان، مهم‌ترین مسئله خیر و صلاح همه افراد سازمان است.
۳	در این سازمان، دغدغه اصلی رسیدن سایر افراد به بهترین چیزهاست.*
۴	در این سازمان، افراد به منافع یکدیگر احترام می‌گذارند.*
۵	در این سازمان، از کارکنان انتظار می‌رود که همیشه آن‌چه برای مشتریان و عموم شایسته است را انجام دهند.
۶	در این سازمان، همیشه کارآمدترین راه، راه درست (یا مناسب) است.
۷	در این سازمان، از هر شخص انتظار می‌رود قبل از هر چیز، وظیفه خود را به نحو احسن انجام دهد.
	جوّ حقوقی و اصولی
۸	در این سازمان، از افراد انتظار می‌رود که ورای سایر ملاحظات، از معیارهای حقوقی و حرفه‌ای پیروی کنند.
۹	در این سازمان، مهمترین مسئله، رعایت اصول حقوقی یا اخلاقی مربوط به حرفه است.
۱۰	در این سازمان، از افراد انتظار می‌رود که بلااستثنا از معیارهای حقوقی یا حرفه‌ای پیروی کنند.
۱۱	در این سازمان، مقدم‌ترین مسئله عدم تخطی یک تصمیم از معیارهای حقوقی است.*
	جوّ قانونی
۱۲	در این سازمان، بسیار مهم است که دقیقاً از قوانین و رویه‌های سازمان پیروی شود.
۱۳	در این سازمان، از همه انتظار می‌رود به قوانین و رویه‌های سازمان وفادار باشند.
۱۴	در این سازمان، آن‌هایی موفق هستند که کاملاً مطابق با قانون عمل کنند.
۱۵	افراد این سازمان، دقیقاً از سیاست‌های سازمان پیروی می‌کنند.*
	جوّ ابزاری
۱۶	در این سازمان، افراد پیش از هر چیز، به دنبال حفظ منافع خود هستند.
۱۷	در این سازمان، افراد معمولاً به فکر خودشان هستند.
۱۸	در این سازمان، جایی برای اخلاقیات شخصی فرد وجود ندارد.
۱۹	در این سازمان، از افراد انتظار می‌رود برای افزایش منافع سازمان بدون در نظر گرفتن عواقب آن، از هیچ تلاشی مضایقه نکنند.*

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

۲۰	در این سازمان، افراد به فکر منافع سازمان به بهای نادیده گرفتن چیزهای دیگر هستند.*
۲۱	در این سازمان، کار هنگامی زیر استاندارد (یا نامرغوب) در نظر گرفته می‌شود که به منافع سازمان آسیب برساند.
۲۲	مسئولیت اصلی افراد در این سازمان، کنترل هزینه‌هاست.*
	جوّ مستقل
۲۳	در این سازمان، از افراد انتظار می‌رود که از باورهای اخلاقی و شخصی خود پیروی کنند.
۲۴	همه افراد در این سازمان در مورد درست بودن و نادرست بودن امور، خودشان تصمیم‌گیری می‌کنند.
۲۵	در این سازمان به ادراک افراد از درستی و نادرستی امور بیش از هر چیز دیگر، احترام گذاشته می‌شود.
۲۶	در این سازمان، افراد براساس اصول اخلاقی شخصی خودشان هدایت می‌شوند.

* **سؤالات حذف شده در مقیاس نهایی**

پیوست ۲

میانگین گویه‌های پرسشنامه جوّ اخلاقی

گویه	میانگین	گویه	میانگین	گویه	میانگین	گویه	میانگین
گویه ۱	۳/۳۱	گویه ۸	۴/۲۹	گویه ۱۵	۳/۷۸	گویه ۲۲	۳/۵۱
گویه ۲	۳/۴۲	گویه ۹	۴/۰۵	گویه ۱۶	۳/۸۹	گویه ۲۳	۳/۵۲
گویه ۳	۳/۵۵	گویه ۱۰	۴/۱۳	گویه ۱۷	۳/۹۰	گویه ۲۴	۳/۱۱
گویه ۴	۳/۳۶	گویه ۱۱	۴/۰۵	گویه ۱۸	۳/۴۲	گویه ۲۵	۳/۱۶
گویه ۵	۴/۶۲	گویه ۱۲	۴/۴۳	گویه ۱۹	۳/۵۷	گویه ۲۶	۳/۲۰
گویه ۶	۳/۹۴	گویه ۱۳	۴/۵۴	گویه ۲۰	۳/۰۹		
گویه ۷	۴/۵۱	گویه ۱۴	۳/۶۳	گویه ۲۱	۳/۵۲		

منابع

1. Riggle, R. J. (2007). The Impact of Organizational Climate Variables of Perceived Organizational Support, Workplace Isolation, and Ethical Climate on Salesperson Psychological and Behavioral Work Outcomes. Doctoral Dissertation. University of South Florida.
2. Sims, R. L., Keon, T. L. (1997). Ethical Work Climate as a Factor in the Developme of Person-Organization Fit. Journal of Business Ethics, 16, 1095–1105.
3. Barnett, T., Vaicys, C. (2000). The Moderating Effect of Individuals' Perceptions of Ethical Work Climate on Ethical Judgments and Behavioral Intentions. Journal of Business Ethics, 27(4), 351−362.
4. Peterson, D. K. (2002). Deviant Workplace Behavior and the Organization's Ethical Climate. Journal of Business and Psychology, 17(1), 47-61.
5. Trevino, L. K., Butterfield, K. D., McCabe, D. L. (1998). The Ethical Context in Organizations: Influences on Employee Attitudes and Behaviors, Business Ethics Quarterly, 8(3), 447-476.
6. Deshpande, S. P., George, E., Joseph, J. (2000). Ethical Climates and Managerial Success in Russian Organizations. Journal of Business Ethics, 23, 211-217.
7. Fritzsche, D. J. (2000). Ethical Climates and the Ethical Dimension of Decision-Making. Journal of Business Ethics, 24, 125−140.
8. Kincaid, C. S. (2003). An Examination of the Effect of Ethical Climate on Ethical Optimism and

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

Organizational Commitment. Doctoral dissertation, Graduate College University of Nevada, Las Vegas.

9. Vansandt, C. V. (2003). The Relationship Between Ethical Work Climate and Moral Awareness. Business and Society, 42(1), 144-152.
10. Victor, B., Cullen, J. B. (1988). The Organizational Bases of Ethical Work Climates. Administrative Science QuarterlyI, 33, 101-125.
11. Webber, S. (2007). Ethical Climate Typology and Questionnaire: A Discussion of Instrument Modifications. The Journal of Academic Librarianship, 33(5), 567-580.
12. Smith, H. J., Thompson, R., Iacovou, C. (2009). The Impact of Ethical Climate on Project Status Misreporting. Journal of Business Ethics, 90, 577-591.
13. Duh, M., Belak, J., Milfelner, B. (2010). Core Values, Culture and Ethical Climate as Constitutional Elements of Ethical Behaviour: Exploring Differences Between Family and Non-Family Enterprises. Journal of Business Ethics, 97, 473-489.
14. Elci, M., Alpkan, L. (2009). The Impact of Perceived Organizational Ethical Climate on Work Satisfaction. Journal of Business Ethics, 84, 297-311.

۱۵. صالح‌نیا، منیره. اثر رهبری اخلاقی بر فضای اخلاقی سازمان. فصلنامه اخلاق در علوم و فنّاوری، ۱۳۹۱، سال هفتم، شماره ۲.

۱۶. زینالی صومعه، پروانه و پورعزت، علی‌اصغر. آثار فضای غیر اخلاقی در محیط کار، بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی. فصلنامه اخلاق در علوم و فنّاوری، ۱۳۹۰، سال ششم، شماره ۴.

17. Martin, K. D., Cullen, J. B. (2006). Continuities and Extensions of Ethical Climate Theory: A Meta-Analytic Review. Journal of Business Ethics, 69, 175-194.
18. Cullen, J. B., Parboteeah, K. P., Victor, B. (2003). The Effects of Ethical Climates on Organizational Commitment: A Two-Study Analysis. Journal of Business Ethics, 46, 127-141.
19. Valentine, S., Godkin, L., Lucero, M. (2002). Ethical Context, Organizational Commitment, and Person-Organization Fit. Journal of Business Ethics, 41, 349–360.
20. Kelley, S. W., Dorsch, M. J. (1991). Ethical Climate, Organizational Commitment, and Indebtedness among Purchasing Executives. The Journal of Personal Selling and Sales Management, 11(4), 55-66.
21. Tsai, M., Huang, C. (2008). The Relationship among Ethical Climate Types, Facets of Job Satisfaction, and the Three Components of Organizational Commitment: A Study of Nurses in Taiwan. Journal of Business Ethics, 80, 565-581.
22. Filipova, A. A. (2009). Relationships among Ethical Climates, Perceived Organizational Support, and Intent-to-Leave for Licensed Nurses in Skilled Nursing Facilities. Journal of Applied Gerontology, 20(10), 1-23.
23. Deshpande, S. P. (1996). The Impact of Ethical Climate Types on Facets of Job Satisfaction: An Empirical Investigation. Journal of Business Ethics, 15(6), 655-660.
24. Koh, H. C., Boo, E. H. Y. (2001). The Link Between Organizational Ethics and Job Satisfaction: A Study of Managers in Singapore. Journal of Business Ethics, 29, 309-324.
25. Schwepker, C. H. (2001). Ethical Climate's Relationship to Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intention in the Salesforce. Journal of Business Research, 54, 39-52.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]

۲۶. ارشدی، نسرین. طراحی و آزمودن الگویی از پیشایندها و پیامدهای مهم انگیزش شغلی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب- منطقه اهواز. پایان نامه دکتری روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی: دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۸۶.

27. Joseph, J., Deshpande, S. P. (1997). The Impact of Ethical Climate on Job Satisfaction of Nurses. Health Care Management Review, 22, 76–81.

28. Wang, Y., Hsieh H. (2011). Toward a Better Understanding of the Link Between Ethical Climate and Job Satisfaction: A Multilevel Analysis. Journal of Business Ethics, Published Online.

29. Schminke, M., Ambrose, M. L., Neubaum, D. O. (2005). The Effect of Leader Moral Development on Ethical Climate and Employee Attitudes. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 97, 135-151.

۳۰. هاشمی شیخ‌شبانی، اسماعیل. بررسی روابط ساده، چندگانه و تعاملی متغیرهای مهم محیطی، نگرشی، شخصیتی و عاطفی با رفتارهای نابارور در کارکنان شرکت ملی نفت‌خیز جنوب. پایان نامه دکتری روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی: دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۸۶.

۳۱. بشلیده، کیومرث. روش‌های تحقیق و تجزیه و تحلیل مثال‌های پژوهشی با نرم‌افزارهای spss و amos 16. انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۹۱.

۳۲. بریس، ن.، کمپ، ر.، سنلگار، ر. تحلیل داده‌های روانشناسی با برنامه spss. ترجمه: خدیجه علی‌آبادی و سید علی صمدی. ویراست سوم. تهران: نشر دوران. ۱۳۸۸؛ ص. ۳۴۲.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.3.6.7]