

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

محبوبه قدیری\*، دکتر کیومرث بشلیده، دکتر سیداسماعیل هاشمی‌شیرازی، فرشید مشکلائی

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

(تاریخ دریافت: ۹۱۰۶۰۱۳، تاریخ پذیرش: ۹۱۰۱۰۰۱۶)

## چکیده

زمینه: بررسی روابط بین جوّهای اخلاقی و رفتارهای کارکنان از حیثه‌های 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 نوع دوست، 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 ۲۵۰ نفر 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 جوّ اخلاقی مورد بررسی با تعهد سازمانی و خشنودی شغلی و قصد ترک شغل رابطه دارند. نتایج حاصل از تحلیل همبستگی بنیادی نشان داد ترکیب خطی انواع جوّ اخلاقی با ترکیب خطی تعهد سازمانی، خشنودی شغلی و قصد ترک شغل رابطه معناداری دارند. همچنین نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه نشان دادند که ترکیب خطی انواع جوّ اخلاقی ۴۵/۸ درصد تعهد سازمانی، ۳۰/۶ درصد خشنودی شغلی و ۲۸/۲ درصد واریانس قصد ترک شغل را تبیین می‌کند.

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌ها، انواع جوّهای اخلاقی با پیامدهای مهم سازمانی شامل خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک 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

## سراغاز

پیامدهای منفی 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 در نظر گرفتن زمینه‌ای که در آن فرآیند تصمیم‌گیری رخ می‌دهد، ادراک شود. در نتیجه این مدل‌ها نه فقط تأثیرات افراد بر تصمیم‌گیری اخلاقی را شامل می‌شوند، بلکه عوامل سازمانی

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<sup>۱</sup> شده است (۱). از طرف دیگر بروز رفتارهای غیراخلاقی مختلف در سازمان‌ها و

\* نویسنده مسؤؤل: نشانی الکترونیکی: mahbobeh.ghadiri@yahoo.com

مانند سامانه‌های پاداش، هنجارها، اصول انجام کارها و جو 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 جو سازمانی مرتبط با مسائل اخلاقی سازمان باشد.

جو سازمانی به‌عنوان "ادراکات مشترک از سیاست‌ها، اقدامات و رویه‌های سازمانی به‌طور رسمی و غیررسمی"، تعریف شده‌است. بسیاری معتقدند که تعداد زیادی جو کاری، مانند جو خدمت‌کننده، جو برآوردن امنیت، جو نوآورانه و غیره وجود دارد. یکی از این جوهای کاری موجود در سازمان‌ها "جو اخلاقی" است (۴). مطالعات متعددی نشان داده‌اند که جو اخلاقی یک سازمان، به‌طور معناداری بر رفتار اخلاقی کارکنان تأثیر می‌گذارد (۵-۷). براساس این نتایج سازمان‌ها ترغیب می‌شوند تا جوهای سازمانی مشوق رفتار اخلاقی را برقرار و حفظ کنند. بنابراین متخصصان و پژوهشگران سازمانی باید در مورد جو اخلاقی و رابطه‌ی آن با متغیرهای سازمانی، شخصی و رفتاری بیشتر بدانند. فهمیدن ویژگی‌های یک جو اخلاقی 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).

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

اغلب جو کاری اخلاقی متداول در یک سازمان توسط تحلیل انتخاب‌های اخلاقی افراد آن، تعیین می‌شود. برای بررسی الگوهای تصمیم‌گیری اعضای سازمان یک دسته‌بندی دوبعدی وجود دارد. بُعد اول ملاک‌های اخلاقی<sup>۳</sup> و بُعد دوم

جایگاه تحلیل<sup>۴</sup> 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<sup>۵</sup> (بیشینه‌سازی منافع فردی)، خیرخواهی<sup>۶</sup> (بیشینه‌سازی منافع مشترک)، و قانون‌مداری<sup>۷</sup> (پیروی از قوانین). جایگاه تحلیل، گروهی است که به‌عنوان منبع استدلال اخلاقی فرد در نظر گرفته می‌شود. این مورد نیز می‌تواند به سه گروه دسته‌بندی شود: فردی<sup>۸</sup> (توجه به نیازها و رجحان‌های خود فرد)، محلی<sup>۹</sup> (توجه به منافع سازمانی)، و جهانی<sup>۱۰</sup> (توجه به منافع سامانه اجتماعی/اقتصادی بزرگتر) (۱۲). مرتب کردن این دو بُعد روی دو محور متقاطع باعث به وجود آمدن ۹ دسته جو کاری اخلاقی می‌گردد.

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

		جایگاه تحلیل		
		فردی	محلی	جهانی
ملاک‌های اخلاقی	خودمداری	علاقه شخصی جو ابزاری	سود سازمانی جو ابزاری	کارآمدی جو نوع دوست
	خیرخواهی	دوستانه جو نوع دوست	علاقه تیمی جو نوع دوست	مسئولیت اجتماعی جو نوع دوست
	قانون مداری	اخلاق شخصی جو مستقل	اصول و رویه‌های سازمانی جو قانونی	اصول حقوقی و حرفه‌ای جو حقوقی و اصولی

نگاره ۱: انواع شناخته شده جو اخلاقی به طور نظری و تجربی (۱۴، ص. ۲۹۹)

محققان نشان دادند که ادراک جو نوع دوست و قانونی به طور معناداری خشنودی شغلی کلی آن‌ها را پیش‌بینی می‌کند (۲۷). برخی دیگر نشان دادند که ادراک جو ابزاری به طور منفی و ادراک جوهای نوع دوست، مستقل، و قانونی به طور مثبت با خشنودی مرتبط هستند (۲۸). به طور کلی پژوهش‌ها نشان داده‌اند که جو نوع دوست، مستقل، حقوقی و اصولی، و قانونی به طور مثبتی بر خشنودی اثر می‌گذارند، اما در مقابل جو 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 جو اخلاقی با قصد ترک شغل کارکنان پژوهش‌های محدودی انجام شده است. نتایج پژوهش‌ها نشان داده‌اند که جو نوع-دوست، حقوقی و اصولی، و قانونی رابطه منفی و جو ابزاری رابطه مثبت معناداری با قصد ترک دارند (۲۹ و ۲۲).

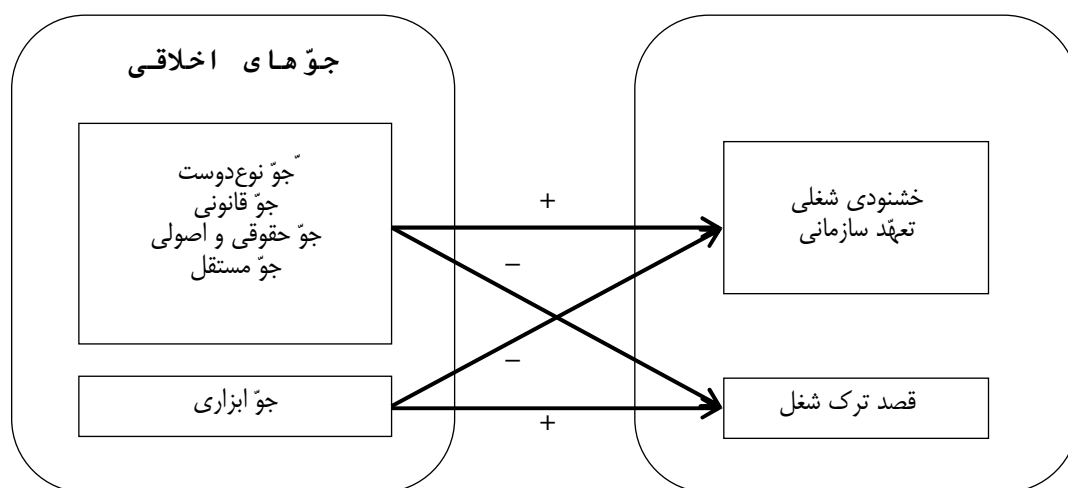
بنابراین باتوجه به اهمیت پژوهش در زمینه جو اخلاقی و نیز با در نظر گرفتن کمبود پژوهش‌ها در زمینه بررسی انواع پنج‌گانه جو اخلاقی و رابطه‌ی آنها با پیامدهای مهمی همچون تعهدسازمانی، خشنودی شغلی و قصد ترک شغل در سازمان‌ها و از همه مهم‌تر کمبود پژوهش در این زمینه در ایران، هدف

مطالعات متعددی نشان داده‌اند که ادراکات افراد از جو اخلاقی، بر واکنش‌های آنها نسبت به کار و سازمان‌شان تأثیر می‌گذارند (۱۷). اثر ادراکات جو 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 جو اخلاقی و تعهد سازمانی وجود دارد. محققان نشان داده‌اند که تعهد سازمانی هنگام ادراک جو اخلاقی خودمدار، پایین‌تر و هنگام ادراک جو خیرخواه و یا قانون‌مدار، بالاتر می‌باشد (۵)، و نیز جو نوع دوست و قانونی رابطه مثبت و جو ابزاری رابطه منفی با تعهدسازمانی دارند (۲۰). محققان دیگری نیز نشان داده‌اند که جو نوع دوست، قانونی، حقوقی و اصولی و مستقل رابطه مثبت و جو ابزاری رابطه منفی با تعهد دارند (۱۷، ۲۱ و ۲۲).

همچنین مطالعات متعددی بین جو 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).

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 جو اخلاقی با ترکیب خطی خشنودی، تعهد و قصد ترک رابطه معنی داری وجود دارد و نیز فرض می شود که بین ابعاد جو اخلاقی با هر کدام از متغیرهای تعهد، خشنودی و قصد ترک همبستگی چندگانه وجود دارد.

پژوهش حاضر بررسی پیامدهای انواع پنج گانه جو اخلاقی در سازمان ها خواهد بود و در واقع این سؤال مطرح می شود که آیا انواع جو 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 جو اخلاقی نوع دوست، حقوقی و اصولی، قانونی و مستقل با تعهد سازمانی و خشنودی شغلی رابطه مثبت و با قصد ترک شغل رابطه منفی و بین جو ابزاری با تعهد و خشنودی



نگاره ۲: الگوی مفهومی پژوهش

توسط محققان این پژوهش ترجمه شده است و پنج بُعد جو اخلاقی (نوع دوست، حقوقی و اصولی، ابزاری و مستقل) را می سنجد. بُعد نوع دوست شامل سؤالات ۷ تا ۱۰، بُعد حقوقی و اصولی شامل سؤالات ۸ تا ۱۱، بُعد قانونی شامل سؤالات ۱۲ تا ۱۵، بُعد ابزاری شامل سؤالات ۱۶ تا ۲۲ و بُعد مستقل شامل سؤالات ۲۳ تا ۲۶ می باشند. مقیاس پاسخ گویی این پرسشنامه طیف لیکرت ۶ درجه ای (۱=کاملاً مخالفم تا ۶=کاملاً موافقم) می باشد. سازندگان مقیاس ضریب آلفا برای پنج بُعد جو اخلاقی را این گونه گزارش دادند: بُعد نوع دوست ۰/۸۰، حقوقی و اصولی ۰/۷۹، قانونی ۰/۷۹، ابزاری ۰/۷۱ و مستقل ۰/۶۰ (۱۰). در پژوهش حاضر برای تعیین اعتبار پرسشنامه جو اخلاقی از تحلیل عامل تأییدی با نرم افزار AMOS استفاده شد. در ابتدا پرسشنامه از برازش خوبی برخوردار نبود و شاخص RMSEA آن ۰/۱ به دست آمد. سپس با حذف ماده هایی از پرسشنامه که کوواریانس های باقیمانده های آنها به شدت همبسته بودند، به

## روش بررسی

جامعه آماری پژوهش حاضر، کارکنان رسمی شرکت گاز استان اصفهان بودند که در سال ۱۳۹۰ تحت ۳ زیرمجموعه ای معاونت های مالی و پشتیبانی، بهره برداری و مهندسی و اجرای طرح ها و واحدهای ستادی مشغول به کار بودند. شرکت کنندگان پژوهش حاضر شامل دو گروه اعتباریابی و فرضیه آزمایی می باشند که با روش تصادفی ساده انتخاب گردیدند. ابتدا جهت سنجش اعتبار و پایایی ابزارهای پژوهش، پرسشنامه ها در اختیار گروه اعتباریابی شامل ۶۰ نفر قرار گرفت و پس از تأیید اعتبار و پایایی آنها، پرسشنامه ها در اختیار گروه فرضیه آزمایی 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 ۲۶ ماده ای جو اخلاقی ویکتور و کولن که

شامل ۴ ماده در بُعد جوّ نوع دوست (سؤالات ۲، ۵، ۶، ۷ و آلفای کرونباخ ۰/۸۴۹)، ۳ ماده در بُعد حقوقی و اصولی (سؤالات ۸، ۹، ۱۰ و آلفای ۰/۸۴۷)، ۳ ماده در بُعد قانونی (سؤالات ۱۲، ۱۳، ۱۴ و آلفای ۰/۸۴۶)، ۴ ماده در بُعد ابزاری (سؤالات ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۲۱ و آلفای ۰/۷۵۱) و ۴ ماده در بُعد مستقل (سؤالات ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶ و آلفای ۰/۷۹۵) می‌باشند (جدول ۱) و در نتیجه تعداد ماده‌های پرسشنامه نهایی جوّ اخلاقی از ۲۶ به ۱۸ ماده تقلیل یافت (پیوست ۱ و ۲).

بهبود شاخص‌ها پرداخته شد و RMSEA از ۰/۱ به ۰/۰۸ کاهش یافت، که برآزش معقول را نشان می‌دهد. همبسته بودن خطاهای ماده‌ها با یکدیگر نشان‌گر آن است که ماده‌های مذکور مفهوم متمایزی از یکدیگر را نمی‌سنجند. بنابراین، حذف آنها باعث کاهش خطای اندازه‌گیری می‌شود. با توجه به این که مقدار سایر شاخص‌های به دست آمده شامل شاخص GFI، IFI، CFI و TLI نیز به یک نزدیک بود، همگی برآزش خوبی را نشان می‌دهند. ماده‌های باقی‌مانده در پرسشنامه نهایی

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
سؤالات اولیه	آلفای کرونباخ	سؤالات مقیاس نهایی (سؤالات حذف نشده)	آلفای کرونباخ
۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۰/۹۱۸	۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲	۰/۸۴۹
۱۱، ۱۰، ۹، ۸	۰/۹۲۵	۱۰، ۹، ۸	۰/۸۴۷
۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲	۰/۹۱۸	۱۴، ۱۳، ۱۲	۰/۸۴۶
۲۲، ۲۱، ۲۰، ۱۹، ۱۸، ۱۷، ۱۶	۰/۷۹۴	۲۱، ۱۸، ۱۷، ۱۶	۰/۷۵۱
۲۶، ۲۵، ۲۴، ۲۳	۰/۸۷۱	۲۶، ۲۵، ۲۴، ۲۳	۰/۷۹۵

سازمانی، خشنودی شغلی و قصد ترک شغل همبستگی آنها با یک سؤال کلی محقق ساخته و نیز پایایی آنها به روش آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. ضریب آلفا و همبستگی پرسشنامه‌ها با سؤال کلی برای پرسشنامه تعهد سازمانی، خشنودی شغلی و قصد ترک شغل به ترتیب برابر ۰/۸۶۵ و ۰/۶۸۳،  $p < ۰/۰۰۰۱$  و  $p < ۰/۷۷۷$ ،  $p < ۰/۷۵۹$  و  $p < ۰/۰۰۰۱$ ؛ و ۰/۸۱۹ و ۰/۷۴۶،  $p < ۰/۰۰۰۱$  به دست آمد، در نتیجه روایی و پایایی این پرسشنامه‌ها در پژوهش حاضر نیز تأیید شد.

در این پژوهش از تحلیل همبستگی بنیادی یا زیربنایی<sup>۱۸</sup> استفاده شد. همبستگی بنیادی عبارتست از ارتباط میان دو متغیر بنیادی که یکی از آنها از ترکیب خطی متغیرهای مستقل و دیگری از ترکیب خطی متغیرهای وابسته حاصل می‌شود. به عبارتی، به همبستگی میان متغیری که از ترکیب خطی

۲- پرسشنامه ۱۵ ماده‌ای تعهد سازمانی ماودی، استیز و پورتر که مقیاس پاسخ‌گویی آن طیف لیکرت ۷ درجه‌ای (از ۱=کاملاً مخالفم تا ۷=کاملاً موافقم) می‌باشد (۲۶). برای این پرسشنامه اعتبار و پایایی قابل قبولی گزارش شده است (۲۶).

۳- پرسشنامه ۵ ماده‌ای خشنودی شغلی بریفیلد و روث که مقیاس پاسخ‌گویی آن طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (از ۱=کاملاً مخالفم تا ۵=کاملاً موافقم) می‌باشد (۳۰). برای این پرسشنامه اعتبار و پایایی قابل قبولی گزارش شده است (۳۰).

۴- پرسشنامه ۳ ماده‌ای قصد ترک شغل کامن و همکاران که مقیاس پاسخ‌گویی آن طیف لیکرت ۷ درجه‌ای (از ۱=کاملاً مخالفم تا ۷=کاملاً موافقم) می‌باشد (۲۶). برای این پرسشنامه اعتبار و پایایی قابل قبولی گزارش شده است (۲۶).

در پژوهش حاضر برای تعیین روایی سه پرسشنامه تعهد

هنگامی که فقط متغیرهای پیش‌بین سودمند در مدل باقی بمانند، ادامه می‌یابد (۳۳).

### یافته‌ها

آماره‌های توصیفی برای متغیرهای پژوهش و ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول ۲ گزارش شده‌اند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود رابطه بین تمامی متغیرهای پژوهش به جز رابطه بین جو مستقل و جو ابزاری در سطح  $p < 0/01$  معنادار می‌باشد و در نتیجه فرضیه‌های ساده پژوهش همگی تأیید می‌شوند.

متغیرهای مستقل حاصل می‌شود با متغیری که از ترکیب خطی متغیرهای وابسته به دست می‌آید، همبستگی بنیادی اطلاق می‌شود (۳۱). همچنین به دلیل هم‌کنشی بین متغیرها برای آزمون فرضیه‌های مربوط به همبستگی‌های چندگانه از تحلیل رگرسیون با روش پس‌رونده<sup>۱۹</sup> 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 غیراین صورت از دسته متغیرها حذف می‌شود. این شیوه تا

جدول ۲: آماره‌های توصیفی و ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱ تعهد سازمانی	۷۰/۹۷۷	۱۴/۳۳۵	-						
۲ خشنودی شغلی	۱۷/۹۸۶	۴/۲۹۷	۰/۷۲۶**	-					
۳ قصد ترک شغل	۹/۱۰۵	۴/۸۴۴	-۰/۷۴۵**	-۰/۶۶۰**	-				
۴ جو نوع دوست	۱۶/۵۱۱	۴/۳۴۸	۰/۶۳۸**	۰/۵۳۲**	-۰/۴۸۲**	-			
۵ جو حقوقی و اصولی	۱۲/۴۸۸	۳/۳۶۹	۰/۵۷۳**	۰/۴۷۹**	-۰/۴۱۱**	۰/۷۵۸**	-		
۶ جو قانونی	۱۲/۶۱۶	۳/۳۷۱	۰/۵۶۹**	۰/۴۵۳**	-۰/۴۴۷**	۰/۷۶۲**	۰/۷۷۱**	-	
۷ جو ابزاری	۱۴/۷۴۸	۴/۳۰۵	-۰/۴۱۲**	-۰/۳۳۴**	۰/۳۶۵**	-۰/۴۵۱**	-۰/۳۹۵**	-۰/۴۲۲**	-
۸ جو مستقل	۱۳/۰۱۳	۴/۱۳۸	۰/۳۴۹**	۰/۱۹۴**	-۰/۲۷۱**	۰/۳۶۹**	۰/۴۰۸**	۰/۳۴۴**	-۰/۰۹۱

n = ۲۱۹  
\*\* p < 0/01

متغیر بنیادی حاصل از ابعاد جو اخلاقی واجد بیشترین نقش و مؤلفه‌ی جو مستقل با ضریب ساختاری برابر با ۰/۵۰- واجد کمترین نقش می‌باشد.

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

در جدول ۳ 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 جو اخلاقی (جو نوع دوست، حقوقی و اصولی، قانونی، ابزاری و مستقل) با متغیرهای وابسته (تعهد، خشنودی و قصد ترک) با ضریب تعیین  $F = 10/76$ ،  $p < 0/001$  در سطح  $p < 0/001$  از لحاظ آماری معنی‌دار است. به عبارتی در حدود ۴۹ درصد از واریانس متغیرهای وابسته توسط ابعاد جو اخلاقی تبیین می‌شود. ضرایب ساختاری گزارش شده در جدول ۳ نشان‌گر اهمیت هر متغیر در ساخت متغیر زیربنایی دسته‌ی خودش، به حساب می‌آیند. به‌طور مثال جو نوع دوست با ضریب ساختاری برابر با ۰/۹۵- در ایجاد

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

ضرایب استاندارد	ضرایب ساختاری	واریانس ثبت شده
تعه‌دسازمانی	-۰/۹۹	-۰/۸۶۲
خشنودی شغلی	-۰/۷۹	-۰/۱۶
قصد ترک شغل	۰/۷۷	۰/۰۲
جو‌نوع دوست	-۰/۹۵	-۰/۵۶
جو‌حقوقی و اصولی	-۰/۸۵	-۰/۱۷
جو‌قانونی	-۰/۸۴	-۰/۱۴
جو‌ابزاری	۰/۶۱	۰/۲۲
جو‌مستقل	-۰/۵۰	-۰/۱۵

آنها در جو‌نوع دوست، حقوقی و اصولی، قانونی، و مستقل پایین و در جو‌ابزاری بالا خواهد بود.

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

مندرجات جدول ۴ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه بین ترکیب خطی متغیرهای پیش‌بین (انواع جو‌اخلاقی) و متغیر ملاک (تعه‌دسازمانی) (MR) برابر  $۰/۶۷۶$  و ضریب تعیین (RS)  $۰/۴۵۸$  می‌باشد که در سطح  $P<۰/۰۰۰۱$  معنی‌دارند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که از میان انواع جو‌اخلاقی به‌عنوان پیش‌بین‌های تعهد به ترتیب جوهای نوع دوست، قانونی، ابزاری و مستقل نقش معنی‌داری در پیش‌بینی تعهد دارند و جو‌ حقوقی و اصولی نقشی در پیش‌بینی آن ایفا نمی‌کند.

جهت قضاوت در خصوص اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین واریانس مشترک میان دودسته متغیر وابسته و مستقل، باید از ضرایب استاندارد استفاده کرد. طبق نتایج مندرج در جدول ۳، جو‌نوع دوست 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 سراسر است 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 قصد ترک شغل بالا باشد، نمره

جدول ۴: نتایج همبستگی چندگانه بین انواع جو‌اخلاقی و تعهد سازمانی با روش پس‌رونده

MR	RS	FP	ضرایب رگرسیون				عرض از مبدا	شاخص آماری
			$\beta$	b	t	p		
			۰/۳۵۴	۰/۳۵۰	۳/۵۶۸	۰/۰۰۰۱		متغیرهای پیش‌بین
			۰/۱۶۱	۰/۲۰۵	۱/۶۰۱	۰/۱۱۱		(۱) جو‌نوع دوست
۰/۵۵۳	۰/۳۰۶	۱۸/۷۷۸	-۰/۱۰۳	-۰/۱۰۳	-۱/۵۸۲	۰/۱۱۵	۱۱/۰۶۹	(۲) جو‌حقوقی و اصولی
		۰/۰۰۰۱	-۰/۰۲۰	-۰/۰۲۱	-۰/۳۱۲	۰/۷۵۵		(۳) جو‌ابزاری
			۰/۰۲۳	۰/۰۲۹	۰/۲۲۷	۰/۸۲۰		(۴) جو‌مستقل
۰/۵۵۳	۰/۳۰۶	۲۳/۵۶۴	۰/۳۶۳	۰/۳۵۸	۳/۹۸۳	۰/۰۰۰۱	۱۱/۱۴۹	(۵) جو‌قانونی
								(۱) جو‌نوع دوست

MR	RS	FP	ضرایب رگرسیون				عرض از مبدا	شاخص آماری	متغیرهای پیش‌بین
			$\beta$	b	t	p			
		./.....	./171	./218	1/899	./059		(2) جو حقوقی و اصولی	
			./104	./104	-1/619	./107		(3) جو ابزاری	
			./019	./020	./308	./758		(4) جو مستقل	
		31/520	./359	./355	3/984	./0001		(1) جو نوع دوست	
./553	./305	./.....	./165	./210	1/881	./061	11/075	(2) جو حقوقی و اصولی	
			./107	./106	-1/668	./097		(3) جو ابزاری	

نتایج نشان می‌دهند که از میان انواع جو اخلاقی به‌عنوان پیش‌بین‌های خشنودی به ترتیب جوهای نوع دوست، حقوقی و اصولی و ابزاری نقش معنی‌داری در پیش‌بینی خشنودی دارند و جو قانونی و مستقل نقشی در پیش‌بینی آن ایفا نمی‌کنند.

مندرجات جدول 5 نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه بین ترکیب خطی متغیرهای پیش‌بین و متغیر ملاک (خشنودی شغلی) (MR) برابر 0/553 و ضریب تعیین (RS) 0/306 می‌باشد که در سطح  $P < 0/0001$  معنی‌دارند. همچنین

جدول 5: نتایج همبستگی چندگانه بین انواع جو اخلاقی و خشنودی شغلی با روش پس‌رونده

MR	RS	FP	ضرایب رگرسیون				عرض از مبدا	شاخص آماری	متغیرهای پیش‌بین
			$\beta$	b	t	p			
			./367	1/211	4/192	./0001		(1) جو نوع دوست	
		35/945	./104	./444	1/185	./237		(2) جو قانونی	
./676	./458	./.....	./151	./502	-2/634	./009	41/810	(3) جو ابزاری	
			./122	./422	2/178	./030		(4) جو مستقل	
			./103	./439	1/162	./247		(5) جو حقوقی و اصولی	
		44/520	./405	1/335	4/972	./0001		(1) جو نوع دوست	
./674	./454	./.....	./150	./636	1/889	./060	42/443	(2) جو قانونی	
			./154	./514	-2/690	./008		(3) جو ابزاری	
			./134	./465	2/442	./015		(4) جو مستقل	

نتایج نشان می‌دهند که از میان انواع جو اخلاقی به‌عنوان پیش‌بین‌های قصد ترک به ترتیب جوهای نوع دوست، ابزاری و مستقل نقش معنی‌داری در پیش‌بینی قصد ترک دارند و جو حقوقی و اصولی و قانونی نقشی در پیش‌بینی آن ایفا نمی‌کنند.

مندرجات جدول 6 نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه بین ترکیب خطی متغیرهای پیش‌بین و متغیر ملاک (قصد ترک شغل) (MR) برابر 0/531 و ضریب تعیین (RS) 0/282 می‌باشد که در سطح  $P < 0/0001$  معنی‌دارند. همچنین

جدول 6: نتایج همبستگی چندگانه بین انواع جو اخلاقی و قصد ترک شغل با روش پس‌رونده

MR	RS	FP	ضرایب رگرسیون				عرض از مبدا	شاخص آماری	متغیرهای پیش‌بین
			$\beta$	b	t	p			
			./260	./289	-2/575	./011		(1) جو نوع دوست	
		16/691	./183	./206	2/774	./006		(2) جو ابزاری	
./531	./282	./.....	./116	./136	-1/798	./074	14/919	(3) جو مستقل	
			./148	./212	-1/455	./147		(4) جو قانونی	
			./020	./029	./194	./846		(5) جو حقوقی و اصولی	

MR	RS	FP	ضرایب رگرسیون				عرض از مبدا	شاخص آماری
			$\beta$	b	t	p		
۰/۵۳۰	۰/۲۸۱	۲۰/۹۴۹ ۰/۰۰۰۱	-۰/۲۵۲	-۰/۲۸۱	-۲/۷۰۰	۰/۰۰۷	۱۴/۹۶۰	۱) جوتوع دوست
			۰/۱۸۳	۰/۲۰۶	۲/۷۷۳	۰/۰۰۶		۲) جوايزاری
			-۰/۱۱۳	-۰/۱۳۳	-۱/۷۹۸	۰/۰۷۴		۳) جومستقل
			-۰/۱۳۹	-۰/۲۰۰	-۱/۵۲۸	۰/۱۲۸		۴) جوقانونی
۰/۵۲۳	۰/۲۷۴	۲۶/۹۸۶ ۰/۰۰۰۱	-۰/۳۴۷	-۰/۳۸۷	-۴/۹۵۶	۰/۰۰۰۱	۱۴/۱۱۵	۱) جوتوع دوست
			۰/۱۹۸	۰/۲۲۲	۳/۰۲۱	۰/۰۰۳		۲) جوايزاری
			-۰/۱۲۵	-۰/۱۴۶	-۱/۹۸۵	۰/۰۴۸		۳) جومستقل

## بحث

ادراک جوّ حقوقی و اصولی و قانونی بدین معناست که کارکنان تصمیمات خود را با توجه به قوانین اخلاقی وضع شده توسط سازمان (جوّ قانونی) و یا قوانین اخلاقی فراتر از سازمان که کلی تر و جهان شمول ترند (جوّ حقوقی و اصولی) می گیرند. وقتی کارکنان براین باور باشند که همه افراد برطبق قوانین خاصی در سازمان رفتار می کنند، به نوعی ادراک عدالت سازمانی می کنند. برطبق نظریه عدالت سازمانی ادراک عدالت بر نگرش های شغلی و نیت رفتاری کارکنان تأثیر می گذارد و کارکنان به احتمال بیشتری با نگرش های شغلی مثبت به سازمان مقابله به مثل می کنند (مثلاً سطح بالاتر خشنودی و تعهدسازمانی). همچنین می توان گفت وجود جوهایی که مشوق اعمال قوانین در تصمیمات کارکنان هستند (جوّ قانونی و جوّ حقوقی و اصولی) باعث می شود که ابهام در هنگام کنترل موقعیت های اخلاقی حذف شود. این امر باعث کاهش فشارهای روانی و استرس ناشی از کار می شود که به تبع آن تعهد و خشنودی کارکنان افزایش می یابد. طبق مدل استرس شغلی/هیجان/رفتار ناباور که توسط اسپکتور مطرح شده، افراد ممکن است به رویدادهای استرس زای محیطی با رفتارهای ناباور مانند قصد ترک شغل پاسخ بدهند، در نتیجه جوّ قانونی و حقوقی و اصولی می توانند به کاهش قصد ترک کارکنان کمک کنند.

از آن جا که اساس جوّ ایزاری بر خودمداری بنا شده، در این جوّ نیازها و علایق دیگران کمتر مورد توجه هستند. درحقیقت این نوع جوّ به کارکنان این پیام را می دهد 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 می تواند به کاهش خشنودی منجر شود و ممکن است از همانندسازی کارکنان با

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه انواع جوّ اخلاقی با خشنودی شغلی، تعهدسازمانی و قصد ترک 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 یافته ها با نتایج پژوهش های پیشین همسو است (۱۸، ۱۷، ۲۱، ۲۲ و ۲۹).

به علت این که در جوّ نوع دوست اعضای سازمان مراقب و متوجه یکدیگر هستند و ویژگی های فرآیند گروهی مانند همکاری و جاذبه بین فردی در آن رواج دارد، حالت عاطفی مثبتی در بین اعضای سازمان ایجاد می کند. برطبق نظریه رویدادهای عاطفی وایس و کروپانزانو تجارب عاطفی در محیط کار تأثیر مستقیمی بر رفتارها و نگرش های افراد دارند، در نتیجه این حالت عاطفی مثبت بر خشنودی و تعهدسازمانی تأثیر مثبتی خواهد گذاشت. همچنین این نوع جوّ اخلاقی باعث ایجاد محیطی مطلوب و پرورش دهنده ارزش های اخلاقی مانند درستی و اعتماد می شود که این امر باعث افزایش خشنودی خواهد شد. علاوه براین به علت این که جوّ نوع دوست به طور کلی با توجه عمومی به رفاه سایر کارکنان همراستا است، می تواند 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 قصد ترک شغل را شکل می دهد. وقتی کارکنان احساس حمایت از سوی سازمان ادراک می کنند درواقع نیاز به امنیت و وابستگی و عزت و احترام برای آن ها برآورده می شود که طبق نظریه سلسله مراتب نیازها نیز این امر منجر به بروز خشنودی در کارکنان خواهد شد.

## نتیجه گیری

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 جو اخلاقی در سازمان‌ها و محیط‌های کاری را مشخص می‌سازد. با توجه به نقش مهم متغیرهایی مانند تعهد سازمانی، خشنودی شغلی و قصد ترک 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 جو مستقل، از بین بردن رقابت‌های ناسالم و تقویت همبستگی و مشارکت در بین کارکنان و تقویت روابط کاری در راستای ارتقای جو نوع دوست و کاهش جو 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 به منظور بررسی مشکلات اخلاقی، بررسی تصمیم‌گیری اخلاقی کارکنان در فرآیند ارزیابی عملکرد و دادن بازخورد به آنان از جمله اقداماتی است که در جهت بهبود جو 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	جو سازمانی
2. Ethical climate	جو اخلاقی
3. Ethical criteria	ملاک‌های اخلاقی
4. Locus of analysis	جایگاه تحلیل
5. Egoism	خودمداری

سازمان جلوگیری کند که منجر به کاهش تعهد سازمانی نیز می‌گردد. علاوه بر این از آن‌جا که در این جو 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 جو ابزاری با تعهد و خشنودی کمتری دنبال می‌شود. و نیز به علت این که در این جو تصمیمات بر حسب منافع شخصی گرفته می‌شوند و به دیگران اهمیتی داده نمی‌شود افراد به نوعی دچار استرس و فشار روانی در محیط کار خواهند شد که برطبق مدل استرس شغلی/هیجان/رفتار نابارور اسپکتور می‌توان رابطه مثبت بین این نوع جو اخلاقی و قصد ترک را تبیین کرد.

در جو اخلاقی مستقل تأکید بر آزاد گذاشتن کارکنان در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی بر حسب اخلاقیات خود می‌باشد. به علت این که در این نوع جو 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 هاگمن 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 جو اخلاقی 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 جو اخلاقی در ایران و نیز اختلاف نظرهای فراوان در زمینه تعداد و انواع جو اخلاقی در سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی وجود پنج نوع جو اخلاقی در نظر گرفته شده در این پژوهش و پیامدهای دیگر آنها بررسی شوند. همچنین با توجه به محدود بودن پژوهش در زمینه پیشایندهای انواع جو اخلاقی و نیز با توجه به وجود شواهدی مبنی بر نقش میانجی‌گر تعهد سازمانی و خشنودی شغلی در رابطه انواع جو اخلاقی و قصد ترک شغل پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به این زمینه‌ها نیز اختصاص یابند.

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

### پیوست ۱

#### گویه‌های پرسشنامه جو اخلاقی

جو نوع دوست	
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.
جو 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.*
جو 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.*
جو 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.*

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

\* سوالات حذف شده در مقیاس نهایی

## پیوست ۲

### میانگین گویه‌های پرسشنامه جو اخلاقی

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

- Peterson, D. K. (2002). Deviant Workplace Behavior and the Organization's Ethical Climate. *Journal of Business and Psychology*, 17(1), 47-61.
- 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.
- Deshpande, S. P., George, E., Joseph, J. (2000). Ethical Climates and Managerial Success in Russian Organizations. *Journal of Business Ethics*, 23, 211-217.
- Fritzsche, D. J. (2000). Ethical Climates and the Ethical Dimension of Decision-Making. *Journal of Business Ethics*, 24, 125-140.
- Kincaid, C. S. (2003). An Examination of the Effect of Ethical Climate on Ethical Optimism and

## منابع

- 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.
- 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.
- 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.

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.
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 Quarterly*, 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., Alpkın, 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 فناوری، 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 فناوری، 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.

- Organizational Behavior and Human Decision Processes, 97, 135-151.
۲۶. ارشدی، نسرين. 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.
۲۷. Joseph, J., Deshpande, S. P. (1997). The Impact of Ethical Climate on Job Satisfaction of Nurses. Health Care Management Review, 22, 76-81.
۲۸. 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.
۲۹. Schminke, M., Ambrose, M. L., Neubaum, D. O. (2005). The Effect of Leader Moral Development on Ethical Climate and Employee Attitudes.
۳۰. هاشمی شیخ‌شبان، 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.