

فصلنامه علمی^۱ پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی
 دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت
 سال پنجم^۲ شماره ۴^۳ زمستان ۹۳
 صص ۶۴-۴۱

رابطه جو اخلاقی سازمان با اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی دبیران

دوره متوسطه

علی شیرازی^۱، مریم احمدی زهرانی^{۲*}

تاریخ پذیرش: ۹۳/۴/۶

تاریخ دریافت: ۹۱/۱۰/۵

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی رابطه جو اخلاقی سازمانی با اعتماد و تعهد سازمانی دبیران دوره متوسط شهر اصفهان بود. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، دبیران مدارس متوسط شهر اصفهان در سال تحصیلی ۹۲-۹۱ به تعداد ۲۷۵ نفر بودند. حجم نمونه با روش نمونه گیری تصادفی و با استفاده از فرمول نمونه گیری جامعه محدود در سطح اطمینان نود درصد تعداد حجم نمونه ۷۷ درآمده که ۹۰ پرسشنامه توزیع شد که ۸۴ پرسشنامه برگردانده شد، تعیین گردید. ابزار جمع آوری داده‌ها سه پرسشنامه استاندارد جو اخلاقی سازمان کولن، ویکتور و برانسون (۱۹۹۳)، اعتماد سازمانی اسکات (۲۰۰۳) و تعهد سازمانی آلن و میر (۱۹۹۰) بود. پایایی ابزار با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه و به ترتیب ۰/۷۸، ۰/۸۹ و ۰/۸۹ می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم افزارهای spss و smart pls استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بر اساس مدل تحلیل مسیر در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل در سطح اطمینان ۰/۹۵ میان جو اخلاقی و اعتماد و تعهد از یک سو و میان اعتماد و تعهد از دیگر سو رابطه علی معناداری وجود دارد. علاقه‌مندی سازمانی، کارایی، دوستی، روحیه کارگروهی، معنویات فردی با اعتماد سازمانی رابطه دارد و ضمن این که بیشترین رابطه با اعتماد سازمانی به ترتیب مربوط به بعد کارایی و دوستی است. علاقه‌مندی فردی، دوستی، روحیه کارگروهی، مسئولیت اجتماعی، معنویات فردی با تعهد سازمانی رابطه دارد و ضمن این که بیشترین رابطه مربوط به بعد دوستی است.

^۱ - دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد

^۲ - دانشجوی دکترای مدیریت منابع انسانی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد

* - نویسنده مسوول مقاله: Email: maryam_ahmadi2266@yahoo.com

واژه‌های کلیدی: جو اخلاقی سازمانی، اعتماد سازمانی، تعهد سازمانی، دیران دوره متوسطه.

مقدمه

پایده کردن رفتارهای اخلاقی در یک سازمان در قدم اول به میزان ارج گذاری به ارزش‌های اخلاقی توسط سیاست‌های کلی و اقدامات مدیریت در آن سازمان بستگی دارد. حساسیت اخلاقی مدیریت به ارتقای سازگاری کارکنان با استانداردهای اخلاقی کمک می‌کند (Bahcecik, 2003). یکی از عوامل اصلی شکل دهی به روابط درون سازمانی و نظرات کارکنان، جو اخلاقی است (Lewis, et al. 2004). مفهوم جو اخلاقی سازمان حدود بیست سال پیش برای توصیف این که چگونه محیط سازمانی بر رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی تأثیرگذار است معرفی شد (Schwepker & Good, 2009). رفتارهای اخلاقی در یک سازمان به عنوان مسأله‌ای مهم برای مدیریت مطرح هستند و مدیریت باید نقش اساسی در بالا بردن رفتارهای اخلاقی داشته باشد. امروزه، سازمان‌ها به مسائل اخلاقی توجه می‌کنند و درصد آن هستند که سطح استانداردهای اخلاقی را افزایش دهند. جو اخلاقی^۱ درون یک سازمان، رفتارهای اخلاقی کارکنان را در محیط کار به صورت معناداری تحت تأثیر قرار می‌دهد (Lewis et al. 2004). اعتماد^۲ یکی از موضوعات مهم در رفتار و روابط انسانی است که احساس اعتماد کارکنان به مدیر و سازمان در زندگی سازمانی، رفتار سازمانی و روابط بین کارکنان و سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین انتظاری است مبنی بر این که کارکنان دیگر به خود اجازه نمی‌دهند در زمانی که دیگران آسیب پذیر هستند، ضرر و زبانی به آنها وارد نمایند (Nadi, et al, 2009). تعهد^۳ با احساس اعتماد افزایش می‌یابد. چنانچه فرد با قابل اعتماد بودن یک سازمان و مدیر آن باور داشته باشد. تعهد وی افزایش خواهد یافت. اعتماد در یک سازمان باعث افزایش تعهد می‌شود و حتی بعضی از مشکلات کارکنان را مشخص می‌کند به این صورت که اعتماد با ماندن و ترک سازمان مرتبط است. برای افزایش تعهد سازمانی باید افرادی استخدام شوند که نظام ارزشی آنها متناسب با نظام ارزش‌های سازمان باشد و شرایط اجتماعی مثبت و رضایت بخش در سازمان ایجاد کنند و سطح اعتماد در سازمان را افزایش دهند (Stets & Burke, 1999).

^۱. ethical climate

^۲. trust

^۳. Commitment

رسونبلات^۱ و شاپیرا- لیشیچینسکی^۲ در سال ۲۰۱۰ اظهار می‌دارد که در دو دهه گذشته، پژوهش‌های وسیعی به بررسی جو اخلاقی سازمانی پرداخته‌اند که عمده‌ترین آن‌ها توسط کولن و همکاران است (Schwepker, 2001). تحقیقات انجام گرفته در مورد جو اخلاق سازمانی نسبتاً جدید بوده و توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده است و به شناسایی مسائل مرتبط با جو اخلاقی پرداخته شده است (Parboteeah et al, 2010). اکپارا و وین در سال ۲۰۰۷ تحقیقی در میان مدیران شرکت‌های کسب و کار، صنعتی و حمل و نقل انجام گرفت که نشان می‌دهد که انواع جو اخلاقی سازمانی بر ابعاد مختلف رضایت شغلی (رضایت از پرداخت، ارتقاء، همکاران، سرپرست، خود کار) تأثیر مثبت دارد. هم‌چنین این پژوهش نشان داد که انواع جو اخلاقی سازمانی بر انواع مختلف تعهد سازمانی (هویت در سازمان، درگیری در سازمان، وفاداری به سازمان) تأثیر مثبت دارد. یکی از پیامدهای رفتاری و نگرشی مثبت منتج از جو اخلاقی، رضایت شغلی است که از متغیرهای بسیار مطرح در حوزه روانشناسی سازمانی و مدیریت است و رضایت شغلی به نگرش کلی فرد درباره‌ی شغل اطلاق می‌شود (Okpara & Wynn, 2008). رضایت شغلی نشان می‌دهد که افراد تا چه اندازه به شغل خود علاقمند هستند. از ارزیابی محیط کار، که در آن به کارکنان پاداش و کار ارضا کننده ارائه می‌شود، رضایت شغلی بوجود می‌آید. فردی که از رضایت شغلی بالایی برخوردار است، به کار خویش نگرش مثبتی دارند، اما کسی که از شغلش ناراضی است، دارای نگرش منفی است. به علاوه، نارضایتی از شغل، باعث کاهش روحیه‌ی کارکنان می‌شود و روحیه پایین، عملکرد آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کارکنان متعهد، اهداف و ارزش‌های سازمانی را پذیرفته‌اند و امیدوارند که با سازمان بمانند و تمام تلاش خود را برای تعالی آن به کار گیرند (Robbins, 2001).

(Viswesvaran & Deshpande, 1998)، دریافتند که سطح رضایت مدیران با سرپرستان به طور مثبت با حمایت درک شده مدیریت ارشد برای رفتارهای اخلاقی رابطه مثبت دارد. مطالعه جارامیل لو و همکارانش تایید کردند که جو اخلاقی اثر مثبتی بر رضایت شغلی فروشندگان دارد که به نوبت به نیت جابه‌جایی کمتر، تعهد سازمانی و عملکرد شغلی بهتری منجر می‌گردد. مطالعات انجام شده توسط (Joseph & Despannde, 1997)، روابط بین انواع جو اخلاقی و ابعاد رضایت شغلی را در یک سازمان غیرانتفاعی بزرگ بررسی کردند. مدارک نشان می‌دادند که انواع جو اخلاقی توصیف شده بوسیله معنویات فردی، قوانین و مقررات سازمان بر روی ابعاد گوناگون رضایت شغلی تأثیر مثبت داشته‌اند، در حالی که علاقه‌مندی فردی و علاقه‌مندی سازمانی بر روی

¹. Rosenblatt

². Shapira-Lishchinsky

رضایت شغلی تاثیر منفی معنی داری داشت. (Martin&Cullen, 2006)، یک مطالعه فرا تحلیلی انجام دادند و دریافتند که رضایت کارکنان با شغل شان، ترفیع، همکاران و سرپرستان غالباً با جوهای اخلاقی همبستگی دارد. به علاوه آنها نه فقط معتقد بودند که جو اخلاقی ادراک شده به بهبود رضایت شغلی کمک می کند بلکه اندیشیدند که ادراکات از جوهای اخلاقی مانند استقلال، قوانین و ضوابط حرفه‌ای و قوانین و مقررات سازمانی بر روی رضایت شغلی تاثیر مثبت داشته اند. این نتیجه برعکس اثرات منفی جو اخلاقی بر روی رضایت شغلی است. هم‌چنین مارتین و کالن نشان دادند که وقتی قوانین بیرونی مانند قوانین حرفه‌ای به عنوان قوانین درونی شده برای سازمان ادراک گردد. به نظر می رسد که روابط مثبت با نتایج سازمانی تولید کند. (Tsai & Huang, 2008)، در تحقیقی به بررسی تاثیر انواع گوناگون جو اخلاقی بر روی ابعاد و وجوه مختلف رضایت شغلی پرستاران پرداختند و دریافتند که جو اخلاقی دوستی، کارگروهی و مسئولیت اجتماعی تاثیر مثبت معنی داری بر روی رضایت شغلی پرستاران با پرداخت، خود کار و رضایت شغلی کلی داشت. هم‌چنین یک جو اخلاقی معنویات فردی به طور مثبت و معنی داری، رضایت شغلی پرستاران با سرپرستاران، همکاران، پرداخت و رضایت شغلی کلی شان متاثر می‌سازد. برعکس علاقه‌مندی فردی و سازمانی به طور معنی دار و منفی رضایت از ترفیع و رضایت شغلی کلی را متاثر می‌سازد. یک نتیجه مهم از این مطالعه این است که اگرچه قوانین و ضوابط حرفه‌ای بیش‌ترین نوع جو اخلاقی درجه بندی شده بود، اما آن هیچ تاثیری بر روی هیچ وجهی از رضایت شغلی پرستاران نداشت. شافر در سال ۲۰۰۷ در تحقیقی با عنوان "جو اخلاقی، تعارض سازمانی و حرفه‌ای و تعهد سازمانی" که در میان حسابداران چینی انجام داد به این نتیجه رسید که جو اخلاقی خودپرستی/ فردی، سازمانی و اصول اخلاقی/ فردی با تعارض سازمانی و حرفه‌ای رابطه مثبتی دارد. نیک خواهی/ اجتماعی، اصول اخلاقی/ سازمانی و اصول اخلاقی/ اجتماعی با تعارض سازمانی و حرفه‌ای رابطه منفی دارد. جو اخلاقی خودپرستی/ فردی، خودپرستی/ سازمانی و اصول اخلاقی/ فردی با تعهد عاطفی رابطه منفی دارد. جو اخلاقی نیک خواهی اصول اخلاقی/ سازمانی، اجتماعی با تعهد عاطفی رابطه مثبت دارد. تعارض سازمانی و حرفه‌ای با تعهد سازمانی عاطفی رابطه منفی دارد (Shafer, 2009).

در پژوهش تانر^۱ (۲۰۰۷) بر روی ۱۲۰ کارمند بیمارستان مشخص شد که بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان رابطه مستحکمی وجود دارد. در فراتحلیلی هم که دریکس و فرین^۲ (۲۰۰۲) بر روی اعتماد به سرپرستان سازمان انجام دادند، دریافتند که ارتباط نزدیکی بین اعتماد

1. Tanner

2. Dirks & Ferrin

به سرپرستان و تعهد سازمانی وجود دارد. همچنین آنها این گونه جمع بندی کردند که اعتماد به سرپرست به پیامدهای شغلی همانند مشارکت در رفتارهای فراتر از نقش منتهی می‌شود، درحالی که اعتماد به رهبران و مدیران ارشد، پیامدهای سازمانی همانند تعهد سازمانی به دنبال دارد. کارکنان متعهد در تحقق اهداف سازمانی مشارکت می‌کنند و به احتمال بیش‌تری به رهبران و مدیران ارشد سازمان اعتماد می‌کنند. در پژوهش انجام شده در داخل کشور به وسیله نادری و مشفق بر روی معلمان آموزش و پرورش اصفهان نیز مشخص شده است که اعتماد به مدیران بر تعهد سازمانی اعضا اثر می‌گذارد (Koshazade et al, 2013). در پژوهش انجام شده در داخل کشور بوسیله خورشید و محسنی (Khorshid & Mohseni, 2009)، بر روی کارکنان بانک‌های دولتی و خصوصی نیز مشخص شده است که در میان انواع گوناگون فضاهای اخلاقی در صنعت بانکداری، فضای اخلاقی قوانین و مقررات درون سازمانی و برون سازمانی به ترتیب به عنوان بیش‌ترین نوع فضای اخلاقی ادراک شده درجه بندی شده اند، و بر عکس فضای اخلاقی علاقه‌مندی فردی و علاقه‌مندی سازمانی و معنویات فردی به ترتیب کمترین نوع فضای اخلاقی ادراک شده درجه بندی شده اند. (Erat et al, 2012) در تحقیقی با عنوان "تأثیر ادراک اعتماد سازمانی و حمایت سازمانی بر ترک خدمت در دانشگاه‌های ترکیه" به این نتیجه رسیدند که ادراک از اعتماد به سازمان بر ترک خدمت تأثیر منفی دارد. ادراک از اعتماد به سرپرست بر ترک خدمت تأثیر منفی دارد.

بررسی مبانی نظری و تدوین فرضیه‌های پژوهش

جو اخلاقی سازمان

جو به روش‌هایی اشاره می‌کند که سازمان‌ها، رفتارهای عادی، اقدامات و اعمال مورد انتظار خود را عملیاتی می‌سازند و از آنها حمایت می‌کنند و به آنها پاداش می‌دهند (Schwepker & Good, 2009). سازمان‌ها، واحدها و گروه‌های کاری انواع مختلفی از جوها از جمله جو اخلاقی را در بر می‌گیرد و بعلاوه تفاوت‌های موقعیتی افراد، گروه‌های کاری و سوابق کاری، ادراک کارکنان از جو سازمانی و جو اخلاقی در سازمان‌های مختلف متفاوت می‌باشد. ویکتور و کولن (1987) به عنوان پدران جو اخلاقی شناخته شده اند، آنها مفهوم اخلاق سازمانی را با توجه با دیدگاه جامعه‌شناسی و فلسفی توسعه داده و جو اخلاقی را ادراک متداول از انواع فعالیت‌ها و رویه‌های اخلاقی که محتوای اخلاقی دارد، تعریف کرده اند (Victor & Cullen, 1987). براساس این تعریف، جو اخلاقی سازمانی یا ابعاد اخلاقی سازمانی بر مبنای ضوابط رایج، رفتارها، ارزش‌ها، اعتقادات و عاداتی که رفتارهای کلی افراد را در سازمان شکل می‌دهند، مورد سنجش قرار می‌گیرند (Meral Elci & Lu'tfihak Alpkhan, 2009). جو اخلاقی سازمان به ادراکات مشترک افراد یک سازمان از آنچه از نظر اخلاقی صحیح است، اشاره کرده و نشان می‌دهند که چگونه باید نسبت به مسائل اخلاقی و

ارزشی در درون سازمان واکنش نشان داد. ویکتور و کولن بر این باورند که جو اخلاقی یکی از عوامل بسیار اساسی در گرایش یا عدم گرایش کارکنان یک سازمان به رفتارهای مختلف است. جو اخلاقی سازمان، مشخص می‌کند که تا چه حد براساس معیارهای اخلاقی تصمیم‌گیری می‌شود و چگونه کارکنان پرسش‌های اخلاقی را تعبیر می‌کنند (Wang, & Hsieh, 2012). جو اخلاقی به عنوان بخشی از فرهنگ سازمانی یا جو سازمانی در نظر گرفته می‌شود. ویکتور و کولن گونه‌شناسی انواع جو را بر مبنای دو بعد: ۱) معیارهای اخلاقی که در تصمیم‌گیری‌های سازمانی بکار گرفته شده (خودپرستی^۱، نیک‌خواهی^۲، اصول اخلاقی^۳، ۲) کانون تحلیل (سطح فردی، سازمانی و اجتماعی) (Cullen et al, 2003). معیارهای اخلاقی بر سه مجموعه تئوری اخلاق مبتنی است که خودپرستی بر به حداکثر رساندن منفعت خود و علاقه مندی‌های فردی و نیک‌خواهی به سود سازمانی یا گروهی و علم الاخلاق که بر اصول اخلاقی تأکید می‌کند. بعد کانون تحلیل به کسانی اشاره دارد درباره موضوعات اخلاقی می‌اندیشند. سطح فردی به دلالت‌های اخلاقی در فرد اشاره می‌کند، سطح سازمانی به گروه‌هایی که در سیستم‌های اجتماعی وجود دارد، اشاره می‌کند و سطح اجتماعی به دلالت‌های اخلاقی که ماورای سازمان و گروه وجود دارد، دلالت دارد. هنگامی که این دو بعد ترکیب می‌گردد، ۹ گونه جو اخلاقی به صورت تئوری ذیل ارائه می‌شود (Appelbaum et al, 2005).

جدول ۱: انواع جو اخلاقی سازمان

		محور تحلیل		
		سطح اجتماعی	سطح سازمانی	سطح فردی
$\begin{matrix} \text{جو} \\ \text{اخلاقی} \\ \text{سازمانی} \end{matrix}$	خودپرستی	کارایی	علاقه‌مندی سازمانی	علاقه‌مندی فردی
	نیک‌خواهی	مسئولیت اجتماعی	روحیه کار گروهی	دوستی
	اصول اخلاقی	قوانین و اصول حرفه‌ای	قوانین و رویه‌های سازمان	معنویات فردی

که به طور مختصر ابعاد جو اخلاقی سازمانی که در جدول بالا نشان داده شده، توضیح داده می‌شود:

۱. علاقه‌مندی فردی: خودپرستی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح فردی می‌باشد. خودپرستی در این سطح نیازها و

^۱- Egoism

^۲- Benevolence

^۳- Principle

- اولویت‌های فردی افراد را مورد توجه قرار می‌دهد. علاقه‌مندی فردی بر مبنای سلامتی فیزیکی، رضایت، قدرت و شادی فرد ارتقا می‌یابد.
۲. علاقه‌مندی سازمانی: خودپرستی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح سازمانی می‌باشد که توسط باورهای گروه کاری تحت تاثیر قرار می‌گیرد و به بافت‌هایی اشاره دارد که بازتابی از سودهایی سازمانی هم چون سود شرکت و مزیت رقابتی را در بر می‌گیرد.
۳. کارایی: خودپرستی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح اجتماعی می‌باشد که تحت تاثیر علائق و سودهای اجتماعی و اقتصادی قرار دارد (Cullen et al, 2003).
۴. دوستی: نیک خواهی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح فردی می‌باشد. این بعد بر مبنای توجه به نوع دوستی افراد دیگر است که بر علائق و تمایلات دوستان بدون توجه به سود دیگر افراد در سازمان تاکید می‌کند.
۵. روحیه کار گروهی: نیک خواهی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح سازمانی می‌باشد. این بعد بر تیم سازمانی تاکید می‌کند.
۶. مسئولیت اجتماعی: نیک خواهی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح اجتماعی می‌باشد. تصمیم‌های اخلاقی تحت تاثیر عوامل بیرونی قرار دارد که رفتارهای اجتماعی را هدایت می‌کند.
۷. معنویات فردی: اصول اخلاقی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح فردی می‌باشد. اخلاقیات شخصی هدایت کننده افراد است و هر فرد اصول اخلاقی خود را انتخاب می‌کند (Cullen et al, 1993).
۸. قوانین و رویه‌های سازمان: اصول اخلاقی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح سازمانی می‌باشد. در این نوع از جواخلاقی، منشأ اصول اخلاقی از سازمان‌ها نشات می‌گیرد.
۹. قوانین و اصول حرفه‌ای: اصول اخلاقی به عنوان معیار اخلاقی در تصمیم‌گیری سازمانی در نظر گرفته شده و کانون تحلیل در سطح اجتماعی می‌باشد. در این بعد، منشأ تعالی این اصول ماورای سازمان است و توسط سیستم قانونی و سازمان‌های حرفه‌ای ارائه می‌شود (Victor & Cullen, 1987).

اعتماد سازمانی

اعتماد^۱ یکی از موضوعات مهم در رفتار و روابط انسانی است که احساس اعتماد کارکنان به مدیر و سازمان، زندگی سازمانی، رفتار سازمانی و روابط بین کارکنان و سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Nadi et al 2009). توجه به مفهوم اعتماد در خلال سال‌های ۱۹۸۰ شروع به رشد کرد و این مفهوم از دیدگاه‌های مختلف مورد مطالعه قرار گرفته است. پژوهش‌های اولیه مربوط به اعتماد عمدتاً در حوزه‌های روانشناسی و جامعه‌شناسی انجام گرفته است (Arnott, 2007). کوک و وال (۱۹۸۰) اعتماد را این گونه تعریف کرده‌اند: "حد و اندازه‌ای که یک نفر تمایل دارد تا به سخنان و اعمال دیگری اطمینان داشته باشد" (Cook & Wall, 1980). بون و هولمز (۱۹۹۱) تعریف اعتماد را حالتی شامل اطمینان داشتن به انتظارات مثبت در مورد انگیزه‌های دیگران در موقعیت‌هایی که خطری در پی دارد، می‌دانند (Boon & Holmes, 1991:41). شاو اعتماد را، اعتقاد به این موضوع تعریف می‌کند که برای دستیابی به انتظارات مان، به دیگران وابسته هستیم (Shaw, 1997). اعتماد یک ساختار چند بعدی است که در نظریه مبادله اجتماعی به سختی مورد مطالعه قرار گرفته و شکلی از ارتباط تبادلی بین کارکنان و سازمان و ارتباط تبادلی پویا میان کارکنان و مدیران تبیین گردیده است. در سازمان‌هایی که دارای اعتماد سیستمی پایین، تسهیم اطلاعات با دقت کمتری صورت می‌پذیرد و اعتماد پایین اعضای یک گروه کاری اغلب به شکست نهایی می‌انجامد. با وجود این، اعتماد در برگیرنده مفاهیم مهمی برای مطالعه است و کلید اصلی برای توسعه روابط بین فردی به شمار می‌رود (Monji & Ortlepp, 2012). سطح پایین اعتماد باعث می‌گردد که کارکنان جریان اطلاعات را در سازمان منحرف کنند و سوء ظن و بدگمانی در بین کارکنان رواج پیدا کند و ارتباطات باز و صادقانه در سازمان از بین برود و تصمیمات سازمان از کیفیت مطلوبی برخوردار نباشند. اعتماد مفهومی چند سطحی بوده، به تعاملات سطوح گوناگون همکاران، تیم‌ها و سطوح درون سازمانی مربوط می‌شود (Straiter, 2005)، به طور کلی دو رویکرد کلی در زمینه اعتماد وجود دارد: اول: رویکرد رفتاری که اعتماد را یک رفتار انتخاب شده عقلایی مثل همکاری می‌داند و دیگری رویکرد روانشناختی که اعتماد را در رابطه با حالت‌های روانی پیچیده‌ای چون انتظارات، احساسات و آمادگی‌ها می‌داند (مرتضوی و محمد زاده، ۱۳۹۲)؛ بدین منظور برای افزایش اعتماد، مدیران باید محیطی از اعتماد را ایجاد کنند که برای هر یک از کارکنان قابل تجربه و مشهود باشد (Ves, 2000). ادراک کارکنان از اعتماد به مدیران خود بر مبنای ویژگی‌های از جمله نیک خواهی، درستی و صداقت، توانایی، گشودگی در تسهیم اطلاعات و همسانی در رفتار می‌باشد (Hartog, 2002). مدیران سعی دارند که روابط مبتنی بر اعتماد را ایجاد

^۱. trust

کنند تا هماهنگی بین کارکنان و مدیران و دیگران را افزایش دهند و تنش‌های مابین کارکنان و مدیران را کاهش دهند (Monji & Ortlepp, 2012). اعتماد به مدیر می‌تواند جنبه‌های مختلفی از رفتار کاری کارکنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد که این تاثیر به علت روابط نزدیک بین مدیر و مرئوس و قدرت مدیر در حفظ نگرش کارکنان نسبت به خود می‌باشد. ایجاد اعتماد به سازمان از طریق انتظارات مثبتی که افراد درباره رفتارهای همکاران در نقش‌های سازمانی، روابط و سیستم‌ها دارند، مشخص شده است (Velez, 2000).

تعهد سازمانی

تعهد سازمانی به عنوان نیرویی است که باعث می‌شود، افراد و هویت فردی آنها به سازمان پیوند بخورد. تعهد سازمانی بیانگر نیرویی است که فرد را ملزم می‌کند تا در سازمان بماند و با تعلق خاطر در جهت اهداف سازمانی کار کند یعنی تعهد سازمانی با یک سری رفتارهای مولد و سازنده همراه است (Mayer & Herscovitch, 2001). اریلی و چاتمن^۱ (۱۹۸۶) تعهد سازمانی را به عنوان فرایندی شامل وفاداری کارکنان و تلاش و کوشش به منظور نیل به اهداف و موفقیت سازمان تعریف کرده اند. سلیپ^۲ تعهد سازمانی را فراتر از انتظارات قانونی و رسمی یک سازمان تعریف کرده اند و بر روی رفتارهای فردی در راستای ارزش‌ها و اهداف سازمان تأکید کرده است. به عبارت دیگر در اکثر تعاریف تعهد سازمانی حداقل سه عنصر مورد توجه است:

۱. باور قوی و پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان
 ۲. میل به تلاش قابل ملاحظه در سازمان
 ۳. تمایل قوی برای ماندن در سازمان به عنوان یک عضو (Portter & Mayer et al, 2002)
- (Steers, 1979). تعهد محور درک انگیزش انسان‌ها و حفظ سیستم‌های متشکل از انسان‌ها است. افراد متعهد به سازمان از دارایی‌های سازمان حفاظت می‌کنند، ارزش‌ها و اهداف سازمانی را بین دیگران گسترش می‌دهند و تلاش‌های ویژه‌ای در سازمان ارائه می‌دهند و عضویت در سازمان را دوست دارند. تعهد سازمانی در جهت ویژگی‌های سازمان همانند ارزش‌ها و رفتارهای سازمان قرار دارد و اغلب شامل تعهد به سازمان و مافوق می‌شود (Koshazade, et al, 2013: 170). کارکنان متعهد به سازمان، بهره‌وری بالاتری دارند، تمایل به ماندگاری آن‌ها بیش‌تر است، کمتر غیبت می‌کنند و در مقابل تغییرات سازمان انعطاف بیش‌تری از خود نشان می‌دهند (Mayer and Allen, 1991). از طرف دیگر، تعهد سازمانی عامل موثری در رفتار سازمانی کارکنان و بازده سازمان‌هاست و نگرش مثبت و منفی افراد

¹. OReilly & Chatman

². Celep

نسبت به کل سازمان را نشان می‌دهد. شخص دارای تعهد سازمانی، نسبت به سازمان احساس وفاداری قوی دارد (Moghimi, 2006).

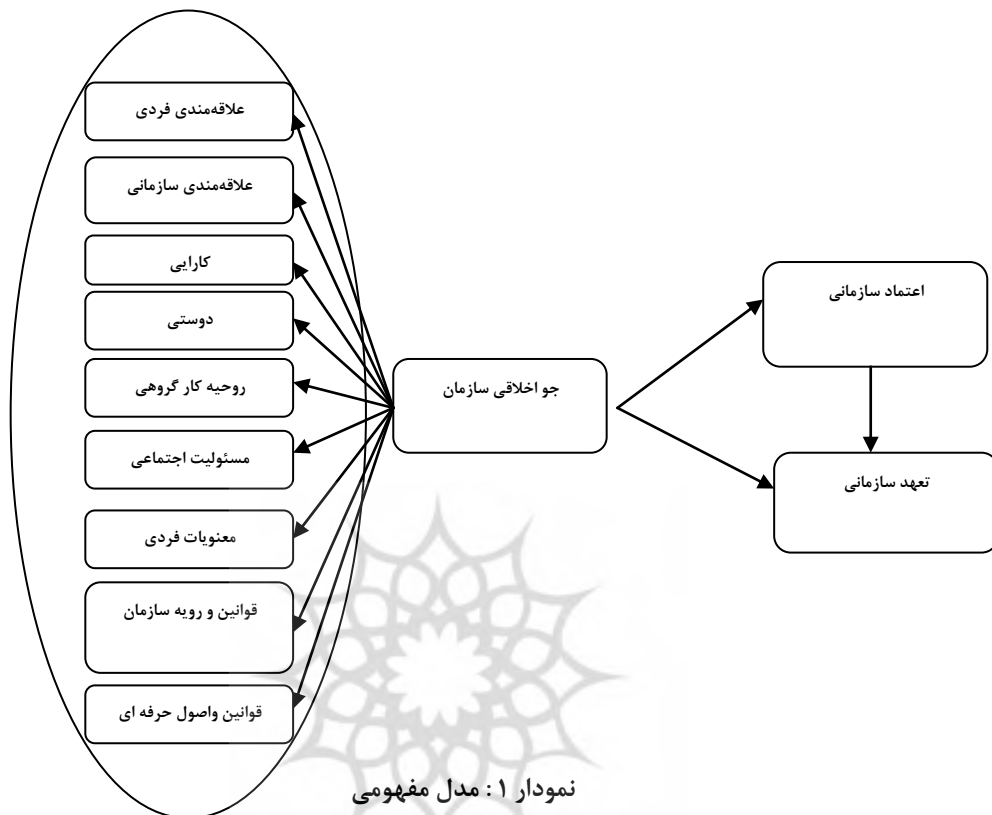
رابطه بین جو اخلاقی، اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی

در بسیاری از تحقیقات به این پرداخته شده که چگونه اعتماد سازمانی به جو اخلاقی مرتبط شده است. مدیران و کارکنانشان به عنوان عناصر اساسی در سازمان، نقش مهمی را در ایجاد اعتماد سازمانی ایفا می‌کنند. فرد مورد اعتماد باید توانایی و شایستگی‌های اخلاقی لازم را داشته باشد تا بتواند دیگران را تحت تاثیر قرار دهد، باید فردی نوع دوست باشد تا بتواند به فرد اعتماد کننده کمک کند و جوی اخلاقی را برای او ایجاد کند (DeConinck, 2011). صداقت در سازمان منجر خواهد شد که کارکنان احساس کنند که در سازمان با آنها منصفانه رفتار می‌شود و ناخودآگاه به سازمان و مدیر خود اعتماد می‌کنند. اگر در سازمان اعتماد وجود داشته باشد، کارمند احساس می‌کند که شغل او برای موفقیت سازمان حیاتی است و علاوه بر این کارکنان اضطراب کمتری داشته و اثر مثبتی بر سازمان خواهند داشت (Ertutk, 2008). تعهد^۱ با احساس اعتماد افزایش می‌یابد. چنانچه فرد با قابل اعتماد بودن یک سازمان و مدیر آن باور داشته باشد. تعهد وی افزایش خواهد یافت. اعتماد در یک سازمان باعث افزایش تعهد می‌شود و حتی بعضی از مشکلات کارکنان را مشخص می‌کند به این صورت که اعتماد با ماندن و ترک سازمان مرتبط است (Mayer & Allen, 1996, 253). ارزش‌های اخلاقی سازمان به عنوان نشانه‌ای مهم برای تعهد سازمانی است. سنجش محققان از ارزش‌های اخلاقی سازمان، ادراکات کارکنان از رفتارهای اخلاقی مدیران و نگرانی درباره مباحث اخلاقی در سازمان را در بر می‌گیرد. زمانی که افراد در جو اخلاقی قرار می‌گیرند و جو اخلاقی را می‌پذیرند، با احتمال بیشتری به سازمان خود متعهد می‌شوند و برای افزایش تعهد سازمانی باید افرادی استخدام شوند که نظام ارزشی آنها متناسب با نظام ارزش‌های سازمان باشد و شرایط اجتماعی مثبت و رضایت بخش در سازمان ایجاد کنند و سطح اعتماد در سازمان را افزایش دهند (Schwepkker, 2001; Stets & Burke, 1999).

اهداف پژوهش

این مقاله اهداف مختلفی را دنبال می‌کند، نخست این مطالعه سعی دارد تا رابطه جو اخلاقی را با اعتماد و تعهد سازمانی بررسی نماید. در درجه دوم رابطه بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی را بر همدیگر مورد بررسی قرار دهد. بر این اساس با توجه به مطالعات و موضوع تحقیق، مدل مفهومی تحقیق به صورت زیر ارائه می‌شود.

¹.commitment



براساس نمودار مدل مفهومی فرضیات تحقیق عبارتند از:

فرضیه اصلی: آیا بین جو اخلاقی سازمانی با اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی دبیران آموزش و پرورش رابطه معناداری وجود دارد؟

فرضیه فرعی ۱: آیا بین ابعاد جو اخلاقی سازمانی (علاقه‌مندی فردی، علاقه‌مندی سازمانی، کارایی، دوستی، روحیه کار گروهی، مسئولیت اجتماعی، معنویات فردی، قوانین و روش‌های سازمانی و حرفه ای) با اعتماد سازمانی دبیران آموزش و پرورش رابطه معناداری وجود دارد؟

فرضیه فرعی ۲: آیا بین ابعاد جو اخلاقی سازمانی (علاقه‌مندی فردی، علاقه‌مندی سازمانی، کارایی، دوستی، روحیه کار گروهی، مسئولیت اجتماعی، معنویات فردی، قوانین و روش‌های سازمانی و حرفه‌ای) با تعهد سازمانی دبیران آموزش و پرورش رابطه معناداری دارد؟

فرضیه فرعی ۳: آیا بین اعتماد سازمانی با تعهد سازمانی دبیران آموزش و پرورش رابطه معناداری وجود دارد؟

روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی (همبستگی) بود. جامعه آماری پژوهش کلیه دبیران آموزش و پرورش ناحیه ۱ شهر اصفهان سال ۹۲-۹۱ به تعداد ۲۷۵ نفر با دقت هشت درصد و سطح اطمینان نود درصد با استفاده از فرمول نمونه‌گیری جامعه محدود تعداد حجم نمونه ۷۷ درآمده که ۹۰ تا پرسشنامه توزیع شد که ۸۴ تا از این پرسشنامه‌ها برگردانده شد. از ۸۴ نفر نمونه نهایی، ۴۴ نفر معادل (۵۲/۳۸) مرد و ۴۰ نفر معادل (۴۷/۶۲) زن بوده‌اند. از نظر سنی ۳۲ نفر معادل (۳۸/۱) در گروه سنی تا ۴۰ سال و ۵۲ نفر (معادل ۶۱/۹ درصد) در گروه سنی ۴۱ سال و بالاتر بوده‌اند. از نظر سابقه شغلی ۳۴ نفر (معادل ۴۰/۴۸ درصد) پایین‌تر از ۱۵ سال و ۵۰ نفر (معادل ۵۹/۵۲ درصد) بالاتر از ۱۵ سال بوده‌اند. از نظر سطح تحصیلات ۲۰ نفر (معادل ۲۳/۸ درصد) دیپلم و فوق دیپلم و ۶۴ نفر (معادل ۷۶/۲ درصد) کارشناسی و کارشناسی ارشد بودند.

برای سنجش پایایی اولیه ابزار پژوهش، نمونه اولیه‌ای مشتمل بر ۳۰ نفر پیش‌آزمون شدند و با استفاده از نتایج بدست آمده مقدار اعتبار درونی با روش آلفای کرونباخ محاسبه شده که بنابراین، برای گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه به شرح زیر استفاده شده است:

پرسشنامه جو اخلاقی: برای سنجش جو اخلاقی سازمان از پرسشنامه جو اخلاقی سازمان که توسط کولن، ویکتور و برانسون (۱۹۹۳) تهیه شده، استفاده گردید که سه مؤلفه برای جو اخلاقی سازمان شناسایی شده که: (۱) خودپرستی (علاقه‌مندی فردی، علاقه‌مندی سازمانی، کارایی)، (۲) نیک خواهی (دوستی، روحیه کارگروهي، مسئولیت اجتماعی)، (۳) اصول اخلاقی (معنویات فردی، قوانین و روش‌های سازمان، قوانین و اصول حرفه‌ای) که در مجموع یک پرسشنامه ۳۳ سوالی را تشکیل داده، استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه جو اخلاقی ۰.۷۸ می‌باشد.

پرسشنامه اعتماد سازمانی: برای سنجش اعتماد سازمانی از پرسشنامه اسکات^۱ که بوسیله را در^۲ (۲۰۰۳) جهت سنجش اعتماد به سازمان بکار گرفته شده، استفاده گردید که از ۹ گویه تشکیل شده و در سه مطالعه به ترتیب آلفای کرونباخ ۰/۹۱، ۰/۷۷ و ۰/۸۰ را برای این پرسشنامه گزارش نموده‌اند. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه اعتماد ۰.۸۹ بدست آمد.

^۱.Scott

^۲.Ruder

پرسشنامه تعهد سازمانی: برای سنجش تعهد سازمانی پرسشنامه ۲۴ گویه‌ای آلن و میسر (۱۹۹۰) تشکیل شده که آلفاس کرونباخ ۰/۸۲، ۰/۹۲ و ۰/۷۹ برای این پرسشنامه گزارش شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تعهد ۰/۸۹ بدست آمد.

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم افزارهای spss و smart pls برای تحلیل مسیر استفاده گردید. برای آزمون فرضیات و بررسی رابطه میان تک تک ابعاد جو اخلاقی و متغیرهای اعتماد و تعهد با به کارگیری نرم افزار SPSS 16 از آزمون رگرسیون استفاده شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از این آزمون به شرح زیر است:

جدول ۲ به منظور بررسی قطعیت وجود رابطه قطعی میان جو اخلاقی و اعتماد مورد بررسی قرار گرفته است. همانطور که در جدول ۲ تحلیل واریانس بین جو اخلاقی سازمان و اعتماد سازمانی مشاهده می‌شود؛ مقدار sig به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ بوده و بنابراین فرض خطی بودن رابطه میان متغیرها پذیرفته می‌شود.

جدول ۲: تحلیل واریانس بین جو اخلاقی سازمان و اعتماد سازمانی

مدل	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	F	Sig
رگرسیون	۱/۱۵۲	۹	۱۰/۳۶۵	۱۰/۸۶۱	۰/۰۰۰
باقیمانده	۰/۱۰۶	۷۴	۷/۸۴۷		
کل		۸۳	۱۸/۲۱۳		

جدول ۳ ضرایب و معناداری هریک از متغیرها را نشان می‌دهد. با توجه به Sig های بدست آمده به جز ابعاد علاقه‌مندی فردی، قوانین و روش‌های سازمانی و مسئولیت اجتماعی مابقی ابعاد رابطه معناداری با اعتماد سازمانی دارند. Sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ است؛ ضمن این که بیش‌ترین رابطه با اعتماد سازمانی به ترتیب مربوط به بعد کارایی و دوستی است. Sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ نیست پس بنابراین علاقه‌مندی فردی، قوانین و روش‌های سازمانی و هم‌چنین مسئولیت اجتماعی نیز با اعتماد سازمانی رابطه ندارد.

جدول ۳: ضرایب رگرسیون بین ابعاد جو اخلاقی سازمان و اعتماد سازمانی

مدل	تغییرات غیرمعیارین شده		تغییرات معیارین شده		Sig	t
	B	Std. Error	B	Std. Error		
ثابت			۰/۱۹۵	۰/۷۰۴	۰/۷۸۲	۰/۲۷۷
علاقه‌مندی فردی	۰/۲۰۶	۰/۰۸۱	۰/۱۴۵	۰/۰۷۹	۰/۰۷۹	۱/۷۸۱
کارایی	۰/۷۴۷	۰/۲۱۶	۰/۶۴۵	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۲/۹۹۱
معنویت فردی	۰/۱۷۷	۰/۰۸۵	۰/۱۷۰	۰/۰۵۰	۰/۰۵۰	۱/۹۹۴
علاقه‌مندی سازمانی	۰/۳۰۱	۰/۱۲۴	۰/۲۹۶	۰/۰۲۰	۰/۰۲۰	۲/۳۸۶
دوستی	۰/۶۲۷	۰/۲۱۱	۰/۵۳۳	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۲/۵۲۱
قوانین و روش‌های سازمان	-۰/۳۸۴	۰/۲۲۳	-۰/۳۵۶	۰/۱۱۵	۰/۱۱۵	-۱/۵۹۷

قوانین و اصول حرفه‌ای	-۰/۴۳۷	۰/۱۶۱	-۰/۵۱۰	۰/۰۰۲	-۳/۱۷۸
مسئولیت اجتماعی	-۰/۴۰۰	۰/۱۷۸	-۰/۳۲۸	۰/۰۷۰	-۱/۸۳۹
روحیه کارگروهی	۰/۳۹۰	۰/۱۷۲	۰/۵۴۴	۰/۰۰۲	۳/۱۶۸

جدول ۴ تحلیل واریانس به منظور بررسی قطعیت وجود رابطه قطعی میان جو اخلاقی و تعهد مورد بررسی قرار گرفته است. همانطور که در جدول تحلیل واریانس مشاهده می‌شود مقدار sig به دست آمده کمتر از ۰.۰۵ بوده و بنابراین فرض خطی بودن رابطه میان متغیرها پذیرفته می‌شود.

جدول ۴: تحلیل واریانس بین جو اخلاقی سازمان و تعهد سازمانی

مدل	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	F	Sig
رگرسیون	۶۷/۱۸۸	۱/۹۷۲	۹	۱۷/۷۵۰	۰/۰۰۰
باقیمانده		۰/۰۲۹	۷۴	۲/۱۷۲	
کل			۸۳	۱۹/۹۲۲	

جدول ۵ ضرایب و معناداری هر یک از متغیرها را نشان می‌دهد. با توجه به Sig های بدست آمده به جز ابعاد علاقه‌مندی سازمانی، کارایی، قوانین و روش‌های سازمانی و قوانین و اصول حرفه‌ای مابقی ابعاد رابطه معناداری با تعهد سازمانی دارند. Sig بدست آمده کمتر از ۰.۰۵ است؛ ضمن این که بیش‌ترین رابطه مربوط به بعد دوستی است. Sig بدست آمده کمتر از ۰.۰۵ نیست؛ پس بنابراین علاقه‌مندی سازمانی، کارایی و نیز قوانین و روش‌های سازمانی و قوانین و اصول حرفه‌ای نیز با تعهد سازمانی رابطه ندارد.

جدول ۵: ضرایب رگرسیون بین ابعاد جو اخلاقی سازمانی و تعهد سازمانی

مدل	تغییرات غیرمعیارین شده		تغییرات معیارین شده		Sig	t
	B	Std. Error	B	Std. Error		
ثابت			۰/۳۶۷	۰/۰۹۶	۰/۷۹۴	۰/۲۶۲
علاقه‌مندی فردی	۰/۱۷۱	۰/۰۴۲	-۰/۱۲۶	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	-۲/۹۶۰
کارایی	۰/۰۲۰	۰/۱۱۴	۰/۰۱۸	۰/۰۸۷۳	۰/۸۷۳	۰/۱۶۰
معنویت فردی	۰/۱۱۹	۰/۰۴۴	۰/۱۲۰	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۲/۷۰۶
علاقه‌مندی سازمانی	۰/۰۸۸	۰/۰۶۴	۰/۰۹۱	۰/۱۶۳	۰/۱۶۳	۱/۴۱۰
دوستی	۰/۳۲۸	۰/۱۰۷	۰/۳۸۴	۰/۰۱۰	۰/۰۱۰	۲/۶۴۴
قوانین و رویه‌های سازمان	۰/۱۸۳	۰/۱۲۰	۰/۱۷۷	۰/۱۴۲	۰/۱۴۲	۱/۴۸۲
قوانین و اصول حرفه‌ای	-۰/۰۱۳	۰/۰۸۵	۰/۰۱۶	۰/۸۴۷	۰/۸۴۷	-۰/۱۹۴
مسئولیت اجتماعی	۰/۲۶۷	۰/۰۹۴	۰/۳۲۹	۰/۰۱۷	۰/۰۱۷	۲/۴۵۰
روحیه کار گروهی	۰/۱۲۸	۰/۰۹۰	۰/۱۸۶	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	۲/۰۶۳

جدول ۶ به منظور بررسی قطعیت وجود رابطه قطعی میان تعهد و اعتماد مورد بررسی قرار گرفته است. همان طور که در جدول تحلیل واریانس بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی مشاهده می شود مقدار sig به دست آمده کمتر از ۰.۰۵ بوده و بنابراین فرض خطی بودن رابطه بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی پذیرفته می شود.

جدول ۶: تحلیل واریانس بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی

مدل	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	F	Sig
رگرسیون	۱/۸۳۴	۱	۱/۸۴۳	۸/۳۵۸	۰/۰۰۵
باقیمانده	۱۸/۰۸۰	۸۲	۰/۲۲۰		
کل	۱۹/۹۲۲	۸۳			

با توجه به sig بدست آمده از جدول ۷ می توان بیان کرد که اعتماد سازمانی رابطه معنادار با تعهد سازمانی دارد. از آنجا که sig بدست آمده از ۰.۰۵ کمتر است پس بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۷: ضرایب رگرسیون بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی

مدل	تغییرات غیرمعیارین شده		تغییرات معیارین شده		t	Sig
	B	Std. Error	B	Std. Error		
ثابت	۲/۶۳۴	۰/۴۹۵			۵/۳۲۵	۰/۰۰۰
اعتماد سازمانی	۰/۳۱۸	۰/۱۱۰	۰/۳۰۴		۲/۸۹۱	۰/۰۰۵

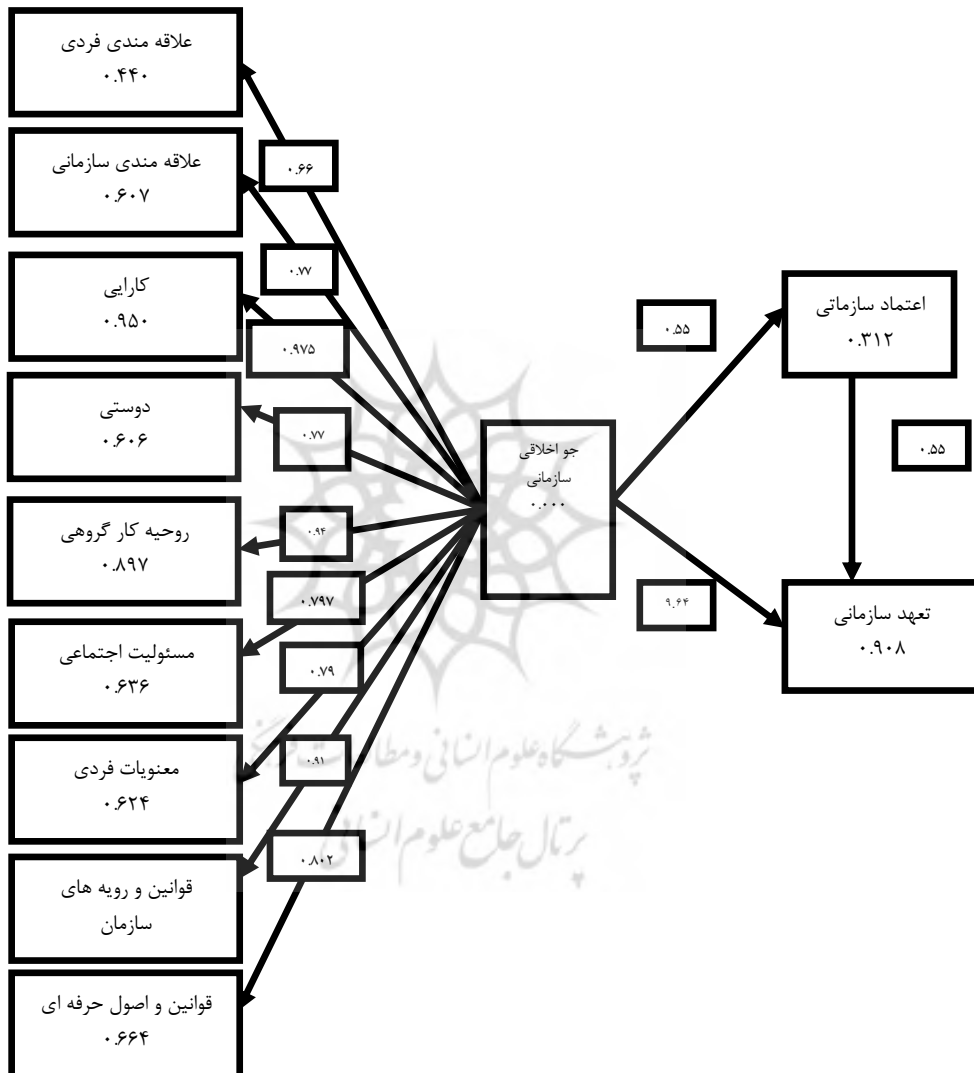
در ادامه و به منظور بررسی بیش تر مدل مفهومی تحقیق، از مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار smart pls استفاده شد که نتایج به شرح زیر است. برای محاسبه شاخص تناسب مدل در مدل PLS، از فرمول زیر بهره گرفته شد:

$$GoF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

در مدل PLS که مبتنی بر واریانس می باشد میانگین میانگین هندسی این دو شاخص به عنوان شاخص نیکویی برازش کلی مدل به کار می رود. برای انجام این آزمون از دو شاخص ۱. میانگین شاخص تجمعی و ۲. میانگین توان دوم ضرایب همبستگی بین سازه ها، استفاده می گردد. در صورتیکه مقدار GOF برابر یا بزرگتر از ۰.۳۶ شود می توان گفت که مدل بصورت کلی معنادار و قابل قبول است. در مدل پژوهش، این مقدار بصورت زیر محاسبه شده است.

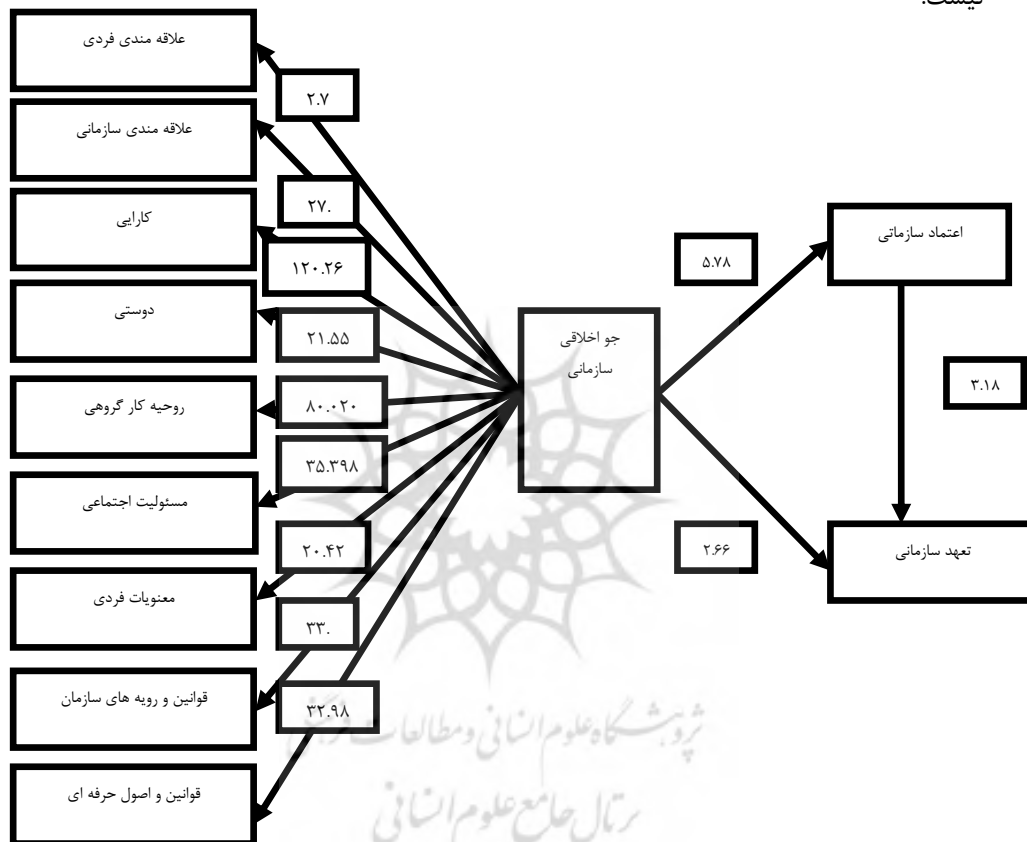
$$GoF = \sqrt{.48 \times .78}$$

با توجه به اینکه مقدار GOF برابر با ۰.۳۷ می‌شود می‌توان گفت که مدل در مجموع دارای برازش مناسب می‌باشد. شکل زیر ضرایب مسیره‌ها در مدل پژوهش را در حالت استاندارد نشان می‌دهد. در حالت استاندارد مقایسه عددی ضرایب مدل امکانپذیر می‌باشد.



نمودار ۲: مدل در حالت تخمین استاندارد در سطح اطمینان ۹۵٪ میان ابعاد جو اخلاقی و اعتماد و تعهد سازمانی

شکل زیر معناداری مسیرها در مدل تحلیل مسیر نشان می‌دهد. در حالت معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان بر اساس مقدار T در خصوص معناداری ضرایب مسیرها تصمیم‌گیری کرد. در صورتیکه مقدار T بزرگتر از ۱،۹۶ باشد، آن مسیر معنادار و در غیر اینصورت آن مسیر معنادار نیست.



نمودار ۳: مدل در حالت معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ میان ابعاد جو اخلاقی و اعتماد و تعهد سازمانی

بر اساس مدل تحلیل مسیر در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل و با توجه به اینکه مقدار آماره t بزرگتر از ۱،۹۶ است، می‌توان چنین بیان کرد که در سطح اطمینان ۹۵٪ میان جو اخلاقی و تعهد و اعتماد از یک سو و میان اعتماد و تعهد از دیگر سو رابطه علی معناداری وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

اعتماد و تعهد سازمانی به علت تاثیرش بر روی عملکرد و بازدهی کارکنان و در نتیجه بر بهره‌وری و کارایی سازمان مورد توجه مدیران قرار گرفته است. تحقیقات بسیاری بر روی عوامل تاثیرگذار بر روی اعتماد و تعهد انجام شده است. اخیراً بررسی اخلاقیات، اصول اخلاقی و فضای اخلاقی بر روی اعتماد و تعهد کارکنان علاقمند شده‌اند. فضای اخلاقی یکی از عوامل اصلی شکل دهنده روابط درون سازمانی و نگرش‌های کارکنان است که دارای تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی نتایج سازمانی است. از طریق بهبود اعتماد بین کارکنان و مدیران و افزایش تعهد کارکنان و در نتیجه پیروی و تبعیت شدید از اصول اخلاقی، کارکرد سازمانی افزایش می‌یابد. کارکنانی که سازمانشان را اخلاقی ادراک می‌کنند و همچنین ادراک می‌کنند که سازمان نسبت به آنها منصفانه و عادلانه برخورد می‌کند، بیش‌تر می‌توانند به مدیران و سازمان خود اعتماد کنند و به آنها پایبند و متعهد باشند. از این رو این مقاله تحقیقی به بررسی رابطه انواع جو اخلاقی با اعتماد و تعهد سازمانی در دبیران آموزش و پرورش پرداخته است.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که علاقه‌مندی سازمانی، کارایی، دوستی، روحیه کارگروهي، معنویات فردی با اعتماد سازمانی رابطه دارد؛ زیرا Sig های بدست آمده کمتر از ۰.۰۵ را نشان می‌دهد؛ بنابراین، رابطه این ابعاد با اعتماد تایید شده و در ضمن بعد کارایی و دوستی بیش‌ترین رابطه را با اعتماد سازمانی دارند. همچنین Sig های بدست آمده کمتر از ۰.۰۵ نشان می‌دهد، بنابراین ابعاد علاقه‌مندی فردی، دوستی، روحیه کارگروهي، مسئولیت اجتماعی، معنویات فردی با تعهد سازمانی رابطه دارد؛ ضمن این که بیش‌ترین رابطه با اعتماد سازمانی مربوط به بعد دوستی است. بررسی‌های (Joseph & Despannde, 1997) نیز نشان می‌دهد که انواع جو اخلاقی از جمله معنویات فردی، قوانین و مقررات سازمان بر روی ابعاد گوناگون رضایت شغلی رابطه مثبت داشته، در حالی که علاقه‌مندی فردی و علاقه‌مندی سازمانی با رضایت شغلی رابطه منفی معنی داری داشت. یافته‌های (Tsai & Huang, 2008)، که رابطه انواع گوناگون جو اخلاقی با ابعاد رضایت شغلی پرستاران را نشان می‌دهد؛ بیان می‌کند که جو اخلاقی دوستی، کارگروهي و مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت معنی داری با رضایت شغلی پرستاران با پرداخت، خود کار و رضایت شغلی داشت. همچنین جو اخلاقی معنویات فردی به طور مثبت و معنی داری، رضایت شغلی پرستاران با سرپرستاران، همکاران، پرداخت و رضایت شغلی کلی شان متاثر می‌سازد. برعکس، علاقه‌مندی فردی و سازمانی به طور معنی دار و منفی رضایت از ترفیع و رضایت شغلی کلی را متاثر می‌سازد. قوانین و ضوابط حرفه‌ای بیش‌ترین نوع جو اخلاقی درجه بندی شده بود، اما هیچ تاثیری بر روی هیچ وجهی از رضایت شغلی نداشته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد علاقه‌مندی سازمانی، کارایی و نیز قوانین و روش‌های سازمانی و قوانین و اصول حرفه‌ای نیز با تعهد سازمانی

رابطه ندارد که این یافته‌ها با تحقیقات (Martin & Cullen, 2006)، همخوانی ندارد؛ یافته‌های این پژوهش نشان دادند وقتی که قوانین و رویه‌های سازمانی مانند قوانین و اصول حرفه‌ای به عنوان قوانین درونی شده برای سازمان ادراک گردد؛ به نظر می‌رسد که روابط مثبتی با نتایج سازمانی از جمله اعتماد و تعهد سازمانی را ایجاد می‌کند، این نتیجه نشان می‌دهد که اگر کارکنان از باورها و اصول اخلاقی و شخصی خودشان عمل کنند، از شغل و کارشان رضایت کسب نخواهند کرد و هم-چنین یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که اعتماد سازمانی با تعهد سازمانی نیز رابطه دارد. در حالت معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان بر اساس مقدار T در خصوص معناداری ضرایب مسیرها تصمیم‌گیری کرد. در صورتیکه مقدار T بزرگتر از ۱،۹۶ باشد، آن مسیر معنادار و در غیر این صورت آن مسیر معنادار نیست. بر اساس مدل تحلیل مسیر در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ میان جو اخلاقی و اعتماد و تعهد از یک سو و میان اعتماد و تعهد از دیگر سو رابطه علی معناداری وجود دارد. یافته‌های پژوهش تاثر نیز بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان رابطه مستحکمی را نشان می‌دهد؛ دریکس و فرین تحقیقی بر روی اعتماد به سرپرستان سازمان انجام دادند، دریافتند که ارتباط نزدیکی بین اعتماد به سرپرستان و تعهد سازمانی وجود داد و این یافته را تایید می‌کنند.

در مجموع از نتایج این تحقیق می‌توان استدلال کرد که دبیران آموزش و پرورش می‌توانند یک فضای اخلاقی مثبت از طریق بیانیه‌های ماموریت، قوانین اخلاقی، کاتولوگ‌ها و راهنماهای اطاعت و پیروی، مدل سازی نقش مدیریت ارشد، تدوین و توسعه برنامه‌ها و اقدامات منابع انسانی سازمان، پرورش و توسعه رفتارهای فرانش مرتبط به سازمان و کارکنان بهبود بخشند، و بدین ترتیب از فضای اخلاقی منفی ابزاری پیش‌گیری کنند. براساس یافته‌های این پژوهش می‌توان اظهار داشت که آموزش و پرورش به طور خاص و سایر سازمان‌ها به طور عام بایستی تقویت جو اخلاقی مثبت را به عنوان امری مهم در سرلوحه برنامه‌های خود قرار دهند تا بتواند اعتماد و تعهد را ما بین دبیران و کارکنان ایجاد نماید.

state universities. *African Journal of Business Management* 6(30): 8853-8861.

Elci M, Alpkın L (2009). The impact of perceived organizational ethical climate on work satisfaction. *Journal of Business Ethics* 84:297° 311.

Erturk. A, (2008), A trust-based approach to promote employees' openness to organizational change in Turkey, *International Journal of Manpower* Vol. 29 No. 5, 2008 pp. 462-483..

Joseph, J., Despannde, S.P. (1997), The impact of ethical climate on job satisfaction of Nurses, *Health Care Management Review*, 22(1), 76-81.

Koshazade, A., Rahim nia, F., Afkhami, H. (2013). The Effect of Trust in Management on Organizational Strategic Thinking and Their Role in Organizational Performance Improvement through Organizational Commitment in Higher Education. *Quarterly journal of new approaches in educational administration*. 3 (4). 163-183. (in Persian).

Khorshid, S., Mohseni, Z. (2009). The effects of ethical climate on job satisfaction Employees of public and private banks in Gorgan. *Management Researches*. 3(7). 79-119. (in Persian).

Lewis PS, Goodman SH, Fandt PM, Michlitsch JF. *Management: challenges for tomorrow's leaders*. 4th ed. Florence (KY): Cengage Learning; 2004.

Meyer JP, Stanley DJ, Herscovitch L, Topolnytsky L (2002). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences. *Journal of Vocational Behavior* 61: 20° 52.

Martin, K.D., Cullen, J.B. (2006), Continuities and extensions of ethical climate theory: a meta-analysis review, *Journal of Business Ethics*, 69, 175-194.

Moghimi, Seyed Mohammad. (2006). *Research approach of organization and management*, Termeh publication. (In Persian)

Monji L, Ortlepp K (2011). The Relationship between Organizational Trust, Job Satisfaction and Intention to Leave: An Exploratory Study. *Alternation*. 18(1): 192 ° 214.

Mortazavi, S. and Mohammadzadeh, Z. (2014). On the relationship of Perception of Principals Unethical and Empowering behaviors to the Teachers cognitive and Affective Trust in Principals. *Quarterly journal*

of *New Approaches in Educational Administration*, Vol, 4. No 4, pp1-18. (in Persian).

Nadi M. A. and Moshfeghi N. (2009). Recognizing perception of teachers from relationships of organizational trust dimensions with continuance & emotional commitment for producing a proper structural equation modeling in Isfahan training & Education, *Quarterly Journal of Educational*.6: 21-38. (In persian)

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

Parboteeah KP, Chen HCh, Lin YT, Chen IH, Lee AYP, Chung A (2010). Establishing Organizational Ethical Climates: How Do Managerial Practices Work? *Journal of Business Ethics*. 1- 13.

Portter LW, Steers RM, Mowday RT, Boulian PV (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *J. Applied Psychol* 59: 603 ° 609.

Robbins SP, Judge TA. *Organizational Behavior*. Landon: Prentice Hall; 2001.

Schwepker CH (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the sales force. *Journal of Business Research* 54(1): 39-52.

Schwepker Jr ChH, Good DJ (2009). Ethical climate influence on sales management Practices. *Journal of Selling & Major Account Management*.8-24.

Shafer WE (2009). Ethical climate, organizational-professional conflict and organizational commitment. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 22 (7): 1087-1110.

Shaw RB (1997). *Trust in the balance*, Jossey-Bass, San Francisco, CA.

Straiter K (2005). The effects of supervisors trust of subordinates and their organization on job satisfaction and organizational commitment. *International Journal of Leadership Studies* 1(1): 86-101.

Tsai, M-T., Huang, C-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 Ethical*, 80, pp.565-581.

Velez P (2000). Interpersonal trust between supervisor & subordinate, Dissertation Abstracts International, UMI No. 300230.

Victor B, Cullen JB (1987). *A Theory and Measure of Ethical Climate in Organizations*, in W. C. Fredrick and L. Preston (eds.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*. (JAI, London), pp. 51° 71.

Wang, Y-D., Hsieh, H-H. (2012). Organizational ethical climate, perceived organizational support, and employee silence: A cross-level investigation. *Human Relations*. 0(0): 1-20

Viswesvaran, C., Deshpande, S.P. (1998), Job satisfaction as a function of top management Support for ethical behavior: a study of Indian managers', *Journal of Business Ethics*, 17(4), 365-371.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی