

تأثیر ادراک از بافت اخلاقی سازمان بر واکنش‌های شغلی با تأکید بر ارزش‌های کاری

(مورد مطالعه: کارکنان زن دانشگاه فردوسی مشهد)

سیده فاطمه قاسمپور گنجی*

باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

آذر کفاشپور

دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

وحید بابازاده سرخان

باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

چکیده

در دنیای امروز و با افزایش نقش زنان در مشاغل گوناگون، لزوم اجرای پژوهش‌هایی درباره عوامل مؤثر بر واکنش‌های شغلی آن‌ها احساس می‌شود. هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر بافت اخلاقی سازمان بر واکنش‌های شغلی کارکنان زن دانشگاه فردوسی مشهد و همچنین بررسی نقش تعدیل‌کننده متغیر ارزش‌های کاری کارکنان است. روش نمونه‌گیری، طبقه‌بندی دو مرحله‌ای و تصادفی ساده بوده است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان، ۲۱۰ نفر تعیین شد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون میانگین، تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار WARPPLS انجام شد. نتایج حاکی از آن است که ادراک از بافت اخلاقی بر رضایت‌مندی شغلی ($\beta=0/56$) و قصد ترک شغل ($\beta=0/36$) مؤثر است. همچنین نقش تعدیلگر ارزش‌های کاری بر رضایت‌مندی شغلی ($\beta=0/44$) تأیید شد. اگرچه که ارزش رابطه ($\beta=0/52$) و ارزش پاداش ($\beta=0/35$) نقش اثرگذارتری بر رابطه میان اخلاقیات در سازمان و رضایت‌مندی شغلی دارند.

واژگان کلیدی

بافت اخلاقی، رضایت‌مندی شغلی، قصد ترک شغل، ارزش‌های کاری، دانشگاه فردوسی مشهد

* نویسنده مسئول

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۹/۲

تاریخ تصویب: ۱۳۹۵/۱۲/۲۵

DOI: 10.22051/JWSPS.2017.7499.1058

مقدمه و بیان مسأله

سازمان‌ها برای انجام امور خود، علاوه بر معیارهای سازمانی و قانونی، به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی نیاز دارند که آن‌ها را در رفتارها و اعمال اداری یاری دهد و نوعی هماهنگی و وحدت رویه را در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی میسر کند (نجفی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲). از این رو، تأکید بر رفتارهای اخلاقی در سال‌های اخیر روبه افزایش بوده است (فورد و ریچاردسون^۱، ۱۹۹۴؛ تروینو^۲، ۱۹۸۶). سازمان‌ها به موضوعات اخلاقی توجه می‌کنند، چراکه مردم از آن‌ها انتظار دارند که سطوح بالایی از استانداردهای اخلاقی را نشان دهند (نجفی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲). از سوی دیگر، توجه به اخلاقیات، دستاوردهای مفیدی را در بر خواهد داشت (ولنتاین^۳ و همکاران، ۲۰۰۶: ۵۸۳). از جمله بر تعهد سازمانی (زهیر^۴ و همکاران، ۲۰۱۱)؛ نوع دوستی در سازمان (ولنتاین و همکاران، ۲۰۱۱)؛ رضایت‌مندی شغلی، کاهش ترک شغل و حمایت سازمانی ادراک شده منجر می‌شود (چنگ^۵ و همکاران، ۲۰۱۳؛ ولنتاین و همکاران، ۲۰۰۶؛ جواهر و حماسی^۶، ۲۰۰۶).

امروزه پیچیده‌تر شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی و غیرقانونی در محیط‌های کاری توجه مدیران و رهبران را به ایجاد و حفظ بافت اخلاقی در همه سازمان‌ها جلب کرده است. پژوهشی بین‌المللی با مطالعه و بررسی کارمندان ۴۰۰۰ نوع کسب و کار دریافت که ۲۵ درصد کارکنان اعتقاد دارند شرایط اخلاقی در اهداف سازمان آن‌ها نادیده گرفته شده و حدود ۱۷ درصد نیز بیان کردند که سازمان، غیراخلاقی بودن را برای رسیدن به اهداف سازمانی در میان کارکنان تشویق می‌کند (رحیم‌نیا و نیک‌خواه فرجامی، ۱۳۹۰). از سوی دیگر، نبود رفتارهای اخلاقی در سازمان‌ها از جمله مسائل مهم در سازمان‌های ایرانی محسوب می‌شود. از جمله بی‌اخلاقی‌های شایع در نظام اداری می‌توان به وفادار نبودن به منافع سازمان، توجه

-
1. Ford & Richardson
 2. Trevino
 3. Sean Valentine
 4. Zehir
 5. Cheng
 6. Jawahar & Hemmasi

صرف به منافع فردی، پارتی بازی، پیروی نکردن از قوانین و مقررات و ... اشاره کرد که مشکلات زیادی را برای سازمان‌ها به وجود آورده است و سازمان‌ها را واداشته است تا برنامه‌هایی را در جهت بهبود رفتارهای کارکنان دنبال کنند. دانشگاه‌ها از جمله سازمان‌هایی هستند که مهم‌ترین رسالت خود را ترویج دانش و آموزش افراد برای به دست آوردن مشاغل در جامعه می‌دانند. وجود جوی اخلاقی در میان کارکنان دانشگاه‌ها به تسری این اخلاقیات به جامعه منجر خواهد شد. از سوی دیگر، وجود بافت اخلاقی به واکنش‌های شغلی مثبت در میان کارکنان منجر خواهد شد که از این منظر نیز به آن توجه شده است.

از طرف دیگر، جنسیت به عنوان متغیری، که بیشترین توجه‌ها را در حوزه مطالعات رضایت‌مندی شغلی به خود جلب کرده است (برای مثال اشاگبمی^۱، ۲۰۰۳؛ اوکاپارا و همکاران^۲، ۲۰۰۵)، در پژوهش حاضر نیز آن توجه شده است. مسائل روان‌شناختی از نگاه اهمیت بیشتری داشته و مساعد و نامساعد بودن مواردی چون بافت اخلاقی در واکنش‌های شغلی آن‌ها مؤثر است. بدون توجه به این تفاوت‌ها، نمی‌توان مدیریت مؤثر کارکنان زن را در سازمان بررسی کرد. در تحقیقی که گل پرور و نادری در ایران، درباره تفاوت تأثیر حمایت سازمان از رفتارهای اخلاقی بر رضایت‌مندی شغلی بر روی معلمان انجام دادند؛ نتایج حاکی از آن بود که در زنان، حمایت مدیریت از رفتارهای اخلاقی با رضایت‌مندی شغلی شامل رضایت‌مندی از پرداخت، رضایت‌مندی از همکاران و رضایت‌مندی از سرپرست رابطه دارد، ولی در مردان چنین نیست. این یافته به این معنا است که زنان در واکنش عاطفی خود به پرداخت، رضایت‌مندی از همکاران و رضایت‌مندی از سرپرست به رعایت معیارهای اخلاقی توسط مدیران رجوع می‌کنند (گل پرور، نادری؛ ۱۳۸۹: ۵۴). همچنین، اوکاپارا و همکاران در تحقیق خود، در میان اعضای هیئت علمی دانشگاه آمریکا، نشان دادند که سطح رضایت از کار و همکاران در زنان بیشتر از مردان است. در باب قصد ترک شغل نیز تفاوت‌هایی میان زنان و مردان وجود دارد. به دلیل انتظارات اجتماعی که از زنان وجود دارد و به دلیل مسئولیت آن‌ها در قبال فرزندان و مسئولیت نسبت به خانه و خانواده، به طور سنتی انتظار بیشتری نسبت به ترک شغل زنان نسبت به مردان وجود دارد، البته این امر با افزایش مشارکت زنان به عنوان

1. Oshagbemi

2. Okpara

نیروی کار و تسهیم مسئولیت خانواده و خانه میان زن و مرد در حال کاهش بوده است (چو و لویس، ۲۰۱۲: ۷). امروزه و با ورود هر چه بیشتر خانم‌ها به محیط‌های کاری و به‌ویژه محیط‌های دانشگاهی، نیاز به اجرای پژوهش‌هایی با هدف بررسی مسائل این گروه بیشتر احساس می‌شود. کمبود پژوهش‌ها در ایران درباره رفتار زنان در سازمان‌ها و کم‌توجهی به تأثیر بافت اخلاقی و ارزش‌های کاری برواکنش‌های شغلی آن‌ها شکافی است که این تحقیق در پی پر کردن آن بوده است. هدف نخست مطالعه حاضر، تعیین نقش بافت اخلاقی و ارزش‌های شغلی بر واکنش‌های شغلی کارکنان زن دانشگاه فردوسی مشهد و هدف دوم، تعیین نقش هریک از مؤلفه‌های ارزش‌های شغلی شامل ارزش رابطه، ارزش وظیفه، ارزش موقعیت و ارزش پاداش بر ارتباط میان بافت اخلاقی و واکنش‌های شغلی زنان است. پیش از ورود به فرایند عملیاتی پژوهش، به توضیح متغیرهای تحقیق، فرضیه‌های پژوهش و مدل مفهومی توجه خواهد شد.

تعاریف و مبانی نظری درباره واکنش‌های شغلی^۱: از لحاظ احساسی، واکنش کارمند ممکن است در قالب رضایت‌مندی از شغل نمود یابد و از لحاظ رفتاری ممکن است فرد تصمیم به ترک سازمان بگیرد. یانگ در سال ۲۰۱۰^۲ در پژوهشی، که در میان ۶۷۱ کارمند در ۱۱ هتل بین‌المللی در تایوان انجام داد؛ به این نتیجه دست یافت که رضایت‌مندی شغلی موجب کاهش قصد ترک شغل می‌شود. در سال ۲۰۱۳، چنگ^۳ و همکاران بیان کردند که رضایت‌مندی شغلی و قصد ترک شغل در دو طرف یک پیوستار نیستند و این دو را در قالب واکنش‌های شغلی سنجیدند. بنابراین، منظور از واکنش‌های شغلی در این پژوهش، مشابه پژوهش چنگ و همکاران در سال ۲۰۱۳، قصد ترک شغل و رضایت‌مندی شغلی است. در ادامه به توضیح درباره رضایت‌مندی شغلی و قصد ترک شغل در سازمان توجه خواهد شد.

تعاریف و مبانی نظری رضایت‌مندی شغلی^۴: رضایت‌مندی شغلی گسترده‌ترین مطالعات مرتبط با کار در رشته روان‌شناسی سازمانی و صنعتی و رفتار سازمانی را دربر می‌گیرد (جوهر و حماسی، ۲۰۰۶: ۶۴۶). از سوی دیگر رضایت‌مندی شغلی می‌تواند به عنوان احساسات

1. Job response
2. Yang
3. Cheng
4. Job satisfaction



فردی در باب شغل و جنبه‌های مرتبط با آن تعریف شود. (زهیر و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۱). لاک^۱ و همکاران (۱۹۶۹)، رضایت‌مندی شغلی را احساسی تعریف می‌کنند که از ارزیابی شغل به عنوان عاملی تسهیل‌کننده در رسیدن به ارزش‌های کاری حاصل می‌شود (اسچوپکر^۲، ۲۰۰۱: ۴۱). گرینبرگ و بارون^۳ رضایت‌مندی شغلی را به عنوان شناختی فردی و واکنشی عاطفی و قابل ارزیابی حول شغل می‌داند (جواهر و حماسی، ۲۰۰۶: ۶۴۶). لاک^۴ (۱۹۷۶) رضایت‌مندی شغلی را این‌گونه تعریف کرده است: احساسات مثبت یا خرسندی منبعث از ارزیابی شغلی و تجربیات شغلی توسط خود فرد (زهیر و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۱). از دیدگاه اسپیندر^۵ (۱۹۷۵) رضایت‌مندی شغلی قابل سنجش در سطح فرد یا سازمان است (اسچیندر، ۱۹۷۵: ۴۶۱). در سطح فردی، رضایت‌مندی شغلی به ارزیابی ساختار سیستم ارزش‌ها و نیازهای فرد دلالت دارد (اسچیندر، ۱۹۷۵: ۴۶۲) و شامل پاسخ‌های فردی است که افراد آن را در پاسخ به فهم خود از شغل توسعه می‌دهند (زهیر و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۱).

تعاریف و مبانی نظری قصد ترک شغل: ترک شغل از جمله متغیرهای سازمانی است که پژوهش‌های بسیاری در ارتباط با آن انجام شده است. دامنه وسیع مطالعات مربوط به ترک شغل بیان‌کننده اهمیت و پیچیدگی این پدیده است. بعد روان‌شناختی، اهمیت سازمانی و جنبه اقتصادی مفهوم ترک شغل سبب شده است تا توجه زیادی به آن معطوف شود. قصد ترک شغل مفهومی است که با ترک شغل رابطه نیرومندی دارد (حیاتی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۰). بسیاری از ترک شغل‌ها به صورت اختیاری است و برخی محققان قصد ترک شغل را به عنوان یک میل هوشیارانه و متفکرانه برای ترک سازمان تعریف کرده‌اند (دلوی و گنجی، ۱۳۹۳: ۱۲۲). بررسی ۵ تحقیق فراتحلیل، همبستگی ۰/۳۱ تا ۰/۵۲ را بین ترک شغل و قصد ترک شغل نشان می‌دهد (چو و لویس، ۲۰۱۲: ۷). علل ترک سازمان توسط کارکنان شامل عوامل خارجی (دسترسی به سایر شغل‌ها و سطح بیکاری در جامعه)، عوامل سازمانی (سبک رهبری، محیط کاری و سیستم

-
1. Locke
 2. Schwepker
 3. Greenberg & Baron
 4. Locke
 5. Schneider & Snyder
 6. Turnover intention

پاداش) و عوامل فردی (نارضایتی از شغل) است (دمیرتاس و آکدوگان^۱، ۲۰۱۴). از آنچه گفته شد؛ می‌توان نتیجه گرفت که قصد ترک شغل منعکس‌کننده علاقه کارکنان به جستجوی مشاغل جایگزین و ترک سازمان است و نماینده منطقی برای ترک شغل واقعی به‌شمار می‌رود (چو و لوئیس، ۲۰۱۲: ۷). در تحقیق حاضر نیز، قصد ترک شغل با تمایل به ترک سازمان و یافتن شغل جایگزین سنجیده شده است.

تعاریف و مبانی نظری بافت اخلاقی سازمان^۲: برای فهم بافت اخلاقی، باید نگاهی به اقدامات شرکت، تطابق عینی کارکنان با خطوط راهنما و حمایت مدیریت از اخلاق داشت (ولنتاین و همکاران، ۲۰۰۶: ۵۸۳). طبق نظر ویکتور و کالن^۳ (۱۹۸۷)، اخلاق در سازمان به ادراکات مشترک از رفتارهای صحیح اخلاقی و چگونگی اداره شدن موضوع اخلاق اشاره می‌کند (نجفی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳). بافت اخلاقی یک سازمان شامل نهادینه‌سازی دستورالعمل‌ها و ارزش‌هایی است که ادراک جمعی از اخلاق کسب و کار را ایجاد می‌کند. به عبارتی، بافت اخلاقی، موجب بهبود اخلاقیات در کارکنان می‌شود (ولنتاین و همکاران، ۲۰۰۶: ۵۸۳). تروینو^۴ و همکاران در سال ۱۹۹۸ بافت اخلاقی را با دو ساختار چند بعدی یعنی جوّ اخلاقی^۵ و فرهنگ اخلاقی^۶ ارائه کردند (تروینو و همکاران، ۱۹۹۸: ۴۴۷). ویکتور و کالن (۱۹۸۸) جوّ اخلاقی را به عنوان «برداشت غالب از شیوه‌های معمول سازمان که محتوای اخلاقی دارند» یا «جنبه‌هایی از جوّ کاری که تعیین‌کننده رفتار کاری خواهد بود» تعریف کرده‌اند (ویکتور و کالن، ۱۹۸۸: ۱۰۱). تروینو و همکاران در سال ۱۹۹۰، فرهنگ اخلاقی را به عنوان زیرمجموعه فرهنگ سازمانی تعریف کردند و پیشنهاد کردند که فرهنگ اخلاقی اثر مستقیم بر نگرش‌ها و رفتارهای فردی دارد (چنگ و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۰۹). به عبارت دیگر، از زمانی که اخلاق به عنوان معیار قضاوت درباره درستی و نادرستی قرار گرفته است؛ جنبه‌های ارزشی و اخلاقی محوریت عناصر فرهنگ سازمانی را به خود اختصاص داده‌اند

-
1. Demirtas & Akdogan
 2. Ethical context
 3. Victor & Cullen
 4. Trevino
 5. Ethical Climate
 6. Ethical culture



(مقیمی، ۱۳۸۷: ۷۱). فرهنگ اخلاقی نشان‌دهنده فعل و انفعال چندبعدی بین سیستم‌های رسمی و غیررسمی کنترل رفتاری است. این سیستم‌های رفتاری رسمی، دربرگیرنده رهبری، ساختارهای قدرت، سیستم‌های پاداش و برنامه‌های آموزشی هستند، در حالیکه سیستم‌های غیررسمی، مشتمل بر رفتار همکاران و هنجارهای اخلاقی هستند. در سازمان‌هایی که رهبران، مروج رفتارهای اخلاقی هستند، هنجارهای اخلاقی، رفتار اخلاقی را حمایت می‌کنند و رفتار اخلاقی تشویق و رفتار غیراخلاقی تنبیه می‌شود (ملکیان و توکل‌نیا، ۱۳۹۳: ۲۷).

تعاریف و مبانی نظری ارزش‌های کاری^۱: از جمله تئوری‌های مهم تبیین‌کننده ارزش‌های کاری، می‌توان به تئوری جاذبه-انتخاب-دافعه^۲ آشنایدر^۳ اشاره داشت. تئوری جاذبه-انتخاب-دافعه (ASA) یکی از مبانی نظری تناسب فرد-سازمان محسوب می‌شود. تئوری مذکور اظهار می‌دارد؛ همچنان که سازمان به بلوغ می‌رسد، افراد مشابه یکدیگر آن را اشغال می‌کنند. این همگنی در نتیجه سه مرحله چرخه ASA پدید می‌آید. سازمان‌ها نظر افرادی را جلب می‌کنند که دارای ارزش‌های مشابه خود هستند (جاذبه)؛ سپس افرادی را انتخاب می‌کنند که دارای همان ارزش‌های مشابه باشند (انتخاب) در نهایت کسانی دفع می‌کنند که ارزش‌های سازمان را در خود نداشته باشند (دافعه) (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶). براساس این چارچوب، افراد به دنبال سازمان‌هایی می‌گردند که از نظر ارزش‌های کاری برای آن‌ها جذابیت داشته باشد؛ به عنوان عضوی از یک سازمان، جذب می‌شوند، و وقتی که هیچ جذابیتی برای دو طرف - فرد و سازمان - وجود نداشته باشد؛ از سازمان خارج می‌شوند. در تعریف ارزش، ارزش‌ها می‌توانند برای مشخص کردن یک واحد کاری به تنهایی یا توصیف گروهی از واحدهای کاری یا سازمان استفاده شوند. ارزش‌های مربوط به واحد انفرادی ممکن است بخشی از خودباوری فرد باشند و در نتیجه بتوانند توسط آن شخص برای توصیف خودش به کار برده شوند (ورپلانکن^۴، ۲۰۰۴: ۵۹۹). لیانگ^۵ در سال ۲۰۱۲، به این ارزش‌ها به عنوان استانداردهای ارزش‌گذاری مرتبط با کار یا محیط کاری نگاه کرده است که برای تعیین اهمیت ترجیح امور

-
1. Work value
 2. Attraction-Selection-Attrition
 3. Schneider
 4. Verplanken
 5. Liang

بر یکدیگر یا مشخص کردن صحیح و درست به کار گرفته می‌شوند (لیانگ، ۲۰۱۲: ۲۵۴). در تعریفی دیگر، ارزش‌های کاری به دیدگاهی اشاره می‌کند که به ارزیابی فرد برای آنچه او در محیط کاری خود صحیح یا غلط می‌پندارد (لیانگ، ۲۰۱۲: ۲۵۲).

در باب ابعاد شناسایی شده برای ارزش‌های کاری، تحقیقات متعددی انجام شده است؛ از جمله فردیلندر و مارگولیز^۱ در سال ۱۹۶۹، سه بعد را برای ارزش‌های مرتبط با کار شناسایی کردند، این سه بعد شامل ارتباطات اجتماعی یا متقابل^۲، باور وظیفه‌ای^۳ و فرصت برای کسب مزیت^۴ بودند. باس^۵ در سال ۱۹۶۹، سه بعد مشابه دیگر را شناسایی کرد که گرایش به خود^۶، گرایش به ارتباط^۷ و گرایش به وظیفه^۸ را شامل می‌شوند. چیونگ و اسپرلینگ^۹ در سال ۱۹۹۹، همچون چنگ و همکاران در سال ۲۰۱۳ در تایوان، چهار بعد را برای ارزش‌های کاری شامل، ارزش وظیفه، ارزش وضعیت، ارزش پاداش و ارزش تیمی شناسایی کردند. در این پژوهش نیز از ۴ بعد ارزش موقعیت، ارزش پاداش، ارزش رابطه و ارزش وظیفه برای سنجش ارزش‌های کاری استفاده شده است. چرا که در تحقیق هافسد، ایران از نظر جمع‌گرا یا فردگرا بودن، فرهنگی فردگرا را دارا بوده است که این به خوبی در سازمان‌های ایرانی قابل مشاهده است. هم‌چنین به دلیل ماهیت مشاغل مورد بررسی و نبود کار تیمی در میان کارکنان از ارزش رابطه تحقیق باس (۱۹۶۹) به جای ارزش تیمی تحقیق چنگ و همکاران (۲۰۱۳) استفاده شده است.

تحقیقات گوناگونی درباره رابطه اخلاقیات و واکنش‌های شغلی و هم‌چنین نقش ارزش‌های کاری در این بین انجام شده است، که توجه به این تحقیقات ما را در شناخت این ارتباطات یاری‌گر خواهد بود.

1. Friedlander & Margulies
2. interpersonal or social relations
3. task-involved self-realization
4. opportunities for recognizable advancement
5. Bass
6. Self-orientation
7. interaction orientation
8. task orientation
9. Cheung & Scherling



ادراک از بافت اخلاقی و واکنش‌های شغلی

امروزه در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، توجه به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزامات است. شماری از تحقیقات تأثیر اخلاقیات بر واکنش‌های شغلی بعضی بر تأثیر اخلاقیات بر رضایت‌مندی شغلی و برخی تأثیر آن بر قصد ترک شغل را بررسی کرده‌اند که در ادامه شماری از هر یک از این تحقیقات ارائه خواهد شد.

دشپانده^۱ در سال ۱۹۹۶، در تحقیقی با عنوان «اثر انواع جوّ اخلاقی در مواجهه با رضایت‌مندی شغلی: مطالعه‌ای تجربی» انجام داد. این تحقیق انواع جوّ اخلاقی (حرفه‌ای‌گری، نگره داشت، قوانین، ابزاری، کارایی و مستقل) و تأثیر آن بر انواع مختلف رضایت‌مندی (پرداخت، ارتقاء، همکاران، سرپرستان و خود کار) را در یک سازمان غیرانتفاعی بزرگ بررسی کرد. پژوهش در میان ۲۵۲ مدیر میانی سازمان‌های خیریه بزرگ در سطح ملی انجام شد. نتایج حاصل از تحقیق بیان می‌کند که برخی از انواع جوّ اخلاقی در سازمان بر برخی از جنبه‌های رضایت‌مندی شغلی تأثیر دارد. برای مثال جوّ حرفه‌ای بر رضایت از ارتقاء، سرپرست و خود کار مؤثر است.

سچوپکر (۲۰۰۱) تحقیقی با عنوان «رابطه جوّ اخلاقی با رضایت‌مندی شغلی تعهد سازمانی و قصد ترک شغل در میان نیروهای فروش» انجام داد. نتایج این تحقیق حاکی از آن بود که ادراک مثبت فروشندگان از جوّ اخلاقی به طور مثبت مرتبط با رضایت‌مندی شغلی و تعهد سازمانی است.

کوه و بو (۲۰۰۱)^۲ در تحقیقی با عنوان «بررسی ارتباط میان اخلاقیات سازمانی و رضایت‌مندی شغلی: مورد مطالعه: مدیران در سنگاپور» بیان کردند که بافت اخلاقی و ارتقاء یا پیشرفت شغلی، رابطه مثبت با رضایت‌مندی شغلی سرپرستان در سنگاپور دارند. آن‌ها اخلاقیات در سازمان را با معیارهایی چون حمایت مدیر عالی از رفتار اخلاقی، جوّ اخلاقی و ارتباط بین موفقیت مسیر شغلی و اصول اخلاقی سنجدند.

ویتل و دیویس^۳ در سال ۱۹۹۰، در تحقیقی با عنوان «رابطه بین اخلاق و رضایت‌مندی

-
1. Deshpande
 2. Koh & Boo
 3. Vitell & Davis

شغلی: بررسی تجربی» رابطه بین موضع سازمان در امور اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی را در بین متخصصان سیستم‌های اطلاعاتی بررسی کردند. نتایج این تحقیق حاکی از این بود که پابندی مدیران موجب رضایت‌مندی بیشتر کارکنان در محیط کار می‌شود.

هم‌چنین ولنتاین و همکاران (۲۰۱۱)^۱ در تحقیق خود با عنوان «ارزش‌های اخلاقی شرکت و نوع دوستی: نقش میانجی رضایت‌مندی از مسیر شغلی»^۲ در بین ۷۸۱ نفر از کارکنان ۴ دانشگاه و مرکز تحقیقات سلامت بیان کردند که ارزش‌های اخلاقی، بر رضایت‌مندی از مسیر شغلی تأثیری مثبت دارد.

زهیر و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان «ارتباط رهبری کاریزماتیک، جو اخلاقی، رضایت‌مندی شغلی و تعهد سازمانی در شرکت‌ها» را انجام دادند. این تحقیق در میان ۶۲۶ نفر از کارمند در شرکت‌های ملی و فراملی در ترکیه انجام شد. نتایج نشان داد که جو اخلاقی بر رضایت‌مندی شغلی و تعهد سازمانی مؤثر است. دمیرتاس و آکدوگان^۳ نیز در سال ۲۰۱۴، نشان دادند که جو اخلاقی اثری منفی بر قصد ترک شغل دارد. در ایران نیز نجفی و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیق خود با عنوان «بررسی رابطه جو اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی در میان کارکنان اداره‌های آموزش و پرورش شهر اصفهان» ۲۰۵ نفر از کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۶ اصفهان را بررسی کردند. آن‌ها نشان دادند که بعضی از جنبه‌های جو سازمانی با رضایت‌مندی شغلی رابطه دارند. با توجه به موارد عنوان شده می‌توان فرضیه‌های زیر را مطرح کرد:

فرضیه ۱: ادراک از بافت اخلاقی مشترک سازمان تأثیر مثبت بر رضایت‌مندی شغلی دارد.

فرضیه ۲: ادراک از بافت اخلاقی مشترک سازمان تأثیر منفی بر قصد ترک شغل دارد.

ادراک از بافت اخلاقی، واکنش‌های شغلی و ارزش‌های کاری

امروزه در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، توجه به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزامات است. از سوی دیگر، رابطه میان ارزش‌های کاری با پاسخ‌های رفتاری کارکنان همواره موضوع بحث بوده است. لاک و همکاران (۱۹۶۹)، رضایت‌مندی شغلی را احساسی تعریف

1. Valentine ET AL.

2. Career Satisfaction

3. Ozgur & Akdogan



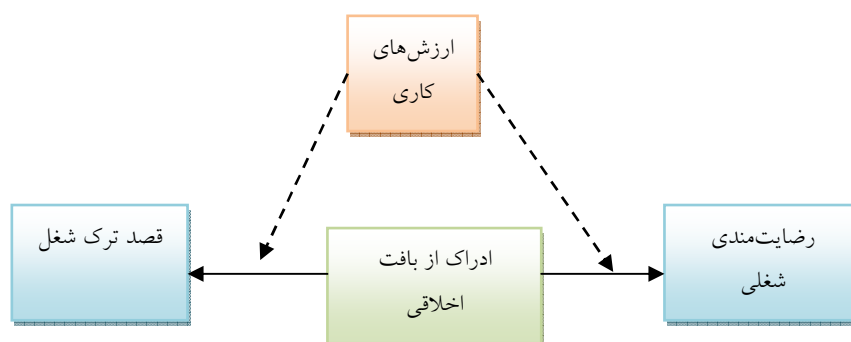
می‌کنند که از ارزیابی شغل به عنوان عاملی تسهیل‌کننده در رسیدن به ارزش‌های کاری حاصل می‌شود. مک فارلین و رایس^۱ (۱۹۹۲) بیان کردند که فرصت‌های نیل به ارتقاء کارمندان فرایندهای مرتبط با رضایت‌مندی شغلی را تعدیل می‌کند.

چنگ و همکاران در سال ۲۰۱۳، تحقیقی با عنوان «بافت اخلاقی و پاسخ‌های شغلی در صنعت هتل‌داری: نقش ارزش‌های کاری و حمایت سازمانی ادراک شده» را بر روی ۶۱ هتل بین‌المللی در تایوان انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که ارزش‌های کاری به عنوان متغیری تعدیل‌کننده در ارتباط میان بافت اخلاقی و واکنش‌های شغلی محسوب می‌شود.

فردیدلنگر و مارگولیز در سال ۱۹۶۹، در پژوهشی با عنوان «تأثیرات چندگانه جو سازمانی و سیستم‌های ارزشی شخص بر روی رضایت‌مندی شغلی» در میان ۹۵ تن از کارکنان بخش تحقیق و توسعه سازمان، نشان دادند که ارزش‌های کاری کارکنان در ارتباط بین جو سازمانی و رضایت‌مندی شغلی نقش تعدیل‌کننده دارد. چیونگ و اسپرلینگ (۱۹۹۹) مطالعه‌ای را با عنوان «رضایت‌مندی شغلی، ارزش‌های کاری و تفاوت‌های جنسیتی در سازمان‌های تایوانی» انجام دادند، آن‌ها ۹۲۷ کارمند تایوانی را مطالعه کردند. نتایج حاکی از آن بود که کارمندان مرد از ارزش تیمی، موقعیت و وظیفه، بیشتر از زنان ارضاء می‌شوند. البته، جنسیت در ارزش‌های کاری تفاوتی ایجاد نمی‌کند. ترکیب توجه بیشتر به بعد ارزش تیمی و ارزش وظیفه و میزان کم‌تری از پاداش، بیشترین حد رضایت‌مندی را در این پژوهش نشان داده بود. فرضیه‌های پژوهش با توجه به نقش تعدیل‌کننده ارزش‌های کاری در ارتباط بافت اخلاقی و واکنش‌های شغلی به شکل زیر تبیین‌پذیر است:

- فرضیه ۳: ارزش‌های کاری، ارتباط بین بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی را تعدیل می‌کنند.
- فرضیه ۳-۱: ارزش وظیفه، ارتباط بین بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی را تعدیل می‌کند.
- فرضیه ۳-۲: ارزش موقعیت، ارتباط بین بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی را تعدیل می‌کند.
- فرضیه ۳-۳: ارزش پاداش، ارتباط بین بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی را تعدیل می‌کند.
- فرضیه ۳-۴: ارزش رابطه، ارتباط بین بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی را تعدیل می‌کند.
- فرضیه ۴: ارزش‌های کاری ارتباط بین بافت اخلاقی و قصد ترک شغل را تعدیل می‌کنند.
- فرضیه ۴-۱: ارزش وظیفه، ارتباط بین بافت اخلاقی و قصد ترک شغل را تعدیل می‌کند.

فرضیه ۲-۴: ارزش موقعیت، ارتباط بین بافت اخلاقی و قصد ترک شغل را تعدیل می‌کند.
 فرضیه ۳-۴: ارزش پاداش، ارتباط بین بافت اخلاقی و قصد ترک شغل را تعدیل می‌کند.
 فرضیه ۴-۴: ارزش رابطه، ارتباط بین بافت اخلاقی و قصد ترک شغل را تعدیل می‌کند.
 با توجه به موارد عنوان شده، مدل مفهومی تحقیق حاضر در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی^۱ و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، پژوهش توصیفی^۲ و از شاخه مطالعات میدانی بود. جامعه این پژوهش، کلیه کارکنان خانم دانشگاه فردوسی مشهد اعم از پیمانی، قراردادی و رسمی بودند که با توجه به اطلاعات واحد کارگزینی ۳۱۵ نفر تخمین زده شده‌اند. البته باید خاطر نشان کرد که امور خدماتی در دانشگاه فردوسی برون‌سپاری شده‌اند، بنابراین، دانشگاه، کارکنان تحت استخدام در بخش خدماتی ندارد. حجم نمونه از طریق جدول مورگان، ۲۱۰ نفر به دست آمده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری دو مرحله‌ای و تصادفی ساده برای نمونه‌گیری استفاده شده است. در اسناد واحد کارگزینی دانشگاه کارکنان در قالب ۲۳ گروه طبقه‌بندی شده بودند که این طبقه‌بندی معیار طبقه‌بندی در مرحله اول قرار گرفت. سپس، از هر طبقه و با توجه به نسبت نمونه به جامعه (معادل ۰/۶۶) نمونه‌گیری انجام شد. به این صورت که تعداد کارکنان در هر گروه در

1. Applied Research
2. Descriptive research



این عدد ضرب شده و تعداد نمونه در هر گروه مشخص شد. نمونه‌گیری در داخل هر طبقه به روش تصادفی ساده و با توجه به لیست اسامی کارکنان انجام شد. حجم جامعه و نمونه به تفکیک طبقات در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱: جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

تعداد نمونه گرفته شده	تعداد کارکنان زن	گروه
۵*۰/۶۶=۳/۳ تعداد نمونه: ۳	۵	پرديس
۲	۳	پژوهشکده علوم گیاهی
۱۲	۱۸	حوزه ریاست (سازمان مرکزی)
۱۲	۱۸	دانشکده ادبیات
۵	۷	دانشکده الهیات
۵	۸	دانشکده تربیت بدنی
۶	۹	دانشکده دام پزشکی
۱۵	۲۳	دانشکده علوم
۴	۶	دانشکده علوم اقتصادی و اداری
۱۰	۱۵	دانشکده روان‌شناسی
۵	۷	دانشکده ریاضی
۱۶	۲۵	دانشکده کشاورزی
۲	۳	دانشکده معماری
۲	۳	دانشکده منابع طبیعی و محیط‌زیست
۹	۱۳	دانشکده مهندسی
۱	۱	نهاد نمایندگی ولی فقیه
۱	۱	گروه پژوهشی ذخایر و معادن
۱۷	۲۶	معاونت اداری و مالی (سازمان مرکزی)
۱۱	۱۶	معاونت آموزشی (سازمان مرکزی)
۴۵	۶۸	معاونت پژوهشی (سازمان مرکزی، مرکز کامپیوتر، کتابخانه مرکزی)
۱۸	۲۷	معاونت دانشجویی (سازمان مرکزی، مدیریت تربیت و بدنی، اداره خوابگاه‌ها، مرکز مشاوره، مدیریت دانشجویی)
۶	۹	معاونت طرح و برنامه (سازمان مرکزی)
۳	۴	معاونت فرهنگی
۲۱۰	۳۱۵	مجموع

ابزار گردآوری داده در این پژوهش، پرسشنامه بود و سؤال‌ها مربوط به هر متغیر از پرسشنامه‌های استاندارد مرتبط استخراج شده‌اند. تعداد و منبع سنجش هر متغیر در جدول ۲ آورده شده است:

جدول ۲: مشخصات ابزار گردآوری داده‌ها

متغیر	منبع	تعداد پرسش
بافت اخلاقی	هانت و همکاران (۱۹۸۹)	۵
ارزش‌های کاری	چنگ و همکاران (۲۰۱۳)، فردیدلنگر و مارگولیز (۱۹۶۹)	۱۰
واکنش‌های شغلی	چنگ و همکاران (۲۰۱۳)	۷

در این پژوهش برای سنجش اعتبار، از روایی محتوا استفاده شد. معمولاً اعتبار محتوایی یک آزمون، توسط افراد متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود (سرمد و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۷۱). در این پژوهش، برای تعیین اعتبار محتوا، نمونه پرسشنامه در اختیار اساتید دانشگاهی کارشناس در علم مدیریت قرار گرفت که در رابطه با میزان درستی و شفافیت سؤال‌های پرسشنامه اظهار نظر کنند. در نهایت آن‌ها اعتبار پرسشنامه را تأیید کردند. به‌منظور تعیین پایایی آزمون، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که برای تمامی متغیرها شامل ادراک کارکنان از بافت اخلاقی (۰/۸۰۲)، رضایت‌مندی شغلی (۰/۷۵)، قصد ترک شغل (۰/۷۴۲)، ارزش وظیفه (۰/۸۱۰)، ارزش موقعیت (۰/۷۷۷)، ارزش ارتباط (۰/۸۰۶)، ارزش پاداش (۰/۷۸۷) هم‌چنین برای کل پرسشنامه (۰/۷۹۸) بالاتر از ۰/۷ است که نشان از پایایی ابزار اندازه‌گیری دارد.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل داده‌ها در قالب آزمون میانگین یک جامعه و آزمون فرضیه‌ها ارائه خواهند شد.

آزمون میانگین یک جامعه: تعیین وضعیت عوامل موجود در مدل پژوهش اطلاعات مهمی از وضعیت متغیرها در دانشگاه فردوسی مشهد برای تحلیل بهتر نتایج آزمون فرضیه‌ها ارائه خواهد داد. به‌منظور تعیین وضعیت عوامل موجود در مدل از آزمون میانگین یک جامعه



استفاده شد. با توجه به اختیار کردن طیف ۵ تایی لیکرت در پرسش نامه، عدد ۳ عدد میانه طیف انتخاب می‌شود.

جدول ۳: آزمون میانگین یک جامعه

وضعیت	T	میانگین	انحراف معیار	تعداد	متغیرهای اصلی
مناسب	۴۷/۱۱۰	۳/۳۲۶	۱/۰۱۸۵	۲۰۸	ادراک کارکنان از بافت اخلاقی
مناسب	۶۴/۲۸۴	۳/۴۰۰	۰/۷۶۲۸	۲۰۵	ارزش‌های کاری و وظیفه
مناسب	۷۵/۶۷۸	۳/۷۰۴۵	۰/۶۹۴۰۰	۲۰۱	ارزش رابطه
نامناسب	۳۹/۶۳۸	۲/۶۰۶۸	۰/۹۴۳۹	۲۰۶	ارزش موقعیت
نامناسب	۴۴/۶۵۹	۲/۵۶۴	۰/۸۱۸۰۱	۲۰۳	ارزش پاداش
مناسب	۹۳/۱۸۴	۳/۹۶۱	۰/۴۲۵۱	۲۰۸	رضایت‌مندی شغلی
مناسب	۳۳/۲۸۵	۲/۲۷۱	۰/۶۸۲۵	۲۰۵	قصد ترک شغل

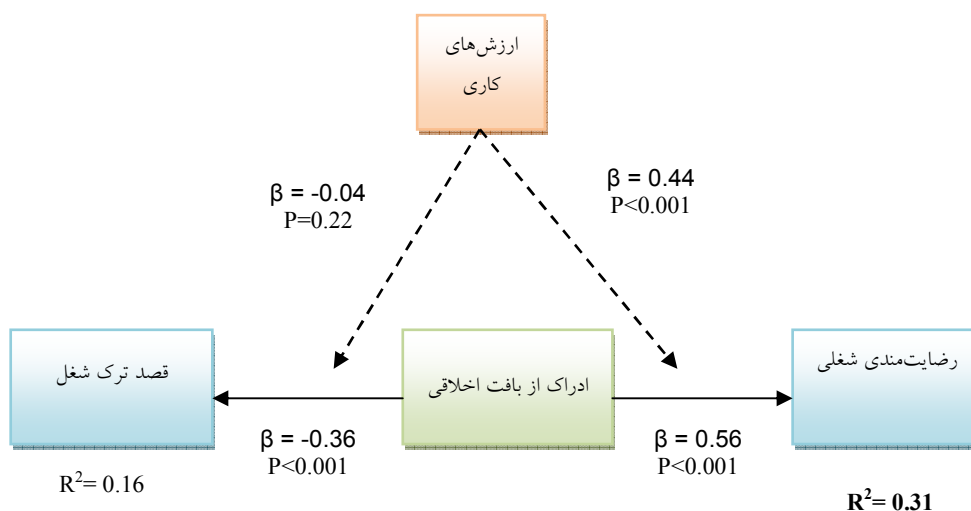
با توجه به جدول میانگین، متغیر قصد ترک شغل، مفهومی منفی دارد؛ به این معنی که میانگین بالای سه برای سازمان مطلوب نیست. با این تعبیر می‌توان بیان کرد که وضعیت قصد ترک شغل در سطح پذیرفته‌شده‌ای برای دانشگاه فردوسی مشهد قرار دارد. هم‌چنین، بدون در نظر گرفتن مورد فوق، تمامی متغیرها مفهومی مثبت دارند و به‌جز متغیر ارزش وضعیت و ارزش پاداش بالاتر از سه هستند. در ادامه و در تحلیل آزمون فرضیه‌ها از نتایج حاصل از آزمون میانگین استفاده شده است.

آزمون فرضیه‌ها:

اعتبار مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای مکنون برون‌زا و درون‌زای مدل تحقیق، توسط تحلیل عاملی تأییدی سنجیده می‌شود. تمامی پرسش‌های مربوط به متغیرهای مدل، معنادار شده‌اند. زیرا عدد معناداری تمام پارامترها از عدد $T = 1/96$ بیشتر یا از $T = -1/96$ کم‌تر است. مدل از

نظر شاخص‌های تناسب هم‌چون نسبت کای دو به درجه آزادی برابر با $2/44$ و در محدوده مجاز کم‌تر از ۳ است و مقدار RMSEA نیز برابر $0/083$ و در محدوده $0/08$ است، سایر شاخص‌های برازش همچون شاخص برازندگی تقریبی ($NFI=0/84$)، شاخص نکویی برازش ($GFI=0/84$) و شاخص برازندگی نرم شد ($NNFI=0/81$) در سطح مطلوبی قرار داشتند که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. با توجه به نتایج تحلیل عاملی تأییدی تحقیق حاضر، می‌توان نتیجه گرفت سؤال‌های که برای متغیرهای پژوهش در نظر گرفته شده‌اند به خوبی می‌توانند آن‌ها را بسنجند. به‌طور کلی می‌توان گفت روایی سؤال‌های پرسشنامه تحقق یافته است.

پس از بررسی و تأیید الگوهای اندازه‌گیری در گام اول، در گام دوم با استفاده از آزمون مدل معادلات ساختاری (SEM) فرضیه‌ها پژوهش آزمون می‌شود. مدل سازی علی یا مدل معادلات ساختاری از اصلی‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل ساختاری داده‌های پیچیده است. معادلات ساختاری دارای دو نوع نسل LISREL و PLS است. LISREL که به عنوان نسل اول معادلات ساختاری شناخته شده است، در شرایطی کاربرد دارد که حجم نمونه بالا و متغیرها حالت نرمال دارند و برای محقق، مدل اندازه‌گیری (روابط بین متغیرهای مکنون و متغیرهای مشاهده‌گر) نسبت به مدل ساختاری (روابط بین متغیرهای مکنون) اهمیت بیشتری دارد. با توجه به ملاحظات LISREL، نسل دوم معادلات ساختاری به نام PLS را می‌توان در شرایطی به کار برد که متغیرها حالت نرمال نداشته و مدل معادلات ساختاری نسبت به مدل اندازه‌گیری اهمیت بیشتری دارد. در این تحقیق نیز به دلیل نرمال نبودن متغیرها و همچنین اهمیت بیشتر مدل ساختاری برای محقق، از روش PLS استفاده شده است. از این رو در این پژوهش برای آزمون فرضیات از نرم WARPPLS استفاده شده است. در مدل‌های پی ال اس، از رگرسیون‌های چندگانه استفاده می‌شود که برای هر بخش از رگرسیون مدل، ضریب تعیین (R) ضریب اثر (β) و P-value محاسبه می‌شوند. در خروجی نمودار معناداری تمام ضرایب و پارامترهای مدل آزمون قرار می‌شوند. برای تأیید فرضیه باید $P < 0/001$ باشد. عدد β نیز میزان اثر را مشخص می‌کند. آزمون معادلات ساختاری مدل مفهومی پژوهش برای آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش، در شکل ۲ نمایش داده شده است:



شکل ۲: معادلات ساختاری مدل تحقیق

در مرحله بعد و برای آزمون فرضیات فرعی پژوهش، ارزش کار به تفکیک ۴ ارزش رابطه، موقعیت، وظیفه و پاداش در قالب مدل PLS آزمون شد که نتایج آن در قالب جدول ۴ آورده شده است:

جدول ۴: بررسی اثر تعدیلگر متغیر ارزش‌های کاری (مدل فرضیات فرعی)

ارزش پاداش به عنوان تعدیل‌گر	ارزش رابطه به عنوان تعدیل‌گر	ارزش موقعیت به‌عنوان تعدیل‌گر	ارزش وظیفه به‌عنوان تعدیل‌گر	β	بافت اخلاقی
۰/۳۵	۰/۵۳	۰/۲۱	۰/۱۹	$P < ۰/۰۰۱$	رضایت‌مندی شغلی
متوسط	قوی	ضعیف	ضعیف	وضعیت	نتیجه آزمون
تأیید فرضیه ۳-۴	تأیید فرضیه ۳-۳	تأیید فرضیه ۳-۲	تأیید فرضیه ۳-۱	β	بافت اخلاقی
-۰/۲۵	-۰/۰۰۸	-۰/۰۱۸	-۰/۱۶	$P = ۰/۱۴$	قصد ترک شغل
ضعیف	-	-	ضعیف	وضعیت	نتیجه آزمون
تأیید فرضیه ۴-۴	رد فرضیه ۴-۳	رد فرضیه ۴-۲	تأیید فرضیه ۴-۱		

شاخص‌های برازش نشان از برازش مناسب هر دو مدل داشتند، این شاخص‌ها در جدول ۵ قابل مشاهده هستند:

جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل فرضیات اصلی و مدل فرضیات فرعی

مقدار مجاز	مدل فرضیه‌های فرعی	مدل فرضیه‌های اصلی	مشخصه
کم‌تر از ۵	۲/۱۸	۱/۴۸۴	AFVIF
کم‌تر از ۵	۱/۷۱۲	۱/۰۴۲	AVIF
بزرگ‌تر از ۰/۷	۰/۷	۰/۷۵۰	SSR
بزرگ‌تر از ۰/۷	۰/۸	۰/۷۵۰	SPR
بزرگ‌تر از ۰/۹	۰/۹۶۹	۰/۹	RSCR

مدل از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت خوبی قرار دارد. نتایج حاکی از تأیید فرضیه‌های اول، دوم، سوم و رد فرضیه چهارم تحقیق است. هم‌چنین فرضیه‌های ۲-۴ و ۳-۴ نیز رد شده‌اند. به عبارتی، نتایج حاکی از این است که بافت اخلاقی به‌طور مثبت بر رضایت‌مندی شغلی و به‌طور منفی بر قصد ترک شغل مؤثر است. هم‌چنین ارزش‌های کاری نقش تعدیلگر در رابطه میان بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج این پژوهش، می‌توان بیان کرد که گستره‌ای که در آن یک دانشگاه جو سازمانی سالم را با پروراندن اعمال و رفتارهای اخلاقی ایجاد می‌کند به شکل مثبت با رضایت‌مندی شغلی کارکنان زن و به شکل منفی با قصد ترک شغل توسط آن‌ها مرتبط است. با توجه به میزان R در شکل دوم، ۱۶ درصد تغییرات رضایت‌مندی شغلی و ۳۱ درصد تغییرات در قصد ترک شغل به وسیله مدل حاضر تبیین می‌شود. به این معنا که متغیرهای دیگری نیز بر رضایت‌مندی شغلی و قصد ترک شغل مؤثر هستند که در تحقیق حاضر به آن‌ها توجه نشده است، اما می‌توان بافت اخلاقی و ارزش‌های کاری را نیز جزء متغیرهای مؤثر بر واکنش‌های شغلی دانست.

بنابر نتایج حاصل از معادلات ساختاری (شکل ۲)، فرضیه اول پژوهش یعنی تأثیر مثبت



فهم کارکنان از بافت اخلاقی یا مفاد مفاهیم اخلاقی مشترک بر رضایت‌مندی شغلی تأیید شد ($\beta = 0/56$). به این معنا که وجود جوّ و فرهنگ اخلاقی در سازمان موجب افزایش رضایت‌مندی شغلی کارکنان خانم دانشگاه فردوسی مشهد می‌شود. این نتیجه موافق نتیجه تحقیق ولتاین و همکاران (۲۰۱۱)، هم‌چنین تحقیق چنگ و همکاران در سال ۲۰۱۳ است. هم‌چنین نتایج تحقیق نادى و گل‌پرور (۱۳۸۹) حاکی از آن بود که در زنان، حمایت مدیریت از رفتارهای اخلاقی با رضایت‌مندی شغلی شامل رضایت‌مندی از پرداخت، رضایت‌مندی از همکاران و رضایت‌مندی از سرپرست رابطه دارد. به عبارتی بافت اخلاقی بر رضایت‌مندی شغلی اثر مستقیم دارد و میزان این اثر متوسط ($\beta = 0/56$) است. هم‌چنین فرضیه دوم تحقیق یعنی اثر منفی بافت اخلاقی بر قصد ترک شغل نیز تأیید شده است که این تأثیر متوسط ($\beta = -0/36$) است. این نتیجه تا اندازه‌ای موافق با تحقیق دکونیک^۱ و همکاران (۲۰۱۳) است که در آن فرضیه تأثیر منفی جوّ سازمانی بر قصد ترک شغل در برخی از جنبه‌های جوّ سازمانی تأیید شد. هم‌چنین با تحقیق چنگ و همکاران (۲۰۱۳) نیز هم‌سو است؛ فرضیه سوم تحقیق تأیید شد، به عبارتی ارزش‌های کاری نقش تعدیل‌گری متوسط ($\beta = 0/44$) در ارتباط میان بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی دارد. که این نتیجه مشابه با نتیجه تحقیق چنگ و همکاران (۲۰۱۳) و فریدلاندر و مارگولیز (۱۹۶۹) است. هم‌چنین فرضیه ۴ پژوهش تأیید نشد، به این معنا که متغیر ارزش‌های کاری نقش تعدیلگر در ارتباط بین بافت اخلاقی و قصد ترک شغل نداشته است. به عبارتی، ارزش‌های کاری تنها بر رابطه میان بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی اثرگذار هستند. هم‌سویی ارزش‌های کارکنان و سازمان می‌تواند بر رضایت‌مندی به طور غیر مستقیم اثرگذار باشد، اما به فقدان قصد ترک شغل منجر نمی‌شود. به عبارتی هم‌چون تحقیق چنگ و همکاران در سال ۲۰۱۳ می‌توان بیان کرد که رضایت‌مندی به معنای تمایل نداشتن به ترک شغل نیست.

جنبه‌های روان‌شناختی محیط کار و به طور اخص بافت اخلاقی سازمان برای کارکنان زن دارای اهمیت بسیاری است، به طوری که واکنش‌های شغلی آن‌ها را تعیین می‌کند. بنابراین، در دانشگاه باید به مسائل اخلاقی به طور ویژه توجه شود. این توجه با ایجاد فرهنگ اخلاقی و جوّ اخلاقی در سازمان ایجاد خواهد شد. این امر ایجاب می‌کند که مدیریت دانشگاه و

دانشکده‌ها اخلاقی عمل کنند و مقررات، چارچوب‌ها و کدهای اخلاقی در سازمان تبیین شوند. به دلیل جو آموزشی دانشگاه که نقش حمایتی از جنبه‌های اخلاقی را ایفا می‌کند و با توجه به نتایج آزمون میانگین (جدول ۳)، دانشگاه در ایجاد بافت اخلاقی وضعیت بدی را دارا نیست و ادراک کارکنان از اخلاقی بودن سازمان دارای میانگین متوسط و مقبول (۳/۳۲۶) است. نتایج حاصل از آزمون میانگین همچنین نشان می‌دهد که ارزش‌های کاری مرتبط با ارزش وظیفه و ارزش رابطه وضعیت خوبی را دارا هستند، اما وقتی صحبت از ارزش پاداش و ارزش موقعیت به میان می‌آید، وضعیت اشتغال زنان در دانشگاه وضعیتی پایین‌تر از متوسط را نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد به دلیل وجود بحث جنسیت در انتصابات و ترفیعات شغلی، ارزش موقعیت کارکنان خانم پایین است. همچنین ارزش پاداش نیز در سطح مناسبی قرار ندارد. نقش تعدیل‌کننده مجموعه ارزش‌های کاری در رابطه بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی تأیید شده است، اما در رابطه با قصد ترک شغل تنها ارزش‌های پاداش، رابطه و موقعیت مؤثر هستند. به عبارتی ارزش پاداش و وظیفه به ماندگاری فرد در سازمان منجر می‌شوند، ولی مجموعه‌ای از ارزش‌های کاری شامل ارزش وظیفه، ارزش موقعیت، ارزش پاداش و ارزش رابطه برای دستیابی به رضایت‌مندی شغلی اثرگذار هستند. اقتصاددانان معتقد هستند که کارکنان ترک شغل خود را زمانی افزایش می‌دهند که انتظار پاداشی بیش از هزینه‌های خود را دارند. پاداش‌های بالقوه می‌تواند شامل پاداش‌های مالی (پرداخت یا مزایای بالاتر) و روان‌شناختی (شغل برانگیزاننده‌تر، امنیت شغلی بیشتر و محیط کاری مطلوب‌تر) باشد. هزینه نیز ممکن است مالی (رفتن به سایر شهرها یا از دست دادن مزایای بازنشستگی) و روان‌شناختی (تطبیق با شرایط کاری جدید، آزار به خانواده یا یک نفر دیگر و ...) باشد (چو و لویس، ۲۰۱۲: ۷).

می‌توان بیان کرد که توجه به اخلاقیات در واکنش‌های شغلی کارکنان زن دانشگاه فردوسی مؤثر است. هم‌چنین ارزش‌های کاری می‌توانند کمک‌کننده مناسبی برای افزایش رضایت‌مندی شغلی در دانشگاه شوند. کم‌ترین سطح ارزش‌های کاری در ارزش پاداش و ارزش موقعیت مشاهده شده است. از میان ارزش‌های کاری تنها ارزش موقعیت و ارزش وظیفه به کاهش قصد ترک شغل منجر می‌شود. به این معنا که موقعیتی که شغل برای فرد ایجاد می‌کند، مانعی بر سر تمایل فرد به ترک شغل است. ارزش موقعیت هم‌چنین به رضایت‌مندی شغلی منجر



می‌شود، اگرچه که تأثیر آن بر ارتباط میان بافت اخلاقی و رضایت‌مندی شغلی کم‌تر از ارزش رابطه و ارزش پاداش است. به نظر ایجاد فرصت‌های برابر ارتقاء و پاداش و قرار دادن زنان در پست‌های تأثیرگذار سازمان می‌تواند وضعیت ارزش‌های کاری را در میان کارمندان زن ارتقاء دهد. در نهایت با توجه به نظریه برابری و جهت ایجاد احساس عدالت در سازمان پیشنهاد می‌شود دانشگاه به اهدای پاداش و ایجاد فرصت‌های ارتقاء در میان کارکنان زن بیشتر توجه کند. از سوی دیگر دانشگاه می‌بایست وضعیت خود را در زمینه پایبندی به اصول اخلاقی افزایش دهد. این تحقیق با توجه به احساس وظیفه محقق نسبت به زنان و هم‌چنین شواهد موجود مبنی بر اهمیت بیشتر مسائل اخلاقی و ارزشی برای زنان، در جامعه زنان شده است. و لزوم اجرای پژوهشی مشابه در جامعه مردان وجود دارد.

منابع

- حیاتی، داوود، ارشدی، نسرین و نیسی، عبدالکاسم (۱۳۹۱). اثر خوشنودی از درآمد بر قصد ترک شغل: نقش واسطه‌ای خوشنودی شغلی، تعهد سازمانی و انگیزش شغلی، دست آوردهای روان‌شناختی، ۱(۴): ۱۹-۴۲.
- دلوی، محمدرضا و گنجی، مظاهر (۱۳۹۳). بررسی اثرات رهبری اخلاقی بر استرس شغلی و قصد ترک خدمت پرستاران بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد. مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، ۱۶(۱): ۱۲۸-۱۲۱.
- رحیم‌نیا، فریبرز و نیکخواه فرجامی، زهرا (۱۳۹۰). تأثیر جوّ اخلاقی سازمان بر هویت سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشنده‌گان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۶(۴): ۱۱-۱.
- سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۷). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: آگاه.
- قلی‌پور، آریز، پور عزت، علی اصغر و نیک‌زاد، عباس (۱۳۸۷). تأثیر پیامدهای اثر منسبانی بر انتخاب و انتصاب مدیران دولتی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۳(۱۰): ۷-۳۶.
- گل‌پرور، محسن و نادری، محمد علی (۱۳۸۹). رابطه حمایت مدیریت از رفتارهای اخلاقی با رضایت‌مندی شغلی معلمان. مجله روانشناسی، ۱۴(۲): ۱۵۸-۱۴۲.
- مقیم، محمد (۱۳۸۷). اخلاق سازمانی؛ جوهره فرهنگ سازمانی کارآمد، فرهنگ مدیریت. ۶(۱۷): ۸۷-۶۳.
- ملکیان، اسفندیار و توکل‌نیا، اسماعیل (۱۳۹۳). بررسی تأثیر فرهنگ اخلاقی بر کیفیت حسابرسی تحت شرایط فشار بودجه زمانی. حسابرسی: نظریه و عمل، ۱(۱): ۲۱-۴۷.
- نجفی، محمد و کریمی، مهدی (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین ابعاد جوّ اخلاقی و رضایت شغلی در میان کارکنان اداره‌های آموزش و پرورش شهر اصفهان. رویکردهای نوین آموزشی، ۵(۲): ۱-۲۲.



- Bass, B. M. (1967), Social Behavior and the Orientation Inventory: A Review. *Psychol Bull*, 68(4), 260-292.
- Cheng, P.Y., Yang, J.T., Wan, C.S. & Chu, M.C. (2013). Ethical Contexts & Employee Job Responses in the Hotel Industry: The Roles of Work Values & Perceived Organizational Support. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 108-115.
- Cheung, C.K., Scherling, S.A. (1999). Job Satisfaction, Work Values, & Sex Differences in Taiwan's Organizations. *The Journal of Psychology*, 133, 563-575.
- Cho, Y. J., & Lewis, G. B. (2012). Turnover Intention & Turnover Behavior: Implications for Retaining Federal Employees. *Review of Public Personnel Administration*, 32(1), 4-23.
- Delavy, M.R., Ganji, M. (2015). The Effect of Ethical Leadership on Job Stress & Turnover Intention among the Nurses of Shahrekord University of Medical Sciences' Hospital. *Journal of Shahrekord University of Medical Sciences*, 16(1), 121-128.
- Demirtas, O. & Akdogan, A. A. (2015). The Effect of Ethical Leadership Behavior on Ethical Climate, Turnover Intention, and Affective Commitment. *J Bus Ethics*, 130: 59, first published online: May 11, 2014.
- Deshpande, S. P. (1996). The Impact of Ethical Climate Types on Facets of Job Satisfaction: An Empirical Investigation. *J Bus Ethics*, 15(6), 655-660.
- Ford, R. C., & Richardson W.D. (1994). Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature. *J Bus Ethics*, 13, 205-221.
- Friedlander, F., Margulies, N. (1969). Multiple Impacts of Organizational Climate & Individual Value Systems upon Job Satisfaction. *Personnel Psychology*, 22, 171-183.
- Gholipour, A., Purezat, A., Nikzad, A. (2009), The Impact of 'Mansany Effect' on Selection & Appointment of Government Managers. *Journal of Iran Management Sciences*, 3(10), 7-36.
- Golparvar, M., Nadi, M.A. (2011). The Relationship between Management Support for Ethical Behavior & Teachers' Job Satisfaction. *Journal of Psychology*, 54(2), 142-158.
- Hayati, D., Arshadi, N. & Nisy, A. (2013). The Effect of Income Satisfaction on Turnover Intention: The Mediating Role of Job Satisfaction, Organizational Commitment & Job Motivation. *Journal of Psychology Achievement*, 1(4), 19-42.
- Hunt, S. D., Wood, V. R., & Chonko, L. B. (1989). Corporate Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing. *Journal of Marketing Science*, 53(3), 79-90.
- Jawahar. I.M, Hemmasi, P. (2006). Perceived Organizational Support for Women's Advancement & Turnover Intentions. *Women in Management Review*, 21(8),

643 – 661.

- Johnson, J.J., McIntye, C.L. (1998). Organizational Culture & Climate Correlates of Job Satisfaction. *Psychological Reports*, 82, 843–850.
- Koh, H.C., Boo, E.H.Y. (2001). The Link between Organizational Ethics & Job Satisfaction: A Study of Managers in Singapore. *J Bus Ethics*, 29, 309–324.
- Liang, Y.W. (2012). The Relationships among Work Values, Burnout, & Organizational Citizenship Behaviors: A Study from Hotel Front-Line Service Employees in Taiwan. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24, 251–268.
- Malakian, E., Tavakolnia, E. (2013). Analyzing the Effect of Moral Culture on Audit Quality under Time Budget Pressure. *Audit: Theory and Practice*, 1(1), 21-47.
- McFarlin, D.B., Rice, R.W. (1992). The Role of Facet Importance as a Moderator in Job Satisfaction Processes. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 41–54.
- Moghimi, M. (2009). Corporate Ethics; the Essence of Efficient Organizational Culture. *Management Culture*, 6(17), 63-87.
- Najafi, M., Karimy, M. (2010). Examining the Relationship between the Dimensions of Ethical Ambient & Job Satisfaction among the Staff Members of Isfahan Educational Bureaus. *New Educational Approaches*, 5(2), 1-22.
- Okpara, J.O., Squillace, M., & Erond, E.A. (2005). Gender Differences & Job Satisfaction: A Study of University Teachers in the United States. *Women in Managerial Review*, 20(3), 177-190.
- Oshagbemi, T. (2003). Personal Correlates of Job Satisfaction: Empirical Evidence from UK Universities. *International Journal of Social Economics*, 30(12), 1210-1232.
- Ostroff, C. (1993). The Effects of Climate & Personal Influences on Individual Behavior & Attitudes in Organization. *Organizational Behavior and Human Performance*, 56, 56–90.
- Rahimnia, F., Nikkhah Farjami, Z. (2012). The Impact of Organizational Ethical Climate on Corporate Identity & Sellers' Turnover Intention. *Ethics in Science & Technology Quarterly*, 6(4), 1-11.
- Sarmad, Z., Bazargan, A., Hejazi, E. (2009). *Research Methodology in Behavioral Sciences*. Tehran: Agah Publication.
- Schneider, B. (1975). Organizational Climate: an Essay. *Personal Psychology*, 28, 477-479.
- Schwepker, C.H., (2001). Ethical Climate's Relationship to Job Satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention in the Salesforce. *Journal of Business Research*, 54(1), 39-52.
- Seasfore, S.E., Lawler, I., Mirvis, P.H., Cammann, C. (1982). *Observing & Measuring Organizational Change: A Guide to Field Practice*. New Work: Wiley.
- Steel, R. P. & Ovalle, N. K. (1984). A Review & Meta-Analysis of Research on the



- Relationship between Behavioral Intention & Employee Turnover. *Journal of Applied Psychology*, 69,673-686.
- Trevino, L. K. (1986). Ethical Decision Making in Organizations: A Person-Situation interactionist Model. *Academy of Management Review*, 11, 601-617.
- Trevino, L.K., Butterfield, K.D., McCabe, D.L. (1989). The Ethical Context in Organizations: Influence on Employee Attitudes & Behaviors. *Business Ethics Quarterly*, 8, 447-476.
- Valentine, Sean, Greller, Martin M, Richtermeyer, Sandra B. (2006). Employee Job Response as a Function of Ethical Context & Perceived Organization Support. *Journal of Business Research*, 59, 582 – 588.
- Valentine, S. and T. Barnett. (2003). Ethics Code Awareness, Perceived Ethical Values, and Organizational Commitment. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 23, 359-367.
- Valentine, S., Godkin, L., Fleischman, G.M., Kidwel, R. (2011). Corporate Ethical Values, Group Creativity, Job Satisfaction & Turnover Intention: The Impact of Work Context on Work Response. *J Bus Ethics*, 98, 353-372.
- Verplanken, B. (2004). Value Congruence & Job Satisfaction among Nurses: A Human Relations Perspective. *International Journal of Nursing Studies*, 41(6). 599-605.
- Victor, B., & Cullen, J.B. (1988). The Organizational Bases of Ethical Work Climates. *Administrative Science Quarterly*, 33, 101-125.
- Vitell, S. J. & Davis, D. L. (1990). The Relationship between Ethics & Job Satisfaction: An Empirical Investigation. *J Bus Ethics*, 9(6), 489-494.
- Yang, J.T. 2010. Antecedents & Consequences of Job Satisfaction in Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 609-619.
- Zehir, C., Erdogan, E., Basar, D. (2011). The Relationship among Charismatic Leadership, Ethical Climate, Job Satisfaction & Organizational Commitment in Companies. *Journal of Global Strategic Management*, 10, 49- 59.

نویسندگان

سیده فاطمه قاسمپور گنجی

عضو باشگاه پژوهشگران جوان واحد بابل؛ دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه فردوسی مشهد؛ دارای مقالاتی در ژورنال‌های علمی و پژوهشی داخل و خارج از کشور است.

دکتر آذر کفاشپور

دانشیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد؛ دارای مقالات متعدد در ژورنال‌های علمی و پژوهشی و آی اس آی است.

وحید بابازاده سرخان

عضو باشگاه پژوهشگران جوان واحد بابل؛ کارشناس ارشد مدیریت بیمه؛ دارای مقالات مختلف ارائه شده در کنفرانس است.



The Effect of Ethical Context Perception on Job Response, Emphasizing Work Value, Case Study of Female Staff of Ferdowsi University of Mashhad

Seyedeh Fatemeh Ghasempoor Ganji¹
Azar Kafashpoor²
Vahid Babazadeh Sorkhan³

Abstract

Now a days, there is an urgent need for doing research on the factors influencing job responses as a result of increasing women's roles in various occupations. The purpose of this study was to evaluate the impact of ethical context on female staff's job responses at Ferdowsi University of Mashhad. It is also intended to investigate the role of work values as moderator Variable. We based our analysis on data from a random two-staged classification sampling. The sample which includes 210 subjects was determined by Morgan table. For data analysis, we used mean test, correlation test, confirmatory factor analysis and structural equation by using WARPPLS software. The results indicate that the perception of ethical context is effective on job satisfaction ($0.56 = \beta$) and intention to resign ($0.36 = \beta$). Also the moderator effect of work values on job satisfaction ($0.44 = \beta$) is approved. However, the relationship value ($0.53 = \beta$) and reward value

1. Young Researchers and Elite Club, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran

2. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Iran

3. Young Researchers and Elite Club, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran

DOI: 10.22051/JWSPS.2017.7499.1058

Submit Date: 2015/11/23

Accept Date: 2017/3/15



($0.35 = \beta$) have more effective role on the relationship between ethics in organization and job satisfaction.

Key words

ethical context; job satisfaction; turnover intention; work values; Ferdowsi University of Mashhad