(مقالۀ پژوهشی)

طراحی و تبیین مدل اخلاقی رفتار شهروندی سازمانی

دکتر محمد موسوی *

گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور

(تاریخ دریافت: 95/7/7، تاریخ پذیرش: 95/10/6)

چکیده

زمینه: رفتار شهروندی سازمانی رفتاری اخلاقی است که تحولی در حوزه رفتار سازمانی ایجاد نموده است، این مفهوم باعث ایجاد سازمان‌های نوآور، منعطف و بهره‌ور می‌شود. لذا هدف پژوهش حاضر طراحی مدل اخلاقی رفتار شهروندی سازمانی در سازمان آموزش و پرورش است.

روش: روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است و جامعه آماری شامل کارکنان اداره آموزش و پرورش که در سال تحصیلی 95-94 مشغول به‌کار بوده و برابر با 420 نفر است. حجم نمونه براساس جدول مورگان برابر با 203 نفر بوده که به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه پژوهش براساس مطالعات کتابخانه‌ای و جمع‌بندی نظرات اساتید خبره تهیه گردید. روایی با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی تایید شد. روش آماری استفاده شده در این پژوهش، مدل معادلات ساختاری بوده که شامل تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر است.

یافته‌ها: نتایج استخراج شده از این پژوهش حاکی از آن است که کلیه عوامل اخلاقی در این مدل تلفیقی (عوامل هوش اخلاقی، هوش عاطفی، اعتماد آفرینی سازمانی) با رفتار شهروندی سازمانی، رابطه‌ای مستقیم دارند. در نهایت هر چه عامل اخلاقی تعهد سازمانی قوی‌تر باشد، اثر مسیولیت‌پذیری بر اعتماد آفرینی سازمانی بیشتر است.

نتیجه گیری: نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد، کلیه اجزای مدل و روابط بین آن معنادار بوده و همبستگی مطلوبی بین متغیرها وجود دارد. بالاترین میزان همبستگی بین گذشت و اعتماد آفرینی سازمانی و کمترین همبستگی بین خود آگاهی و اعتماد آفرینی سازمانی وجود دارد.

کلید واژگان: *اخلاق، رفتار شهروندی سازمانی، مدل اخلاقی*

سرآغاز

امروزه سازمان‌هایی موفق هستند که دارای کارکنان توانمند، متعهد و اخلاق مدار باشند(1). رفتار شهروندی افعال و اقدامات ایثارگرایانه و تمایل به از خودگذشتگی کارکنان را جهت تامین آسایش، آرامش و رفاه دیگران تبین می‌نماید، علاوه‌برآن محیط‌های رقابتی کسب و کار امروزی طالب کارکنانی هستند که شهروندان خوبی باشند، به گونه‌ای که کارکنان تمایل به همیاری و کمک به همکاران، کارفرمایان و ارباب رجوع از خود بروز دهند(2). امروزه، سازمان‌ها به صورت فزاینده‌ای خود را درگیر مسئله‌ای می‌بینند که آن را معمای اخلاقی[1] می‌نامند، یعنی اوضاع و شرایطی که باید یک بار دیگر کارهای خلاف و کارهای درست را تعریف کرد، زیرا مرز بین کارهای درست و خلاف بیش از پیش از بین رفته است(3). در چنین شرایطی مدیر باید از نظر اخلاقی جوی سالم برای کارکنان در سازمان به‌وجود آورد، تا آنان بتوانند با تمام توان و بهره‌وری هرچه بیشتر کار کنند. هوش اخلاقی[2]، توانایی درک درست از خلاف، داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آنهاست(4). عناصر هوش اخلاقی عبارتند از: درستکاری[3] که عبارت است از: انجام آنچه که درست است، نه تنها برای خود بلکه برای دیگران. گذشت[4] که شامل تحمل کاستی‌ها و اشتباهات در خود و دیگران

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: Momosavi @ gmail.com

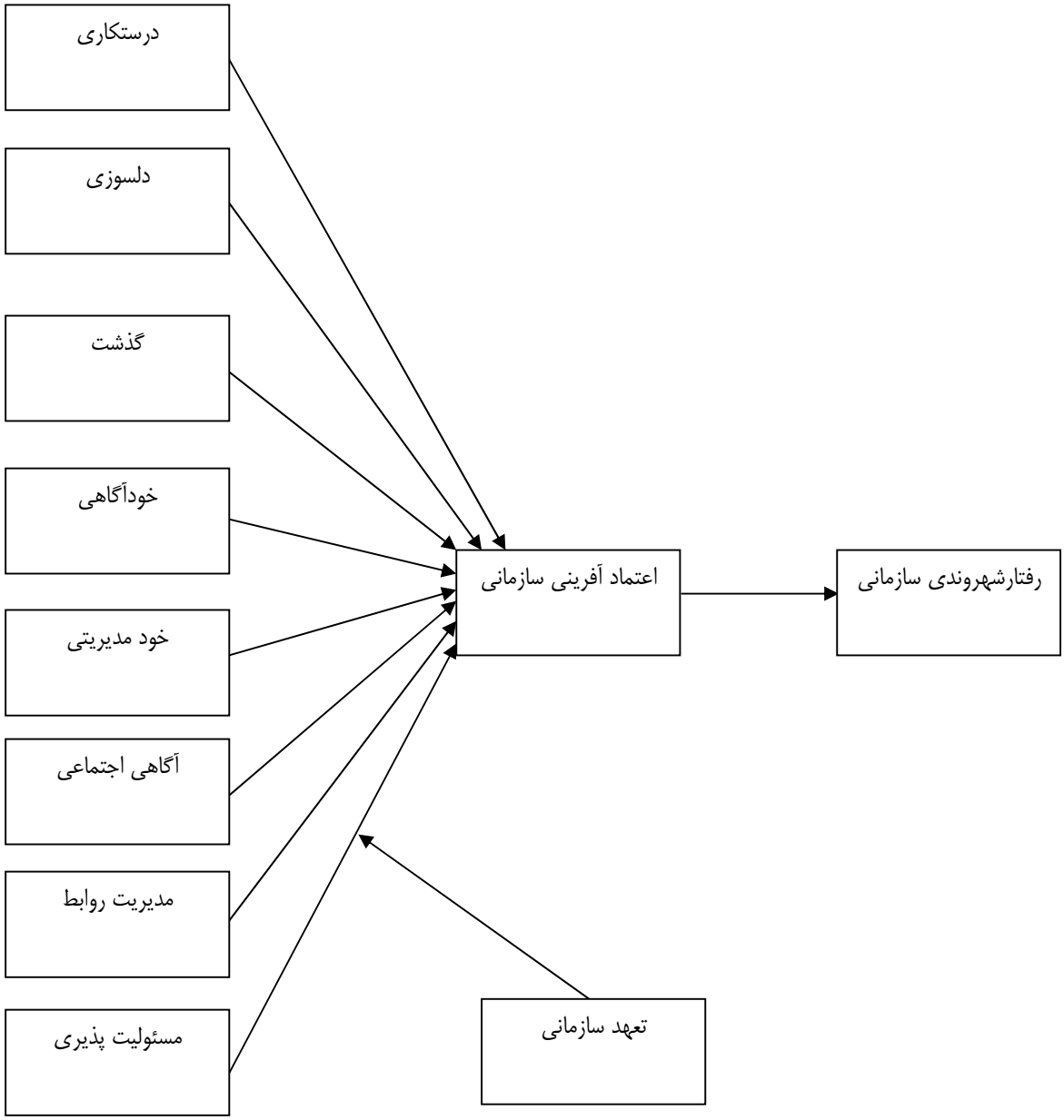
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

می‌باشد. مسئولیت‌پذیری[5] کـه شـامل پاسـخگو بـودن در برابـر اعمال و پیامدهای ناشی از اقدامات است و دلسوزی[6] کـه بـدین صورت تعریف می‌گردد: توجه به دیگران و ایجاد جوی که در آن مردم به کسانی که در اطـراف آنهـا هـستند، ماننـد همکـاران و مشتریان توجه نماینـد(5). عناصـر هـوش عـاطفی[7] عبارتنـد از: خودآگاهی[8] که به معنای آگاهی از خویشتن خویش، تـوان خـود نگری و تشخیص دادن احساس‌های خود به همان گونه‌ای است که وجود دارد(6 و 7). خود مدیریتی[9] که به معنای اداره یا کنترل هیجان‌ها، کنترل احساسات به روش مطلوب و تـشخیص منـشأ این احساسات و یافتن راه‌هایی برای اداره و کنتـرل تـرس‌هـا و هیجـان‌هـا و عـصبانیت و امثـال آن، مـی‌باشـد(8). آگـاهی اجتماعی[10]که به معنای حساسیت نسبت به علایق و احـساسات دیگران و تحمل دیدگاه‌های آنـان و بهـا دادن بـه تفـاوت‌هـای موجود بین مردم در رابطه با احساسا ت خـود نـسبت بـه اشـیا و امور است، نشانه اصلی آگاهی اجتماعی توان همدلی[11] است(9). مدیریت روابـط[12]کـه بـه معنـای اداره هیجـان‌هـای دیگـران و برخورداری از کفایـت‌هـای اجتمـاعی و مهـارت‌هـای اجتمـاعی است(10). در موقعیت‌های مخاطره آمیز این اعتمادآفرینی[13]است که باعث می‌شود کارکنان سیاست‌ها و خواسته‌هـای سـازمان را که تأثیرات مثبتی بر آنان دارند بپذیرند و راجع به آن سیاست‌هـا در خودشان انتظارات مثبتی ایجاد نمایند(11). تعهـد سـازمانی[14] عبارت است از حالتی که افراد هویت خود را از سازمان گرفتـه و در سازمان مشارکت دارند و تمایل دارند با تمام توان جهت نیل به اهداف کلی سـازمان تـلاش نماینـد(12). گـاهی اوقـات بـه سادگی چنین مطرح می‌شود کـه؛ رفتـار شـهروندی سـازمانی[15] رفتاری اخلاقی اسـت(13). مفهـوم رفتـار شـهروندی سـازمانی تحولی در حوزه رفتار سازمانی ایجاد نموده اسـت0 ایـن مفهـوم باعث شده است که سازمان‌ها نوآور، منعطف، بهره‌ور و در برابـر بقا و موفقیـت شـان مـسئول باشـند(14). ابعـاد مختلـف رفتـار شـهروندی سـازمانی شـامل نـوع‌دوسـتی[16]،وظیفـه شناسـی[17]، جـوانمردی[18]، فـضیلت مـدنی[19]، ادب و نزاکـت[20] مـی‌باشـد(15). نوع‌دوستی به معنای کمک به همکاران و کارکنان بـرای انجـام وظایف در شرایط غیرمعمـول اسـت. وظیفـه‌شناسـی بـه انجـام وظایف تعیین شده به شیوه‌هـای فراتـر از الزامـات تعیـین شـده به‌وسیله سازمان اشاره دارد. جوانمردی تمایـل بـه شـکیبایی در برابر مزاحمت‌های اجتناب ناپـذیر بـدون گلـه و شـکایت اسـت. فضیلت مـدنی بـه مـشارکت در چرخـه سیاسـی سـازمان گفتـه می‌شود. ادب و نزاکت نیز به تلاش کارکنان بـرای جلـوگیری از تنش‌ها و مشکلات کاری در رابطه با دیگران گفته می‌شود(16). با توجه به مطالب ذکر شده و بررسی‌های انجـام گرفتـه توسـط محققان افزایش عمل به معیارهای اخلاقی در سازمان‌هـا منجـر به افزایش روحیه رفتـار شـهروندی مـی‌شـود. در ایـن پـژوهش تلاش شده است که به سؤال اصلی موجـود در ایـن حـوزه کـه عبارت است از: چگونه مـی‌تـوان یـک مـدل تلفیقـی براسـاس فاکتورهای مؤثر اخلاقی بر رفتـار شـهروندی سـازمانی طراحـی نمود که براساس عوامل مورد انتظار اخلاقی و ارزش‌های حـاکم بر جامعه باشد؟

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]



نگاره 1. مدل مفهومی پژوهش

روش

این پژوهش براساس هدف از نوع کاربردی و براساس نحوه اجرا و گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی(همبستگی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر، تعداد 420 نفر از کارکنان شاغل در سال تحصیلی 1395-1394 در اداره آموزش و پرورش ناحیه 2 مشهد می‌باشند که در مجموع 203 نفر با استفاده از جدول مورگان به‌عنوان نمونه به طور تصادفی انتخاب شدند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه شامل: جنسیت، سن، مدرک تحصیلی، وضعیت تأهل، میزان درآمد و سابقه کار هریک از افرادی است. پرسشنامه پژوهش براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت، طرح‌ریزی گردیده است. برای اندازه‌گیری ساختار مدل مورد نظر این پژوهش مقیاس‌های مورد استفاده توسط برخی از محققان و صاحب‌نظران جهت طراحی سؤالات مربوط به متغیر هوش اخلاقی، هوش عاطفی، تعهد سازمانی، اعتماد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، استفاده گردید(17-20). روش آماری به کار

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

گرفته شده در این تحقیق مدل معادلات ساختاری که شامل تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیراست.

جدول 1. ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی	متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت			**سن**		
مرد	138	68	30 سال و کمتر	63	31
زن	65	32	30-40 سال	97	48
وضیت تاهل			40 سال و بالاتر	43	21
متاهل	185	91	**سابقه خدمت**		
مجرد	18	9	کمتر از 10 سال	67	33
تحصیلات			10-20 سال	99	49
فوق دیپلم و پایین‌تر	37	18	20 سال و بالاتر	37	18
کارشناسی	97	48	**میزان درآمد**		
کارشناسی ارشد و بالاتر	69	34	10 میلیون ریال	14	7
			10-20 میلیون ریال	104	51
			20 میلیون ریال و بالاتر	85	42

جدول 2. نتایج تحلیل اعتبار و پایایی پژوهش

سازه	میانگین واریانس استخراج شده (0/7 < مقادیر قابل قبول)	پایایی ترکیبی (0/7 < مقادیر قابل قبول)	آلفای کرونباخ (0/7 < مقادیر قابل قبول)
درستکاری	0/791	0/841	0/805
دلسوزی	0/757	0/795	0/798
گذشت	0/784	0/861	0/748
خودآگاهی	0/801	0/735	0/780
خود مدیریتی	0/821	0/830	0/750
آگاهی اجتماعی	0/850	0/805	0/800
مدیریت روابط	0/799	0/760	0/841
مسئولیت پذیری	0/845	0/785	0/830
اعتماد آفرینی سازمانی	0/810	0/825	0/815
رفتار شهروندی سازمانی	0/878	0/864	0/895
تعهد سازمانی	0/812	0/851	0/863

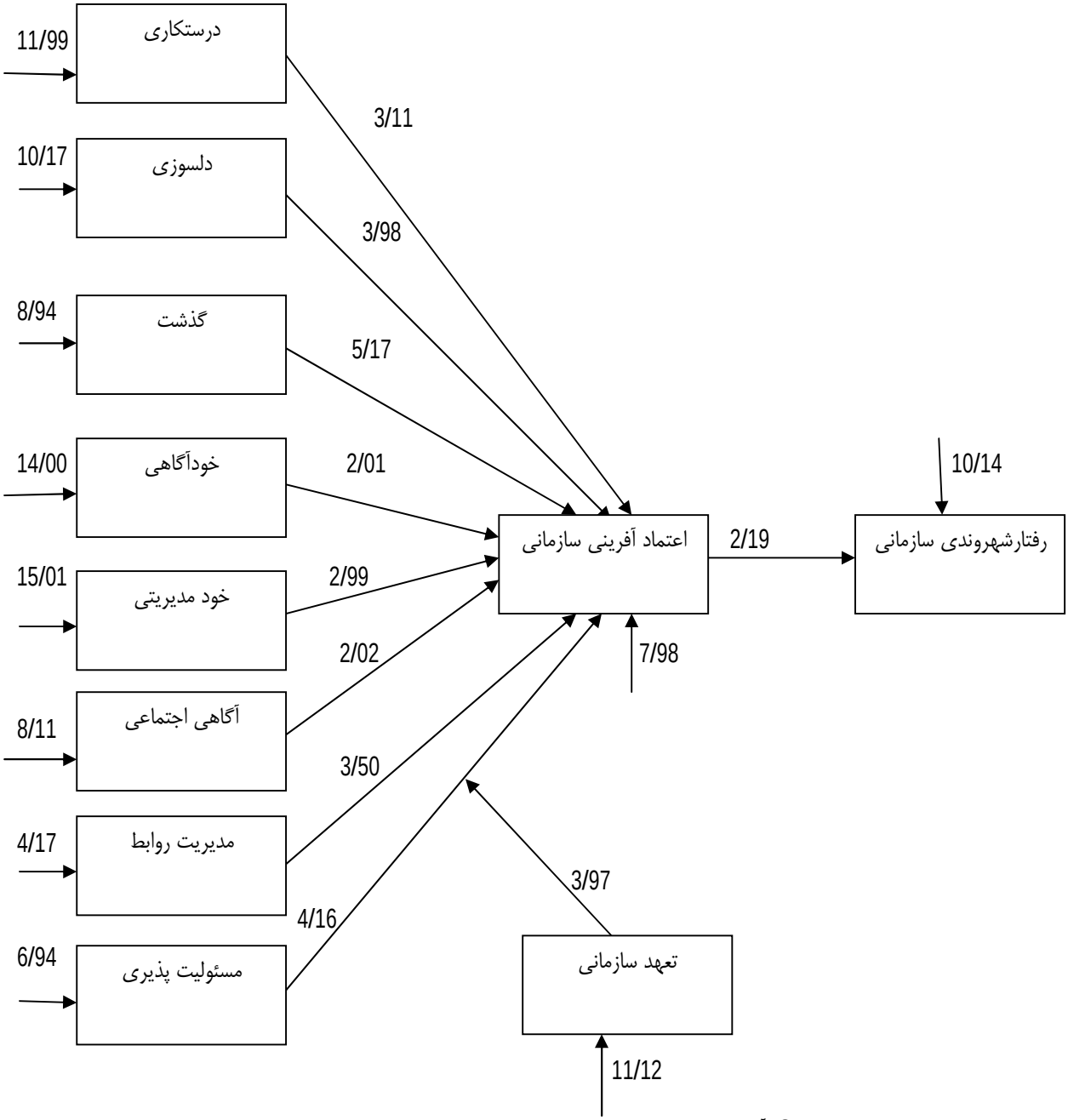
در این پژوهش جهت اندازه‌گیری آزمون‌های برازندگی از نرم‌افزار LISREL استفاده گردیده است که نتایج استفاده از شاخص‌ها در جدول 3 نشان داده شده است و همگی شاخص‌ها بیانگر برازش مطلوب و تأیید مدل پژوهش می‌باشند(21). در مرحله استنباط داده‌ها از آزمون تجزیه و تحلیل عاملی تأییدی و آنالیز مسیر با استفاده از نرم افزار Smart-PLS استفاده گردیده است که نتایج آن در نگاره 2 نشان داده شده است.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

جدول3. شاخص‌های برازندگی مدل تحقیق

نام شاخص	میزان شاخص در مدل	مقدار شاخص برای برازش مطلوب	تفسیر
RMSEA	0/089	≤0/1	برازندگی مدل عالی است
CFI	0/93	≥0/9	برازندگی مدل عالی است
IFI	0/93	≥0/9	برازندگی مدل عالی است
NNFI	0/92	≥0/9	برازندگی مدل عالی است



نگاره 2. آماره t در هر یک از ضرایب مسیر برای فرضیه‌های پژوهش

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

یافته‌ها

نتایج آزمون فرضیه‌ها و روابط ساختاری و تمام ضرایب مسیر بین تمام متغیرهای پژوهش در جداول مجزا نشان داده شده است. براساس این جداول و مدل تحقیق برآورد شده، مقدار t برای این پارامترها بالای 1/96 محاسبه شده است که در سطح خطای 5 درصد قابل قبول است، لذا با 95 درصد اطمینان می‌توان گفت که تمام فرضیه‌های صفر رد و فرضیه‌های اصلی تحقیق تأیید می‌شود. بنابراین:

فرضیه اول: بین درستکاری و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 4 ارائه شده است.

جدول 4. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 1

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه	
درستکاری	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/43	3/11	تایید	

فرضیه دوم: بین دلسوزی و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 5 ارائه شده است.

جدول 5. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 2

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه	
دلسوزی	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/49	3/98	تایید	

فرضیه سوم: بین گذشت و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 6 ارائه شده است.

جدول 6. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 3

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه	
گذشت	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/51	5/17	تایید	

فرضیه چهارم: بین خود آگاهی و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 7 ارائه شده است.

جدول 7. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 4

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه	
خوداگاهی	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/32	2/01	تایید	

فرضیه پنجم: بین خود مدیریتی و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 8 ارائه شده است.

جدول 8. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 5

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه	
خود مدیریتی	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/59	2/99	تایید	

نتایج مرتبط با این فرض در جدول9 ارائه شده است.

فرضیه ششم: بین آگاهی اجتماعی و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

جدول 9. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 6

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه
آگاهی اجتماعی	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/43	2/02	تایید

فرضیه هفتم: بین مدیریت روابط و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 10ارائه شده است.

جدول 10. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 7

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه
مدیریت روابط	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/25	3/50	تایید

فرضیه هشتم: بین مسئولیت‌پذیری و اعتماد آفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 11 ارائه شده است.

جدول 11. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 8

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه
مسئولیت پذیری	←	اعتماد آفرینی سازمانی	0/37	4/16	تایید

فرضیه نهم: بین اعتماد آفرینی و رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 12ارائه شده است.

جدول 12. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه9

مسیر مورد مطالعه			p- value	t-value	نتیجه
اعتمادآفرینی	←	رفتارشهروندی	0/48	2/19	تایید

فرضیه دهم: تعهد سازمانی اثر مسئولیت‌پذیری بر اعتماد آفرینی سازمانی را تعدیل می‌کند.

نتایج مرتبط با این فرض در جدول 13 ارائه شده است.

جدول 13. تحلیل معادلات ساختاری فرضیه 10

مسیر مورد مطالعه			p-value	t-value	نتیجه
تعهد	←	رابطه مسئولیت پذیری و اعتماد سازمانی	0/40	3/97	تایید

بحث

همان‌طورکه در بخش یافته‌ها بحث شد، کلیه معیارهای برازش مدل پیشنهادی پژوهش، مطلوب بوده و بنابراین مورد تأیید می‌باشد. از طرفی تحلیل مسیر مدل نشان می‌دهد، کلیه اجزای الگو و روابط بین آن معنادار بوده و همبستگی بین متغیرها، مطلوب و مناسب است. یکی از محققان در پژوهش خود میزان ارتباط متغیرهای هوش اخلاقی و اعتماد را در دانشگاه برن و در 39 کشور اروپایی مورد سنجش قرار داد و به این نتیجه رسید که؛ متغیرهای اخلاقی و اعتماد رابطه‌ای مستقیم با یکدیگر دارن. هر چه میزان معیارهای اخلاقی بیشتر باشد به همان نسبت اثر اعتماد افراد به یکدیگر بیشتر می‌گردد(22). یکی از محققان در پژوهش خود دریافت که بین هوش هیجانی و اعتماد سازمانی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد(23). پژوهشی در کشور استرالیا در مورد ارتباط بین متغیرهای هوش عاطفی و

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

اعتماد افراد انجام شد و نتیجه این بود که بین ابعاد هوش عاطفی و اعتماد رابطه‌ای بسیار قوی و مستقیم وجود دارد(7). محققانی در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه بین عدالت سازمانی با اعتماد سازمانی و رفتار مدنی سازمانی مدیران گروه‌های آموزشی واحدهای منطقه یک دانشگاه آزاد اسلامی» به این نتایج دست یافتند که؛ بین عدالت سازمانی، رفتار مدنی سازمانی و اعتماد سازمانی رابطه‌ای مثبت وجود دارد. همچنین بین نوع دوستی و احترام، وظیفه شناسی، فضیلت و جوانمردی از ابعاد رفتار مدنی سازمانی با عدالت سازمانی رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد(24). محققانی نیز در کشور چین پژوهشی را در ارتباط با اعتماد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، انجام دادند. نتیجه تحقیقات آنان حاکی از آن بود که؛ اگر کارکنان در محیط‌های کاری احساسی توام با اعتماد نسبت به یکدیگر داشته باشند، قطعاً به درجات بالاتری از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی، دست یافته و کارشان را با اثربخشی بیشتری انجام خواهند داد(25). دو محقق، در پژوهشی به مطالعه روابط میان اعتماد، تقابل و احساس تعلق سازمانی با ملاحظه اثر تعدیل‌گری تعهد سازمانی پرداختند. یافته‌های تحقیق آنان حاکی از آن بود که؛ وجود روحیه تعهد سازمانی در کارکنان، روابط بین اعتماد کارکنان و احساس تعلق و مسئولیت پذیری در سازمان را به روش مثبت و معناداری تعدیل می‌کند(26). در سال 2016 در کشور فنلاند پژوهشی در مورد اثر تعهد و اعتماد سازمانی بر یکدیگر انجام شد و نتیجه آن چنین بود که؛ وجود احساس تعهد در بین گروه های کاری در سازمان باعث تحکیم اعتماد سازمانی می‌گردد(12). محققی نیز در سال 2014 در کشور چین تحقیقی را در مورد اثر هوش عاطفی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی را بر رفتارهای اخلاقی کارکنان مورد سنجش قرا داد و به این نتیجه رسید که؛ هر چه کارکنان دارای روحیه‌ای با تعهد بیشتر باشند قطعا رضایت بیشتری از کار خود احساس نموده و اخلاق و روابط کاری اخلاقی تری را در محیط کار خواهند داشت(10) و در نهایت در سال 2013 در کشور استرالیا پژوهشی با عنوان رابطه اعتماد و تعهد اخلاقی در کارکنان سازمان انجام شد و نتیجه آن حاکی از آن بود که؛ اعتماد و تعهد اخلاقی رابطه‌ای مثبت و تنگاتنگ با یکدیگر دارند و وجود این عوامل در آرامش روحی افراد بسیار موثر می‌باشد(27). در پژوهش حاضر، پیچیدگی رفتار انسان از مهمترین محدودیت‌ها، محسوب می‌گردد. توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری آن و از همه مهم‌تر کمبود تحقیقات انجام شده در این زمینه از دیگر محدودیت‌های این پژوهش می‌باشد. در بعضی از شرایط، پاسخ دهندگان، وقت و تمرکز کمتری را جهت پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه، در نظر می‌گرفتند و با توجه به اینکه پژوهش حاضر فقط در مورد کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه 2 مشهد انجام پذیرفته است، لذا در تعمیم نتایج آن به کارکنان سایر اداره‌ها در شهرهای کشور، باید احتیاط لازم لحاظ گردد. براساس یافته‌های حاصل از انجام پژوهش حاضر به کارکنان سازمان‌ها به خصوص کارکنان سازمان آموزش و پرورش که در تربیت نسل کشور نقش مهمی را بر عهده دارند توصیه می‌گردد که؛ میزان خود آگاهی افراد را از طریق گسترش ارزش‌ها و معیارهای اخلاقی و معنوی در سازمان ارتقا داده تا از طریق اثر بر میزان اعتماد آفرینی سازمانی بتوانند رفتار شهروندی سازمانی را به‌طور اخلاقی، ارتقا بخشند. مدیران و کارکنان بایستی تلاش نمایند در محیط‌های کاری، اعتماد سازی نموده و در واقع اعتماد سرپرستان باعث ایجاد صداقت، انسجام، گشودگی روابط، ایجاد همدلی و همکاری داوطلبانه بیشتری گردیده و عمل به معیارهای اخلاقی و اعتماد سازی منجر به بهبود رفتار شهروندی سازمانی، می‌شود.

نتیجه‌گیری

بسیاری از رفتارها و تصمیم‌های کارکنان و مدیران در سازمان‌های امروزی، تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی آنهاست. از این رو توجه به اصول اخلاقی برای سازمان‌ها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. اخلاق کار می‌تواند از راه تنظیم بهتر روابط، کاهش اختلاف و تعارض[21] و افزایش جو تفاهم و همکاری و نیز کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل، عملکرد را زیر تأثیر قرار دهد. به‌علاوه هوش اخلاقی موجب افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر کارکنان شده، به بهبود کارایی فردی و گروهی می‌انجامد. رفتار شهروندی سازمانی بر اثر بخشی، کارایی و سودآوری

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

سازمانی[22] تاثیر فراوانی دارد. در این مقاله، اثر متغیرهای اخلاقی بر رفتار شهروندی سازمانی، مورد بررسی قرار گرفت و با مطالعه موردی و تحلیل داده‌های پژوهش، روابط مثبت و معنا داری بین متغیرهای اخلاقی پیشنهادی و رفتار شهروندی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. مدل پیشنهادی پژوهش با توجه به معیارهای برازش، مورد تأیید واقع شده که در پژوهش‌های آینده توسط محققان می‌تواند استفاده گردد.

ملاحظه‌های اخلاقی

تمام اصول اخلاقی مانند: رضایت آگاهانه، صداقت و همچنین اصل اخلاقی امانت‌داری علمی، رعایت گردیده است.

سپاسگزاری

از تمام اشخاصی که در پژوهش حاضر، همکاری نموده‌اند سپاسگزاری می‌شود.

واژنامه

1. Ethical Dilemma	معمای اخلاقی
2. Moral Intelligence	هوش اخلاقی
3. Integrity	درستکاری
4. Forgiveness	گذشت
5. Responsibility	مسؤولیت پذیری
6. Compassion	دلسوزی
7. Emotional Intelligence	هوش عاطفی
8. Consciousness	خود آگاهی
9. Self-Management	خود مدیریتی
10. Social Awareness	آگاهی اجتماعی
11. Empathy	همدلی
12. Relationships Management	مدیریت روابط
13. Trust Building	اعتماد آفرینی
14. Organizational Commitment	تعهد سازمانی
15. Organizational Citizenship Behavior	رفتار شهروندی سازمانی
16. Humanism	نوع دوستی
17. Conscientiosness	وظیفه شناسی
18. Sportmanship	جوانمردی
19. Civil Virtue	فضیلت مدنی
20. Courtesy	نزاکت
21. Conflict	تعارض
22. Organizational Profitability	سودآوری سازمانی

Reference

1. Rezaeean A, Keshtegar A. (2008). Survey the relationship between emotional intelligence and organizational commitment. Journal of Management Message; 27: 27-39. (In Persian).
2. Neves PC, Paixao R, Alarco M, Gomes A D. (2014). Organizational citizenship behavior in schools: Validation of a questionnaire. Spanish Journal of Psychology; 17: 1-8.
3. Taheri Demne M, Zanjirchi M, Nejatian Ghasemie M. (2011). The role of work ethic in promoting organizational citizenship behavior. Ethics in Science and Technology; 6(2). (In Persian).
4. Rahimi GHR. (2011). The Implication of Moral Intelligence And Effectiveness in Organization; Are They Interrelated? International Journal of Marketing and Technology; 1(4): 73.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]

5. Osborn N. (2011). Moral Intelligence. San Antonio: Team International Press.

6. Moghadami M, Hamidizadeh A, Chavoushi SMH. (2011). the role of emotional intelligence factors in the prediction of organizational citizenship behavior. Police bimonthly human development; 8(34): 89-117. (In Persian).

7. Christie AMH, Jordan PJ, Troth CH. (2015). Trust antecedents: emotional intelligence and perceptions of others. International Journal of Organizational Analysis; 23(1): 89-101.

8. Chowdhury RMMI. (2015). Emotional intelligence and consumer ethics: The mediating role of personal moral philosophies. J Bus Ethics; 1-22.

9. Bakri N, Ali N. (2015). The impact of emotional intelligence on mental health of Pakistani nurses: The mediator role of organizational commitment. Asian Social Science; 11(13): 151-157.

10. Fu W. (2014). The impact of emotional intelligence, organizational commitment, and job satisfaction on ethical behavior of Chinese employees. J Bus Ethics; 122: 137-144.

11. Simha A, Stachowicz- Stanusch A. (2015). The effects of ethical climates on trust in supervisor and trust in organization in a polish context. Management Decision; 53(1): 24-39.

12. Vanhala M, Heilmann P, Salmnen H. (2016). Organizational trust dimensions as antecedents of organizational commitment. Knowledge and Process Management; 23(1): 46–61.

13. Shin Y. (2011). CEO ethical leadership, ethical climate, climate strength, and collective organizational citizenship behavior. J Bus Ethics; 108: 299-312.

14. Veronica E, Indradevi R. (2014). Key predictors of employee commitment and organizational citizenship behavior. Asian Social Science; 10(13): 22-30.

15. Jefreh M, Sajadinejad R. (2015). The effect of organizational justice on organizational citizenship behavior. Human Resources Studies; 16: 123-140. (In Persian).

16. Sehat S, Mohamadidiyani M. (2014). Determine the components and concepts of organizational citizenship behavior by the Iranian Islamic approach. Journal of Islamic and management; 5: 35-68. (In Persian).

17. Lennick D, Kiel F. (2005). Moral intelligence: The key to enhancing business performance and leadership success. USA: Wharton School Publishing.

18. Allen NJ, Meyer JP. (1991). A three componets conceptualization of organizational commitment. Human Resource Management Review; 1: 61-88.

19. Ellonen R, Blomqvist K, Puumalainen K. (2008). The role of trust in organizational innovativeness. European Journal of Innovation Management; 11(2): 160-181.

20. Podsakoff PM, Mackenzie SB, Paine JB, Bacharach DG. (2000). Organizational citizenship behaviors: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. Journal of Management; 26: 513-563.

21. Houman HA. (2009). Structural equation modeling with application software Lisrel. 1st ed. Tehran: Samt Publication. P. 120. (In Persian).

22. Rapp C. (2016). Moral opinion polarization and the erosion of trust. Social Science Research; 1-12.

23. Maleki M. (2012). The relationship between emotional intelligence and organizational trust. [Master's thesis]. Tehran: Tarbiat Modarres University, College of Management and Economics. (In Persian).

24. Hadadnia S, Hashemi SA, Fani H. (2013). Examine the relationship between organizational justice and organizational trust and organizational citizenship behavior of managers of departments and regional units of the Islamic Azad University. Learning Management Innovation; 8(2). (In Persian).

25. Rhee J, Zhao X Kim C. (2016). Effects of individualism-collectivism on Chinese organizational citizenship behavior: Focused on mediating effects of trust. Asian Social Science; 12(3): 177-195.

26. Khorshid S, Yazdani HR. (2011). Study of the relationship between trust, reciprocity and a sense of belonging organization with considerable moderating effect of organizational commitment. Research a Change Management; 4(7): 61-90. (In Persian).

27. Pembroke N. (2013). Trust and moral commitment in co-operative business: A covenantal perspective. Practical Theology; 6(3): 332-347.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.1.18.0]