(مقالۀ پژوهشی)

تحلیل روابط رهبری امنیت‌مدار، فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی

دکتر کیومرث احمدی[1]، دکتر عادل فاطمی[2]، امید لطفی[3*]

1. **گروه مدیریت بازرگانی، دانشکدۀ علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج**

2. **گروه آمار، دانشکدۀ علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج**

3. **گروه مدیریت اجرایی، دانشکدۀ علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج**

تاریخ دریافت:94/3/5 تاریخ پذیرش:94/6/15

چکیده

زمینه: با توجه به اینکه ماهیت تعاملات رهبر با زیردستان و فضای اخلاقی حاکم بر سازمان می‌توانند بر کم و کیف بروندادهای سازمانی اثرگذار باشند، لذا هدف از پژوهش حاضر، تحلیل روابط بین رهبری امنیت‌مدار، فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی بوده است.

روش: این پژوهش به روش توصیفی - همبستگی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان بانک‌های کشاورزی و صادرات شهر سنندج بود (250 نفر). با استناد به جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای به حجم 152 نفر، به‌شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند که از این تعداد، 110 پرسشنامه کامل بازگردانده شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه رهبری امنیت مدار، پرسشنامه فضای اخلاقی، پرسشنامه اعتماد سازمانی بود که روایی آن‌ها با استناد به نظر متخصصان و پایایی آن‌ها از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون ساده و چندگانه، و تحلیل مسیر استفاده شد.

یافته‌ها: بین رهبری امنیت مدار با فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. رابطه بین فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی، مثبت و معنادار بود. متغیر فضای اخلاقی می‌توانست نقش میانجی را در ارتباط بین برخی از ابعاد رهبری امنیت‌مدار و اعتماد سازمانی ایفا نماید.

نتیجه‌گیری: بر مبنای یافته‌های پژوهش، مدیران بانک‌ها می‌توانند از طریق رفتارهایی همچون پذیرش زیردستان، استفاده از انگیزش درونی و نشان دادن پتانسیل‌های کارکنان به آن‌ها، زمینه را برای بهبود فضای اخلاقی سازمان و به تبع آن، ارتقای اعتماد سازمانی فراهم آورند.

کلید واژگان: *رهبری امنیت‌مدار، فضای اخلاقی، اعتماد سازمانی*

سرآغاز

موفقیت در دنیای رقابتی سازمآنها به توانایی توسعه روابط مبتنی بر اعتماد نیاز دارد (1). اعتماد[1]، یک عنصر مهم برای موفقیت سازمان است و کلید اصلی برای توسعه روابط بین فردی[2] به شمار می‌رود (2 و 3). اعتماد به معنی داشتن اطمینان به نیات و اعمال دیگران است و عاملی کلیدی در روابط متقابل نوین به شمار می‌رود (4).

این عقیده که اعتماد در محیط‌های کاری به عنوان عامل اصلی بالقوه‌ای است که منجر به بهبود عملکرد سازمانی می‌شود و می‌تواند یکی از منابع مزیتی رقابتی در بلند مدت باشد، به سرعت با اقبال مواجه گشته است، با این‌حال در عمل به نظر می‌رسد سازمانها همچنان از کمبود اعتماد بین کارکنان و مدیران رنج می‌برند؛ به‌گونه‌ای که افول اعتماد در سازمآنهای دولتی، باعث ایجاد کارکنانی بی‌انگیزه و بی‌تفاوت شده و اجرای

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: 1986.omid @ gmail.com

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]

کند برنامه‌ها را سبب گشته است (2، 5 و 6).

در جستجوی عوامل مؤثر بر اعتماد سازمانی[3]، متغیرهای مختلفی می‌توانند مطرح شوند که در این میان تعاملات رهبر با زیردستان به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین کننده اعتماد سازمانی محسوب می‌گردد (6 و 7). از لحاظ تجربی نیز پژوهش‌ها نشان داده‌اند که سبک‌های مختلف رهبری می‌توانند بر اعتماد سازمانی تأثیرگذار باشند (5، 6 و 8).

اهمیت موضوع رهبری و نقش آن در ایجاد بروندادهای شغلی و سازمانی سبب شده است که اندیشمندان و محققان مدیریت در پی کشف ویژگی‌های رهبران موفق در سازمآنها برآیند و همواره در تلاش باشند تا مشخصات رهبر موفق را در سازمان ذکر کنند. در پی این تلاش‌ها، دیدگاه‌های جدیدی در رهبری شکل گرفتند که از جمله‌ی جدیدترین این رویکردها، رهبری امنیت‌مدار[4] می‌باشد که توسط برخی محققان مطرح شده است (9). رهبری امنیت‌مدار یک دیدگاه مثبت در مطالعات مربوط به رهبری است که اطمینان خاطر، کاوش و فعالیت‌های مثبت را باهم ترکیب می‌کند و آنها را بررسی می‌کند (10). این شیوه از رهبری، فرآیندی برای توسعه تخصص و رشد و یادگیری فردی و سازمانی است و می‌تواند محیط سازمانی را به محیطی امن، سازگار و انعطاف‌پذیر برای انطباق با تغییرات گسترده و پویای دنیای بیرون تبدیل کند (11). در واقع رهبری امنیت‌مدار با ایجاد امنیت از طریق ارزش‌گذاری، مقبولیت[5] و قدردانی و فراهم آوردن زمینه کاوش از طریق تأکید بر رشد، توسعه و پتانسیل و نیز رسیدگی به وظایف و موقعیت‌ها از طریق یک رویکرد مثبت، زمینه رشد، یادگیری و نوآوری[6] را در سازمان فراهم می‌آورد و سازمان را در جهت تبدیل شدن به سازمان یادگیرنده سوق می‌دهد (12).

به هر حال دیرزمانی از مطرح شدن رهبری امنیت مدار به ویژه در ایران نمی‌گذرد و به نظر می‌رسد شناخت، درک و بهره‌گیری از دستاوردهای این شیوه رهبری نیازمند مطالعه و شناخت نقش آن در بهبود رفتارهای شغلی و سازمانی است. با این رویکرد مسأله‌ای که مطرح می‌شود این است که آیا رهبری امنیت‌مدار می‌تواند موجبات ارتقای اعتماد سازمانی را فراهم آورد؟. در واقع از آن‌جا که اثربخشی برخی سبک‌های رهبری همچون رهبری اخلاقی[7]، رهبری خدمتگزار و رهبری تحول آفرین بر اعتماد سازمانی مورد تأیید قرار گرفته است (5، 6 و 8). لذا این مسأله مطرح می‌گردد که آیا رهبری امنیت مدار نیز می‌تواند امکان پیش‌بینی اعتماد سازمانی را فراهم آورد. از سوی دیگر همواره این سؤال مورد توجه صاحبنظران بوده که سبک‌های مختلف رهبری از طریق چه سازوکاری می‌توانند بر رفتارها و نگرش‌های کارکنان تأثیرگذار باشند و چه متغیرهایی می‌توانند واریانس بین رهبری و رفتارهای کارکنان را تبیین نمایند (13). با طرح این پرسش، می‌توان گفت خلاء متغیرهای میانجی در تبیین اثرات غیرمستقیم رهبری بر رفتار سازمانی کارکنان، دغدغه بسیاری از اندیشمندان این عرصه می‌باشد (14).

در جستجوی شناسایی متغیرهای میانجی در تبیین ارتباط احتمالی بین سبک رهبری امنیت مدار و اعتماد سازمانی، به نظر می‌رسد فضای اخلاقی[8] سازمان نقش تعیین کننده‌ای داشته باشد. چرا که از یک‌سو پژوهش‌ها از ارتباط بین رهبری و فضای اخلاقی حمایت می‌کنند و از سوی دیگر مشخص شده است که فضای اخلاقی می‌تواند بر رضایت شغلی[9] و تعهد سازمانی تأثیر داشته باشد (15 – 21). فضای اخلاقی یک سازمان، نشان‌دهنده ارزش‌های اخلاقی[10] و انتظارات رفتاری و بیانگر تأثیر اخلاقیات بر تصمیمات اعضای سازمان بوده و مشخص می‌کند که تا چه حد بر اساس معیارهای اخلاقی تصمیم‌گیری می‌شود و چگونه کارکنان پرسش‌های اخلاقی را تعبیر می‌کنند (22 و 23). با توجه به نتایج پژوهش‌های ذکر شده مبنی بر تأثیرپذیری فضای اخلاقی از شیوه رهبری، و تأثیرگذاری آن بر بروندادهای شغلی و سازمانی، سؤال دیگری که مطرح می‌گردد این است که آیا فضای اخلاقی می‌تواند نقش میانجی را در تبیین ارتباط بین رهبری امنیت مدار و اعتماد سازمانی نیز ایفا نماید یا خیر؟. در جستجوی پاسخ به این سؤالات و نظر به اهمیت ارتقای اعتماد سازمانی در بانک‌ها به دلایلی همچون شرایط درحال تغییر محیطی، انتظارات و خواسته‌های متنوع مشتریان، و رقابت بانک‌های مختلف دولتی و خصوصی در جهت جلب رضایت بیشتر مشتریان، هدف از پژوهش حاضر، تحلیل روابط بین رهبری امنیت مدار، فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی در میان بانک‌های کشاورزی و صادرات شهر سنندج بوده است.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]

روش

پـژوهش حاضـر از لحـاظ هـدف، کـاربردی و از لحـاظ روش به‌صورت توصیفی – همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان بانک‌های کشاورزی و صادرات شهر سنندج به مثابه دو بانک دولتی و خصوصی بود (250 نفر). بر اساس جدول کرجسی و مورگان، نمونـه‌ای بـه حجـم 152 نفـر از کارکنـان بـه‌شـیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها سه پرسشنامه بسته‌پاسخ بود که در ادامه مشخـصات هریـک از آنها توضیح داده شده است:

- جهت اندازه‌گیری رهبری امنیـت مـدار از پرسـشنامه رهبـری امنیت مدار استفاده شد (12). ایـن پرسـشنامه در ایـران ترجمـه شده است (11). پرسـشنامه مزبـور، شـامل 37 گـزاره و هـشت مؤلفه‌ی مقبولیت، فرصت ریسک، مـشاهده‌ی پتانـسیل، قابلیـت دسترسی، استفاده از انگیـزه ذاتـی، گـوش دادن و پـرس‌و جـو، آرامـش و قابلیـت اطمینـان، و ذهنیـت مثبـت مـی‌باشـد. ایـن پرسشنامه در ایران در پژوهش‌هایی به کار رفته و روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفته است (10 و 24).

- جهت اندازه‌گیری فضای اخلاقی از پرسشنامه فضای اخلاقـی استفاده می‌شود (25). نسخه اصلی پرسـشنامه فـضای اخلاقـی، شامل 26 گزاره و پنج مؤلفه‌ی جو نوع‌دوست، جـو قـانونی، جـو حقوقی، جو ابزاری و جو مستقل می‌باشـد کـه در پـژوهش‌هـای مختلفی مورد استفاده قـرار گرفتـه اسـت (20). از آن‌جـا کـه در پژوهش حاضر، جو اخلاقی مثبت مورد نظر پژوهشگران بود، لذا مؤلفـه‌ی جـو ابـزاری از پرسـشنامه حـذف گـشته و بنـابراین پرسشنامه جو اخلاقی مثبت که در این پـژوهش مـورد اسـتفاده قرار گرفت، شامل 19 ماده و چهار مؤلفه‌ی جو نوع‌دوسـت، جـو قانونی، جو حقوقی و اصولی و جو مستقل بود.

در نهایت جهت اندازه‌گیری اعتماد سازمانی از پرسشنامه اعتمـاد سازمانی استفاده شد (26). این پرسشنامه شامل 12 گزاره اسـت که اعتماد سازمانی را در قالب سـه مؤلفـه‌ی اعتمـاد مبتنـی بـر شناخت، اعتماد مبتنی بر تأثیر و گرایش به اعتماد، انـدازه‌گیـری می‌نماید.

در پژوهش حاضر، روایی پرسشنامه‌ها با استناد به نظر پنج نفر از متخصصان تأیید شد. همچنین جهت بررسی پایایی پرسشنامه‌ها به ضریب آلفای کرونباخ استناد شد که برای پرسـشنامه رهبـری امنیـت‌مـدار، ضـریب پایـایی 0/945؛ بـرای پرسـشنامه فـضای اخلاقی مثبت، ضریب پایایی 0/858 و بـرای پرسـشنامه اعتمـاد سازمانی، ضریب پایایی 0/891 به‌دست آمد.

پس از دریافت مجوز از مدیریت بانک‌های کشاورزی و صـادرات شهر سنندج، توزیع پرسشنامه‌ها آغاز شد. در نهایت پس از توزیع پرسشنامه‌ها و چندبار پیگیری، تعداد 110 پرسـشنامه بـه‌صـورت کامل بازگردانده شد (نرخ پاسخگوئی: 0/72).

در نهایت به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌هـا پـس از اطمینـان از رعایت پیش‌شرط‌های استفاده از آزمون‌های پارامتریک، از آزمون همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون ساده و چندگانه، و تحلیـل مسیر استفاده شد.

یافته‌ها

فرضیه اول: بین رهبری امنیت مـدار و اعتمـاد سـازمانی، رابطـه معناداری وجود دارد.

بـر مبنـای نتـایج جـدول 1، ضـریب همبـستگی بـین رهبـری امنیـت‌مـدار و اعتمـاد سـازمانی 0/559 اسـت کـه ایـن میـزان همبـستگی، در سـطح 0/01 معنـادار اسـت؛ بنـابراین مـشخص می‌شود که رابطه مثبت و معناداری بـین رهبـری امنیـت‌مـدار و اعتماد سازمانی وجود دارد. بررسی ارتباط بین ابعاد دو متغیر نیـز نشان می‌دهد که رابطه دو بعد پرس‌وجـو و ذهنیـت مثبـت[11] بـا اعتماد مبتنی بر تأثیر، معنادار نیست اما ارتباط سایر ابعاد رهبری امنیت‌مدار با اعتماد سازمانی و ابعادش معنادار است.

بر اساس نتایج جدول 4، اثر مؤلفه‌های رهبـری امنیـت‌مـدار بـر اعتماد سازمانی بـا مقـدار F (26/14)، اثـر مؤلفـه‌هـای رهبـری امنیت‌مدار بر فضای اخلاقی با مقـدار F (33/43)، و اثـر فـضای اخلاقی بر اعتماد سازمانی با مقدار F (63/04)، همگی در سـطح اطمینان 99 درصد، معنادار هستند. همچنین در جدول 4 ضرایب رگرسیونی متغیرهای پیش‌بین گزارش شـده اسـت کـه، بیـانگر اثرات مستقیم آنهـا بـر متغیرهـای مـلاک اسـت. خلاصـه‌ای از یافته‌های این قسمت به این صورت است که:

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]

جدول 1: نتایج آزمون همبستگی پیرسون پیرامون رابطه رهبری امنیت‌مدار و اعتماد سازمانی

	اعتماد مبتنی بر شناخت	اعتماد مبتنی بر تأثیر	گرایش به اعتماد	اعتماد سازمانی
مقبولیت	0/491**	0/270**	0/348**	0/499**
فرصت ریسک	0/476**	0/314**	0/380**	0/460**
مشاهده پتانسیل	0/492**	0/273*	0/312**	0/504**
قابلیت دسترسی	0/468**	0/257*	0/325**	0/501**
استفاده از انگیزش ذاتی	0/411**	0/214*	0/366**	0/503**
گوش دادن و پرس‌وجو	0/547**	0/166	0/272**	0/462**
قابلیت اطمینان	0/499**	0/243*	0/316**	0/522**
ذهنیت مثبت	0/356**	0/178	0/218*	0/377**
رهبری امنیت‌مدار	0/547**	0/280**	0/370**	0/559**

جدول 2: نتایج آزمون همبستگی پیرسون پیرامون رابطه رهبری امنیت‌مدار و فضای اخلاقی

	جو نوع‌دوست	جو حقوقی	جو قانونی	جو مستقل	فضای اخلاقی
مقبولیت	0/546**	0/164	0/421**	0/413**	0/651**
فرصت ریسک	0/481**	0/118	0/402**	0/303**	0/584**
مشاهده پتانسیل	0/458**	0/111	0/341**	0/468**	0/635**
قابلیت دسترسی	0/519**	0/242*	0/442**	0/419**	0/616**
استفاده از انگیزش ذاتی	0/393**	0/211*	0/358**	0/305**	0/577**
گوش دادن و پرس‌وجو	0/412**	0/188*	0/333**	0/442**	0/509**
قابلیت اطمینان	0/565**	0/231*	0/380**	0/355**	0/600**
ذهنیت مثبت	0/390**	0/104	0/234*	0/230*	0/442**
رهبری امنیت‌مدار	0/552**	0/199*	0/425**	0/428**	0/674**

- دو بعد استفاده از انگیزش ذاتی و قابلیت اطمینان، اثر رگرسیونی معناداری بر اعتماد سازمانی دارند.
- سه بعد مقبولیت، مشاهده پتانسیل و استفاده از انگیزش ذاتی[15]، اثر رگرسیونی معناداری بر فضای اخلاقی دارند.
- فضای اخلاقی، اثر رگرسیونی معناداری بر اعتماد سازمانی دارد.

در ادامه از آن‌جا که هدف از بررسی فرضیه سوم پژوهش تبیین نقش میانجی فضای اخلاقی در ارتباط بین رهبری امنیت‌مدار و اعتماد سازمانی بود، لذا با استناد به ضرایب رگرسیونی در جدول 4، اثرات مستقیم و غیرمستقیم مؤلفه‌های پیش‌بین و میانجی بر متغیر اعتماد سازمانی محاسبه شده و بر اساس آن، نمودار مسیرهای منتهی به اعتماد سازمانی ترسیم شد (نگارهٔ 1). یادآور می‌شود در این نمودار تنها مسیرهایی رسم شده‌اند که مقدار t متناظر آنها معنادار بوده است.

فرضیه دوم: بین رهبری امنیت مدار و فضای اخلاقی، رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج جدول 2 گویای آن است که ضریب همبستگی بین رهبری امنیت‌مدار و فضای اخلاقی برابر با 0/674 و در سطح 0/01 معنادار است؛ بنابراین فرضیه دوم پژوهش مبنی بر ارتباط معنادار رهبری امنیت‌مدار با فضای اخلاقی، تأیید می‌گردد. نتایج همچنین نشان می‌دهد که رابطه تمام ابعاد رهبری امنیت‌مدار با فضای اخلاقی و ابعاد جو نوع‌دوست[12]، جو قانونی و جو مستقل،

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]

جدول 3: نتایج آزمون همبستگی پیرسون پیرامون رابطه فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی

	اعتماد مبتنی بر شناخت	اعتماد مبتنی بر تأثیر	گرایش به اعتماد	اعتماد سازمانی
جو نوع‌دوست	0/520**	0/488**	0/516**	0/405**
جو حقوقی	0/153	0/168	0/257**	0/167
جو قانونی	0/372**	0/375**	0/430**	0/347**
جو مستقل	0/499**	0/467**	0/495**	0/350**
فضای اخلاقی	0/477**	0/256**	0/318**	0/607**

جدول 4: نتایج تحلیل‌های رگرسیون چندگانه پیرامون اثر مؤلفه‌های پیش‌بین بر متغیرهای ملاک

فرضیه	خلاصه مدل		مؤلفه‌های پیش‌بین	ضرایب رگرسیونی		
				β	t	Sig.
اثر ابعاد رهبری امنیت‌مدار بر اعتماد سازمانی	0/573	R	مقبولیت	0/077	0/534	0/594
	0/316	R2	فرصت ریسک	0/090	0/754	0/453
	26/14	F	مشاهده پتانسیل	0/192	1/688	0/094
	0/000	Sig.	قابلیت دسترسی	0/154	1/184	0/239
			استفاده از انگیزش ذاتی	0/296	2/988	0/003
			گوش دادن و پرس‌وجو	0/050	0/400	0/690
			قابلیت اطمینان	0/344	3/466	0/001
			ذهنیت مثبت	0/014	0/129	0/898
اثر ابعاد رهبری امنیت‌مدار بر فضای اخلاقی	0/697	R	مقبولیت	0/282	2/266	0/025
	0/472	R2	فرصت ریسک	0/080	0/671	0/504
	33/43	F	مشاهده پتانسیل	0/287	2/530	0/013
	0/000	Sig.	قابلیت دسترسی	0/207	1/832	0/070
			استفاده از انگیزش ذاتی	0/209	2/149	0/034
			گوش دادن و پرس‌وجو	0/076	0/690	0/492
			قابلیت اطمینان	0/157	1/362	0/176
			ذهنیت مثبت	0/068	0/696	0/488
اثر جو اخلاقی بر اعتماد سازمانی	0/607	R	جو اخلاقی	0/607	7/940	0/000
	0/363	R2				
	63/04	F				
	0/000	Sig.				

مثبت و معنادار است، اما ارتباط ابعادی همچون مقبولیت، فرصت ریسک[13]، مشاهده پتانسیل[14] و ذهنیت مثبت با جو حقوقی معنادار نیست.

فرضیه سوم: بین فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی، رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس نتایج جدول 3، ضریب همبستگی بین فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی برابر با 0/607 و در سطح 0/01 معنادار است؛ بنابراین می‌توان گفت که بین این دو متغیر، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج همچنین نشان می‌دهد که جو نوع‌دوست، جو قانونی و جو مستقل، رابطه معناداری با اعتماد سازمانی و ابعاد آن داشت. با این‌حال رابطه جو حقوقی با اعتماد

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]

سازمانی و دو بعد اعتماد مبتنی بر شناخت و اعتماد مبتنی بر تأثیر، معنادار نبود. در عین حال، رابطه جو حقوقی با گرایش به اعتماد، مثبت و معنادار بود.

- دو بعد مقبولیت و مشاهده پتانسیل، اثر رگرسیونی مستقیم و معناداری بر اعتماد سازمانی ندارند، اما با واسطه متغیر فضای اخلاقی اثر غیرمستقیم و معناداری بر اعتماد سازمانی می‌گذارند.

- بعد استفاده از انگیزش ذاتی، هم به‌صورت مستقیم و هم با واسطه فضای اخلاقی، اثرات رگرسیونی معناداری بر اعتماد سازمانی دارد.

- بعد قابلیت اطمینان[16]، اثر رگرسیونی معناداری بر اعتماد سازمانی دارد اما متغیر فضای اخلاقی نمی‌تواند نقش واسطه‌ای را در این ارتباط ایفا نماید.

بحث

این پژوهش با هدف تحلیل روابط رهبری امنیت‌مدار، فضای اخلاقی و اعتماد سازمانی انجام گرفت. برای نیل به این هدف سه فرضیه جزئی مطرح و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بررسی فرضیه اول نشان داد که بین رهبری امنیت‌مدار و اعتماد سازمانی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این نتایج در راستای پژوهش‌های پیشین بود که ارتباط شیوه‌های مختلف رهبری با اعتماد سازمانی را تأیید کرده بودند (5، 6 و 8). نتایج اخیر را می‌توان این‌گونه تبیین نمود که رهبر امنیت‌مدار با رفتارهای خود از قبیل پرس‌وجو از عقاید، خواسته‌ها و مشکلات کارکنان، فراهم آوردن فرصت ریسک برای آنها و آرامش بخشیدن به زیردستان و برانگیختن آنها به انجام رفتارهای مثبت، زمینه رشد و توسعه کارکنان را فراهم می‌آورد. در چنین شرایطی، کارکنان اطمینان خاطر بیشتری داشته و به این باور می‌رسند که تلاش‌ها و دستاوردهای آنها دیده خواهد شد. در نتیجه آنها اعتماد بیشتری به مدیران و همکاران داشته و سازمان را محیطی برای شکوفایی خود تلقی می‌نمایند.

نتایج بررسی فرضیه دوم نشان داد که رهبری امنیت‌مدار رابطه مثبت و معناداری با فضای اخلاقی دارد. این نتایج همسو با یافته‌های پژوهش‌های پیشین بود (15 - 17). در تبیین این نتایج می‌توان گفت که کارکنان هنگامی می‌توانند در فعالیت‌ها و تعاملات خود، به ارزش‌های اخلاقی پایبند باشند که بسترهای لازم برای بروز چنین رفتارهایی فراهم باشد. در این زمینه یکی از عوامل ارتقای فضای اخلاقی در سازمان، احساس امنیت کارکنان در جنبه‌های مختلف ارتباطی، جبران خدمت، و . . . می‌باشد. در غیر این صورت احساس ناامنی کارکنان، احتمال گرایش به انجام رفتارهای مغایر با اصول اخلاقی، حقوقی و قانونی را افزایش می‌دهد. در چنین شرایطی به‌نظر می‌رسد رفتارهای رهبر امنیت‌مدار از قبیل پذیرش کارکنان و قدردانی از دستاوردهای آنها، تأکید بر رشد و توسعه افراد، گوش دادن به مشکلات کارکنان و تلاش در جهت رفع آنها می‌توان احساس امنیت در زیردستان را ارتقا داده، موجبات بهبود فضای اخلاقی سازمانی و انگیزه بیشتر کارکنان به پایبندی به ارزش‌های اخلاقی را فراهم آورد.

نتایج بررسی فرضیه سوم نشان داد که فضای اخلاقی رابطه مثبت و معناداری با اعتماد سازمانی دارد. این نتایج در راستای یافته‌های حاصل از پژوهش‌هایی بود که رابطه فضای اخلاقی و بروندادهای شغلی را تأیید نموده‌اند (18 - 21). بر مبنای نتایج اخیر، چنان‌چه کارکنان به این باور برسند که در همه موارد با آنها بر اساس قواعد و مقررات پذیرفته شده سازمان رفتار می‌شود و فضایی مبتنی بر همکاری در بین افراد وجود دارد به‌گونه‌ای که افراد احساس کنند در عین تعامل و کمک به‌یکدیگر از آزادی عمل برخوردارند، در نتیجه نگرش مثبت‌تری نسبت به شغل خود و محیط کارشان به‌دست می‌آورند و اعتماد عمیق‌تری به اهداف، مقررات، رهبران و همکاران خواهند داشت. نتایج آزمون تحلیل مسیر پیرامون روابط بین متغیرهای مورد بررسی نشان داد که فضای اخلاقی مثبت می‌تواند به ایجاد یا ارتقای ارتباط ابعادی همچون استفاده از انگیزش ذاتی، مقبولیت و مشاهده پتانسیل با متغیر اعتماد سازمانی منجر شود. این نتایج گویای آن است که نهادینه شدن فضای اخلاقی به‌ویژه در بانک‌ها می‌تواند موجبات افزایش اعتماد سازمانی را فراهم آورده و بهبود ماهیت تعاملات بین رهبر و زیردستان را منجر شود. بنابراین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی به بررسی سازوکارهای استقرار فضای اخلاقی مثبت و نقش آن در تبیین

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]

روابط بین سایر متغیرهای سازمانی اهتمام گردد. در عین‌حال پژوهش حاضر نیز همانند هر پژوهشی با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که انجام پژوهش‌های تکمیلی دیگر جهت ایجاد اطمینان بیشتر و تعمیم یافته‌های اخیر را ضروری می‌نماید. از جمله این محدودیت‌ها، می‌توان به مواردی همچون ریزش غیرقابل اجتناب برخی از افراد نمونه به دلیل حجم کاری بالای کارکنان بانک‌ها علیرغم پیگیری‌های مکرر و وجود روحیه محافظه‌کاری نزد برخی از افراد در زمینه تکمیل پرسشنامه‌ها اشاره نمود.

نتیجه‌گیری

برمبنای یافته‌های پژوهش، مدیران بانک‌ها می‌توانند از طریق رفتارهایی همچون پذیرش زیردستان، استفاده از انگیزش درونی و نشان دادن پتانسیل‌های کارکنان به آنها، زمینه را برای بهبود فضای اخلاقی سازمان و به تبع آن، ارتقای اعتماد سازمانی فراهم آورند.

ملاحظه های اخلاقی

علاوه بر رعایت اصل اخلاقی امانت داری در نگارش مقاله، در هنگام توزیع پرسشنامه‌ها به افراد اطمینان داده شد که نظرات آنها محرمانه خواهند ماند و نتایج تنها به صورت کلی بررسی خواهند شد.

سپاسگزاری

پژوهشگران بر خود واجب می‌دانند از زحمات مدیران و کارکنان بانک‌های کشاورزی و صادرات سطح شهر سنندج به خاطر همکاری بی‌دریغشان تقدیر و تشکر به عمل آورند.

واژه‌نامه

1. Trust	اعتماد
2. Interpersonal Relationships	روابط بین فردی
3. Organizational Trust	اعتماد سازمانی
4. Secure Base Leadership	رهبری امنیت مدار
5. Acceptance	مقبولیت
6. Innovation	نوآوری
7. Ethical Leadership	رهبری اخلاقی
8. Ethical Climate	فضای اخلاقی
9. Job Satisfaction	رضایت شغلی
10. Ethical Values	ارزش های اخلاقی
11. Positive Mindset	ذهنیت مثبت
12. Caring Climate	جو نوع دوست
13. Risk Opportunity	فرصت ریسک
14. Seeing Potential	مشاهدهٔ پتانسیل
15. Intrinsic Motivation	انگیزش ذاتی
16. Dependability	قابلیت اطمینان

منابع

1. Mehdad A, Dehghan E, Golparvar M, Shoja A. (2012). The relationship between psychologically healthy work place' components and organizational commitment and organizational trust among employees of Sar-Khoon and Qushm Gas Refinery Incorporation. Knowledge & Research in Applied Psychology; 13 (2): 71-80. (In Persian).

2. Emame M, Jamali E, Esfahani M. (2013). The relationship between organizational trust and organizational creativity. Journal of Innovation and Creativity in Human Science; 3 (3): 23-44. (In Persian).

3. Farhang A, Siadat S, Molavi H, Hoveida R. (2010). Study of factorial structure of organizational trust and its indices relation with organizational learning in southeast public Universities. Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education; 16 (1): 111-130. (In Persian).

4. Rezaeian A, Rahimi F. (2008). Reviews effectiveness of procedural justice on OCB with regard to the role of organizational trust. Journal of Business Management; 29: 69-87. (In Persian).

5. Avatefi Monfared E, Mehdad A, Mirjafari A. (2012). The relationship between ethical leadership, psychological healthy workplace and organizational trust. Ethics in Science & Technology; 7 (3): 44-51. (In Persian).

6. Gholipour A, Pourezzat A, Hazrati M. (2009). The investigation of servant leadership on organizational trust and empowerment in public organizations.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]

Journal of Public Administration; 1 (2): 103-118. (In Persian).

7. Kim SY. (2013). Exploring the relationships among leader-member exchange, employee empowerment and job satisfaction in public organizations. Wisconsin: 12th Public Management Research Conference.

8. Kheirgou M, Shokohi J, Shokri Z. (2014). Comparative study of the effects of developmental and interactive leadership styles on developing organizational citizenship behavior as an organizational mediator (a case of a military organization). A Research in Military Management; 53 (14): 49-70. (In Persian).

9. Samadi P, Karimpour T. (2011). The relationship between transformational leadership and creativity of teachers. Journal of Education; 27 (3): 119-139. (In Persian).

10. Shams G, Khaligian S. (2014). The effect of secure-base leadership components on the staff psychological safety: the role of leadership effectiveness. Quarterly Journal of New Thoughts on Education; 9 (4): 33-53. (In Persian).

11. Khaligian S. (2012). A study of the relationship between secure base leadership and leadership effectiveness, psychological safety and job satisfaction, of staff in Shahid Beheshti University. [PhD Thesis]. Tehran: Shahid Beheshti University. (In Persian).

12. Coombe DD. (2010). Secure base leadership: A positive theory of leadership incorporating safety, exploration and positive action. [PhD Thesis]. USA: Case Western Reserve University.

13. Moradi M, Hamidi M, Sajadi N, Kazemnejad A, Jafari A, Moradi J. (2009). The relationship between transformational/transactional leadership and organizational justice and modeling in physical education organization of Iran. Journal of Sport Management; 2: 73-96. (In Persian).

14. Sanjaghi ME, Farahi B, Zohoryan I. (2011). The effect of team empowerment the relationship between transformational leadership and organizational performance (a case study on research and development units in Tehran's oil industry). Journal of Management Improvement; 5 (2): 124-137. (In Persian).

15. Salehnia M. (2012). The effect of ethical leadership on organization ethical climate. Ethics in Science & Technology; 7 (2): 1-13. (In Persian).

16. Zhu W, Avolio BJ, Riggio RE, Sosik JJ. (2011). The effect of authentic transformational leadership on follower and group ethics. The Leadership Quarterly; (22): 801–817.

17. Schminke M, Ambrose ML, Neubaum DO. (2005). The effect of leader moral development on ethical climate and employee attitudes. Organizational Behavior and Human Decision Processes; (97): 135–151.

18. Jolaei S, Jalili H, Rafiei F, Haghani H, Hajeibabaei A. (2009).The relationship between the ethical climate of the work environment of nurses with job satisfaction in the areas of training centers. Journal of Medical Ethics; 5 (15): 11-24. (In Persian).

19. Khorshid S, Mohseni Z. (2010). The effect of ethical climate on job satisfaction of public and private banks in Gorgan. Management Researches; 3 (7): 79-119. (In Persian).

20. Ghadiri M, Beshlide K, Hashemi E, Moshkelani F. (2013). The relationship of ethical climate with job satisfaction, organizational commitment & turnover intention in employees of governmental company. Iranian Journal of Ethics in Science and Technology; 8 (2): 62-75. (In Persian).

21. Charles H, Schwepker JR. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the sales force. Journal of Business Research; (54): 39– 52.

22. Rahimnia F, Nikkhah Z. (2012). The effects of ethical climate on organizational identity and turnover intentions among salespeople. Ethics in Science & Technology; 6 (4): 1-11. (In Persian).

23. Mobasher M, Nkhaee N, Garoosi S. (2008). Assessing the ethical climate of Kerman teaching hospitals. Iranian Journal of Medical Ethics and History of Medicine; 1 (1): 45-52. (In Persian).

24. Hasani M, Shohodi M. (2013). The relationship between the components of secure-base leadership and psychological safety and work holism: Urmia University staff view. Journal of Executive Management; 5 (10): 85-106. (In Persian).

25. Victor B, Cullen B. (1988). A theory and measure of ethical climate in organizations. Administrative Science Quarterly; (33): 101-125.

26. Moghimi M, Ramezan M. (2009). Organization and management: research approach, Tehran: Terme Publications. (In Persian).

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.2.9.9]