Review article (Narrative Review)

Professional Ethics Is a Way to Improve Organizational Trust

A. Hashemi Amin[1], G R. Malekzadeh Ph.D.[2*], Y. Maharti Ph.D.[2], M. Mehraeen Ph.D.[2]

1. *Ph.D. Student in Organizational Behavior Management, Dept. of Management, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.*
2. *Dept. of Management, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.*

Abstract

Background: One of the most important concerns of effective managers at different levels is how to create suitable platforms for human factors working in all professions so that they work with a sense of responsibility and full commitment to the issues in society and their profession, and the ethical principles governing their jobs and respect your profession. The topic of professional ethics has answered this concern. Paying attention to professional ethics and its consequences is one of the most important issues in the organization and affects the quality of organizational results. One of these outcomes is organizational trust. Therefore, the present research has investigated the relationship between professional ethics and organizational trust based on a review of the researches.

Conclusion: Organizational trust creates a collaborative atmosphere in the organization and promotes organizational cooperation. Also, organizational trust is one of the important and influential factors on leadership effectiveness, people's satisfaction and organizational performance and commitment. Based on the investigations carried out in this research, it was found that this important component is affected by professional ethics in the organization. Laying the groundwork for professional ethics and ethical atmosphere in the organization can promote the trust of the organization and thus ensure the long-term benefits of the organization.

Key words: *Ethics, Moral atmosphere, Time-based reliance*

***Corresponding Author**: Malekzadeh G R. Dept. of Management, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: malekzadeh.ghreza@gmail.com

How to cite: Hashemi Amin A, Malekzadeh G R, Maharti Y, Mehraeen M. Professional ethics is a way to improve organizational trust. Ethics in Science and Technology. 2025,19(4): 17-24.

Copyright © 2025 Authors. Published by Iranian Association for Ethics in Science and Technology. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license. (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited

[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]
Vol. 19, No. 4, 2025
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

مقاله مروری (مروری توصیفی)

اخلاق حرفه ای مسیری برای بهبود اعتماد سازمانی

آرزوسادات هاشمی امین[۱] ، دکتر غلام رضا ملک زاده[۲*]، دکتر یعقوب مهارتی[۲]، دکتر محمد مهرآیین[۲]

۱.دانشجوی دکتری مدیریت رفتار سازمانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد.

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

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۹، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۱)

چکیده

زمینه: یکی از عمده ترین دغدغه های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه ها است تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسایل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. مبحث اخلاق حرفه ای به این دغدغه پاسخ داده است. توجه به اخلاق حرفه ای و پیامدهای آن از اساسی ترین موضوعات مورد توجه در سازمان است و بر کیفیت برآیندهای سازمانی اثر گذار است . یکی از این برآیندها اعتماد سازمانی است . از این رو پژوهش حاضر بر اساس مروری بر پژوهش های انجام شده به بررسی ارتباط میان اخلاق حرفه ای و اعتماد سازمانی پرداخته است.

نتیجه گیری: اعتماد سازمانی جوی مشارکتی در سازمان ایجاد می‌نماید و همکاری و تعاون سازمانی را ارتقاء می‌بخشد. همچنین اعتماد سازمانی از جمله عوامل مهم و تأثیرگذار بر اثربخشی رهبری، رضایت افراد و عملکرد سازمانی و تعهد می‌باشد. بر اساس بررسی های انجام شده در تحقیق حاضر مشخص شد که این مولفه مهم خود متاثر از اخلاق حرفه ای در سازمان است. زمینه سازی برای اخلاق حرفه ای و جو اخلاقی در سازمان می تواند باعث ارتقای اعتماد سازمانی شده و بدین ترتیب منافع بلند مدت سازمان تضمین شود.

کلیدواژگان: اخلاق حرفه ای، جو اخلاقی، اعتماد سازمانی .

سرآغاز

اساس مدیریت در دانش مدیریت مبتنی بر توجه و عنایت به ارزش‌های اخلاقی[۱] است .اخلاق حرفه‌ای[۲] یکی از زمینه‌های دانش مدیریت به‌شمار می‌رود . یکی از عمده ترین دغدغه های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه ها است تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسایل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی[۳] حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. مبحث اخلاق حرفه ای به این دغدغه پاسخ داده است. توجه به اخلاق حرفه ای و پیامدهای آن از اساسی ترین موضوعات مورد توجه در سازمان است و بر کیفیت برآیندهای سازمانی اثر گذار است . یکی از این برآیندها اعتماد سازمانی است . اعتماد[۴] مفهومی پیچیده است که تحت تأثیر ویژگی‌های مختلف قابل اندازه‌گیری و غیرقابل اندازه‌گیری قرار دارد. اعتماد رابطه بسیار نزدیکی با امنیت دارد؛ زیرا وجود امنیت برای به دست آوردن اعتماد ضروری است. اما مفهوم اعتماد بسیار فراتر از امنیت است و به عوامل مختلفی از جمله خوبی، قدرت، قابلیت اطمینان، در دسترس بودن، توانایی و دیگر موارد یک شخصیت مربوط است(۱ و ۲). تعاریف متعددی برای اعتماد ارائه شده‌است.

بر اساس تعریف (۳) اعتماد مفهمومی ذهنی و احتمالی است که بر اساس انتظارات یک فرد از دیگری و اقدامات فرد مقابل در برابر این انتظارات شکل می‌گیرد. یکی از انواع اعتماد، اعتماد سازمانی است. اعتماد سازمانی[۵] مفهومی است که اشاره به اعتماد کارکنان به اقدامات سازمان دارد که می‌تواند شامل اعتماد به مدیران، همکاران، زیردستان یا اعضای تیم باشد؛ و از جمله مؤلفه هایی است که شکل دهنده مأموریت سازمان، چشم‌انداز رهبری ارشد، فرهنگ و ارزش‌های سازمانیست(۴ و ۵). اعتماد سازمانی پدیده‌ای چندسطحی است، که منشأ آن فردیست اما ظهور آن در سطح گروه، سازمان و فراسازمان اتفاق می‌افتد(۶). پژوهشگران و متخصصین اعتقاد دارند که تقویت اعتماد سازمانی از جمله مهم‌ترین عوامل ایجاد یکپارچگی، پویایی گروهی و تحرک در محیط کار است؛ و بهبود اعتماد زیر دستان به سرپرستان و سازمان منجر به شکل‌گیری روابطی هماهنگ در سازمان در راستای ایجاد رفتار شهروندی سازمانی، بهبود عملکرد شغلی، وفاداری[۶] و تمایل به اطاعت از تصمیمات سرپرست و مقررات سازمان و در نهایت بهبود اثربخشی سازمانی می‌شود(۷ و ۸).

نویسندهٔ مسئول: نشانی الکترونیکی : malekzadeh.ghreza@gmail.com

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]

مقاله مروری (مروری توصیفی)

براساس آن‌چه بیان شد، درمی‌یابیم که اعتماد عنصری ضروری برای همکاری کارکنان، موفقیت و پایداری بلند مدت سازمان است؛ به همین جهت است که امروزه مدیران سازمان‌ها اغلب با این مسأله روبه‌رو هستند که چطور می‌توان در محیط کار اعتماد سازمانی مورد نیاز را به وجود بیاورند(۹-۱۱). با توجه به اهمیت این دو موضوع پژوهش حاضر بر اساس مروری بر پژوهش های انجام شده به بررسی ارتباط میان اخلاق حرفه ای و اعتماد سازمانی پرداخته است.

بحث

اعتماد سازمانی چیست؟

مفهوم اعتماد ریشه در ادبیات دوره ارسطو دارد؛ لذا در مورد این که اعتماد چیست و چگونه می‌توان به اعتماد در محل کار دست پیدا کرد توافق اندکی وجود دارد (۱۲). اعتماد به سازمان، درک کارمندان از ارتباط‌های مبادله‌ای با سازمان می‌باشد؛ چرا که اعتماد سازمانی پیامدی از تجره‌ها و دانش مربوط به گردآوری در مورد سازمان می‌باشد که گسترش می‌یابد(۱۳). به عقیده محققان اعتماد سازمانی زمینه‌ساز درک این است که چگونه مشارکت مؤثر را در درون سازمان‌ها ایجاد کنیم؛ به این معنی که اعتماد عنصری کلیدی است، زیرا مشارکت آفرین است و مشارکت در سازمان‌ها همیشه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده‌است. از طرف اقتصاددان‌ها و جامعه شناسان اعتماد را از بعد سازمان‌ها و مشوق‌هایی که برای کاهش بی ثباتی در سازمان و نگرانی حاصل از تعاملات با غریبه‌ها ایجاد می‌شود مورد بررسی قرار داده‌اند(۱۴ و ۱۵). اعتماد سازمانی، حالت هایی روانشناختی می‌باشد که هدف آن، پذیرفتن آسیب‌پذیری بر طبق انتظاهای مثبت از هدف ها یا رفتارهای سایرین می‌باشد. اعتماد سازمانی پدیده‌ای متغیراست که دربرگیرنده‌ی گسترش اعتماد اولیه، رشد نمودن، اصلاح کردن و حفاظت نمودن، تخریب کردن اعتماد سازمانی و اصلاح آن می‌باشد(۱۶) اعتماد سازمانی را انتظار های شخصی از سیستم‌های سازمان‌یافته یا پیش‌بینی‌پذیر که با حسن نیت عمل می‌نمایند تعریف نموده اند. به این علت، زمانی که می‌توان مرجع های اعتماد سازمانی را مجموعه‌ای از پشتیبان کننده های گوناگون، به جای یک شخص یا یک گروه ویژه در نظر گرفت. اعتماد سازمانی از ارزشیابی‌های کارمندان در مورد این معضل که آیا سازمان صلاحیت پاسخگفتن به هدف ها و مسئولیت‌های خود را دارا است و به اصل های اخلاقی پذیرفته شده در ارتباطات خود با ذی‌نفعان پایبند می‌باشد یا خیر، گرفته می‌گردد(۱۷). در حال حاضر اندیشمندان سایر رشته‌ها، به خصوص مدیریت بازرگانی، فرایندهای اعتماد را در محیط‌های تجاری با عنوان استفاده از استراتژی، شرکت و رفتارهای سازمانی فراگیر توصیف می‌نمایند(۱۸)

الف) متغیرهای اعتماد سازمانی

بر اساس نظر برخی محققان (۱۹-۲۱) متغیرهای اعتماد سازمانی عبارتند از سه متغیر اعتمادکننده ، اعتماد شونده و زمینه. پژوهشگران اعتقاد دارند که مشخصات هر متغیر دارای تفاوت با سایر ویژگی دو متغیر دیگر می‌باشد.

ویژگی‌های زمینه ای: در موقعیت های فقدان اطمینان و آسیب که ما نتیجه های تصمیم های خود و همچنین احتمال تحقق پیدا نمودن آنها را نمی‌دانیم، اعتماد ایجاد می‌گردد. به عبارتی زمانی که اعتماد مفهوم می‌یابد که با موقعیت های فقدان اطمینان و مخاطره همراه بوده است.

ویژگی‌های اعتمادکننده: از نقطه نظرهای شخص اعتماد کننده، اعتماد انتظاری می‌باشد که بر اساس این می‌باشد که طرف مقابل صداقت، صراحت، شایستگی، وفاداری و ثبات از خود نشان بدهد و به طریق فرصت طلبانه رفتار ننمایند. در شرایط نقض نمودن اعتماد از طرف مقابل، اعتماد کننده دچار آسیب و یا معضل جدی می‌گردد. لذا انتظار رفته است که شخص اعتماد کننده در مورد رفتار مثبت شخص اعتماد شونده بایستی با احتمال آسیب دیدن از سمت شخص اعتماد شونده به علت نقض اعتماد توسط او همراه بوده است. آسیب‌پذیری و انتظار ها از مشخصه متغیر اعتماد کننده می‌باشد.

ویژگی‌های اعتمادشونده: اعتماد شونده باید از صفاتی نظیر شهرت، کارآمدی، صداقت، شایستگی، ثبات، وفاداری، صراحت و... برخوردار باشد تا بتواند انتظارات اعتماد کننده را به درستی محقق سازد.

ب) ابعاد اعتماد سازمانی

محققان پنج بعد اعتماد سازمانی را صداقت، شایستگی، ثبات، وفاداری، رک و راست بودن معرفی می‌کند. صداقت[۷] بر درستی و شرافت دلالت دارد. شایستگی[۸] دانش و مهارت های میان افراد و دانش و مهارت‌های فنی را در بر می‌گیرد. ثبات به پایایی، پیش‌بینی‌پذیری و قضاوت مناسب در برخورد با وضعیت‌ها دلالت دارد. وفاداری عبارت است از میل به حفظ آبروی دیگری داشتن. و رک و راست بودن به معنی اعتماد کردن به دیگران در بازگو کردن همه حقیقت است(۲۲). برخی نیز معتقدند ابعاد اعتماد، وفای به عهد[۹]، صلاحیت[۱۰]، خیرخواهی[۱۱] و پیش‌بینی‌پذیری[۱۲] است. وفای به عهد به معنی رفتار اخلاقی، عمل به وعده و حسن نیت است. صلاحیت به لیاقت و توانایی فرد در انجام کارهایی که به او واگذار شده است، اشاره دارد. خیرخواهی عبارت است از اینکه فرد معتمد به اعتماد کننده اهمیت می‌دهد و به نفع او عمل می‌کند. و پیش بینی‌پذیری به قابلیت پیش‌بینی اقدامات فرد در موقعیت‌های مختلف دلالت دارد(۲۳).

ج) انواع اعتماد در سازمان

به طور کلی می‌توان گفت در سازمان سه نوع اعتماد وجود دارد: اعتماد مبتنی بر بازدارندگی[۱۳]، اعتماد مبتنی بر آگاهی[۱۴] و اعتماد مبتنی بر شناسایی[۱۵] که شرح هرکدام به صورت مختصر به شکل زیر است(۱۸).

اعتماد مبتنی بر بازدارندگی: شکننده‌ترین ارتباطات با اعتماد مبتنی بر بازدارندگی مهار می‌شود. یک تخطی و یا یک ناهماهنگی ممکن

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال نوزدهم، شماره ۴، ۱۴۰۳

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]

است ارتباط را ضایع کند. این شکل از اعتماد مبتنی بر ترس از تلافی‌جویی است.

اعتماد مبتنی بر آگاهی: بیشتر ارتباطات سازمانی ریشه در اعتماد مبتنی بر آگاهی دارد. به عبارت دیگر، این نوع اعتماد مبتنی است بر پیش بینی پذیری رفتاری که حاصل تجارب تعامل گذشته است. وجود چنین اعتمادی هنگامی است که شخص آگاهی لازم از افراد برای درک کافی کارکنان داشته باشد تا بتواند رفتار محتمل آنان را به درستی پیش بینی کند.

اعتماد مبتنی بر شناسایی: زمانی به بالاترین سطح اعتماد می‌رسیم که میان دو طرف یک ارتباط عاطفی وجود داشته باشد. این نوع ارتباط به یکی از طرفین اجازه می‌دهد که به عنوان کارگزار طرف دیگر عمل کند و در مراوده‌های بین افراد جانشین آن شخص شود. چنین اعتمادی را اعتماد مبتنی بر شناسایی می‌گوییم.

د) سطوح اعتماد در سازمان

محققین موضوع اعتماد را در سه سطح فردی، بین فردی و اعتماد در سطح سازمان بررسی و تجزیه و تحلیل می‌کنند (۱۸):

اعتماد فردی: اعتماد شخصی اعتمادی است که فرد ایجاد می کند و رسماً خود را به عنوان ذینفع نام می برد.

اعتماد میان فردی: نظریه‌پردازان در زمینه مبادله معتقد هستند که اعتماد میان فردی نوعی از اعتماد می‌باشد که در ارتباطات چهره به چهره خودشان را نشان می‌دهند. به عبارتی دیگر اعتماد میان فردی یک مفهوم موقعیتی و یا یک حالت عمومی می‌باشد که شخصی میل به وابستگی به شخصی دیگر در یک شرایط خاص داشته است. اعتماد میان فردی بر تجربیاتی مبتنی می‌باشد که اشخاص در رابطه با همدیگر در فرآیند های تعاملات به صورت مکرر در مدت یک دوره زمانی بلند مدت به دست آورده اند. ارتباطات فردی در به وجود آوردن اعتماد میان فردی نقش مهمی داشته است. لذا می‌توان بیان نمود که اعتماد میان فردی در ارتباطات و تعاملات معنا پیدا می‌نماید، گسترش می‌یابد و تقویت می‌گردد.

اعتماد سازمانی: اعتماد داشتن ما به یک سازمان امکان دارد که در این ارتباط باشد که آن سازمان در مورد ذینفعان و محیط اطرافش به شیوه ی مسئولانه عمل کنند. سازمان‌ها فاقد نیت می‌باشند، ولی دارای یک مجموعه از تمایلات یا علاقه هایی بوده اند و توانایی ایت را دارند که کوشش کنند تا نیت های کارکنانشان در جهت تحقق پیدا کردن تمایلات آنان قرار بگیرد. به نوبه خود، علاقه آشکار یک سازمان توانایی نتیجه درک ها و ارتباط های اشخاص آن سازمان است. اعتماد داشتن به یک شخص خاص امکان دارد که از اعتماد به سازمانی که آن شخص عضو آن بوده است، نشات بگیرد .در برابر اعتماد به یک سازمان هم امکان دارد که به علت اعتمادی باشد که به اشخاص و یا کارکنان داشته اند.

و) نظریه‌های اعتماد در سازمان

اعتماد به مثابه حالت های روانشناختی: زمانی که اعتماد به صورت یک حالت روانی مفهوم‌سازی می‌گردد بر حسب تمایل ها و فرآیندهای شناختی به مربوط به هم و گوناگونی قابل تعریف می‌باشد. در این حالت اعتماد مستلزم داشتن حالت هایی از مخاطرات یا آسیب‌پذیری آشکار می‌باشد که در شرایطی که اطمینان مرتبط با انگیزه‌ها، نیات و اعمال احتمالی وجود ندارد اشخاصی که به آنان اتکا کرده اند، ریشه داشته است(۲۱).

اعتماد به مثابه رفتارهای انتخابی: از جمله مزیت‌ها در ارتباط با مفهوم سازی نمودن اعتماد بر طبق انتخاب این می‌باشد که تصمیم-های، از نظر رفتاری، قابل لمس و قابل مشاهده است. سایر مزیت ها این می‌باشد که نظریه پردازها سازمانی از ابزار مفهومی خوب برای پیگیری نمودن از استنتاجات نظری و عملی اعتماد به عنوان انتخاب برخوردار می‌باشد(۲۱).

اعتماد به عنوان انتخاب عقلایی: دیدگاه انتخاب موثرترین دیدگاه در خصوص اعتماد در حوزه نظریه‌های سازمانی است. از دیدگاه نظریه انتخاب عقلایی، تصمیمات مربوط به اعتماد، با سایر اشکال مربوط به انتخابهای توام با خطر، مشابه میباشد. بر اساس نظریه مذکور، افراد به دنبال این هستند تا انتخاب‌هایشان عقلایی و کارا باشد(۲۲).

نظریه مبادله: به موجب نظریه مبادله، افراد روابطشان را با دیگران بر مبنای اعتماد شکل می‌دهند(۱۸).

نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده: نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در حقیقت نوع تکامل یافته نظریه عمل عقلایی است. نکته اصلی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده این است که رفتار، تحت نفوذ و تأثیر نیات یا تمایلات قرار دارد. نیات و یا تمایالت رفتاری نیز تحت تأثیر نگرش فرد قرار دارد. خود نگرش نیز حلقه واسط بین اعتماد و نیات یا تمایالت رفتاری است(۱۸)

مدل‌ها و چارچوب‌های نظری اعتماد سازمانی

بیشتر محققان فقط بر تعدادی از جنبه‌ها یا خصوصیات اعتماد تکیه کرده اند. محققان به منظور دستیابی به این هدف توصیه می¬نمایند که بایستی به مشخصات و ویژگی‌های فرد اعتمادگر و اعتماد کننده توجه گردد. نطابق نظر و دیدگاه شاو، عنصرهای کلیدی و ضروری در به وجود آوردن اعتماد زیاد در سازمانها و تیم‌ها، حصول نتایج، عملکرد دارای انسجام و توجه کردن به مشارکت می¬باشد. شاو نکته¬های کلیدی مثل شیوه های رهبری، طراحی کردن سازمانی و فرهنگ سازمانی را بر شمرده است. میشرا نیز بر میزان مهم بودن شایستگی¬ها، گشودگی¬ها، توجه کردن ها و قابلیت اطمینان تأکید نموده است(۲۴).

الف) مدل یکپارچه اعتماد سازمانی مایر

مایر از جمله اندیشمندانی است که سال‌های متوالی به طور تخصصی به مقوله اعتماد پرداخته‌است و مطالعات و تحقیقات زیادی دراین زمینه انجام داده است. در یکی از تحقیقاتی که محققان انجام دادند "مدل

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]

یکپارچه‌ای برای توسعه اعتماد سازمانی " معرفی کرد(۲۵). این مدل که اولین مدل ارائه شده اعتماد سازمانی بود، بسیار مورد توجه قرار گرفت و به عنوان منبعی معتبر برای تحقیقات آتی در پدیده اعتماد سازمانی استفاده شد.

این تحقیق با روش مطالعه مروری به ترکیب متغیرهای اثرگذار بر اعتماد می‌پردازد و در نتیجه این متغیرها را به سه دسته توانایی، خیرخواهی و یکپارچگی تقسیم‌بندی کرده و تأثیر آن را روی اعتماد سازمانی و تأثیر اعتماد سازمانی را روی ریسک‌پذیری ارزیابی می‌کند. بر اساس این مدل، اعتماد از تعامل ادراکی که از توانایی، خیرخواهی و یکپارچگی یک شخص صورت می‌گیرد. توانایی، خیرخواهی و یکپارچگی. توانائی: مجموعه‌ای از مهارت‌ها، شایستگی‌ها و ویژگی‌هایی است که گروهی را قادر به تأثیرگذاری در حوزه‌ای خاص می‌نماید. خیرخواهی، به عنوان نیت برای خوب بودن است. و یکپارچگی، به عنوان مجموعه‌ای از اصول که مورد پذیرش افراد درگیر در کار می‌باشد، تعریف می‌شود. مطابق با این مدل، اعتماد از تعامل ادراکی که از توانایی، خیرخواهی و یکپارچگی یک شخص صورت می‌گیرد، تولید می‌شود که این اعتماد تحت تأثیر میل باطنی اعتمادکننده به اعتماد به دیگران، قرار می‌گیرد. به گفته محققان چندین محدودیت برای این تحقیق وجود دارد. محدودیت اول این مدل این است که به دلیل اینکه مدل به صورت مروری پیشنهاد شده است تنها فرضیه‌ها و عوامل خاصی را در اعتماد سازمانی مورد بررسی قرار می‌دهد. بنابراین نمی‌توان آن را در سازمان مدل جامعی در نظر گرفت. بنابراین آنان پیشنهاد می‌کنند که باید فرایند توسعه اعتماد در سازمان و مدل‌های جامع تر در تحقیقات آینده مورد مطالعه قرار گیرد. به‌علاوهٔ تمرکز مدل به گفته محققین آن محدود به اعتماد یک اعتمادکننده خاص به یک معتمد خاص است. بنابراین، سهم آن در درک اعتماد در یک سیستم اجتماعی فراتر از محدوده این مدل است. همچنین، اعتماد در این مدل به صورت یک‌طرفه در نظر گرفته شده‌است در صورتی که مقوله اعتماد دوطرفه است. و در نهایت آنان بیان می‌کنند که از آنجایی که عواملی که در این مدل در نظر گرفته شده‌است بسیار تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای قرار دارند، بنابراین ممکن است این مدل به سازمان‌های دیگری با زمینه‌های متفاوت قابل تعمیم نباشد(۲۵).

ب) مدل تکامل اعتماد جونز و جرج

محققان در سال ۱۹۹۸ پژوهشی با نام "تجربه و تکامل اعتماد " انجام دادند(۲۶). این پژوهش به توسعه اعتماد بین‌فردی میان کارکنان سازمان و اعضای تیم می‌پردازد و سعی در نشان دادن تأثیر اعتماد بر بهبود کار تیمی و همکاری نیروهای انسانی سازمان دارد.

در این مدل اعتماد با چهار چوب نظری بر اساس بر ارزش‌ها، نگرش‌ها، احساس ها و حالت¬ها، تحلیل می¬گردد که اشخاص از نظر روانی- احساس¬ها، عقیده ها و مفهوم های نهفته در آن- اعتماد را تجزیه و تحلیل می¬نمایند، بر طبق این ساختار می‌توان معیاری به منظور رشد نمودن و تکامل پیدا کردن اعتماد به دست بیاورند. این مدل با این مفروضه که اعتماد چارچوبی روانشناسانه داشته است که محصول تجربه های اشخاص در تعاملات ارزش‌ها، نگرش‌ها، حالت ها و احسا¬های آنان است، به تشریح نقش «ارزش ها»، «نگرش ها»، «حالات» و احساسات» در رابطه با اعتماد می‌پردازد(۲۶). همچنین این مدل ارتباط نگرش و اعتماد در زمینه سازمانی اینگونه بیان می‌کند که نگرش اشخاص در مورد همدیگر در یک حوزه سازمانی، به صورت احتمالی، در ارتباط با مقدار اطلاعات آنان در باره قابلیت اعتماد سایرین می¬باشد. سه علت برای این موضوع عبارت هستند از ارتباط میان عدم اطمینان و اعتماد با نگرش، ارتباط وابستگی دو طرفه نگرش ها و اعتماد، ارتباط عقیده ها و اعتماد. لذا، بایستی توجه نمود که نگرش‌ها و ارزش‌ها اثرات متقابل خواهند داشت و توانایی این را خواهند داشت که بر اثر هم‌افزایی هم اثر گذار باشد. در ماهیت امر نگرش‌ها، ارزشی می¬باشند و ارزش‌ها کلید معینی می¬باشند از این موضوع که چگونه افراد خود و سازمان‌های دیگر را ارزشیابی می¬نمایند؛ کما اینکه تغییر در نگرش‌ها هم توانایی این را دارد که منجر به تغییر ارزش‌ها شود.

به علاوه این مدل بیان می‌کند که حالات و احساسات به سه دلیل از جنبه‌های اساسی تجربه اعتماد محسوب می‌شوند. اولا، به این دلیل که تجربه اعتماد متضمن هر نوع اثر و نتیجه است. دوم، به این دلیل که جریان حالت فعال هر فرد ممکن است تجربه اعتماد او و، در نتیجه، شیوه شکل گیری نظریات و قضاوت او نسبت به اعتماد دیگران را متأثر سازد. سوم، به این دلیل که اعتماد مبتنی بر انتظارات با حساسیت ساخته می‌شود، وقتی این احساسات ضربه می‌بینند، فرد بی اعتمادی را تجربه می‌کند.

بر اساس این می‌توان نتیجه گرفت که اعتماد صرفا یک مقوله روانشناختی است که دارای چند بعد است. بر اساس این پژوهش اعتماد نتیجه تعامل ارزش‌ها، نگرش‌ها و حالات و احساسات افراد است و، در این میان، ارزش‌ها استانداردهای اعتمادند، که افراد در روابط خود با دیگران در صدد به دست آوردن آن هستند؛ نگرش‌ها، دانش اعتمادپذیری دیگران را فراهم می‌کنند و حالات و احساسات جاری، در واقع، علائم و یا نشانه‌های وجود و کیفیت اعتماد در یک ارتباط هستند(۲۶).

ج) مدل مدیریت اعتماد سازمانی مارتینز

مارتینز در سال ۲۰۰۲ مطالعه‌ای با عنوان "مدلی برای مدیریت اعتماد " انجام داد(۲۴). این مدل به صورت کمی و با ابزار پرسشنامه میان ۶۵۲۸ کارمند در ۲۲ شرکت آفریقای جنوبی از سطوح کارکنان عملیاتی تا مدیران اجرایی انجام شد. این پژوهش بر مدیریت اعتماد در یک موقعیت سازمانی با تأکید بر ارتباط کارمندان و کسانی که به طور مستقیم به این کارمندان گزارش می‌دهند تمرکز می‌کند. مارتینز به رابطه ابعاد نظریه شخصیتی "بیگ فایو" بر اعتماد روابط بین مدیران و کارکنان و همچنین رابطه این ابعاد با شیوه‌های مدیریتی می‌پردازد. او پنج ویژگی بزرگ جنبه‌های شخصی را به صورت زیر بیان می‌کند: وظیفه شناسی ، خوشایندی ، ثبات انسانی ، گشودگی تجربیات ، برون گرایی . او همچنین جنبه‌های مدیریتی اعتماد را اینگونه تقسیم‌بندی

مقاله مروری (مروری توصیفی)
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال نوزدهم، شماره ۴، ۱۴۰۳
[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

می‌کند. مدیریت تیمی ، تقسیم اطلاعات ، حمایت کاری ، قابلیت اطمینان (۲۴). نتیجه¬های تحقیق مارتینز نشان دهنده این است که میان رابطه اعتماد در یک سازمان و نحوه¬ مدیریتی رابطه وجود داشته است.

اخلاق حرفه ای عاملی مهم در توسعه اعتماد سازمانی

ایجاد اعتماد فقط به این معنی نیست که کارمندان در محل کار احساس خوبی داشته باشند. تحقیقات منتشر شده نشان می دهند که اعتماد سازمانی در کارکنان منجر به، نگرش های مثبت تر، کار تیمی بهتر، ارتباطات بهبود یافته و رفتار شهروندی سازمانی بیشتری دارند. همه این ویژگی ها منجر به کیفیت بهتر عملکرد و بهبود مشارکت کارکنان می شود، به این معنی که سازمان بیشترین بهره را از سرمایه گذاری خود در نیروی کار می برد. عوامل اخلاقی نقش مهمی در توسعه اعتماد سازمانی ایفا می کنند.

ایجاد و توسعهٔ اعتماد در سازمان، در مرحله اول نیازمند ایجاد یک فرهنگ بر مبنای ارزش‌های اخلاقی مشترک در بین کارکنان است که به آن معتقد باشند. اعتماد دو طرفه در محیطی میتواند توسعه پیدا کند که درآن ارزش‌های مشترک، صداقت و انسجام پایه و اساس اعتماد در بین افراد قلمداد میشوند .مأموریت‌های رسمی، اختیارات، اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت، علامت‌هایی از فرهنگ سازمان‌ها بوده اند. به عبارتی رفتارهای میان اشخاص که با هم تعامل دارند، زبان‌های استفاده شده، تشریفات گوناگون و استقرار نمودن فیزیکی سازمان بایستی بر اساس ارزش‌هایی باشد که هر شخص به آن معتقد است ایجاد گردد .در صورتی که فرهنگ سازمان با ارزش‌های سازمان دارای تعارض بوده باشند اعتماد در آن به سوی نابودی و فنا خواهد برد.

همچنین رهبری اخلاقی از جمله مفاهیم اعتماد متقابل و دو طرفه بر اساس ارزشها و دید مشترک می‌باشد. در صورتی که ارزشها و دید مشترک نبوده باشند، رهبر بایستی از کنترل نمودن تحمیلی بیرونی، قانون‌های محدودکننده و دست و پاگیر و رسمیت بالا بهره بگیرند. اگر سازمانی بر طبق ارزش‌های مشترک به وجود آمده باشند، کارکنان میزان تعهد بالاتری به آنان خواهند داشت؛ تا آنجا که اعتقاد پیدا می‌شود که هدف‌های سازمان سیوه ای در جهت دستیابی به هدف‌های خودشان می‌باشد. مدیریت کردن در این بخش به کنترل کردن نیازمند نیست ؛ اما به رهبری اثر بخش نیاز دارند که از راه راهنمایی، پشتیبانی و هدایت اجرا می‌گردد. تمام این مولفه ها در مفهوم اخلاق حرفه ای خلاصه می شوند که در ادامه مورد بحث قرار می گیرد.

الف) تعریف اخلاق حرفه ای

اخلاقیات به عنوان مجموعه ای از اصول، اغلب به عنوان منشوری که برای راهنمایی و هدایت استفاده می شود، تعریف شده است. این مجموعه اصول ، چهارچوبی برای اقدام ارائه می کند. اخلاق حرفه ای ، مانند شمشیر دولبه ای است که یک لبه آن تهدید است.

ضعف در سیستم اخلاقیات، منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارات در سازمان می گردد و مدیریت، بیشتر بر روی کنترل گذشته نگر تکیه خواهد کرد؛ زیرا افراد به مدیریت ، اطلاعات را نمی رسانند و در این صورت، انرژی سازمان به منفی تبدیل می شود و به عبارت دیگر ، توان سازمان به جای آن که صرف هدف شود ، صرف شایعه ، غیبت، کم کاری و ... خواهد شد. اخلاق کسب‌وکار موضوعی است که با گسترش آگاهی‌های جامعه از طریق رسانه‌ها و فناوری‌های جدید توجه بسیاری را جلب کرده است، به طوری که برملا شدن تخلفات اخلاقی تاثیرات بنیادینی بر سازمان‌ها گذاشته و گاه باعث ورشکستگی شرکت‌های بزرگ شده است(۲۷).

اخلاق حرفه‌ای مهم‌ترین متغیر در موفقیت سازمان است. اگرچه انسان‌ها در مصداق موفقیت و تعریف آن دیدگاه واحدی ندارند، اما در موفقیت‌طلبی همسان هستند. آرمان مشترک و معنابخش آدمی موفقیت در زندگی شخصی، شغلی و حیات سازمان است. سازمان در نیل به موفقیت خود و برای پاسخ‌گو بودن راه‌های فراوانی دارد؛ همچنین با بیراهه و مشکلات زیادی نیز مواجه است. مدیریت چیزی نیست جز شناخت راه‌های موفقیت سازمان و برنامه‌ریزی جهت ارتقای این راه‌ها، افزایش عوامل تسهیل‌کننده و برطرف کردن مشکلات و کاهش یا رفع موانع. با توجه به این نکات، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان قادر است به میزان بسیار چشمگیری سازمان را در جهت کاهش تنش‌ها و موفقیت در تحقق اهدافش یاری نماید. امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای به‌منزله یک مزیت رقابتی در سازمان مطرح می‌باشد(۲۸).

ب) نقش اخلاق حرفه ای در افزایش اعتماد سازمانی

اخلاق حرفه ای از مهمترین عوامل فرهنگی در توسعه هر کشوری ست و تأثیر قابل ملاحظه ایی بر فعالیت ها، عملکرد فردی و گروهی و نتایج سازمانی دارد. به همین خاطر از مهمترین موضوعات جوامع بشری، و مهمترین متغیر در موفقیت سازمان ها به حساب می آید. اخلاق به عنوان سیستمی از ارزش ها، اعتقادات، اصول، مبانی، بایدها و نبایدها بیان می شود که بر اساس آن جنبه های خوب و بد سازمان ها تعیین می شود و اقدامات بد را از اقدامات خوب متمایز می نماید. اخلاق به معنای اعتماد ، صداقت ، درستی ، عدالت ، فضائل شهروندی و خدمت به جامعه ای است که در قالب قواعد اخلاقی و قوانین رفتار حرفه ای وارد سازمان می گردد. مفهوم اخلاق حرفه ای برگرفته از علم اخلاق است و مجموعه ای از قوانین اخلاقی است که در ابتدا از ماهیت حرفه یا شغل گرفته می شود(۲۹).

بی شک بین فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای رابطه ی مثبت وجود دارد. یک مدیر منابع انسانی باید بداند که بین فرهنگ همکاری و اخلاق رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سازمان هایی که دارای اخلاق حرفه ای و فرهنگ مشارکت بالا هستند، از وفاداری کارمندان و وفاداری مشتری بالایی برخوردار هستند. سازمانها با افزایش توجه به موضوعات اخلاقی که منجر به ارتقا مسئولیت پذیری اجتماعی می شود، گامی در جهت ایجاد، حفظ و بهبود مسئولیت پذیری سازمانی برمی

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]

مقاله مروری (مروری توصیفی)

دارند. در این راستا، اخلاق حرفه ای به طور مستقیم مسئولیت پذیری را افزایش می دهد و باعث تقویت فرهنگ خدمات می شود(۳۰).

موفقیت سازمان های برتر، نه تنها در ابعاد فیزیکی و فناوری آنها بلکه در عوامل نامحسوس آنها مانند فرهنگ سازمانی و ارزش ها و اعتقادات کارمندانشان نهفته است. بنابراین ، با توجه به اهمیت اثربخشی و تأثیر اخلاق حرفه ای در زمینه های مختلف سازمانی، به ویژه فرهنگ سازمانی باید توجه داشت که سازمانهایی که دارای رفتار اخلاقی مناسب هستند ، در مقایسه با سازمانهایی که رفتارهای غیراخلاقی و غیرمنصفانه دارند ، شانس موفقیت بیشتری دارند. موفق ترین سازمان ها، دارای فرهنگ هایی مطابق با ارزش های اخلاقی هستند. نتیجه ی رعایت اصول اخلاقی حرفه ای، ایجاد احساس بهتر، ارتقا فرهنگ سازمانی برای کارمندان و انجام بهتر کار است.

بنابراین، پایبندی به اخلاق حرفه ای در سازمان ، سطح فرهنگ سازمانی و تعهد افراد به سازمان را افزایش می دهد و باعث ایجاد همسویی بین اهداف کارکنان و اهداف سازمانی می شود ، بنابراین زمینه را برای بهره وری سازمان فراهم می کند.

به منظور ایجاد کردن اعتماد در داخل سازمان، عضوها بایستی، با رعایت اخلاق حرفه ای در برقرار کردن ارتباط های صادقانه با همکاران خود و مدیریت در محیط سازمان ها، کوشش کنند، در هر صورت گسترش دادن اعتماد به این امر نیاز دارند که هم مدیریت و هم کارکنان نسبت به انتظارات هم آگاهی داشته باشند و خودشان را به منظور ساختن محیطی سزشار از اعتماد مسئول بدانند و اخلاق حرفه ای را رعایت کنند .

نتیجه گیری

مطالعه اجمالی سیر تحولات تاریخی و پژوهش‌های مربوط به اعتماد سازمانی همان‌طور که بیان شد بیانگر این است که پدیده اعتماد سازمانی از سال ۱۹۹۵ به دلیل افزایش اهمیت منابع انسانی در سازمان‌ها مورد توجه قرارگرفت. در طی این مدت اندیشمندان و پژوهشگران حوزه مطالعات اعتماد سازمانی تعاریف متعددی از اعتماد بیان کرده‌اند و تأثیر عوامل مختلف را بر اعتماد و تأثیر اعتماد را بر متغیرهای متعدد اندازه‌گیری کرده‌اند.

در ایام کنونی در سازمان‌های دولتی ایران با مشکل اعتماد به طور جدی و فزاینده روبه‌رو هستیم و این مشکل با صدمه به ابعاد مختلف سازمانی توانسته است که عملکرد دولت را تضعیف کرده و موجب کاهش سرعت سازمان‌ها دولتی در رسیدن به اهداف خود شود؛ می‌توان ادعا کرد که توجه به مفهوم اعتماد سازمانی برای سازمان‌های دولتی بسیار حائز اهمیت بوده و نبود آن، این سازمان‌ها را با مشکلات عدیده‌ای در آینده مواجه می‌کند که این مشکلات به ابعاد مختلف جامعه سرایت خواهندکرد.

بر اساس تحقیق حاضر یکی از مولفه های اساسی که در توسعه اعتماد سازمانی نقش دارد اخلاق حرفه ای است. اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد. پیامد مثبت آن می تواند افزایش اعتماد سازمانی و در نتیجه بالا رفتن سلامت سازمانی و توان رقابتی سازمان باشد و پیامد منفی آن می تواند کاهش اعتماد سازمانی و افزایش فساد سازمانی باشد.

ملاحظه‌های اخلاقی

در پژوهش حاضر حق معنوی مولفین آثار مورد احترام قرار گرفته و قوانین تعارض منافع کاملا مورد توجه قرار گرفته است.

واژه نامه

1. Ethical values	ارزش های اخلاقی
2. Professional ethics	اخلاق حرفه ای
3. Ethical principles	اصول اخلاقی
4. Trust	اعتماد
5. Organizational trust	اعتماد سازمانی
6. Loyalty	وفاداری
7. Honesty	صداقت
8. Competency	شایستگی
9. Keeping the promise	وفای به عهد
10. Qualification	صلاحیت
11. Benevolence	خیرخواهی
12. Predictability	پیش بینی پذیری
13. Detterence based trust	اعتماد مبتنی بر بازدارندگی
14. Knowledge based trust	اعتماد مبتنی بر آگاهی
15. Identification based trust	اعتماد مبتنی بر شناسایی

References

1. Hasche N, Höglund L, Mårtensson M. Intra-organizational trust in public organizations–the study of interpersonal trust in both vertical and horizontal relationships from a bidirectional perspective. Public Management Review, 2021; 23(12): 1768-1788. DOI: 10.1080/14719037.2020.1764081
2. Mincu CL. The impact of personal resources on organizational attitudes: job satisfaction and trust in organization. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2015; 187: 685-689. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.03.127
3. Sadeghi Alavije F, Shaemi Barzoki A, Teimouri H. Determining the impact of organizational trust on organizational learning with the mediating role of organizational inertia the case of department of natural

[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال نوزدهم، شماره ۴، ۱۴۰۳
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

resources and watershed management of isfahan province. Strategic Research on Social Problems in Iran, 2020; 9(2): 1-30. doi: 10.22108/srspi.2020.122741.1547
4. Gareth RJ, Georg JM. The experience and evolution of trust: iplications for cooperation and teamwork. Academy of Management Review, 1998; 23(3): 531-546. DOI: https://doi.org/10.2307/259293
5. Islam MN, Furuoka F, Idris A. Mapping the relationship between transformational leadership, trust in leadership and employee championing behavior during organizational change. Asia Pacific Management Review, 2021; 26(2): 95-102. DOI: https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2020.09.002
6. Sharifzadeh F, Ghorbanizadeh V, Mohammadi H, Roknilamoki F. The relationship between servant leadership and organizational trust and employee empowerment. Strategic Studies in Petroleum and Energy Industry, 2015; 6(24): 105-136. (In Persian).
7. Tepper BJ. Abusive supervision in work organizations: Review, synthesis, and research agenda. Journal of Management, 2007; 33(3): 261-289. DOI: 10.1177/0149206307300812
8. Hakimi I. Failure of organizational trust by psychopath managers: exploring the role of abusive supervision and decline of job satisfaction. Journal of Human Resource Management, 2020; 10(2): 75-100. doi: 10.22034/jhrs.2020.229425.1410
9. Patterson M, Warr P, West M. Organizational justice and company productivity. Journal of Occupational and Organizational psychology, 2004; 77(2): 193-216. DOI: 10.1348/096317904774202144
10. Parker PJ, Kohlmeyer JM. Organizational justice and turnover in public accounting firms: a research note. Accounting, Organizations and Society, 2005; 30(4): 357-369. DOI: 10.1016/j.aos.2004.05.001
11. Nasiri Valikbani F, Khodayari A. Investigating the relationship between perceived organizational support and organizational trust. Journal of Human Resource Studies, 2016; 6(3): 71-96. (In Persian).
12. Shokrkon H, Shamsi M, Montakhab Yegane M. The effect of transformational leadership on organizational creativity with mediating role of organizational trust and moderating role of organization-based self-esteem. Industrial and Organizational Psychology Studies, 2015; 2(1): 37-56. doi: https://doi.org/10.22055/jiops.2016.12445
13. Ozyilmaz A, Erdogan B, Karaeminogullari A. Trust in organization as a moderator of the relationship between self-efficacy and workplace outcomes: A social cognitive theory-based examination. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 2018; 91(1): 181-204. DOI: https://doi.org/10.1111/joop.12189
14. Lewicki RJ, McAllister DJ, Bies RJ. Trust and distrust: new relationships and realities. The Academy of Management Review, 1998; 23(3):428-459. DOI: 10.2307/259288
15. Azizi M, Salmani M. Factors shaping trust in family and non-family entrepreneurship. Management Research in Iran, 2019; 22(1): 165-186. DOR: 20.1001.1.2322200.1397.22.1.8.7
16. Bozic B, Siebert S, Martin G. A strategic action fields perspective on organizational trust repair. European Management Journal, 2019; 37(1): 58-66. DOI: https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.04.005
17. Verburg RM, Nienaber A-M, Searle RH, Weibel A, Den Hartog DN, Rupp DE. The role of organizational control systems in employees' organizational trust and performance outcomes. Group & Organization Management, 2018; 43(2):179-206. DOI: https://doi.org/10.1177/1059601117725191
18. Dahmardeh M, Nastiezaie N. The impact of organizational trust on organizational commitment through the mediating variable of organizational participation. Public Management Researches, 2019; 12(44): 155-180. doi: 10.22111/jmr.2019.23818.3788
19. Shams S, Esfandirari Moghaddam AT. The relationship between dimensions of organizational trust with job satisfaction. Management Studies in Development and Evolution, 2015; 24(77): 171-185. (In Persian). DOR: 20.1001.1.22518037.1394.24.77.8.8
20. Alshaabani A, Hamza KA, Rudnák I. Impact of diversity management on employees' engagement: the role of organizational trust and job insecurity. Sustainability, 2022; 14(1): 420. DOI: https://doi.org/10.3390/su14010420
21. Gülsüm B, Adem P, Mehmet K, Ilker G, Mehdi D. Investigation of the relationship between organizational trust and organizational commitment. Universal Journal of Educational Research, 2016; 4 (6):1418-1425. DOI: 10.13189/ujer.2016.040619
22. Robbins SP. Organizational behavior. 10th ed. New Dehli: Practice, Hall of India. 2003.
23. Mcknight DH, Webster J. Collaborative insight or privacy invation. Trust climate as a lens for understanding acceptance of awareness systems. John Wiley, Chichester. 2001.
24. Martins N. Amodel for managing trust. Intetnational Journal of manpower, 2002; 23(8): 754-768. DOI: 10.1108/01437720210453984
25. Mayer CR, Davis JH, Schoorman FD. An integrative model of organizational trust", Academy of management Review, 1993; 20(3): 709-34. DOI: 10.5465/AMR.2007.24348410
26. Svensson S. Flexible working conditions and decreasing levels of trust. Employee Relations, 2011; 34(2):126-137.DOI: 10.1108/01425451211191850
27. Zakizadeh A, Dehghan Dehnavi H, Rabbani M, Sadeghian A, nayebzadeh S. A review of research on the professional ethics of managers. Int. J. Ethics Soc 2023; 5 (1) :4-12. DOI: 10.52547/ijethics.5.1.2
28. Baroj Kiakola S, Bahrami H, MOhammadi Arya A, Saatchi M. Effectiveness of spiritual quotient training on organizational commitment as a professional ethics component and productivity in managers. Ethics in Science and Technology 2021; 15 (4) :39-47. (In Persian). DOR: 20.1001.1.22517634.1399.15.4.6.8
29. Saeidi M, Faghihi A, Seifi M, Nateghi F. Identifying the dimensions and components of professional ethics in organization. Ethics in Science and Technology 2021; 15 (4) :131-137. (In Persian). DOR: 20.1001.1.22517634.1399.15.4.18.0
30. Yaghoubi M, Farrokh Seresht B, Agha Ahmadi G, Taghi Pourian M J. Job commitment model (as part of professional ethics) in employees of public organizations. Int. J. Ethics Soc 2022; 3 (4) :33-43. DOI: 10.52547/ijethics.3.4.33

مقاله مروری (مروری توصیفی)
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال نوزدهم، شماره ۴، ۱۴۰۳

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-22]

[DOI: 10.22034/ethicsjournal.19.4.3]