واکاوی پیش‌آیندهای مرتبط با جوّ کاری اخلاقی با رویکرد تکلیف‌مداری

دکتر حسن درویش[1]، علیرضا عقیقی[2*]

1. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری. دانشگاه پیام نور

2. گروه مدیریت دولتی، مرکز تحصیلات تکمیلی. دانشگاه پیام نور

(تاریخ دریافت 93/5/3، تاریخ پذیرش 93/7/25)

چکیده

زمینه: با توجه به تمرکز پارادایم‌های جدید سازمان و مدیریت بر مفاهیمی همانند: اخلاق، ایمان، معنویت، مسئولیت اجتماعی و فضیلت، جامعهٔ علمی کشور برای بومی‌سازی و ارائه الگوهای مناسب سازمانی با جامعهٔ ایرانی – اسلامی تلاش می‌کند. هدف از پژوهش حاضر، علاوه‌بر تعیین شاخص‌های جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار، بررسی رابطه متغیرهای معنویت، الزامات تکلیف، سبک رهبری اخلاق مدار و معنویت سازمانی به‌عنوان پیش‌بین‌های جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار بوده است.

روش: روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی بوده است. جامعهٔ آماری این تحقیق خبرگان و نخبگان حوزهٔ مدیریت در ایران بودند. در فرایند انتخاب نمونه، از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شده است. بدین‌ترتیب، پانل مذکور با مشارکت 35 نفر از نخبگان دانشگاهی و حوزوی، تشکیل گردید. ابزارهای پژوهش پرسشنامه‌های پژوهشگر ساخته بوده است و الگوی ارائه شده با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری تجزیه‌وتحلیل گردید.

یافته‌ها: نتایج حاصل از پژوهش، نشان می‌دهد مدل به‌کار گرفته شده، مدل نظری مناسبی در فرایند شکل‌گیری جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار بوده و تمامی روابط مستقیم میان متغیرهای مدل، معنادار بوده‌اند. همچنین، نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان دادند که؛ معنویت 71 درصد الزامات تکلیف، الزامات تکلیف 79 درصد معنویت سازمانی، الزامات تکلیف 82 درصد رهبری اخلاق‌مدار و معنویت سازمانی و رهبری اخلاق‌مدار 83 درصد واریانس جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار را تبیین می‌کنند.

نتیجه‌گیری: براساس یافته‌های پژوهش، معیار قانون، معیار مناسبی برای عمل براساس جوّکاری اخلاقی وظیفه‌مدار نمی‌باشد. اصول سه‌گانه، فرمان الهی، عدالت و احسان شکل‌دهنده جوّ کاری اخلاقی با رویکرد تکلیف‌مدار است.

کلید واژگان: *اخلاق، جوّ کاری، رویکرد تکلیف‌مداری*

سرآغاز

امروزه نقش رعایت اخلاق در تمام شئون سازمان و تأثیر آن برکارایی و اثربخشی سازمان، مورد توافق محققان قرار گرفته است و رفتار اخلاقی تأثیر چشم‌گیری بر روی فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد، زیرا بهره‌وری را افزایش داده، ارتباطات را بهبود می‌بخشد و درجه خطرپذیری را کاهش می‌دهد(1). اخلاق دربرگیرنده مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف، رفتار و سلوک و دستورهایی برای اجرای آنهاست، که وجودش در سازمان‌ها و مراکز عمومی به‌منظور انجام وظایف در هر شغل حیاتی بوده و حاکمیتش در هر محیط کاری لازم و ضروری است(2و3). بحث در اخلاق سازمانی اغلب دارای دو رویکرد است، به‌عبارت‌دیگر به نگرش‌های اخلاقی وظیفه‌گرایی1 و سودمندگرایی2 تقسیم‌بندی شده است(4).

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: aghighi66 @ gmail.com

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

اخلاق وظیفه‌گرای امانوئل کانت در برابر سودمندگرایی ارائه‌شده است. نظریات وظیفه‌گرا، آنچه برایشان در درجه اول اولویت قرار دارد، انجام وظایف و الزامات خاص اخلاقی است. منبع این الزامات ممکن است منبع الهی و دینی باشد یا عقل انسانی یا چیز دیگر. انسان مؤظف به وظایف و الزاماتی اخلاقی است که نتایج خوب یا بدعمل، یا به هیچ عنوان دخالتی در تعیین آنها ندارند و یا فقط یکی از عوامل تعیین‌کننده هستند(5). در دیدگاه کانت، عمل براساس هدف نیست بلکه انگیزه به اتکا عملی است که ارزش‌های اخلاقی معین می‌کنند.

درحالی‌که نتیجه‌گرایی، اعمال درست را براساس نتایج خیر مشخص و معین می‌کند، وظیفه‌گرایی مدعی است که اگرچه نمی‌توان از نتایج و پیامدهای اعمال صرف‌نظر کرد، اما ویژگی‌های مهم دیگری نیز وجود دارند که تعیین‌کننده درستی و نادرستی اعمال می‌باشند(6). واژه وظیفه‌گرایی را نخستین بار، جرمی بنتام در کتاب خود، وظیفه‌گرایی یا علم اخلاق، مطرح کرد. واژه انگلیسی «Deontologism»، ترکیبی است از « Deonto» به معنای تکلیف3 یا «وظیفه4» و «Logos» به معنای «شناخت» است(7). کانت در تعریف تکلیف می‌گوید: «تکلیف، ضرورت عمل از روی احترام به قانون است»(8).

از ویژگی‌های نظام اخلاقی اسلام توجه به حسن فعلی و فاعلی در رفتار است. به‌طور معمول در مکاتب اخلاق، معیار قضاوت در مورد ارزش داشتن یا بی‌ارزش بودن یک رفتار، نفس عمل و نتایج آن است، بدون این‌که انتساب آن به فاعل و انگیزه و نیّت فاعل مطرح باشد؛ به تعبیر دیگر، معیار قضاوت فقط حسن فعلی است و انگیزه، قصد و نیّت فاعل در این مورد دخالتی ندارد، اما از دیدگاه اسلام، تنها معیار ارزش، حسن فعلی نیست، بلکه باید حسن فاعلی نیز مدنظر قرار گیرد. از این رو، در بسیاری از آیات قرآن مجید «آمنوا»، حسن فاعلی و «عملوا الصالحات»، حسن فعلی را در کنار هم ذکر می‌کند و ارزش رفتار را ناشی از هر دو، می‌داند. البته موضوع نیّت و انگیزه قلبی در مکتب اخلاقی کانت هم تا حدودی مطرح‌شده است، اما او حسن فاعلی را در پاسخ دادن به ندای وجدان و اطاعت از دستور عقل می‌داند، درحالی‌که در اسلام، ملاک ارزشمندی اعمال، ارتباط قلبی فاعل با ذات لایزال الهی است(9).

طبیعی است که هم درچشم‌انداز سودگرایانه و لذت‌گرایانه و هم در تصویر تکلیف‌گرایانه اخلاق به بایدها و نبایدهای معطوف به عمل، نه ملکات اخلاقی «که سازنده فطرت ثانویه‌اند» محدود گردد (10-12). در تعالیم اسلامی با ترسیم نظام اخلاقی براساس حدیث «تخلقوا با اخلاق‌الله» دوگانگی تکلیف و نتیجه به وحدت می‌رسند. به‌این‌ترتیب، حرکت اخلاقی انسان چه در بعد فردی چه در بعد اجتماعی از نیّت قرب به صفات و افعال خداوند ناشی می‌شود(12).

جوّ کاری اخلاقی5 به‌عنوان «ادراکات مشترک در مورد این‌که چه چیزی ازنظر اخلاقی رفتار صحیح است و این‌که چگونه باید با مسائل اخلاقی در سازمان برخورد کرد» تعریف می شود(13). جوّ اخلاقی در سازمان‌ها منبع اطلاعاتی مهمی برای کارکنان خواهد بود که در نظر می‌گیرد چه اعمالی در یک زمینه کاری «درست» یا اخلاقی هستند(14). بنابراین، جوّ اخلاقی ادراک‌شده به افراد در تعیین مسائلی که به اخلاقیات مربوط اند و تعیین این که کدام ملاک باید برای فهم و ارزیابی و رفع کردن آن مسائل اخلاقی استفاده شود، کمک می‌کند(15).

در میان نظریات ارائه شده درخصوص جوّکاری اخلاقی، نظریه دو تن از محققان نسبت به دیگر تئوری‌های ارائه‌شده در این زمینه از جامعیت بیشتری برخوردار است و در بیشتر تحقیقات به‌عنوان مرجع تعیین جوّکاری اخلاقی سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد. ابعاد مورد اشاره در این نظریه مبتنی‌بر نظریات نتیجه‌گرایی و وظیفه‌گرایی در فلسفه اخلاق می‌باشد. سه بعد اصلی نظریه اخلاقی مزبور به موازات الگوی کلبرگ (پیش قراردادی، قراردادی، فوق قراردادی) ایجاد شده است، که شامل خودمحوری (لذت جویی)، خیرخواهی (سودمندگرایی) و اصولی (وظیفه‌شناسی) است(16). تحقیقات نشان می‌دهد که سرانجام از بین سه معیار مذکور، یک معیار در سازمان غالب و پدیدار و به‌عنوان جوّ اخلاقی سازمان تعریف می‌شود(17). هرچند در پژوهش‌های بعدی در زمینه انواع جوهای اخلاقی اختلاف نظرهایی دیده شد. در ایران نیز پژوهش‌هایی در زمینه جوّ اخلاقی انجام گرفته که برای جوّ اخلاقی 4 بعد و یا 6 بعد در نظر گرفته‌اند(18و 19).

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

یکی از ابعاد در تئوری ارائه شده، اصولی یا وظیفه‌شناسی می‌باشد که براساس این مدل قانون و کدهای حرفه‌ای مبنای عمل است؛ براین‌اساس که افراد به اصول و موازین خارجی، همچون: قانون، کتاب انجیل و معیارهای حرفه‌ای وفادارند(18). قانون در مواردی نه چندان اندک ساکت است؛ زیرا در مورد امور نامعین، قاعده و قانون نیز نامعین است و در نتیجه، موارد سکوت قانون پدید می‌آید. در شریعت نیز به نظر عده‌ای از بزرگان معاصر، موارد سکوت وجود دارد که از آن به «منطقة الفراغ» تعبیر شده است(20).

حال با توجه به آنکه شریعت و قانون تمامی روابط اجتماعی و احوال فردی را پوشش نمی‌دهد، چگونه می‌توان درستی یا نادرستی اعمال را با قانون و شریعت تفسیر کرد؟ قوانین و شرایع تغییر یاب و نسخ پذیرند. آنچه در یک زمان قانون و حکم شرعی است، با تغییر شرایط و یا به‌حکم نسخ، تبدیل و تغییر می‌یابد. حال چگونه می‌توان تفسیر درستی یا نادرستی اعمال را که در آن ثبات و استقرار ضرورت دارد به اموری ناپایدار و متغیر مرتبط ساخت؟(21).

با توجه به نظام اخلاقی اسلام، معنویت به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر رفتار آدمی در نظر گرفته شده است. مقدمه بحث معنویت مفهوم «معنا» می‌باشد. «معنا» با وجوه درونی، روانی و اخلاقی انسان پیوند می‌خورد(22).

واژه معنویت اشاره به تعدادی از نتایج دارد و ممکن است بر برخی از معانی ضمنی دلالت نماید. چندین مؤلف و نویسنده تنوعی از تعاریف را از معنویت ارائه نموده‌اند: برخی با دیدگاه‌های الحادی و مادی (23و 24). و برخی دیگر با دیدگاه‌های مبتنی بر خداگرایی و خداباوری برهانی(24).

به نظر یکی از صاحب‌نظران، فرهنگ معنوی ایرانیان شامل؛ مؤلفه‌های خدامحوری، معاد باوری، شریعت‌گرایی، عاقبت‌گرایی، عشق معنوی، آرامش معنوی، تفکرگرایی، واقعیت‌نگری، حقیقت‌طلبی، پیروی معقولانه و سرور درونی، می‌باشد(25).

محققان بیان می‌کنند که؛ تشویق معنویت در محیط کار می‌تواند به مزایا و منافعی منجر شود؛ افزایش اخلاق و وجدان کاری و انگیزش بیشتر از جمله این مزایا می‌باشد که در تحقیقات مختلف به‌دست آمده‌اند(26).

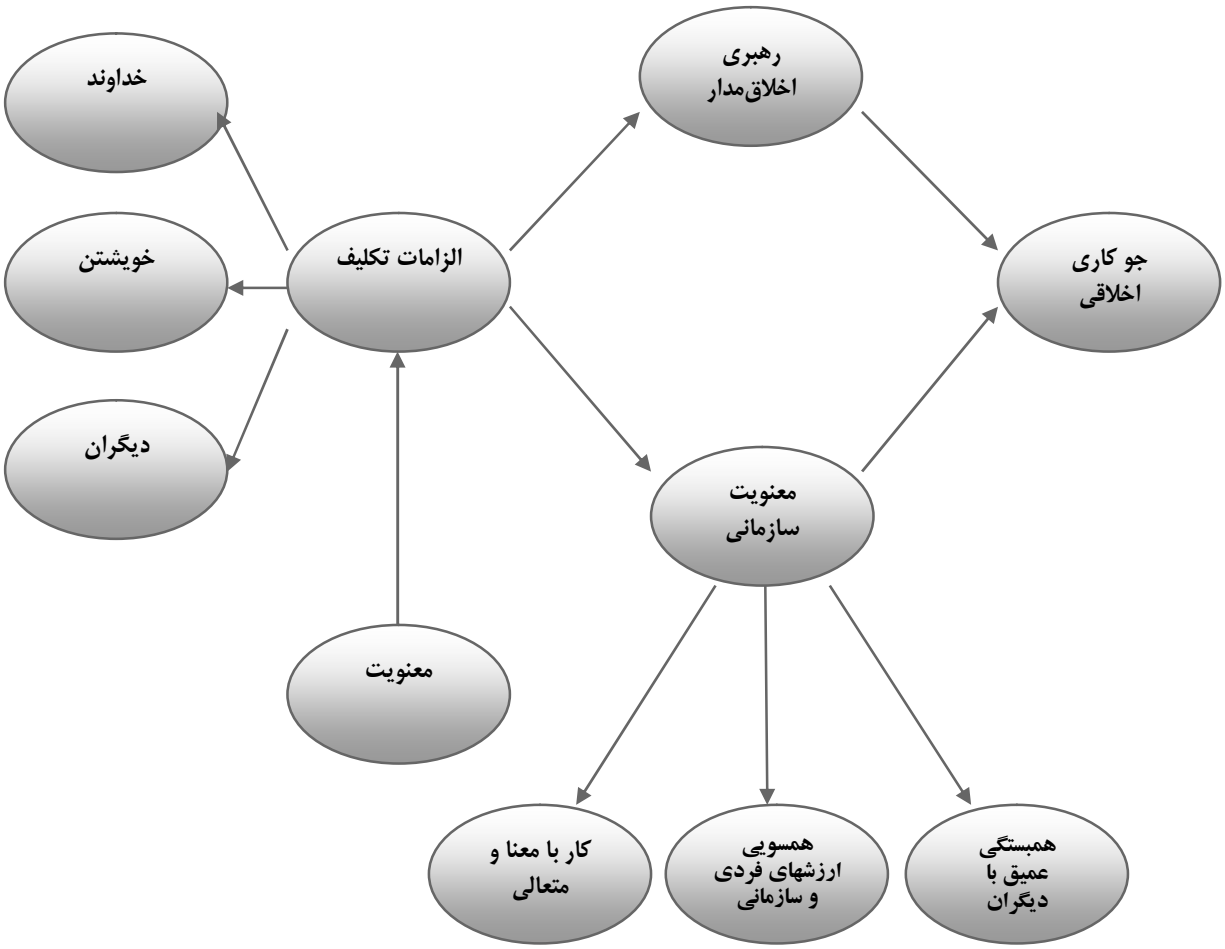
یکی دیگر از مهم‌ترین عواملی که بر جوّ کاری اخلاقی تأثیرگذار است، رهبری اخلاق‌مدار می‌باشد. گستره وقایع و رویدادهای غیراخلاقی گوناگون در سطح خرد و کلان در سازمان‌ها و محیط‌های کار، خود مؤید نیاز به مدیریت هر چه مطلوب‌تر رفتار و عملکرد اخلاقی در محیط‌های کار است (27).

رهبری اخلاقی یا اخلاق‌مدار6 مشتمل بر شیوه‌های سرپرستی و مدیریتی است که در آنها حقوق و شأن دیگران به‌عنوان انسان مورد احترام و ارزش است. ازآنجایی‌که رهبران به‌طور طبیعی در جایگاه قدرت اجتماعی7 قرار دارند، رهبری اخلاقی8 نیز بر نحوه استفاده از قدرت اجتماعی توسط مدیران و سرپرستان در تصمیم‌گیری‌ها و اقداماتی که در محیط کار انجام می‌دهند و نحوه تأثیر و نفوذ آنها بر دیگران متمرکز است (28 و 29). بررسی‌های موجود بر روی ویژگی‌های رهبران اخلاق مدار، حاکی از چند ویژگی بارز و مسلط در این رهبران است: منش اخلاقی و راستی9، آگاهی اخلاقی10، جهت‌گیری به اجتماع و مردم11، انگیزانندگی12، تشویق و توانمندسازی13 و مدیریت جوابگویی14(حساب پس دادن) اخلاقی (30 و 31).

با توجه به اهمیت موضوع جوّ کاری اخلاقی در سازمان، پژوهش حاضر سعی کرده است تا بینش مناسبی، با در نظر گرفتن متغیرهایی که با توجه به پیشینه پژوهش نقش مؤثری در تعیین جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار دارند، فراهم آورد. در این مطالعه سعی بر آن است، توان پیش بینی متغیرهای معنویت، الزامات تکلیف، رهبری اخلاق‌مدار و معنویت سازمانی در تحقق جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار بررسی شود. بر این اساس تکلیف‌مداری در سازمان مبین وجود نیروی الهام‌بخش و برانگیزاننده به‌منظور کاوش مداوم معناداری در زندگی کاری، درک عمیق و ژرف از ارزش کار، توجه به‌نظام باور شخصی، اعتلای سطح روانی و روابط اجتماعی سازنده و توجه هم‌زمان به انجام تکلیف و تحقق نتایج است. برهمین‌اساس مدل مفهومی مورد نظر پژوهش در نگاره شماره 1 ارائه شده است.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]



نگارهٔ 1: مدل مفهومی پژوهش

روش

طرح پژوهش حاضر، توصیفی از نوع طرح همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش خبرگان و نخبگان حوزه مدیریت در ایران بوده است. به همین منظور از نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. بدین‌ترتیب، پانل مذکور با مشارکت 35 نفر صاحب‌نظر؛ به تفکیک 28 نفر از نخبگان دانشگاهی و حوزوی- اعضای هیأت علمی و اساتید مدیریت و فلسفه دانشگاه‌ها و صاحب‌نظران حوزی که در حوزه مدیریت صاحب اندیشه می‌باشند و 7 نفر از خبرگان نظام اداری ایجاد گردید. لازم به ذکر است که؛ در اولین دور روش دلفی از کل 35 نفر 31 نفر، در دور دوم 30 نفر و در دور سوم 27 نفر که جدول شماره یک تعداد هر یک را به ازای مرتبه علمی آن‌ها نشان می‌دهد شرکت کردند.

در پژوهش حاضر برای سنجش متغیرهای مورد نظر از سه پرسشنامهٔ بنا به ضرورت استفاده شد. اولین پرسشنامهٔ که در مرحله اول نظرسنجی از پانل صاحب‌نظران توزیع گردید در بخش اول، پنج مفهوم اصلی مؤثر در طراحی مدل جوّ کاری اخلاقی با رویکرد تکلیف‌مدار در قالب هشت بعد و 51 شاخص که پیش‌تر توسط پژوهشگر از ادبیات موضوع و منابع علمی مستخرج شده بود به رؤیت صاحب‌نظران پانل می‌رسید. هر یک از اعضای پانل می‌توانست براساس خبرگی و تخصّص خود، هر عامل را به‌طور جداگانه در طیف پنج‌گانه از یک تا پنج امتیازدهی نماید. به‌این‌ترتیب عواملی که بیشترین میزان تأثیر در طراحی

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

مدل جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار را از دیدگاه پاسخگو دارا بودند، حائز امتیاز بیشینه می‌شدند. همچنین از اعضای پانل خواسته‌شده بود در صورت ارائه سایر عوامل اثرگذار، توضیحی مختصر در خصوص آنها نیز ارائه نمایند. بنابراین، پرسشنامهٔ مرحله اول باهدف اصلی وزن‌گذاری و امتیازدهی به عوامل استخراج شده طراحی و توزیع گردید.

جدول 1: نمایش اعضای پانل خبرگان براساس رتبه دانشگاهی

مرتبه علمی	دور	تعداد
	اول	1
استاد	دوم	1
	سوم	1
	اول	3
دانشیار	دوم	2
	سوم	2
	اول	15
استادیار	دوم	15
	سوم	13
	اول	6
دانشجوی دکتری	دوم	6
	سوم	6
	اول	6
تحصیلات حوزوی	دوم	6
	سوم	5

پرسشنامهٔ دوم و سوم نیز که در مرحله دوم و سوم میان اعضای پانل صاحب‌نظران توزیع شد، مشتمل بر مفاهیم پنج‌گانه تدوین‌شده براساس تحلیل داده‌های پرسشنامهٔ اول، عوامل زیرمجموعه هر یک از این مؤلفه‌ها و گویه‌های پیشنهادی محقق جهت سنجش و اندازه‌گیری هر یک از عوامل برشمرده شده قبلی بود. پرسشنامهٔ سوم که در راستای آزمون مدل طراحی گردیده بود. درواقع گویه‌های تحقیق، همان گویه‌های نهایی شده و مورد تأیید پانل صاحب‌نظران برای سنجش عوامل و مؤلفه‌های مدل جوّ کاری اخلاقی در قالب پنج مفهوم اصلی، شش بعد و 49 شاخص بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت بوده است. عوامل دارای امتیاز بالای 3 به‌عنوان عوامل مورد تائید اعضای پانل در نظر گرفته شد؛ و درنهایت، به کمک نرم‌افزار اسمارت پی ال اس (نسخه 2) و آزمون مدل‌های اندازه‌گیری (1-پایایی شاخص: ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، مقادیر اشتراکی 2- روایی همگرا: ضرایب میانگین واریانس استخراج‌شده) گویه‌های نهایی و موردتوافق صاحب‌نظران عضو پانل تائید و تدوین گردید. در پژوهش حاضر، پایایی پرسشنامهٔ نهایی دلفی برای هر یک از ابعاد الزامات تکلیف، معنویت، معنویت سازمانی، رهبری اخلاق مدار، جوّ کاری اخلاقی به روش آلفای کرونباخ به ترتیب 0/95، 0/94، 0/92، 0/87، 0/72 به‌دست آمد. همچنین، جهت تحلیل عاملی تأییدی متغیرهایی تحقیق نیز از روایی همگرا استفاده گردید؛ که مقدار به‌دست آمده برای الزامات تکلیف، معنویت، معنویت سازمانی، رهبری اخلاق‌مدار و جوّ کاری اخلاقی به‌ترتیب 0/62، 0/64، 0/60، 0/62، 0/66 بوده است. درنهایت، جهت تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از الگوی معادلات ساختاری، با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس 2 استفاده شد.

یافته‌ها

بررسی برازش الگوی معادلات ساختاری در سه بخش انجام می‌شود:1. برازش مدل‌های اندازه‌گیری یا مدل‌های بیرونی 2. برازش مدل ساختاری یا مدل‌های درونی 3. برازش مدل کلی.

برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری در این پژوهش، پایایی و روایی مدل‌های اندازه‌گیری بررسی گردید. نتایج نظرسنجی از خبرگان در دور نهایی در جدول شماره دو آمده است. در این جدول، نام عامل، بعد، نام مؤلفه، شاخص‌ها، ضرایب معناداری و بار عاملی شاخص‌ها درج‌شده است.

چنانچه از نتایج جدول مزبور مشاهده می‌شود، پس از چند بار تبادل‌نظر بین نخبگان، بار عاملی برای هر معرف به جزء شاخص عشق به نوع‌دوستی، توجه به حقوق شهروندان از شاخص‌های موردسنجش برای بعد احساس مسئولیت در برابر

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

دیگران با بار عاملی 0/36 و ضریب معناداری 4/63 دارای بار عاملی کمتر از 0/4 هستند که با توجه به ادبیات تحقیق و همچنین نزدیک بودن ضریب بار عاملی مربوط به عشق به نوع‌دوستی و با توجه به اینکه بقیه ضرایب مربوط به شاخص‌ها بیشتر از 0/4 است و ضرایب معناداری مناسبی دارند، پایایی معرف‌ها تائید می‌شود.

یکی از معیارهای که در مدل‌های اندازه‌گیری کنترل می‌شود پایایی سازگاری درونی است. معیار سنتی برای این کنترل آلفای کرونباخ است. برای مطالعات تأییدی این مقدار بایستی بیشتر از 0/7 باشد (32). همان‌طورکه جدول شماره سه نشان می‌دهد آلفای کرونباخ تمامی متغیرهای تحقیق بیشتر از 0/7 می‌باشند که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. پایایی مرکب (ρc) همه معرف‌ها با سازه متناظر که برای تعیین همبستگی درونی ابزار اندازه‌گیری به کار می‌رود. مقدار پایایی مناسب برای هر معرف با سازه متناظر آن و پایایی مرکب حداقل 0/7 است (39). جدول سه نشان می‌دهد که تمامی سازه‌ها دارای پایایی ترکیبی بیش از 0/7 هستند که برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. همچنین روایی همگرا برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری درروش پی ال اس به‌کاربرده می‌شود. برخی مقدار مناسب این معیار را 0/5 در نظر گرفته‌اند(33). نتایج مشخص‌شده در جدول شماره سه نشان می‌دهد AVE تمامی سازه‌ها از 0/5 بالاتر است.

بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. برای ارزیابی مدل ساختاری در این مطالعه از ضرایب معناداری Z (مقادیر t- values)، ضریب تعیین (R^2)، معیار Q^2 و ضریب افزونگی استفاده‌شده است. ضرایب معناداری Z (مقادیر t- values) برای تایید یک فرضیه یا معناداری وجود ارتباط در سطح 95%، 99%، 999% به ترتیب حداقل t آماری معادل 1/96، 2/52، 3/32 می‌باشد (32).

جدول 2: ضرایب بار عاملی و معناداری شاخص ها

مفهوم	بعد	مؤلفه	ضریب بار عاملی	t	p
معنویت		خدا محوری	0/89	28/10	p<0/001
		معاد باوری	0/62	8/76	p<0/001
		شریعت‌گرایی	0/79	17/26	p<0/001
		عاقبت‌گرایی	0/94	14/81	p<0/001
		عشق معنوی	0/77	15/43	p<0/001
		آرامش معنوی	0/91	86/72	p<0/001
		تفکرگرایی	0/48	6/79	p<0/001
		واقعیت‌نگری	0/52	6/41	p<0/001
		حقیقت‌طلبی	0/88	29/75	p<0/001
		پیروی معقولانه	0/88	29/75	p<0/001
		سرور درونی	0/90	82/63	p<0/001

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

معنویت سازمانی		لذت بردن از کار	0/92	136	**p**<0/001
	کار با معنا و متعالی	انرژی گرفتن از کار	0/75	15/20	**p**<0/001
		احساس معنا و هدف در کار	0/77	15/95	**p**<0/001
	احساس همبستگی عمیق با دیگران	ارتباط مثبت حمایت کننده بادیگران	0/95	140/2	**p**<0/001
		احساس پیوند با همکاران	0/90	57/75	**p**<0/001
		پشتیبانی کارکنان از هم،مقصود مشترک	0/93	57/62	**p**<0/001
	همسویی ارزشها ی فردی و سازمانی	ارزش‌های درونی (غایی)	0/89	35/26	**p**<0/001
		پیوند با اهداف سازمان	0/62	7/86	**p**<0/001
		پیوند با ارزش‌های سازمان	0/78	17/76	**p**<0/001
		ملاحظه سازمان نسبت به همکارانش	0/75	14/46	**p**<0/001
	رهبری اخلاق مدار	افزایش تعهد سازمانی	0/95	177/70	**p**<0/001
		کار، معنا و ارزش اجتماعی	0/88	30/61	**p**<0/001
		دادن بازخورد عملکرد	0/79	16/14	**p**<0/001
		منش اخلاقی و راستی	0/70	14/81	**p**<0/001
		آگاهی اخلاقی	0/47	4/48	**p**<0/001
		انگیزانندگی	0/84	26/58	**p**<0/001
		مدیریت جوابگویی اخلاقی	0/91	103/96	**p**<0/001
		توجه به منافع جمعی (جهت گیری به اجتماع)	0/80	20/29	**p**<0/001
		تشویق و توانمند سازی	0/91	76/24	**p**<0/001

الزامات تکلیف	احساس مسئولیت در برابر خداوند	عبادت و بندگی خداوند	0/93	184/1	p<0/001
		اخلاص در عمل	0/83	17/27	p<0/001
	احساس مسئولیت در برابر خویشتن	خود آگاهی	0/90	40/08	p<0/001
		خودارتقایی	0/87	28/23	p<0/001
		کمال خواهی	97/0	259/4	p<0/001
	احساس مسئولیت در برابر دیگران	حق شناسی	78/0	24/47	p<0/001
		خیرخواهی	87/0	63/86	p<0/001
		همدلی	84/0	30/15	p<0/001
		عدم اضرار به دیگران	85/0	51/62	p<0/001
		صداقت	90/0	59/55	p<0/001
		عشق به نوع‌دوستی، توجه به حقوق شهروندان	36/0	4/63	p<0/001
		انصاف	69/0	10/45	p<0/001
		امانتداری	93/0	74/90	p<0/001
		وفای به عهد	67/0	15/36	p<0/001
		اعتماد، خوش گمانی	68/0	11/24	p<0/001
		ایثار	84/0	24/27	p<0/001
جوّ کاری اخلاقی		معیار اخلاقی، فرمان الهی است.	68/0	16/41	p<0/001
		عدالت مداری	86/0	31/86	p<0/001
		احسان	85/0	30/62	p<0/001

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

جدول شماره 3: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

متغیر مستقل	اثر	متغیر وابسته	تخمین	آماره t	نتیجه	R^2	نسبت خی دو به درجه آزادی	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI
سرمایه اجتماعی	←	اخلاق مالیاتی	0/49	5/02	***	/4370	2/11	0/084	0/93	0/9		
سرمایه اجتماعی	←	پذیرش مالیاتی	0/23	2/35	***	/5950					0/98	0/94
اخلاق مالیاتی	←	پذیرش مالیاتی	0/86	6/16	***							

جدول 4: ضرایب معناداری Z(مقادیر values t-)

مسیر	T
الزامات تکلیف <- خداوند	671/36
الزامات تکلیف <- خویشتن	162/71
الزامات تکلیف <- دیگران	378/416
الزامات تکلیف<- اخلاق مدار رهبری	809/14
الزامات تکلیف <- معنویت سازمان	721/44
معنویت <- الزامات تکلیف	696/48
معنویت سازمان <-همبستگی عمیق با دیگران	236/55
معنویت سازمان <- همسویی ارزش‌های فردی و سازمانی	374/193
معنویت سازمان <-کار بامعنا متعالی	192/47
معنویت سازمانی <- جوکاری اخلاقی	950/10
اخلاق‌مدار رهبری <- جوکاری اخلاقی	367/13

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

جدول 5: مقادیر R^2، شاخص Q^2 و ضریب افزونگی

ابعاد	ارتباط پیش بین	ضریب تعیین	ضریب افزونگی
الزامات تکلیف	0/406	0/717	0/448
خداوند	557/0	724/0	603/0
دیگران	588/0	979/0	603/0
خویشتن	715/0	895/0	760/0
رهبری اخلق‌مدار	247/0	457/0	285/0
معنویت سازمان	464/0	791/0	477/0
همبستگی عمیق با دیگران	698/0	823/0	712/0
همسویی ارزش‌های فردی و سازمانی	580/0	935/0	555/0
کار بامعنا و متعالی	534/0	841/0	570/0
جوّ کاری اخلاقی	484/0	836/0	553/0

همان‌گونه که در جدول شماره چهار نشان داده‌شده است تمام ضرایب معناداری روابط بیش از 3/32 می‌باشد که می‌توان در سطح اطمینان 999% معنادار بودن روابط را تایید نمود.

معیار اساسی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زا، ضریب تعیین (R^2) است. مقادیر R^2 برابر با 0/67، 0/33 و 0/19 در مدل‌های مسیری PLS به ترتیب قابل‌توجه، متوسط و ضعیف توصیف می‌شود. (32). مقدار R^2 برای تمامی متغیرها همان‌گونه که در جدول شماره پنج نشان داده‌شده است قوی می‌باشد؛ که حاکی از برازش قوی مدل ساختاری دارد. معیار دیگر برای ارزیابی مدل ساختاری بررسی توانایی مدل در پیش‌بینی کردن است. معیار غالب برای رابطه پیش‌بین شاخص Q^2 استون و گایسر است. اثر نسبی ارتباط پیش‌بین را می‌توان به‌وسیله سنجش Q^2 برآورد کرد. مقادیر 0/2، 0/15 و 0/35 به‌ترتیب ارتباط پیش‌بین کوچک، متوسط و بزرگ یک متغیر مکنون معین را نشان می‌دهند. جدول شماره پنج مقادیر Q^2 سازه‌های درون‌زای را نشان می‌دهد که نشان از قدرت پیش‌بینی قوی این

جدول 6: آزمون فرضیه‌ها

مسیر	ضرایب مسیر	t	p	نتیجه
معنویت ← الزامات تکلیف	.847	696/48	p<0/001	قبول
الزامات تکلیف ← معنویت سازمانی	0890	721/44	p<0/001	قبول
الزامات تکلیف ← رهبری اخلاق‌مدار	.676	809/14	p<0/001	قبول
معنویت سازمانی ← جوّ کاری اخلاقی	.405	950/10	p<0/001	قبول
رهبری اخلاق مدار ← جوّ کاری اخلاقی	.631	367/13	p<0/001	قبول

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

مدل برای تمامی سازه‌ها غیر از سازه رهبری اخلاق مدار با مقدار 0/247 دارد و برازش مناسب مدل ساختاری را تایید می‌نماید.

به منظور تایید یا رد فرضیه‌ها از ضرایب استاندارد و اعداد معناداری استفاده‌شده است. نتایج به‌دست‌آمده از مدل مفهومی پژوهش در دو حالت ضرایب معناداری و تخمین استاندارد در جدول شماره شش نشان داده‌شده است.

در مدل‌سازی با رویکرد حداقل مربعات جزئی، برای سنجش برازندگی مدل از سه معیار کیفیت مدل اندازه گیری (بیرونی)، مدل ساختاری (درونی) و معیار کلی مدل(GOF) استفاده می‌شود. متوسط اشتراک (Communality)، برای ارزیابی کیفیت تمام مدل‌های اندازه‌گیری (مدل بیرونی) استفاده می‌شود. میانگین افزونگی15 معیار کلی کیفیت مدل ساختاری (مدل درونی) است که برای همه بلوک‌های درون‌زا به کار می‌رود. در مدل‌سازی مسیری PLS معیاری برای سنجش تمام مدل وجود ندارد. بااین‌وجود، یک معیار کلی برای نیکویی برازش (GOF) به‌وسیله یکی از صاحبنظران پیشنهادشده است. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به‌عنوان معیاری برای پیش‌بینی عملکرد کلی مدل به کار می‌رود (38). این معیار به‌صورت میانگین هندسی R^2 و متوسط اشتراک محاسبه می‌شود: سه مقدار 0/1، 0/25 و 0/36 رابعنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند(34).

جدول شماره شش مقدار شاخص‌های کیفیت برای مدل‌های بیرون، درونی و کلی پژوهش را نشان می‌دهد. که با توجه به سه مقدار 0/1، 0/25 و 0/36 به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF، مقدار به‌دست‌آمده 0/73 برای GOF، نشان از برازش کلی قوی مدل برای پژوهش حاضر دارد.

جدول 7: شاخص‌های کیفیت مدل

مدل	شاخص
مدل (بیرونی) اندازه‌گیری	0/48
مدل (درونی) ساختاری	0/56
مدل کلی	0/73

بحث

همان‌گونه که در بخش یافته‌ها بیان گردید تمامی معیارهای برازش الگو، مطلوبیت داشتند و بنابراین الگوی پیشنهادی مورد تأیید می باشد. از سویی دیگر تحلیل مسیر الگوی مذکور نشان دهنده معنادار بودن کلیه اجزای الگو و روابط میان آنها بوده و همبستگی بین متغیرها نیز از مطلوبیت مناسبی برخوردار است. از این دیدگاه، بالاترین میزان همبستگی متعلق به رابطه میان الزامات تکلیف و معنویت سازمانی و کمترین همبستگی متعلق به رابطه میان معنویت سازمانی و جوّ کاری اخلاقی می باشد. معنویت سازمانی و رهبری اخلاق‌مدار نیز تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار دارند.

در این پژوهش سه اصل بنیادین مطرح شده است که مبنای عمل با رویکرد تکلیف‌مداری می‌باشد. نخست اصل عدالت است که بسامدی بس متکثر و متنوع در قرآن کریم و روایات اسلامی دارد و از آن تفسیرهای گوناگون شده است؛ اما به نظر می رسد که عدالت در منطق دینی، به معنای آن است که آنچه بر خود نمی پسندی، بر دیگران هم مپسند و با این تفسیر، بسیاری از مفاهیم اخلاقی دیگر را می‌توان به «عدالت» بازگرداند (21).

اصل دوم بنیادین، اصل «احسان» است. این اصل مرجع مفاهیم اخلاقی چون عفو، انفاق، ایثار و ... است. در این تفسیر از منطق اخلاقی قرآنی، عدالت و احسان دو مرجع مفاهیم اخلاقی اند. هرچند عدالت کف رفتار اخلاقی را تعریف می کند و احسان، اوج آن را (21).

سومین اصل بنیادی که به‌عنوان معیاری اساسی برای انجام عمل در نظر گرفته‌شده است عمل براساس فرمان و قرب الهی است. نگاه به قرب الهی به‌عنوان معیار فعل اخلاقی، ریشه در عمق تاریخ دارد(35). خداوند برای زندگی انسان، «صراط» قائل است که انسان با باورها و ملکات و رفتارهای خود از آن می‌گذرد. او این صراط را به‌عنوان «صراط مستقیم» و «صراط رب» معرفی می‌کند؛ «هذا صراط ربک مستقیما» (انعام/126). همچنین مکرراً در قرآن کریم از «سبیل الله» و واژگان مشابه یاد شده است (غافر/7، فرقان/57).

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار در مقابل جو ابزاری که بر خودمداری بنا شده است و در آن به علایق و نیازهای دیگران کمتر توجه شده است، به نیازها و انتظارات درونی افراد توجه نموده و این پیام را به کارکنان می‌دهد که سازمان حامی و تائید کننده رفتارهای است که منفعت عمومی را به جای منفعت شخصی در نظر می‌گیرد. وجود رقابت سالم در این جو و کاهش تعارضات و افزایش همکاری و پیوستگی در چنین جوی می‌تواند به افزایش رضایت و خشنودی منجر شود. با توجه به اینکه در این جو تصمیمات بر اساس منافع شخصی گرفته نمی‌شود و به دیگران اهمیت داده می‌شود افراد کمتر دچار استرس و فشار روانی در محیط کار خواهند شد.

نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که: رابطه مثبت معنادار بین معنویت و معنویت سازمانی با جوّ کاری اخلاقی وجود دارد. نتایج حاصل از این پژوهش با جهت‌گیری‌های نظری مطرح شده توسط پژوهشگران دیگر همخوان است(26 و 36).

یافته بعدی پژوهش حاضر مبنی بر وجود رابطه مثبت معنادار بین رهبری اخلاقی و جوکاری اخلاقی با پژوهش‌های دیگر همخوان است (37-39). بافت ملی و مذهبی اسلامی جامعه ما مشخص می‌سازد که هرگاه مدیران متخلق به اخلاق الهی و پایبند به نظام و ارزش‌های اسلامی در رأس سازمان‌ها قرارگیرند، تأثیر ژرف و عمیقی بر عملکرد خود و کارکنان در سازمان دارند و رشد و توسعهٔ ملی را سبب خواهند گردید (41).

با توجه به تایید تأثیر معنویت در کار بر جوّ کاری اخلاقی، پیشنهاد می‌شود که مدیران به‌جای توجه صرف به نیازهای مادی، تأمین نیازهای اجتماعی، روانی و معنوی کارکنان را نیز در دستور کار قرار دهند. تا بتوانند ضمن تأمین سلامت روانی کارکنان، دستیابی به اهداف سازمانی را تسهیل نمایند.

تشویق و ترویج معنویت در محیط کار را می‌توان در دو سطح فردی و سازمانی بررسی کرد، در سطح سازمانی گفته می‌شود که معنویت باید در کل سازمان اعمال شود و سازمان به‌عنوان یک کل، باید معنوی باشد (23). برخی از صاحبنظران بیان کردند: از آنجا که بین ترجیحات، علائق و گرایش‌های افراد، تفاوت و تعارض‌های زیادی وجود دارد، معنویت به جای سطح فردی باید در سطح سازمانی و با در نظر گرفتن سازمان به عنوان یک کل ترویج شود. در سطح فردی نیز بر تشویق معنویت فردی افراد تأکید می‌باشد. در این حالت، سازمان دیگر دارای یک نوع گرایش مشخص معنوی یا مذهبی خاص نیست و در عوض به تشویق یا برآورده ساختن نیازهای معنوی افراد توجه می‌شود (40).

دو صاحب‌نظر مدل آزادی معنوی را برای تقویت معنویت در سطح فردی ارائه کردند. به عقیده این دو محقق، در سازمانی که یک خط مشی در جهت آزادی معنوی وجود دارد، کارکنان می‌توانند توانایی‌های بالقوه خود را شکوفا کنند و علاوه بر بهبود عملکرد، فضای محیط کسب‌وکار را نیز دوستانه‌تر سازند (41).

بنابراین، لازم است سازمان‌ها در تدوین اهداف و راهبردهای سازمان هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی جهت بهبود معنویت تلاش کنند. مدیران می‌توانند با اقداماتی از قبیل چرخش شغلی، غنی سازی شغلی و توانمندسازی کارکنان و توجه به لذت‌بخش کردن کار، ادراک کارکنان از احساس معنا در کار را بهبود بخشند. ایجاد یک جو دوستانه و مبتنی بر همکاری به‌جای رقابت نیز می‌تواند باعث کاهش استرس کارکنان و ایجاد نوعی سرمایه اجتماعی در سازمان شود و احساس همبستگی و وفاق کارکنان را افزایش دهد.

لذا مدیران هم باید به نیازهای معنوی افراد توجه داشته باشند و هم باید جهت ایجاد یک جو اخلاقی تلاش کنند.

موفقیت در سازمان ناشی از ایجاد و به‌کارگیری مدیریت اخلاق در سازمان است .اخلاق سازمانی برپایه اعتماد آفرینی است . ضعف در سیستم اخلاق و گرایش به سمت عدم اعتماد منجر به کاهش ارتباط و افزایش خسارات سازمانی می‌گردد و مدیریت به سمت کنترل گذشته‌نگر سوق پیدا خواهد کرد. در دنیای امروز توجه به ارزش‌های انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاقی، یک نوع برتری رقابتی محسوب می‌شود (42).

با توجه به نتیجه پژوهش حاضر و سایر پژوهش‌های مرتبط، به مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌گردد تا اخلاق را سرلوحه کار خویش قرار دهند .مدیران باید اخلاق را در زندگی شخصی و سازمانی خویش رعایت کرده و درصدد نهادینه نمودن اخلاق در تاروپود سازمان باشند چرا که بقا، سودآوری و تعالی سازمانی با اخلاق پیوندی غیرقابل انکار دارد.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

رهبران اخلاق مدار از طریق گفتار و عمل به کارکنان خود نشان می‌دهند که برای اصولی نظیر انصاف و عدالت که از زمره مهم‌ترین اصول اخلاقی مورد پذیرش در تمامی جوامع بشری است احترام و ارزش زیادی قائل‌اند. پایبندی به این اصول و اصول دیگر مدیریت اخلاقی (نظیر حمایت انسانی و عاطفی، تقویت حس پیوند انسانی با دیگران، احترام و توجه به ارزش‌های اخلاقی و انسانی مورد پذیرش همه) برای کارکنان اطمینان خاطر و اعتماد لازم را فراهم می‌آورد. این اطمینان و اعتماد بستر خوش‌بینی و مثبت اندیشی برای آینده می‌شود و به دنبال آن سطح انگیزش درونی را در کارکنان افزایش می‌دهد.

رهبران اخلاقی به عنوان افرادی پایبند به اصول، جامعه‌پذیر و درستکار مشخص می‌شوند که تصمیم‌های متعادل و خوب می‌گیرند، بیشتر پیرامون اصول اخلاقی با پیروانشان ارتباط برقرار می‌کنند، معیارهای اخلاقی شفاف را تنظیم و از پاداش‌ها و تنبیه‌ها استفاده می‌کنند و اجازه تصمیم‌گیری در انجام کار را بر عهده کارکنان گذاشته و این نشان‌دهنده ارزش و اعتباری است که سازمان برای کارکنان قائل است (43).

ضعف اخلاقی بر عملکرد سازمان تأثیر منفی دارد. وقتی رفتار سازمانی ازنظر اخلاقی ضعیف باشد به‌صورت آشکار و پنهان هزینه عملکرد بالا می‌رود. این هزینه را می‌توان در حوزه‌های مختلف سازمانی شناسایی کرد مانند پایین بودن بهره‌وری، کندی پویایی سازمان، عدم شفافیت و به هم ریختگی ارتباط‌های سازمانی. اخلاق خوب تأثیر مثبت و شگرفی بر فعالیت و نتایج سازمانی دارد به‌طوری که بهره‌وری بهبود می‌یابد، پویایی سازمانی و ارتباطات نیز بهبود یافته و خطر کاهش پیدا می‌کند (44).

از آنجایی‌که نتایج نشان دادند رهبری اخلاق‌مدار، معنویت سازمانی به‌طور مستقیم و الزامات تکلیف و معنویت فردی می‌توانند میزانی از واریانس جوّ کاری اخلاقی را تبیین کنند، بنابراین با ترویج مفاهیمی چون وظیفه شناسی، نوع‌دوستی، باور به ماوراءالطبیعه و ارزش‌های اخلاقی می‌توان ایجاد محیط‌های اخلاقی قوی‌تر که؛ حمایت‌کننده و تشویق‌کننده رفتار اخلاقی هستند و به ایجاد و حفظ جو اخلاقی در سازمان کمک می‌کنند، توصیه می‌شود؛ زیرا وجود یک بافت اخلاقی قوی در سازمان علاوه‌بر افزایش سطح رهبری اخلاقی، می‌تواند یادگیری سازمانی را نیز افزایش دهد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر در زمینه اهمیت رهبری اخلاقی، پیشنهاد می‌شود؛ سازمان‌ها در درجه نخست جهت جذب رهبران اخلاقی و سپس تشویق، حمایت و پرورش بیشتر رهبری اخلاقی به‌منظور ارتقا جوّ کاری اخلاقی تلاش نمایند.

محدودیت‌های پژوهش حاضر عبارت بودند از: اول، طرح مطالعه حاضر علّیت را به اثبات نمی رساند. در پژوهش‌های آینده می‌توان طرح طولی را جهت مشخص نمودن روابط علّی استفاده نمود. دوم، با توجه به اینکه پژوهش حاضر در جامعه آماری خاصی انجام نشده است، می‌توان مدل این پژوهش را در پژوهش‌های آتی در سازمان‌های مختلف به بوته آزمون گذارد.

مفهوم تکلیف‌مداری از جمله مفاهیم مهم در عرصه مباحث فلسفه اخلاق و رفتار سازمانی است اما تاکنون در کشور پژوهشی به بررسی این مفهوم در حوزه سازمان نپرداخته است. در این پژوهش به بررسی رابطه میان این مفاهیم و متغیرهای معنویت و الزامات تکلیف با رویکرد تکلیف‌مدار به جوّ کاری اخلاقی پرداخته شده است. پیشنهاد می‌شود که متغیرهای دیگری نیز در این مدل به عنوان جزئی از مطالعات آینده در نظر گرفته شود.

ازآنجایی‌که ممکن است علاوه بر متغیرهای شناسایی‌شده در این پژوهش، متغیرهای دیگری نیز در ارتباط با شکل‌گیری مفهوم جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار وجود داشته باشند، بنابراین به نظر می‌رسد بررسی و تکمیل عناصر مذکور می‌تواند مفید واقع گردد. در انتها یادآور می‌شود که لازم است پژوهش‌های بیشتری در مورد بررسی رابطه میان ارزش‌های اخلاقی، معنویت و دین‌داری با تکلیف‌گرایی سازمانی انجام گیرد. امید می‌رود شروع پژوهش‌های سازمانی مرتبط با مفاهیم تکلیف‌مداری، زمینه گسترش مفاهیم تکلیف‌گرایی را در سازمان‌های کشورمان فراهم آورد.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

نتیجه‌گیری

درواقع ورود مفاهیمی همچون اخلاق، حقیقت، باور به خدا یا نیرویی برتر، معنا جویی در کار و نوع‌دوستی به پژوهش‌ها و اقدامات مدیریتی و کسب‌وکار، همه حکایت از ظهور پارادایمی جدید دارند.

توجه به رشد اخلاقی کارکنان و بالا بردن سطح اخلاقی کارکنان با تدابیری از قبیل آموزش آنان، ارتقاء معنویت فردی و سازمانی، از بین بردن رقابت‌های ناسالم و تقویت همبستگی و مشارکت در بین کارکنان و تقویت روابط بین فردی از جمله اقداماتی است که در جهت ایجاد جوّکاری اخلاقی تکلیف‌مدار می‌توان به کار برد.

نقطه قوت پژوهش استفاده از فن دلفی است. محاسبه و تحلیل شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش حاضر نشان داد که الگوی طراحی‌شده به‌منظور شکل‌گیری جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار در سازمان براساس متغیرهای مکنون شامل: معنویت، الزامات تکلیف، رهبری اخلاق‌مدار، معنویت سازمانی و جوّ کاری اخلاقی با داده‌های جمع‌آوری‌شده به‌خوبی برازش دارد.

سپاسگزاری

پژوهشگران بر خود لازم می‌دانند تا از تمام کسانی که در این پژوهش همکاری نموده‌اند مراتب تشکر و قدردانی را به عمل‌آورند. به‌ویژه از اعضای پانل خبرگان که اطلاعات جمع‌آوری‌شده از پانل مذکور مبنای تحلیل‌های صورت گرفته در تحقیق بوده و نقش مهمی در تحقیق بر عهده داشته است.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت‌داری علمی رعایت و حق معنوی مؤلفین آثار محترم شمرده شده است. همچنین در این پژوهش اصول اخلاقی رضایت آگاهانه، حفظ حریم خصوصی، ناشناس بودن پاسخگویان و محرمانه بودن اطلاعات در مورد آزمودنی‌های تحقیق رعایت گردیده‌است.

واژه‌نامه

وظیفه گرایی	1. Deontologism
سودمند گرایی	2. Utilitarianism
تکلیف	3. Obligation
وظیفه	4. Duty
جوّ کاری اخلاقی	5. ethical work climate
اخلاق مدار	6. Moral based
قدرت اجتماعی	7. Social power
رهبری اخلاقی	8. Ethical Leadership
منش اخلاقی و راستی	9. Character and integrity
آگاهی اخلاقی	10. Ethical awareness
جهت‌گیری به اجتماع و مردم	11. Community/people orientation
انگیزانندگی	12. Motivating
تشویق و توانمندسازی	13. Encourage and empowering
مدیریت جوابگویی اخلاقی	14. Managing ethical accountability
افزونگی	15. Redundancy

منابع

1. Beheshtifar M, Nequee Moghadam M. (2010) Relationship between the ethical behavior of managers and employees' job satisfaction. Ethics in Science & Technology; 5 (1, 2). (In Persian).
2. Zhks. (1956) Ethics: Practical Wisdom. Translated by: Pourhosseini A. (1976) Tehran: Simorgh. P. 92. (In Persian).
3. Farmahini Farahani M, Behnam Jam L. (2012). Evaluation of compliance with the elements of education professional ethics of faculty members at the Shahed University. Ethics in Science & Technology; 1: 1-10. (In Persian).
4. Ketola T. (2008). A Holistic Corporate Responsibility Model: Integrating Values, Discourses and Actions. Journal of Business Ethics; 80:419–435.
5. William KF. (1963). Ethics. Translated by: Sadeghi H.(1997) Tehran: Taha Publishers. P. 36. (In Persian).

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

6. Movahedi MJ. (2010). Investigate the relationship between task-oriented and result-oriented. Philosophical Researches; 53(216): 155-179. (In Persian).

7. Alexander L, Michael M. (2007), Deontological Ethics. UK: Stanford Encyclopedia. P. 1-90.

8. Gregor MJ. (1996). Practical Philosophy.USA: Cambridge University Press.

9. Mesbah Yazdi M T. (2005) to review the ethical schools. Qom: Imam Khomeini Education and Research Institute. (In Persian).

10. Shirazi S M (2002), Ksralasnam Aljahly by Introduction, editing suspension Jahangiri M. Tehran: Sadra Wisdom Foundation.

11. Shirazi S M. (1997). Mshaer, to correct Ashtiani S J. Tehran. Amirkabir Publications.

12. Shirazi S M. (1989). Transcendent wisdom in the alasfar alarbae alaghlie. Beirut. Dar Ehia altaras Alarabi.

13. Vansandt C. (2001). An examination of the relationship between ethical work climate and moral awareness. United States: Virginia Polytechnic Institute and State University.

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

15. Barnett T, Vaicys C. (2000). The Moderating Effect of Individuals' Perceptions of Ethical Work Climate on Ethical Judgments and Behavioral Intentions. Journal of Business Ethics; 27(4): 351-362.

16. Malloy CD. (1999). Ethical work climate dimensions in a not-for- profit organization. Journal of Business Ethics; 20(1):34-45.

17. Filipova AA. (2009). Relationships among Ethical Climates, Perceived Organizational Support, and Intent-to-Leave for Licensed Nurses in Skilled Nursing Facilities. Journal of Applied Gerontology; 20(10): 1-23.

18. Salehnia M. (2012). The effect of moral leadership on moral space. Ethics in Science & Technology; 7(2). (In Persian).

19. Zeinali P, Pourezzat AA. (2011). Immoral spaces of the workplace, on organizational anticitizenship behavior. Ethics in Science & Technology; 6 (4). (In Persian).

20. Sadr MB. (1987). our economy. Beirut: Daraltaref.

21. Salehi SA. (2012). the standard of ethical concepts from the Quran. Quranic Studies; 18(1). (In Persian).

22. Almasifard N. (2009). The place of work Spirituality in today's organizational society. Ethics in Science and Technology; 4 (3, 4). (In Persian).

23. Mitroff, L, Denton E. (1999). A Study of Spirituality in the Workplace. Sloan Management Review; 83-92.

24. Benner D G. (1989). Toward a Psychology of Spirituality: Implications for Personality and Psychotherapy. Journal of Psychology Christianity; 5(1): 19-30.

25. Sharifyzada B. (2007) religious mysticism, spirituality, new concepts. Tehran: Office Basij leader. (In Persian).

26. Marques J., Dhiman S, King R. (2005). Spirituality in the workplace: Developing an Integral model and a Comprehensive Definition. The Journal of American Academy of Business Cambridge; 7(1): 81-91.

27. Golparvar M, Nadi MA. (2011) The role of mediator in the relationship between organizational loyalty, work ethic with deviant behaviors in the workplace. Ethics in Science & Technology; 6 (1). (In Persian).

28. Gini A. (1997). Moral leadership prototypes. Leadreship Quarterly; 5: 121-134.

29. Brown ME, Trevino LK, Harrison DA. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. Organizational Behavior and Human Decision Processes; 97: 117-134.

30. Trevino LK, Brown M, Hartman LP. (2003). A qualitative investigation of perceived executive ethical leadership: perceptions from inside and outside the executive suite. Human Relations; 56(1): 5-37.

31. Cronbach, LJ. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrical; 16(3): 297-334.

32. Azar A, Gholamzadeh R, Ghanavati M. (2012). path-structural modeling in management. Negah Danesh Publication. (In Persian).

33. Fornell, C, Larcker DF. (1981). Evaluating Structural equation models with unobservable

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]

variables variables and measurement error. Journal of Marketing Research; 39-50.

34.Wetzels M, Odekerken-Shroder G, Van Oppen C. (2009).Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. MIS Quarterly; 33(1): 177.

35.Sajjadi I. (2012) .Quran and moral values closer to God. Quranic studies; 18 (1). (In Persian).

36.Cash KC, Gray GR. (2000). A framework for accommodating religion and spirituality in the workplace, Academy of Management Executive; 14: (3): 124-134.

37.Trevino LK, Nelson KA. (2007). Managing business ethics: Straight talk about how to do it right. 4thed. New York: Wiley.

38.Mir Heydari A. (2010).state of commitment, consciousness and hard working in development and promotion of organization, Rahe Tarbiat Journal; 5(12). (In Persian).

39.Krishnakumar S, Neck CP. (2002)."what", "why" and "how" of spirituality in the workplace. Journal of Managerial Psychology; 17(3):153-164.

40.Kaptein M.(2008). Developing and testing a measure for the ethical culture of organizations: The corporate ethical Virtues model. Journal of Organizational Behavior.

41.Sarmadi MR, Shalbaf A. (2007). Professional Ethics in Total Quality Management. Ethics in Science & Technology; 2 (3, 4): 99. (In Persian).

42.Brown ME, Trevino LK. (2006). Ethical Leadership: A review and future directions. The Leadership Quarterly; 17: 595-616.

43.Moss E, Rousseau D, Parent S, St-Laurent D, Saintonge J. (1998). Correlates of Attachment at school Age: Maternal Reported Stress, Mother-Child Interaction, and Behavior Problems. Child Development; 69(5): 1390-1405.

44.Farhangi AA, Fatahi M, vasegh B. (2006) Spirituality at Work and its role in improving organizational citizenship behavior. Culture & Management Journal; 4 (13). (In Persian).

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1394.10.2.9.2]