رابطه بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان با تناسب شخص– سازمان و ترک خدمت

پرویز احمدی[۱]، محمد صفری کهره[۲]، سیدمهدی میرمهدی[۳*]، فرشید اسماعیلی کاخکی[۱]

۱. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس

۲. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران

۳. گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

(تاریخ دریافت: ۹۱/۱/۱۹، تاریخ پذیرش: ۹۱/۵/۹)

چکیده

زمینه: با توجه به اهمیت نقش اخلاق و معنویت سازمانی در توسعه شخصیت انسانی و تربیت نیروی کار مناسب برای سازمان‌ها، هدف از پژوهش حاضر تجزیه و تحلیل رابطه میان ارزش‌های اخلاقی مربوط به کسب و کار برای کارکنان با دو متغیر مهم دیگر در سازمان یعنی تناسب شخص– سازمان و میزان ترک خدمت کارکنان سازمان می‌باشد.

روش کار: تحقیق حاضر از نظر هدف، تحقیقی توسعه‌ای–کاربردی است و از بعد جمع آوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. برای اجرایی نمودن پژوهش حاضر و گردآوری داده‌های موردنیاز، موسسه داده‌ورزی سداد به عنوان جامعه آماری پژوهش انتخاب گردید و تعداد نمونه n =۷۵ بدست آمد. سپس پرسشنامه استانداردی در میان جامعه آماری و نمونه انتخاب شده، توزیع و سرانجام پرسشنامه‌های گردآوری شده با استفاده از نرم افزار آماری مبنای تجزیه و تحلیل و بررسی فرضیات پژوهش حاضر قرار گرفت.

یافته‌ها: یافته‌های حاصل از تحقق نشان می‌دهد که بین ارزش‌های اخلاقی و میزان ترک خدمت کارکنان رابطه معکوس و معنادار و بین ارزش های اخلاقی و تناسب شخص– سازمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین میان دو مولفه تناسب شخص– سازمان و ترک خدمت کارکنان رابطه معکوس برقرار می‌باشد.

نتایج: چنانچه در سازمان و یا هر کسب و کاری، فضا به گونه‌ای باشد که ارزش‌های اخلاقی در نزد کارکنان به خوبی پذیرفته و این امر درونی شده باشد، میزان تناسب آن‌ها با شغل و پست خود در سازمان تناسب و وفق بیشتری پیدا می‌کنند و در صدد کسب اهداف سازمان بهتر عمل می‌نمایند. همچنین میل به ترک خدمت کارکنان کلیدی سازمان، کاهش می‌یابد. از این رو لازم است از طریق فعالیت‌های فرهنگی مناسب، ارزش‌های بنیادی و اخلاق مناسب در کسب و کار به کارکنان القاء شده و این مسائل برای آن‌ها درونی گردد.

واژه‌های کلیدی: ارزش‌های اخلاقی کارکنان، تناسب شخص– سازمان، ترک خدمت کارکنان.

سرآغاز

اخلاق و مسئولیت اجتماعی که باید آن را بایدها و نبایدهای ارزشی– فلسفی و ملاک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار شخص نسبت به خود، دیگران و جامعه تعریف کرد (۱) از مباحثی است که در یکی دو دهه اخیر مورد توجه دانشمندان و علمای مدیریت در ایران و جهان قرار گرفته و مقالات و کتاب‌های زیادی در این رابطه به رشته تحریر درآمده است (۲).

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: m.mirmahdi@modares.ac.ir

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

یکی از صاحب‌نظران این حوزه بیان می‌کند که اخلاق در مورد صحیح یا غلط بودن رفتار انسانی بحث می‌کند. از سویی دیگر علم اخلاق به نوعی به نظام‌مند کردن قضاوت‌های اخلاقی می‌پردازد و از اصول اخلاقی دفاع می‌کند (۱). روند توجه به مباحث اخلاقی در کسب‌وکار و مدیریت به ویژه پس از رسوایی اخیر شرکت‌های ان رون، آرتورآندرسون و وردکام برجسته‌تر گشته است (۳). برای ارائه تعریف مناسبی از اخلاق کسب‌وکار باید دنبال پاسخ به این سؤال اصلی باشیم که آن کسب‌وکار علاوه‌بر رعایت ملاحظات قانونی، از لحاظ اخلاقی نیز مورد قبول هست یا خیر؟ (۴). همچنین می‌توان اخلاق را مطالعه و بررسی معیارها و قواعدی بدانیم که راهنمایی عمل افراد و گروه‌ها در انجام امور قابل قبول می‌باشد پس در زمینه کسب‌وکار می‌توان آن را شامل قواعدی دانست که هدایت کسب‌وکار را به عهده دارند، یعنی به گونه‌ای اوضاع را هدایت می‌کند که ضمن کسب انتفاع شخصی، زیانی به منافع اجتماعی وارد نسازد. ضمناً بنگاه‌ها بایستی به این نکته توجه کنند که آنها دارای مسئولیت اجتماعی نیز هستند. مسئولیت اجتماعی آنها شامل انواع وظایف اقتصادی، قانونی و اخلاقی می‌شود، که آنها نسبت به جامعه به عهده دارند. مثلاً مسئولیت‌های قانونی بنگاه الزاماتی است که بنگاه‌ها موظف به رعایت آن هستند، اما مسئولیت‌های اخلاقی از اموری هستند که انتظار می‌رود بنگاه‌ها به احترام جامعه و یا به خاطر ملاحظات شخصیتی خود رعایت نمایند ولی قانوناً به آن ملتزم نیستند. در واقع مسئولیت اجتماعی از محوری‌ترین ابعاد مسئولیت اخلاقی به شمار می‌رود (۵). یک حوزه مهم کسب‌وکار مربوط به منابع انسانی سازمان‌ها و تربیت مناسب نیروی انسانی شایسته می‌باشد. در ادبیات حوزه اخلاق در کسب‌وکار همواره به نقش اخلاقیات و معنویت در تعالی روحی پرسنل سازمان‌ها و جلوگیری از رفتارهای ناهنجار در محیط کار و بهبود بهره وری آنها تأکید شده است. از موارد بسیار مهم برای سازمان‌های امروز تناسب شخص- سازمان و همچنین کاهش تمایل ترک خدمت در کارکنان می‌باشد. پژوهش‌ها نشان داده است که ارزش‌ها و نگرش‌های اخلاقی کارکنان منجر به توسعه تناسب شخص- سازمان (۶ و۷) و همچنین پایین آمدن تمایل ترک خدمت کارکنان می‌شود (۱۰-۸).

از این رو هدف اصلی این پژوهش بررسی ارتباط میان ارزش‌های اخلاقی کارکنان و تناسب شخص- سازمان، ارتباط بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و تمایل به ترک خدمت و نهایتاً ارتباط بین تناسب شخص- سازمان و ترک خدمت در سازمان‌ها می‌باشد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱،۲. ارتباط بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و ترک شغل (ترک خدمت) کارکنان

با افزایش رقابت و گسترش روش‌های توسعه منابع انسانی، سازمان‌ها تلاش می کنند تا کارکنان مستعد خود را حفظ کرده و با توانمند سازی آنها فضایی را ایجاد نمایند تا آنها بتوانند عملکرد بالایی از خود بروز دهند؛ اما در بین سازمان‌ها همواره این ترس وجود دارد که سرمایه‌های انسانی خود را از دست بدهند و زیان ببینند؛ چرا که سازمان‌ها به منظور داشتن نیروی توانمند با کارایی مطلوب و بهره ور هزینه‌های زیادی را صرف آموزش، تربیت و آماده سازی کارکنان خود می‌کنند و با از دست دادن نیروهای ارزشمند، متحمل از دست دادن مهارت‌ها و تجربیاتی می شوند که طی سالها تلاش به دست آمده است و جایگزینی چنین نیرویی برای سازمان‌ها کاری بسیار دشوار است. از جمله این هزینه‌ها می توان به موارد زیر اشاره کرد (۱۱و ۱۲):

هزینه‌های مربوط به پست بلاتصدی: شامل هزینه‌های مربوط به مصاحبه خروج، هزینه‌های اداری قطع حقوق و دستمزد و استعفا، هزینه دانش و مهارت که شاغل طی مدت‌ها در سازمان کسب کرده و با خروج آن در سازمان از دست می‌رود.

هزینه‌های استخدام کارکنان جدید: شامل هزینه آگهی و پست، هزینه کارمندیابی همچون بررسی سوابق کاری، مصاحبه استخدامی، اجرای آزمون‌های استخدامی برای بررسی مهارتها و استعدادها و هزینه‌ای که با ورود یک فرد جدید به سازمان

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

همچـون تـشکیل پرونـده اسـتخدامی- اداری و صـدور کـارت شناسایی به سازمان تحمیل می‌شود.

هزینه‌های آموزش: شـامل هزینـه‌ای کـه صـرف معارفـه و توجیه کارکنان جدید می‌شـود، هزینـه‌هـای صـرف شـده بـرای آموزش مهارت‌های مورد نیاز، حقوق و مزایای شاغلان جدید تـا زمانی که برای کار آماده شوند، هزینـه سـاعاتی کـه بـه منظـور تعیین وظایف و تشریح کار به کارکنان جدید صرف می‌شود.

هزینه‌های کـاهش بهـره وری: هزینـه بهـره وری پـایین کارکنان تازه استخدام، هزینـه کـه ناشـی از برخـی اشـتباهات احتمالی کارکنان جدید می‌باشد، هزینه کامل کردن طرح‌های در اختیار کارکنان کلیدی پس از استعفای آنان و هزینه کاهش بهره وری واحدها.

یافته‌های علمی نشان می دهند که تمایل به ترک شغل ناشی از اراده آگاهانه و حساب شده شاغل برای ترک سازمان است، آنهـا به یکباره سازمان را ترک نمی‌کنند، بلکه این تمایل بـه صـورت تدریجی طی گذشت زمان در آنها رشد یافته و پـس از بررسـی همه شـرایط و یـافتن فرصـت‌هـای مناسـب جهـت اسـتخدام درسازمان‌های دیگـر، اقـدام بـه تـرک شـغل مـی‌نماینـد (۱۳). پژوهشات قبلی نشان داده‌انـد کـه محـیط اخلاقـی سـازمان بـر رفتارها و نگرش کاری کارکنان تـأثیر مـی‌گـذارد، بنـابراین هـر تعارضی که بروز کند می‌تواند منجر به افزایش ترک خدمت شود (۱۶-۱۴). در تحقیقـی بـر ایـن تأکیـد گردیـد کـه ناهمـاهنگی اخلاقی منجر به پایین آمـدن سـطح تعهـد سـازمانی و افـزایش خروج از سازمان می‌شود (۱۷). شرح داده شده است که برداشت کارکنان از تعهد شرکت به وظایف اخلاقی با پایین آمـدن تـرک خدمت ارتباط دارد (۱۸). همچنین در تحقیقی محققان پیـشنهاد کرند که میزان ترک خدمت کارکنـان مـی‌توانـد اساسـی بـرای داوری در مورد میزان انحراف شـرکت از اخلاقیـات باشـد (۱۹). بنابراین برای بررسی این رابطه در جامعه آماری پژوهش فرضیه زیر طراحی شده است:

***فرضیه ۱*: ارتباط معکـوس و معنـاداری بـین ارزش‌هـای اخلاقی کارکنان و ترک خدمت کارکنان وجود دارد.**

۲،۲. ارتباط بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و تناسـب شخص- سازمان

تناسب شخص و سازمان اشـاره بـه اعتقـادات ذهنـی کارکنـان پیرامون تناسب بین ارزش‌های شخصی خود با فرهنگ سازمانی دارد (۲۲-۲۰). در مطالعـات سـازمانی تأکیـد شـده اسـت کـه ارزش‌های اخلاقی کارکنان به تناسب بهتر شخص بـا سـازمان کمک می‌کند (۶). در یک مطالعه تجربی که به بررسـی محـیط کار و تناسب شخص- سازمان پرداخته شـد، ارتبـاط مهـم بـین محیط کار اخلاقی و تناسب شـخص- سـازمان نـشان داده شـد (۲۳). در تحقیقی دیگر نشان داده شد ارزش‌های اخلاقی بیـشتر کارکنان منجر به تناسب بهتر شخص و سـازمان مـی‌شـود (۷). بنابراین برای بررسی این رابطه در جامعه آماری پژوهش فرضیه زیر طراحی شده است:

***فرضیه ۲*: ارتباط مثبت و معناداری بین ارزش‌های اخلافی کارکنان و تناسب شخص- سازمان وجود دارد.**

۳،۲. ارتبـاط بـین تناسـب شـخص- سـازمان و تـرک خدمت کارکنان

پژوهشات بسیاری وجود دارد که به بررسـی ارتبـاط بـین تـرک شغل کارکنـان و تناسـب بـین ارزش هـای فـردی و سـازمانی پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد، افرادی کـه ارزش هـای فـردی شان با ارزش های سازمانی تجانس بیشتری دارد، تمایـل دارنـد که خشنودی شغلی و تعهد سازمانی بیشتری از خود نشان دهنـد و در مقابل، اگر میزان تناسب بین ارزش های فردی و سـازمانی کاهش پیدا کند، کارکنان تمایل بیشتری به ترک شغل پیدا مـی کنند. هم چنین نتایج نشان می دهد کـه سـازگاری ارزش هـای فردی و سازمانی می تواند سبب پیش بینی ترک شغل در آینـده شود (۲۶-۲۴). بحث شده که تناسب شخص- سـازمان موجـب رضایت شغلی و رضایت شغلی کارکنان میل بـه تـرک خـدمت کارکنان را کاهش می‌دهد و موجـب تعهـد بیـشتر بـه سـازمان می‌شود (۲۷). در یک مطالعه مشخص گردیـد کـه ناهمـاهنگی بین اهداف شخصی و سازمانی یعنی عدم تناسب بین شـخص و سازمان نارضایتی شغلی را به همراه دارد و باعث افزایش تمایـل

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

ترک خدمت می‌شود (۲۸). بنابراین برای بررسی این رابطه در جامعه آماری پژوهش فرضیه زیر طراحی شده است:

فرضیه ۳. ارتباط معکوس و معناداری بین تناسب شخص- سازمان و ترک خدمت کارکنان وجود دارد.

با توجه به توضیحاتی که در بالا آمد و هم‌چنین با توجه به فرضیات آماری تحقیق که به آنها اشاره شد، در ادامه به روش شناسی تحقیق و بررسی صحت و سقم فرضیات پرداخته می‌شود.

۳. روش شناسی پژوهش

۱،۳. روش کار

تحقیق حاضر از نظر هدف، تحقیقی توسعه‌ای- کاربردی است؛ چرا که مشخصه‌های یک تحقیق توسعه‌ای که عبارتند از کسب شناخت بیشتر، بسط یک ایده، استفاده ترکیبی از روش‌ها، مدت-دار بودن و غیره (۲۹) در مورد موضوع پژوهش حاضر صادق است. این تحقیق به دنبال بررسی و تحلیل رابطه بین ارزش‌های اخلاقی کسب‌وکار با ترک خدمت کارکنان و تناسب شخص- سازمان می‌باشد. و این پژوهش مجموعه دانش موجود در این حوزه را توسعه می‌دهد. از سوی دیگر این پژوهش یک تحقیق کاربردی است به این دلیل که ابزار پیشنهادی به صورت اجرایی در یک سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد و به صورت عملی به تجزیه و تحلیل رابطه میان متغیرهای سه گانه نامبرده در بالا می‌پردازد. همچنین به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی- همبستگی محسوب می‌شود.

۲،۳. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر موسسه داده‌ورزی سداد می‌باشد. این سازمان یکی از موسسات اصلی است که کلیه فعالیت‌های انفورماتیک و داده‌ورزی مربوط به بزرگترین بانک ایران و جهان اسلام یعنی بانک ملی ایران را انجام می‌دهد. در این تحقیق از نمونه گیری تصادفی استفاده شده است. برای بررسی فرضیات پژوهش نمونه‌ای از میان جامعه آماری مورد نظر انتخاب گردید. در این نمونه از مدیران، سرپرستان و کارکنان موسسه‌ی نامبرده استفاده شده است. از آنجایی که جامعه آماری مورد نظر این پژوهش از نوع جامعه آماری محدود به حساب می‌آید، لازم است از رابطه شماره ۲ کوکران برای محاسبه حجم نمونه استفاده گردد.

به این ترتیب تعداد نمونه بدست آمده برابر $n = ۷۵$ می‌باشد. سپس پرسش‌نامه استانداردی (۳۰) در میان جامعه آماری و نمونه انتخاب شده، توزیع و سرانجام پرسش‌نامه‌های گردآوری شده مبنای تجزیه و تحلیل و بررسی فرضیات پژوهش حاضر قرار گرفت.

۳،۳. روایی و اعتبار

روایی و اعتبار ویژگی هایی هستند که هر ابزار سنجش از جمله پرسش نامه باید دارا باشد؛ چون‌که ابزار اندازه گیری پژوهش باید قادر باشد داده‌های لازم جهت تجزیه و تحلیل و نتیجه گیری نهایی را در اختیار بگذارد. به طور خلاصه مقصود از روایی آن است که ابزار اندازه‌گیری بتواند خصیصه و ویژگی مورد نظر را اندازه بگیرد. جهت گردآوری داده‌های موردنظر در این پژوهش از پرسش‌نامه‌ی استانداردی استفاده گردید که روایی آن به خوبی در پژوهش‌های قبلی به اثبات رسیده است. با این وجود جهت اطمینان از محتوا و روایی آن، پرسشنامه توسط تنی چند از اساتید، خبرگان و افراد مطلع مورد تایید قرار گرفته است و از اعتبار لازم برخوردار می باشد. جهت تعیین اعتبار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده گردیده است.

مقدار آلفای بیش از ۰/۷۰ نشان دهنده اعتبار بالای ابزار پژوهش می‌باشد ($\alpha \geq 0.7$). به این ترتیب مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه این پژوهش حدود ۰/۸۸ می‌باشد که نشان دهنده اعتبار بالای ابزار پژوهش می‌باشد. مقدار آلفای کرونباخ برای بعد ارزش‌های اخلاقی کسب‌وکار ۰/۸۹۴، برای بعد تناسب شخص- سازمان ۰/۸۸۰ و برای بعد ترک خدمت کارکنان ۰/۸۶۶ محاسبه شده است.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

۴. یافته‌های پژوهش

در این بخش به بررسی و تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهشی و آماری با استفاده از داده‌های گردآوری شده از جامعه‌ی آماری پژوهش پرداخته می‌شود.

از آنجایی که فرضیات این پژوهش از نوع بررسی رابطه است و هم‌چنین مقیاس سنجش آنها از نوع لیکرت می‌باشد که از نقطه نظر تحلیل آماری کمی محسوب می‌شود، برای سنجش این فرضیه‌ها از آزمون آماری «ضریب همبستگی پیرسون» استفاده می‌گردد.

این ضریب همبستگی، روش پارامتری است و برای داده‌هایی که از توزیع نرمال برخوردار هستند، استفاده می‌گردد. تجزیه و تحلیل داده‌ها برای تعیین اینکه آیا داده‌های این پژوهش نرمال هستند یا خیر با استفاده از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف (K-S) صورت گرفت که نتایج حاصل از آن نشان داد داده‌های پژوهش حاضر از توزیع نرمال برخوردار هستند. از این رو می‌توان از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش صحت و سقم فرضیات پژوهش استفاده نمود.

نتایج حاصل از اجرای آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیات تحقیق، در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱- نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیات تحقیق (n= ۷۵)

ابعاد ترک خدمت	ارزش‌های اخلاقی	تناسب شخص و سازمان	
ارزشهای اخلاقی	۱		
ترک خدمت	-۰/۵۵۶**	۱	
تناسب شخص وسازمان	۰/۴۶۸**	-۰/۶۰۷**	۱

**همبستگی‌های این پژوهش در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

**P < ۰/۰۱

***فرضیه ۱*: ارتباط معکوس و معناداری بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و ترک خدمت کارکنان وجود دارد (H_1).**

با توجه به نتایج حاصل از اجزای آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیه‌ی شماره ۱، بین «ارزش‌های اخلاقی کسب‌وکار برای کارکنان» و «میزان ترک خدمت آنها» رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر میزان ضریب همبستگی بدست آمده منفی است که نشان دهنده رابطه معکوس بین این دو مولفه می‌باشد، از طرفی چون میزان sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ (مقدار صفر بدست آمده است) است و هم‌چنین میزان ضریب بدست آمده عدد ۰/۵۵۶ است که نشان دهنده همبستگی معنادار این دو می‌باشد. پس فرض آماری H_1 که همان فرضیه پژوهشی تحقیق است، پذیرفته می‌شود.

***فرضیه۲*: ارتباط مثبت و معناداری بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و تناسب شخص- سازمان وجود دارد (H_2).**

با توجه به نتایج حاصل از اجزای آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیه‌ی شماره ۲، بین «ارزش‌های اخلاقی کسب‌وکار برای کارکنان» و «تناسب شخص- سازمان» رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر میزان ضریب همبستگی بدست آمده مثبت است که نشان دهنده رابطه مستقیم بین این دو مولفه می‌باشد، از طرفی چون میزان sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ (مقدار صفر بدست آمده است) است و هم‌چنین میزان ضریب بدست آمده عدد ۰/۴۶۸ است که نشان دهنده همبستگی معنادار این دو می‌باشد. پس فرض آماری H_1 که همان فرضیه پژوهشی تحقیق است، پذیرفته می‌شود.

***فرضیه ۳*: ارتباط معکوس و معناداری بین تناسب شخص- سازمان و ترک خدمت کارکنان وجود دارد (H_3).**

با توجه به نتایج حاصل از اجزای آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیه‌ی شماره ۳، بین «ترک خدمت کارکنان» و «تناسب شخص- سازمان» رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر میزان ضریب همبستگی بدست آمده منفی است که نشان دهنده رابطه معکوس بین این دو مولفه می‌باشد، از طرفی چون میزان sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ (مقدار صفر بدست آمده است) است و هم‌چنین میزان ضریب بدست آمده

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

عدد ۰/۶۰۷ است که نشان دهنده همبستگی معنادار این دو می‌باشد. پس فرض آماری H_1 که همان فرضیه پژوهشی تحقیق است، پذیرفته می‌شود.

۵. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر یک پژوهش کاربردی- توسعه‌ای است که به بررسی دو مؤلفه کلیدی در موفقیت سازمان‌ها یعنی ترک خدمت کارکنان و تناسب شخص- سازمان و رابطه آنها با یکدیگر و هم‌چنین بررسی ارزش‌های اخلاقی کسب‌وکار برای کارکنان و رابطه آن دو مؤلفه مهم با ارزش‌های اخلاقی کسب‌وکار در سازمان پرداخته شده است.

نتایج حاصل از تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که بین ارزش‌های اخلاقی و ترک خدمت کارکنان رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. به عبارت بهتر، کارکنانی که ارزش‌های اخلاقی مربوط به کسب‌وکار خود را شناخته و درک نموده‌اند و همچنین قادراند آنها را در سازمان پیاده نمایند، به مراتب کمتر از سایر کارکنان سازمان، مجبور به ترک خدمت و خروج از سازمان خواهند شد. این ارتباط در پژوهش‌های گذشته نیز نشان داده شد. در مطالعه‌ای مشخص گردید ناهماهنگی اخلاقی منجر به پایین آمدن سطح تعهد سازمانی و افزایش خروج از سازمان می‌شود (۱۷). همچنین در مطالعه‌ای شرح داده شد که برداشت کارکنان از تعهد شرکت به وظایف اخلاقی با پایین آمدن ترک خدمت ارتباط دارد (۱۸). در تحقیقی دیگر پیشنهاد گردید میزان ترک خدمت کارکنان می‌تواند اساسی برای داوری در مورد میزان انحراف شرکت از اخلاقیات باشد (۱۹). بنابراین توصیه مهم برای مدیران آن است که برای مراقبت از عدم خروج و ترک خدمت کارکنان کلیدی سازمان، لازم است با فعالیت‌های فرهنگی، نشست‌های مشترک و غیره ارزش‌های بنیادی و اخلاق کسب‌وکار را در به کارکنان القاء نمایند و این مسائل را برای آنها درونی نمایند.

هم‌چنین نتایج حاصل از تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که بین تناسب شخص- سازمان و ترک خدمت کارکنان رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. به عبارت بهتر، اگر بین پستی که برای کارکنان در سازمان در نظر گرفته شده و ویژگی‌های شخصیتی و توانمندی‌های فرد تناسب لازم را داشته باشد، میزان ترک خدمت کارکنان کمتر خواهد شد. در این زمینه تحقیقی نشان داد که تناسب شخص-سازمان موجب رضایت شغلی و رضایت شغلی کارکنان میل به ترک خدمت کارکنان را کاهش می‌دهد و موجب تعهد بیشتر به سازمان می‌شود (۲۷). همچنین محققان در مطالعه‌ای توصیف کردند که ناهماهنگی بین اهداف شخصی و سازمانی یعنی عدم تناسب بین شخص و سازمان نارضایتی شغلی را به همراه دارد و باعث افزایش تمایل ترک خدمت می‌شود (۲۷). پس توصیه‌ای که در اینجا به مدیران داده می‌شود آن است که قبل از تعیین جایگاه هر یک از کارکنان و سرپرستان در سازمان به بررسی موقعیت مورد نظر برای احراز پست و همین‌طور کسب شناخت مناسب از فرد، مبادرت نمایند و سپس تصمیم نهایی را اتخاذ نمایند.

نکته آخر اینکه نتایج این پژوهش هم‌چنین نشان می‌دهد که بین تناسب شخص- سازمان و ارزش‌های اخلاقی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. این ارتباط در یک مطالعه مشابه که به بررسی محیط کار و تناسب شخص- سازمان پرداخته بود، بررسی گردید و ارتباط مهم بین محیط کار اخلاقی و تناسب شخص- سازمان را نشان داده شد (۲۳). همچنین در تحقیقی نشان داده شد ارزش‌های اخلاقی بیشتر منجر به تناسب بهتر شخص و سازمان می‌شود (۷) این مهم نشان می‌دهد، درصورتی‌که در سازمان و کسب‌وکار فضا به گونه‌ای باشد که ارزش‌های اخلاقی در نزد کارکنان به خوبی پذیرفته و این امر درونی شده باشد، میزان تناسب آنها با شغل و پستشان در سازمان تناسب و وفق بیشتری پیدا می‌کنند و در صدد کسب اهداف سازمان بهتر عمل می‌نمایند.

بی‌شک با توجه به مشکلات قرن اخیر، وجود فضاهای مجازی و نابسامانی‌های موجود در حوزه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع بشر، تنها راه حل برون رفت از این مسائل را می‌توان لحاظ کردن بعد اخلاقی در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و جامعه باشد. مدیران منابع انسانی نیز مؤظفند از دیدگاه اخلاقی کارکنان آشنا بوده و فضائل اخلاقی و انسانی را در تربیت نیروی انسانی به کار گیرند و اثرات آن را در سازمان بررسی کنند. و

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

بایستی به این توجه شود که اگر معنویت در معادلات سازمانی جایگاه مناسب خود را کسب کند می‌تواند منشأ اخلاق کاری و موفقیت سازمانی و پیشرفت جامعه گردد.

فهرست منابع

1- De George RT (1980). Business Ethics. New York, Macmillan.

۲- میرکمالی محمد، رهبری و مدیریت آموزشی. ۱۳۷۵، تهران: انتشارات رامین.

3- Laufer WS, Robertson DC (1997). Corporate ethics initiatives as social control. Journal of Business Ethics 16(10): 1029–1048.

4- Valentine S, Godkin L, Lucero M (2002). Ethical context, organizational commitment and person–organization fit. Journal of Business Ethics 41(4): 349–360.

5- Carroll AB (1989). Business and Society. Ohio, South-Western.

6- Laufer WS, Robertson DC (1997). Corporate ethics initiatives as social control. Journal of Business Ethics 16(10): 1029–1048.

7- Valentine S, Godkin L, Lucero M (2002). Ethical context, organizational commitment and person–organization fit. Journal of Business Ethics 41(4): 349–360.

8- Shafer WE (2002). Ethical pressure, organizational-professional conflict and related work outcomes among management accountants. Journal of Business Ethics 38(3): 263–275.

9- Peterson DK (2003). The relationship between ethical pressure, relativistic moral beliefs and organizational commitment. Journal of Managerial Psychology 18(6): 557–572.

10- Jaramillo F, Mulki JP, Solomon P (2006). The role of ethical conflict on salesperson's role stress, job attitudes, turnover intention and job performance. Journal of Personal Selling and Sales Management 26(2): 271–282.

11- Hom PW, Griffeth R (1995). Employee Turnover. Cincinnati, Ohio. South Western College Publishing.

12- Cascio WF (1991). Costing Human Resources: The financial Impact of Behavior in Organizations. 3rd ed. Boston, Mass.: Kent.

13- Tett RP, Meyer JP (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. Personnel Psychology 46: 259-293.

14- Sims RL, Kroeck GK (1994). The influence of ethical fit on employee satisfaction, commitment and turnover. Journal of Business Ethics 13(12): 939–947.

15- Schwepker CH (1999). The relationship between ethical conflict, organizational commitment and turnover intentions in the sales force. Journal of Personal Selling and Sales Management 19(1): 43–49.

16- Mulki J, Jaramillo F, Locander WB (2006). Effects of ethical climate and supervisory trust on salesperson's job attitude and intentions to quit. Journal of Personal Selling and Sales Management 26 (1): 1–19.

17- Levy M, Dubinsky AJ (1983). Identifying and address retail salespeople's ethical problems: a method and application. Journal of Retailing 59 (1): 46–66.

18- Eisenberger R, Stinglhamber F, Vandenberg C, Sucharski I, Rhoades L (2002). Perceived supervisor support: contributions to perceived organizational support and employee retention. Journal of Applied Psychology 87(3): 565–573.

19- Peterson DK (2003). The relationship between ethical pressure, relativistic moral beliefs and organizational commitment. Journal of Managerial Psychology 18(6): 557–572.

20- Cable DM, De Rue DS (2002). The convergent and discriminate validity of subjective fit perceptions. Journal of Applied Psychology 87(5): 875−884.

21- Cable D M, Parsons CR (2001). Socialization tactics and person– organization fit. Personnel Psychology 54(1): 1−23.

22- Kristof AL (1996). Person–organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement and implications. Personnel Psychology 49: 1−49.

23- Sims RL, Keon TL (1997). Ethical works climate as a factor in the development of person–organization fit. Journal of Business Ethics 16(11): 1095–1105.

24- Hatton C, Emerson E (1998). Organizational predictors of staff stress, satisfaction, and intended turnover in a services for people with multiple disabilities. Mental Retardation 31(6): 388-395.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

25- Meglino BM, Ravlin EC (1998). Individual values in organizations: Concepts, controversies, and research. Journal of Management 24(3): 351-389

26- Kristof-Brown AL (1996). Person–organization fit: an integrative review of its conceptualizations, measurement and implications. Personnel Psychology 49(1): 1–49.

27- Lee TW, Mitchell TR (1994). An alternative approach: the unfolding model of voluntary turnover. Academy of Management Review 19(1): 51–89.

28- Lee TW, Mitchell TM, Wise L, Fireman S (1996). An unfolding model of voluntary employee turnover. Academy of Management Journal 39(1): 5–36.

۲۹- دانایی فرد حسن، الوانی سید مهدی، آذر عادل، روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع، ۱۳۸۳، چاپ اول، تهران: انتشارات صفار.

30- Jung HS, Namkung Y, Yoon HH (2010). The effects of employees' business ethical value on person–organization fit and turnover intent in the food service industry International Journal of Hospitality Management 29: 538–546.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.4.9.5]
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-25]