

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 $n = 75$ بدست آمد. سپس پرسشنامه استاندارد 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 ارزش‌های 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

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).

اخلاق و مسئولیت اجتماعی که باید آن را بایدها و نبایدهای ارزشی-فلسفی و ملاک و معیار سنجش درستی و نادرستی

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 رن، 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 علاوه بر 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، زبانی 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 بهره‌وری 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 و ۷) 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

۲.۱. ارتباط بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و ترک شغل (ترک خدمت) کارکنان

با افزایش رقابت و گسترش روش‌های توسعه منابع انسانی، سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا کارکنان مستعد خود را حفظ کرده و با توانمندسازی 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 بهره‌ور هزینه‌های زیادی را صرف آموزش، تربیت و آماده‌سازی کارکنان خود می‌کنند و با از دست دادن نیروهای ارزشمند، متحمل از دست دادن مهارت‌ها و تجربیاتی می‌شوند که طی سال‌ها تلاش به دست آمده است و جایگزینی چنین نیرویی برای سازمان‌ها کاری بسیار دشوار است. از جمله این هزینه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد (۱۱ و ۱۲):

هزینه‌های مربوط به پست‌بالاتصدی: 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

۲.۲. ارتباط بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و تناسب شخص - سازمان

تناسب شخص و سازمان اشاره به اعتقادات ذهنی کارکنان پیرامون تناسب بین ارزش‌های شخصی خود با فرهنگ سازمانی دارد (۲۲-۲۰). در مطالعات سازمانی تأکید شده است که ارزش‌های اخلاقی کارکنان به تناسب بهتر شخص با سازمان کمک می‌کند (۶). در یک مطالعه تجربی که به بررسی محیط کار و تناسب شخص - سازمان پرداخته شد، ارتباط مهم بین محیط کار اخلاقی و تناسب شخص - سازمان نشان داده شد (۲۳). در تحقیقی دیگر نشان داده شد ارزش‌های اخلاقی بیشتر کارکنان منجر به تناسب بهتر شخص و سازمان می‌شود (۷). بنابراین برای بررسی این رابطه در جامعه آماری پژوهش فرضیه زیر طراحی شده است:

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

۳.۲. ارتباط بین تناسب شخص - سازمان و ترک خدمت کارکنان

پژوهشات بسیاری وجود دارد که به بررسی ارتباط بین ترک شغل کارکنان و تناسب بین ارزش‌های فردی و سازمانی پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد، افرادی که ارزش‌های فردی شان با ارزش‌های سازمانی تجانس بیشتری دارد، تمایل دارند که خشنودی شغلی و تعهد سازمانی بیشتری از خود نشان دهند و در مقابل، اگر میزان تناسب بین ارزش‌های فردی و سازمانی کاهش پیدا کند، کارکنان تمایل بیشتری به ترک شغل پیدا می‌کنند. هم چنین نتایج نشان می‌دهد که سازگاری ارزش‌های فردی و سازمانی می‌تواند سبب پیش‌بینی ترک شغل در آینده شود (۲۶-۲۴). بحث شده 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). در یک مطالعه مشخص گردید که ناهماهنگی بین اهداف شخصی و سازمانی یعنی عدم تناسب بین شخص و سازمان نارضایتی شغلی را به همراه دارد و باعث افزایش تمایل

همچون تشکیل پرونده استخدامی - اداری و صدور کارت شناسایی به سازمان تحمیل می‌شود.

هزینه‌های آموزش: شامل هزینه‌ای که صرف معارفه و توجیه کارکنان جدید می‌شود، هزینه‌های صرف شده برای آموزش مهارت‌های مورد نیاز، حقوق و مزایای شاغلان جدید تا زمانی که برای کار آماده شوند، هزینه ساعتی که به منظور تعیین وظایف و تشریح کار به کارکنان جدید صرف می‌شود.

هزینه‌های کاهش بهره‌وری: هزینه بهره‌وری پایین کارکنان تازه استخدام، هزینه که ناشی از برخی اشتباهات احتمالی کارکنان جدید می‌باشد، هزینه کامل کردن طرح‌های در اختیار کارکنان کلیدی پس از استعفاي آنان و هزینه کاهش بهره‌وری واحدها.

یافته‌های علمی نشان می‌دهند که تمایل به ترک شغل ناشی از اراده آگاهانه و حساب شده شاغل برای ترک سازمان است، آنها به یکباره سازمان را ترک نمی‌کنند، بلکه این تمایل به صورت تدریجی طی گذشت زمان در آنها رشد یافته و پس از بررسی همه شرایط و یافتن فرصت‌های مناسب جهت استخدام در سازمان‌های دیگر، اقدام به ترک شغل می‌نمایند (۱۳). پژوهشات قبلی نشان داده‌اند که محیط اخلاقی سازمان بر رفتارها و نگرش کاری کارکنان تأثیر می‌گذارد، بنابراین هر تعارضی که بروز کند می‌تواند منجر به افزایش ترک خدمت شود (۱۶-۱۴). در تحقیقی بر این تأکید گردید که ناهماهنگی اخلاقی منجر به پایین آمدن سطح تعهد سازمانی و افزایش خروج از سازمان می‌شود (۱۷). شرح داده شده است که برداشت کارکنان از تعهد شرکت به وظایف اخلاقی با پایین آمدن ترک خدمت ارتباط دارد (۱۸). همچنین در تحقیقی محققان پیشنهاد کردند که میزان ترک خدمت کارکنان می‌تواند اساسی برای داوری در مورد میزان انحراف شرکت از اخلاقیات باشد (۱۹). بنابراین برای بررسی این رابطه در جامعه آماری پژوهش فرضیه زیر طراحی شده است:

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

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

۳.۱. 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.

۳.۲. 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 $n = 75$ می‌باشد. سپس پرسش‌نامه استاندارد (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 ویژگی‌هایی هستند که هر ابزار سنجش از جمله پرسش‌نامه باید دارا باشد؛ چون که ابزار اندازه‌گیری پژوهش باید قادر باشد داده‌های لازم جهت تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری 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 استاندارد 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 می‌باشد. جهت تعیین اعتبار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده گردیده است.

مقدار آلفای بیش از 0.70 نشان دهنده اعتبار بالای ابزار پژوهش می‌باشد ($\alpha \geq 0.7$). به این ترتیب مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه این پژوهش حدود 0.88 می‌باشد که نشان دهنده اعتبار بالای ابزار پژوهش می‌باشد. مقدار آلفای کرونباخ برای بعد ارزش‌های اخلاقی کسب‌وکار 0.894 ، برای بعد تناسب شخص- سازمان 0.880 و برای بعد ترک خدمت کارکنان 0.866 محاسبه شده است.

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 ($n=75$)

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

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

** $P < 0.01$

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

با توجه به نتایج حاصل از اجرای 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.

فرضیه ۲: ارتباط مثبت و معناداری بین ارزش‌های اخلاقی کارکنان و تناسب شخص-سازمان وجود دارد (H_2).

با توجه به نتایج حاصل از اجرای 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 اجرای 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

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 تجزیه و تحلیل 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 تجزیه و تحلیل 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، در صورتی که 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

- 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.

بایستی به این توجه شود که اگر 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.

- 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.
- 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.

