

واکاوی پیش‌آیندهای مرتبط با جوّ کاری اخلاقی با رویکرد تکلیف‌مداری

دکتر حسن درویش¹، 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، جامعه علمی کشور برای بومی‌سازی و ارائه الگوهای مناسب سازمانی با جامعه ایرانی - اسلامی تلاش می‌کند. هدف از پژوهش حاضر، علاوه بر تعیین شاخص‌های جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار، بررسی رابطه متغیرهای معنویت، الزامات تکلیف، سبک رهبری اخلاق‌مدار و معنویت سازمانی به عنوان پیش‌بین‌های جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار بوده است.

روش: روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی بوده است. جامعه آماری این تحقیق خبرگان و نخبگان حوزه مدیریت در ایران بودند. در فرایند انتخاب نمونه، از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شده است. بدین ترتیب، 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 تجزیه و تحلیل گردید.

یافته‌ها: نتایج حاصل از پژوهش، نشان می‌دهد مدل به کار 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 جوّ کاری 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

سر آغاز

دربگیرنده مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف، رفتار و سلوک و دستورهایی برای اجرای آنهاست، که وجودش در سازمان‌ها و مراکز عمومی به منظور انجام وظایف در هر شغل حیاتی بوده و حاکمیتش در هر محیط کاری لازم و ضروری است (3 و 2). بحث در اخلاق سازمانی اغلب دارای دو رویکرد است، به عبارت دیگر به نگرش‌های اخلاقی وظیفه‌گرایی¹ و سودمندگرایی² تقسیم‌بندی شده است (4).

امروزه نقش رعایت اخلاق در تمام شئون سازمان و تأثیر آن بر کارایی 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

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

اخلاق وظیفه‌گرایی امانوئل کانت در برابر سودمندگرایی ارائه شده 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 «Deontology»، ترکیبی است از «Deonto» به معنای تکلیف 3 یا «وظیفه 4» 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 نیت فاعل مطرح باشد؛ به تعبیر دیگر، معیار قضاوت فقط حسن فعلی است و انگیزه، قصد و نیت 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 نیت و انگیزه قلبی در مکتب اخلاقی کانت هم تا حدودی مطرح شده 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 در چشم‌انداز 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 اخلاق الله» دوگانگی تکلیف و نتیجه به وحدت می‌رسند. به این ترتیب، حرکت اخلاقی انسان چه در بعد فردی چه در بعد اجتماعی از نیت قرب به صفات و افعال خداوند ناشی می‌شود (12).

جوکاری اخلاقی 5 به عنوان «ادراکات مشترک در مورد این‌که چه چیزی از نظر اخلاقی رفتار صحیح است و این‌که چگونه باید با مسائل اخلاقی در سازمان برخورد کرد» تعریف می‌شود (13). جوکاری 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، جوکاری اخلاقی ادراک شده به افراد در تعیین مسائلی که به اخلاقیات مربوط اند و تعیین این‌که کدام ملاک باید برای فهم و ارزیابی و رفع کردن آن مسائل اخلاقی استفاده شود، کمک می‌کند (15).

در میان نظریات ارائه شده درخصوص جوکاری اخلاقی، نظریه دو تن از محققان نسبت به دیگر تئوری‌های ارائه‌شده در این زمینه از جامعیت بیشتری برخوردار است و در بیشتر تحقیقات به عنوان مرجع تعیین جوکاری اخلاقی سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد. ابعاد مورد اشاره در این نظریه مبتنی بر نظریات نتیجه‌گرایی و وظیفه‌گرایی در فلسفه اخلاق می‌باشد. سه بعد اصلی نظریه اخلاقی مزبور به موازات الگوی کبرگ (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 به عنوان جوکاری اخلاقی سازمان تعریف می‌شود (17). هرچند در پژوهش‌های بعدی در زمینه انواع جوهای اخلاقی اختلاف نظرهایی دیده شد. در ایران نیز پژوهش‌هایی در زمینه جوکاری اخلاقی انجام گرفته که برای جوکاری اخلاقی 4 بعد و یا 6 بعد در نظر گرفته‌اند (18 و 19).

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 اخلاق‌مدار 6 مشتمل بر شیوه‌های سرپرستی و مدیریتی است که در آنها حقوق و شأن دیگران به‌عنوان انسان مورد احترام و ارزش است. از آنجایی که رهبران به‌طور طبیعی در جایگاه قدرت اجتماعی 7 قرار دارند، رهبری اخلاقی 8 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 اخلاق‌مدار، حاکی از چند ویژگی بارز و مسلط در این رهبران است: منش اخلاقی و راستی 9، آگاهی اخلاقی 10، جهت‌گیری به اجتماع و مردم 11، انگیزانندگی 12، تشویق و توانمندسازی 13 و مدیریت جوابگویی 14 (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 پیش‌بینی 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. بر همین اساس مدل مفهومی مورد نظر پژوهش در نگاره شماره 1 ارائه شده است.

یکی از ابعاد در تئوری ارائه شده، اصولی یا وظیفه‌شناسی می‌باشد که براساس این مدل قانون و کدهای حرفه‌ای مبنای عمل است؛ براین اساس 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 «منطقه الفراغ» تعبیر شده است (20).

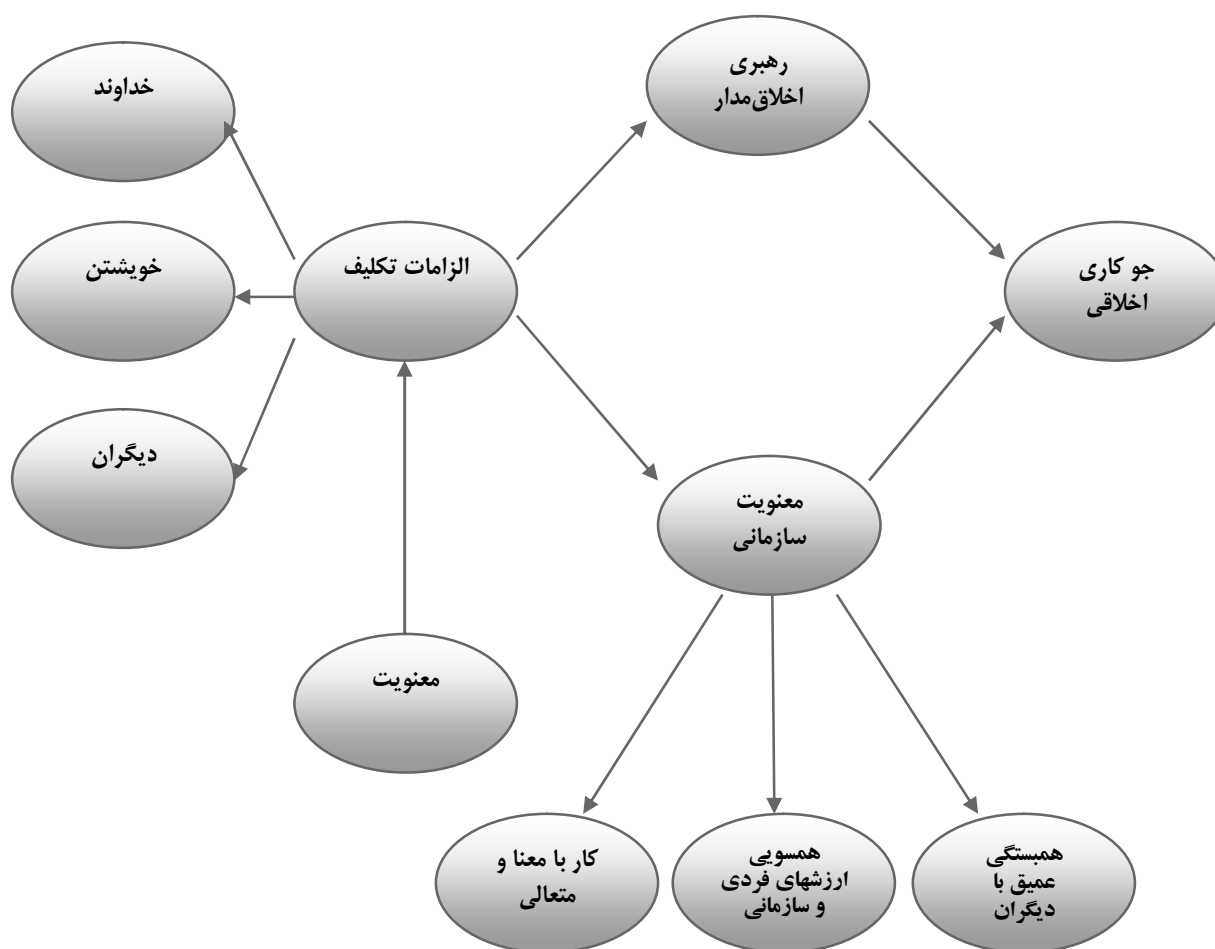
حال با توجه به آنکه شریعت و قانون تمامی روابط اجتماعی و احوال فردی را پوشش نمی‌دهد، چگونه می‌توان درستی یا نادرستی اعمال را با قانون و شریعت تفسیر کرد؟ قوانین و شرایع تغییر یاب و نسخ پذیرند. آنچه در یک زمان قانون و حکم شرعی است، با تغییر شرایط و یا به حکم نسخ، تبدیل و تغییر می‌یابد. حال چگونه می‌توان 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 (23 و 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 منافع منجر شود؛ افزایش اخلاق و وجدان کاری و انگیزش بیشتر از جمله این مزایا می‌باشد که در تحقیقات مختلف به‌دست آمده‌اند (26).



نگاره 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. بدین ترتیب، 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 صاحب‌اندیشه 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 پرسشنامه بنا به ضرورت استفاده شد. اولین پرسشنامه که در مرحله اول نظرسنجی از پانل صاحب‌نظران توزیع گردید در بخش اول، پنج مفهوم اصلی مؤثر در طراحی مدل جو 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 تخصص خود، هر عامل را به‌طور جداگانه در طیف پنج‌گانه از یک تا پنج امتیازدهی نماید. به این ترتیب عواملی که بیشترین میزان تأثیر در طراحی

مدل جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار را از دیدگاه پاسخگو دارا بودند، حائز امتیاز بیشینه می‌شدند. همچنین از اعضای پانل خواسته شده بود در صورت ارائه سایر عوامل اثرگذار، توضیحی مختصر در خصوص آنها نیز ارائه نمایند. بنابراین، پرسشنامه 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
استاد	اول	1
	دوم	1
	سوم	1
دانشیار	اول	3
	دوم	2
	سوم	2
استادیار	اول	15
	دوم	15
	سوم	13
دانشجوی دکتری	اول	6
	دوم	6
	سوم	6
تحصیلات حوزوی	اول	6
	دوم	6
	سوم	5

پرسشنامه دوم و سوم نیز که در مرحله دوم و سوم میان اعضای پانل صاحب‌نظران توزیع شد، مشتمل بر مفاهیم پنج‌گانه تدوین‌شده براساس تحلیل داده‌های پرسشنامه اول، عوامل زیرمجموعه هر یک از این مؤلفه‌ها و گویه‌های پیشنهادی محقق جهت سنجش و اندازه‌گیری هر یک از عوامل برشمرده شده قبلی بود. پرسشنامه 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 پنج‌گزینه ای لیکرت بوده است. عوامل دارای امتیاز بالای 3 به‌عنوان عوامل مورد تأیید 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 تأیید و تدوین گردید. در پژوهش حاضر، پایایی پرسشنامه 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 به ترتیب 0/62، 0/64، 0/60، 0/62، 0/66 بوده است. درنهایت، جهت تجزیه و تحلیل 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 درج شده است.

چنانچه از نتایج جدول مزبور مشاهده می‌شود، پس از چند بار تبادل نظر 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

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 استفاده شده 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).

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 نوع دوستی و با توجه به اینکه بقیه ضرایب مربوط به شاخص‌ها بیشتر از 0/4 است و ضرایب معناداری مناسبی دارند، پایایی معرف‌ها تأیید 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). همان‌طور که جدول شماره سه نشان می‌دهد آلفای کرونباخ تمامی متغیرهای تحقیق بیشتر از 0/7 می‌باشند که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. پایایی مرکب (pc) 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 در روش پی ال اس به کار برده می‌شود. برخی مقدار

جدول 2: ضرایب بار عاملی و معناداری شاخص‌ها

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

p<0/001	136	0/92	لذت بردن از کار		
p<0/001	15/20	0/75	انرژی گرفتن از کار	کار با معنا و متعالی	
p<0/001	15/95	0/77	احساس معنا و هدف در کار		
p<0/001	140/2	0/95	ارتباط مثبت حمایت کننده بادیگران		
p<0/001	57/75	0/90	احساس پیوند با همکاران	احساس همبستگی	
p<0/001	57/62	0/93	پشتیبانی کارکنان از هم، مقصود مشترک	عمیق با دیگران	
p<0/001	35/26	0/89	ارزش‌های درونی (غایی)		
p<0/001	7/86	0/62	پیوند با اهداف سازمان		
p<0/001	17/76	0/78	پیوند با ارزش‌های سازمان		
p<0/001	14/46	0/75	ملاحظه سازمان نسبت به همکارانش	همسویی ارزش‌ها ی فردی و سازمانی	معنای سازمان
p<0/001	177/70	0/95	افزایش تعهد سازمانی		
p<0/001	30/61	0/88	کار، معنا و ارزش اجتماعی		
p<0/001	16/14	0/79	دادن بازخورد عملکرد		
p<0/001	14/81	0/70	منش اخلاقی و راستی		
p<0/001	4/48	0/47	آگاهی اخلاقی		
p<0/001	26/58	0/84	انگیزانندگی	رهبری اخلاق مدار	
p<0/001	103/96	0/91	مدیریت جوابگویی اخلاقی		
p<0/001	20/29	0/80	توجه به منافع جمعی (جهت گیری به اجتماع)		
p<0/001	76/24	0/91	تشویق و توانمند سازی		
p<0/001	184/1	0/93	عبادت و بندگی خداوند	احساس مسئولیت	
p<0/001	17/27	0/83	اخلاص در عمل	در برابر خداوند	
p<0/001	40/08	0/90	خود آگاهی		
p<0/001	28/23	0/87	خودارتقایی	احساس مسئولیت	
p<0/001	259/4	97/0	کمال خواهی	در برابر خویشان	
p<0/001	24/47	78/0	حق شناسی		
p<0/001	63/86	87/0	خیر خواهی		
p<0/001	30/15	84/0	همدلی		
p<0/001	51/62	85/0	عدم اضرار به دیگران		
p<0/001	59/55	90/0	صداقت		
p<0/001	4/63	36/0	عشق به نوع دوستی، توجه به حقوق شهروندان	احساس مسئولیت	
p<0/001	10/45	69/0	انصاف	در برابر دیگران	
p<0/001	74/90	93/0	امانتداری		
p<0/001	15/36	67/0	وفای به عهد		
p<0/001	11/24	68/0	اعتماد، خوش گمانی		
p<0/001	24/27	84/0	ایثار		
p<0/001	16/41	68/0	معیار اخلاقی، فرمان الهی است.		
p<0/001	31/86	86/0	عدالت مداری		
p<0/001	30/62	85/0	احسان		

معنای سازمان

الزامات تکلیف

اخلاقی
بخاری

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	RMSE A	GFI	AG FI	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-values)

مسیر	T
الزامات تکلیف -> خداوند	671/36
الزامات تکلیف -> خویشان	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
اخلاق مدار رهبری -> جوکاری اخلاقی	367/13

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 اخلاق مدار	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 با معنا و متعالی	534/0	841/0	570/0
جوّ کاری اخلاقی	484/0	836/0	553/0

همان گونه که در جدول شماره چهار نشان داده شده است تمام ضرایب معناداری روابط بیش از 3/32 می باشد که می توان 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 مدل های مسیری PLS به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف می شود. (32). مقدار R^2 برای تمامی متغیرها همان گونه که در جدول شماره پنج نشان داده شده است قوی می باشد؛ که

حاکی از برآزش قوی مدل ساختاری دارد. معیار دیگر برای ارزیابی مدل ساختاری بررسی توانایی مدل در پیش بینی کردن است. معیار غالب برای رابطه پیش بین شاخص Q^2 استون و گایسر است. اثر نسبی ارتباط پیش بین را می توان به وسیله سنجش Q^2 برآورد کرد. مقادیر 0/2، 0/15 و 0/35 به ترتیب ارتباط پیش بین کوچک، متوسط و بزرگ یک متغیر مکنون معین را نشان می دهند. جدول شماره پنج مقادیر Q^2 سازه های درون زای را نشان می دهد که نشان از قدرت پیش بینی قوی این

جدول 6: آزمون فرضیه ها

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 اخلاق مدار	.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

بحث

همان‌گونه که در بخش یافته‌ها بیان گردید تمامی معیارهای برازش الگو، مطلوبیت داشتند و بنابراین الگوی پیشنهادی مورد تأیید می‌باشد. 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 جو کاری اخلاقی می‌باشد. معنویت سازمانی و رهبری اخلاق‌مدار نیز تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق جو 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 می‌رسد که عدالت در منطق دینی، به معنای آن است که آنچه بر خود نمی‌پسندی، 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 اخلاقی‌اند. هرچند عدالت کف رفتار اخلاقی را تعریف می‌کند 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 مستقیماً» (انعام/126). همچنین مکرراً در قرآن کریم از «سبیل الله» و واژگان مشابه یاد شده است (غافر/7، فرقان/57).

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

به منظور تأیید یا رد فرضیه‌ها از ضرایب استاندارد و اعداد معناداری استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده از مدل مفهومی پژوهش در دو حالت ضرایب معناداری و تخمین استاندارد در جدول شماره شش نشان داده شده است.

در مدل‌سازی با رویکرد حداقل مربعات جزئی، برای سنجش برازندگی مدل از سه معیار کیفیت مدل اندازه‌گیری (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 افزونگی 15 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. با این وجود، یک معیار کلی برای نیکویی برازش (GOF) به‌وسیله یکی از صاحب‌نظران پیشنهاد شده 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

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، غنی‌سازی 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 بقاء، سودآوری و تعالی سازمانی با اخلاق پیوندی غیرقابل انکار دارد.

جوّ کاری اخلاقی تکلیف‌مدار در مقابل جوّ 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 تأیید کننده رفتارهای است که منفعت عمومی را به جای منفعت شخصی در نظر می‌گیرد. وجود رقابت سالم در این جوّ 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 جوّ 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 جوّ کاری 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 قرار گیرند، تأثیر ژرف و عمیقی بر عملکرد خود و کارکنان در سازمان دارند و رشد و توسعه ملی را سبب خواهند گردید (41).

با توجه به تأیید 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

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 مثبت‌اندیشی 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 از نظر اخلاقی ضعیف باشد به صورت 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 به طوری که بهره‌وری بهبود می‌یابد، پویایی سازمانی و ارتباطات نیز بهبود یافته و خطر کاهش پیدا می‌کند (44).

از آنجایی که نتایج نشان دادند رهبری اخلاق‌مدار، معنویت سازمانی به طور مستقیم و الزامات تکلیف و معنویت فردی می‌تواند میزانی از واریانس جو کاری اخلاقی را تبیین کنند، بنابراین با ترویج مفاهیمی چون وظیفه‌شناسی، 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

علاوه بر 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 به منظور ارتقا جو کاری اخلاقی تلاش نمایند.

محدودیت‌های پژوهش حاضر عبارت بودند از: اول، طرح مطالعه حاضر علیت را به اثبات نمی‌رساند. در پژوهش‌های آینده می‌توان طرح طولی را جهت مشخص نمودن روابط علی 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 جو کاری اخلاقی پرداخته شده است. پیشنهاد می‌شود که متغیرهای دیگری نیز در این مدل به عنوان جزئی از مطالعات آینده در نظر گرفته شود.

از آنجایی که ممکن است علاوه بر متغیرهای شناسایی شده در این پژوهش، متغیرهای دیگری نیز در ارتباط با شکل‌گیری مفهوم جو 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.

نتیجه گیری

واژه نامه

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

درواقع ورود مفاهیمی همچون اخلاق، حقیقت، باور به خدا یا نیرویی برتر، معنا جویی در کار و نوع دوستی به پژوهش ها و اقدامات مدیریتی و کسب و کار، 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 رقابت های ناسالم و تقویت همبستگی و مشارکت در بین کارکنان و تقویت روابط بین فردی از جمله اقداماتی است که در جهت ایجاد جو کاری اخلاقی تکلیف مدار می توان به کار برد.

نقطه قوت پژوهش استفاده از فن دلفی است. محاسبه و تحلیل شاخص های برازندگی مدل پژوهش حاضر نشان داد که الگوی طراحی شده به منظور شکل گیری جو کاری اخلاقی تکلیف مدار در سازمان براساس متغیرهای مکنون شامل: معنویت، الزامات تکلیف، رهبری اخلاق مدار، معنویت سازمانی و جو کاری اخلاقی با داده های جمع آوری شده به خوبی برازش دارد.

سپاسگزاری

پژوهشگران بر خود لازم می دانند تا از تمام کسانی که در این پژوهش همکاری نموده اند مراتب تشکر و قدردانی را به عمل آورند. به ویژه از اعضای پانل خبرگان که اطلاعات جمع آوری شده از پانل مذکور مبنای تحلیل های صورت گرفته در تحقیق بوده و نقش مهمی در تحقیق بر عهده داشته است.

ملاحظه های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت داری 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 آزمودنی های تحقیق رعایت گردیده است.

منابع

- 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).
- Zhks. (1956) Ethics: Practical Wisdom. Translated by: Pourhosseini A. (1976) Tehran: Simorgh. P. 92. (In Persian).
- 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).
- Ketola T. (2008). A Holistic Corporate Responsibility Model: Integrating Values, Discourses and Actions. Journal of Business Ethics; 80:419-435.
- William KF. (1963). Ethics. Translated by: Sadeghi H. (1997) Tehran: Taha Publishers. P. 36. (In Persian).

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. Leadership 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, L.J. (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
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 alafar 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, Pourezat 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.

41. Sarmadi MR, Shalbf 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).
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. 4th ed. 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.