

عنوان مقاله: تحلیل نقش راهبردی رفتار اخلاقی کارکنان بر رابطه

میان عدالت سازمانی و رضایت شغلی کارکنان (مورد

مطالعه: هتل‌های سه، چهار و پنج ستاره در شهر تهران)

حامد درخشیده^۱ - حسین رضایی دولت‌آبادی^۲

دریافت: ۱۳۹۱/۳/۲۱

پذیرش: ۱۳۹۱/۷/۲۲

مقاله برای اصلاح به مدت ۴ ماه و ۷ روز نزد پدیدآوران بوده است.

چکیده:

هدف این پژوهش تحلیل راهبردی رفتار اخلاقی کارکنان در صنعت هتلداری شهر تهران بود. بر اساس مطالعات انجام شده عدالت توزیعی و عدالت رویه‌ای تاثیر مثبت و راهبردی بر رضایت شغلی از طریق رفتار اخلاقی کارکنان دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان بخش پذیرش هتل‌های سه، چهار و پنج ستاره در شهر تهران بودند که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۹۶ نفر انتخاب شدند. آزمون‌های ضریب همبستگی اسپیرمن و تحلیل مسیر برای آزمایش الگوی پیشنهادی به کار گرفته شدند. نتایج پژوهش نشان داد که رفتار اخلاقی کارکنان نقش راهبردی و سازنده‌ای در بهبود رابطه میان عدالت سازمانی و رضایت شغلی کارکنان دارد. بنابراین مدیریت هتل‌ها باید اقداماتی راهبردی در جهت افزایش ادراک کارکنان از عدالت توزیعی و عدالت رویه‌ای در جهت تهییج رفتار اخلاقی و در نهایت بالا بردن رضایت شغلی کارکنان انجام دهد. این پژوهش از لحاظ ترویج رفتار اخلاقی کارکنان، به طوری که کل ذی‌نفعان صنعت هتلداری از آن بهره‌مند شوند، به مدیریت هتل‌ها کمک می‌کند.

کلیدواژه‌ها: عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای، رفتار اخلاقی، رضایت شغلی، هتل.

۱. کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)
hamedderakhshide@gmail.com
۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان
ho.rezaie@gmail.com

تحلیل نقش راهبردی رفتار اخلاقی کارکنان بر رابطه میان عدالت سازمانی و رضایت شغلی کارکنان (مورد مطالعه: هتل‌های سه، چهار و پنج ستاره در شهر تهران)

مقدمه

نظریه‌پردازان علوم شناختی رفتار را تابعی از باورها، انتظارات، ارزش‌ها و سایر ادراکات ذهنی انسان می‌دانند. به بیان دیگر رفتار ناشی از انتخاب آگاهانه و منطقی انسان است. نظریه برابری یکی از نظریه‌های شناختی انگیزش کاری به شمار می‌آید و بر این پیش فرض استوار است که شناخت‌های کارکنان رمز درک انگیزش آنان است (رضائیان، ۱۳۸۳). پژوهش‌ها نشان داده است که فرآیندهای عدالت، نقش مهمی در سازمان ایفا می‌کنند و طرز برخورد با افراد در سازمان‌ها ممکن است باورها، احساسات، نگرش‌ها و رفتار کارکنان را تحت تاثیر قرار دهد (Bos, 2001).

صنعت مهمان‌نوازی^۱ از جمله هتل‌ها با توجه به طبیعت تجارت‌شان و نیاز به عملیات روزانه از جمله حجم گسترده معاملات صندوق، مجبورند با موضوعات اخلاقی^۲ سر و کار داشته باشند (Stevens, 2001). کارکنان بخش پذیرش هتل می‌توانند نسبت به مسایل اخلاقی آسیب‌پذیر باشند، زیرا اکثریت کارکنان درآمدشان از انعام‌ها و در محیط‌های کاری از جمله خدمات و سروانواع نوشیدنی‌ها به‌دست می‌آید (Kincaid *et al.*, 2007). همان طوری که لوکس^۳ در سال ۱۹۸۷ بیان می‌کند اینکه یک شرکت به‌طور اخلاقی رفتار کند یا نه بستگی به رفتار اخلاقی کارکنانش دارد. در دنیای کسب و کار امروز، اصول اخلاقی منعکس‌کننده مجموع کاراکترهای شخصی کارکنان است (Wiley, 1995). در صنعت هتلداری، کارکنان بخش پذیرش، بیشترین ارتباط را با مشتریان دارند و بنابراین عمل آنها می‌تواند به‌طور بالقوه تاثیر قابل توجهی بر تلاش‌های شرکت در ترویج رفتار اخلاقی داشته باشد.

در الگوی پیشنهاد شده در این پژوهش رفتار اخلاقی کارکنان توسط عدالت توزیعی و رویه‌ای تحت تاثیر قرار می‌گیرد. علاوه بر این، رضایت شغلی به‌عنوان نتیجه رفتار اخلاقی مورد بررسی

1. Hospitality Industry
2. Ethical Issues
3. Loucks

قرار می‌گیرد. نتایج این پژوهش اطلاعات مهم و ضروری برای مدیریت هتل‌ها را فراهم می‌کند و کارکنان را قادر می‌سازد که رفتار اخلاقی را به طور موثری تشویق کنند که نه تنها از مزایای آن دی‌نفعان بهره‌مند شوند، بلکه کل جامعه از مزایای آن نیز بتوانند بهره‌گیرند.

مبانی نظری پژوهش

نقش راهبردی رفتار اخلاقی

رفتار اخلاقی^۱ به طور کلی می‌تواند به‌عنوان رفتاری که درست یا غلط است، در نظر گرفته شود. بنابراین مردم را به آنچه باید انجام دهند و آنچه نباید انجام دهند، هدایت می‌کند (Beau-champ & Bowie, 2000). هم‌چنین، رفتار اخلاقی به وسیله «نقش‌ها، استانداردها، قانون‌ها، یا اصولی که دستورالعمل‌هایی برای رفتارهای درست اخلاقی و صداقت در موقعیت‌های خاص فراهم می‌آورد»، هدایت می‌شود (Levis, 1985). رفتار، موقعی به‌عنوان اصول اخلاقی در نظر گرفته می‌شود که خوبی‌های بیشتری نسبت به بدی‌ها به وجود آورد (Hunt & Vitell, 1986). یک فرد اخلاقی با توجه به اصول اخلاقی مشخصی مثل «انصاف^۲، عدالت^۳ و اطمینان^۴» رفتار می‌کند (Wiley, 1995). در محیط کسب و کار، رفتار اخلاقی می‌تواند این چنین توصیف شود: «عدالت و اعمال درست‌کار» که شرکت‌ها را در به‌دست آوردن رضایت مشتری و توسعه روابط بلندمدت با مشتریان قادر می‌سازد (Roman & Munuera, 2005). شخصیت‌های ویژه کارکنان و عوامل مرتبط با موقعیت سازمانی در رفتار اخلاقی نقش دارند (Low *et al.*, 2000). شخصیت‌های فردی اشاره به دانش افراد، ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها، غرض‌ها^۵، کاراکترهای اخلاقی و حساسیت اخلاقی^۶ دارد (Ferrell & Gresham, 1985).

Ashton & Orme (2003)، اخلاقیات را بدین صورت توصیف می‌نمایند: «اخلاقی بودن و اخلاقی عمل کردن شامل انجام دادن اقداماتی است در جهت کسب اطمینان از اینکه رفتار اخلاقی همواره و در همه شرایط اعمال می‌گردد». علاوه بر این Stainer & Stainer (1995) بیان می‌کند که رفتار اخلاقی بر اثر پنج عامل اصلی شکل می‌گیرد: شرایط کسب و کار، وظیفه، گروه همکاران، سبک رهبری و تجربه گذشته. علاوه بر اینها، محیط خارجی و برداشت جامعه از سازمان بسیار مهم و

1. Ethical Behavior
2. Fairness
3. Justice
4. Trust
5. Intentions
6. Ethical Sensitivity

تاثیرگذار می‌باشد (ابزری و یزدان‌شناس، ۱۳۸۶). عوامل موقعیت سازمانی به شرایط اخلاقی شرکت که مرتبط با ادراک کارکنان از اعمال رایج شرکت، رویه‌ها، هنجارها^۱، و ارزش‌ها در مفهوم اخلاقی هستند و نشانه‌هایی^۲ درباره رفتارهای قابل قبول را فراهم می‌کند، اشاره دارد (Jaramillo *et al.*, 2006). در مفهومی مشابه، عدالت سازمانی اشاره به این دارد که چگونه کارکنان انصاف سازمانی را تحت عنوان درآمدها و همچنین رویه‌ها و سیاست‌های استفاده شده در رسیدن به درآمدهای‌شان درک می‌کنند (Johnson, 2007). همانطوری که توسط Schminke *et al.* (1997) بیان شده است، مفهوم اصلی در اخلاقیات و عدالت سازمانی انصاف است که قضاوت افراد در مورد درست و غلط را تحت تاثیر قرار می‌دهد. تجربه کارکنان از انصاف شرکت بر تصمیم‌گیری‌های اخلاقی کارکنان اثر دارد. به عبارت دیگر، نیت اخلاقی افراد با درک آنها از انصاف شرکت شکل می‌گیرد (Johnson, 2007).

Schwepker & Good (2007) به این نکته اشاره دارند: هنگامی که کارکنان اخلاقی رفتار می‌کنند، کسب و کارشان را به درستی اداره می‌کنند و از اعمال نادرست و فریبنده پرهیز می‌کنند، ارتباط سودمند دوجانبه‌ای را با مشتریان‌شان با دنبال کردن کدهای اخلاقی^۳ شرکت و تعهد به استانداردهای اخلاقی در رفتار با مشتریان‌شان گسترش می‌دهند.

عدالت سازمانی

عدالت از زمره موضوع‌های پژوهشی بسیار مورد توجه در پژوهش‌های مدیریتی و روان‌شناسی است (خاکسار و همکاران، ۱۳۸۶). بر اساس شواهد پژوهشی موجود، تاکنون حداقل سه نوع عدالت از جانب صاحب‌نظران و پژوهشگران پذیرفته شده است (Nadiri & Tanova, 2010) که عبارتند از: عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت تعاملی. در این پژوهش عدالت تعاملی بررسی نمی‌شود، اما این نوع عدالت به انصاف در رفتار مدیران با کارکنان در رابطه با شیوه‌های عدالت سازمانی اشاره دارد (Niehoff & Moorman, 1993). عدالت تعاملی درک شده بستگی به واکنش کارکنان به حالتی دارد که در آن سرپرست مستقیم^۴ رویه‌های رسمی را انجام می‌دهد (Greenberg, 1987). از آنجایی که بعضی از کارکنان در پاسخ دادن به سؤال‌های مربوط به رفتار سرپرستان با مشکلاتی روبه‌رو بودند و بعضی از کارکنان در تمام روزها سرپرست یا ناظر مستقیم نداشتند، بنابراین عدالت تعاملی^۵ در این مطالعه حذف شده است.

1. Norms
2. Cues
3. Ethical Codes
4. Direct
5. Interactional Justice

عدالت توزیعی^۱ اشاره به «انصاف درک شده از نتایج سازمانی» دارد (Cohen-Charash & Spector, 2001). عدالت توزیعی اشاره به این دارد که آیا درآمدهای سازمانی به طور عادلانه توزیع شده‌اند یا نتایج سازمانی با نهادهای سازمانی قابلیت مقایسه دارند (Gilliland, 1994). در خصوص مثال‌هایی از عدالت توزیعی می‌توان به سطح پرداخت‌ها، تصمیم‌های مربوط به ترفیعات و پاداش‌ها، و کیفیت و کمیت حجم کار اشاره کرد (Walster *et al.*, 1978). عدالت توزیعی به عادلانه بودن پیامدها و نتایجی که کارکنان دریافت می‌کنند، اشاره دارد و این نوع عدالت ریشه در نظریه برابری (Adams, 1963) دارد. این نظریه به نحوه پاسخ‌دهی افراد نسبت به مداخله‌ها و رفتارهای ناعادلانه مدیران و سرپرستان در توزیع امکانات و پاداش‌ها در سازمان‌ها توجه دارد (حسین‌زاده، ۱۳۸۵).

عدالت رویه‌ای^۲ اشاره به انصاف رویه‌های رسمی تصمیم‌گیری سازمانی و اینکه چگونه این رویه‌ها انجام می‌گیرند، دارد که با شرح رویه‌ها و رفتارهای میان فردی مرتبط است (Johnson, 2007). Greenberg (1994) بیان می‌کند هنگامی که سرپرستان توضیحات کافی از تصمیم‌گیری‌های خود در اختیار کارکنان قرار می‌دهند، آنها درک می‌کنند که عدالت رویه‌ای وجود دارد. ادراک کارکنان از عدالت در سازمان‌ها به طور قابل توجهی رفتار اخلاقی‌شان را تحت تاثیر قرار می‌دهد (Trevino & Weaver, 2001). اینکه چگونه کارکنان انصاف و عدالت کلی سازمانی را درک می‌کنند، تعیین‌کننده تصمیم‌گیری‌های آنان در مورد روابطشان با سازمان است. با توجه به تئوری برابری، کارکنان کیفیت یا کمیت کارشان را تغییر می‌دهند تا عدالت را پس بگیرند (Adams, 1963).

هنگامی که کارکنان عدالت را در سازمان مشاهده کنند، کمتر در جستجوی فرصت‌ها برای موازنه دارایی‌ها^۳ با افزایش منفعت‌شان از مخارج سازمان برمی‌آیند (Trevino & Weaver, 2001). مطابق نظریه برابری آدامز فرآیند مقایسه برابری افراد با یکدیگر در محیط کاری بر مبنای نسبت ورودی به خروجی انجام می‌شود. ورودی: آورده‌های فرد مانند سطح تحصیلات، تجربه، کوشش و وفاداری به سازمان است و نتایج آن عبارت است از آنچه فرد در ازای آورده‌های خود از سازمان دریافت می‌کند، مانند حقوق، روابط اجتماعی، شناسایی و پاداش درونی. کارکنان سازمان نخست نحوه رفتار سازمان را با خود می‌سنجند و فرد با این ارزیابی، احساس رفتار عادلانه یا ناعادلانه و یا به عبارت بهتر احساس رضایت یا نارضایتی از سازمان را درک می‌کند (Bjork *et al.*, 2007). علاوه بر این هنگامی که با

-
1. Distributive Justice
 2. Procedural Justice
 3. Thing Out

کارکنان به طور عادلانه رفتار می‌شود، آنها تمایل بیشتری برای انتقال^۱ منافع شخصی کوتاه‌مدت‌شان به منافع گروه یا سازمان دارند (Lind & Tyler, 1988). علاوه بر این در برابر عدالت سازمانی که وجود دارد، کارکنان تمایل بیشتری به داشتن رفتارهای اخلاقی دارند تا جایی که انتظارات سازمان را برآورده کنند. کارکنان همچنین تحریک می‌شوند تا شهروند سازمانی خوبی باشند و رفتار مفیدی از خود نشان دهند. کارکنان برخورد عادلانه را با در میان گذاشتن اطلاعات کامل و تمام با مدیران برای تسهیل تصمیم‌گیری مدیران و همچنین گزارش مسایل اخلاقی تا اینکه به سازمان برای جلوگیری از هرگونه تخلف از مقررات و استانداردهای صنعتی کمک نمایند، جبران^۲ می‌کنند. هنگامی که کارکنان درک کنند که عدالت سازمانی وجود دارد کمتر رفتار غیراخلاقی میان آنها دیده می‌شود (Trevino & Weaver, 2001). به عبارت دیگر، هنگامی که کارکنان دریافت کنند که بی‌عدالتی در سازمان وجود دارد، آنها نگرش منفی در مورد سازمان‌شان پیدا می‌کنند و بنابراین در تقابل با سازمان عمل می‌کنند یا حتی ممکن است به سازمان آسیب وارد کنند (Cohen-Charash & Spector, 2001). در چنین چرخه‌ای، کارکنان ممکن است با رفتار ضدتولیدی^۳ و کناره‌گیری از شغل^۴ تا جبران^۵ بی‌عدالتی مقابله به‌مثل کنند. چندین مثال از رفتارهای غیراخلاقی و مضر عبارتند از: خودداری کردن از در اختیار قرار دادن اطلاعات مهم، دزدی از سازمان و مخفی کردن اشتباهات (Trevino & Weaver, 2001). بنابراین طرح می‌شود که رابطه مثبت و مستقیمی بین عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و رفتار اخلاقی وجود دارد.

فرضیه ۱) عدالت توزیعی بر رفتار اخلاقی کارکنان تاثیر مثبت دارد.

فرضیه ۲) عدالت رویه‌ای بر رفتار اخلاقی کارکنان تاثیر مثبت دارد.

رضایت شغلی

رضایت شغلی^۶ متشکل از واکنش شناختی و عاطفی افراد به صورت نگرشی نسبت به شغل و کار خود است. این متغیر در مطالعات متعدد و به‌ویژه در ارتباطات سنجی با عدالت و قواعد آن در داخل و خارج مورد استفاده قرار گرفته است (عریضی و گل‌پرور، ۱۳۸۸). Spector (1997) رضایت شغلی را این گونه تعریف کرده است: «احساسات کلی در مورد شغل یا احساسات وابسته

1. Subordinate
2. Reciprocate
3. Counterproductive
4. Withdrawal
5. Redress
6. Job Satisfaction

به نگرش‌ها در مورد جنبه‌های گوناگون یا رویه‌های شغل^۱. چندین عامل می‌تواند رضایت شغلی را تحت تاثیر قرار دهد. در این مقاله رضایت شغلی از دید رفتار اخلاقی، عدالت توزیعی و عدالت رویه‌ای مورد بررسی قرار می‌گیرد. کارکنان رضایت شغلی را از طریق انجام رفتار اخلاقی به دست می‌آورند (Koh & Boo, 2001). همان طوری که توسط Howe *et al.* (1994) بیان شده است کارکنان مشتری‌محور^۲، رغبت کمتری به شرکت در فعالیت‌های غیراخلاقی دارند. از نظر Shelly & Nasser (2003) رضایت شغلی نتیجه ادراک کارکنان از چگونگی برآورده شدن انتظارات مهم آنها توسط شغل آنهاست. آنها دو جنبه مهم برای رضایت شغلی در نظر گرفته‌اند: اول اینکه رضایت شغلی یک پاسخ احساسی به شرایط کار است و دوم اینکه رضایت شغلی را می‌توان از طریق چگونگی دستیابی به اهداف (تئوری هدف‌گذاری؛ Locke & Gray, 1969) یا برآورده شدن انتظارات (نظریه انتظار وروم؛ به نقل از مقیمی، ۱۳۸۶) تعیین کرد. زمانی که گفته می‌شود یک فرد رضایت شغلی بالایی دارد، در حقیقت منظور این است که او به میزان زیادی شغل خود را دوست داشته، احساسات مثبتی نسبت به آن دارد و از طریق آن توانسته نیازهای خود را ارضاء کند (Ford, 2002).

علاوه بر این، عدالت سازمانی شرط پایه‌ای رضایت شغلی است (Greenberg, 1990). بر اساس نظر (Greenberg, 1990)، کارکنان از سیستم سازمان راضی هستند یا نه، به وسیله ادراک‌شان از عدالت رویه‌ای قابل تشخیص است و آیا آنها از درآمدهای سازمان راضی هستند یا نه، به وسیله عدالت توزیعی قابل تشخیص است. مطالعات قبلی، ارتباط مثبتی بین عدالت سازمانی و رضایت شغلی نشان می‌دهد و سطح بالای عدالت ادراک شده منجر به رضایت شغلی می‌شود (Folger & Konovsky, 1989). طبق نظر (Moorman, 1991) هنگامی که کارکنان، سازمان را عادل^۳ می‌بینند، نگرش‌های مثبت در مورد کارشان، نتایج‌شان و ناظران‌شان پیدا می‌کنند. بنابراین فرضیه‌های زیر شکل می‌گیرند:

- فرضیه ۳) رفتار اخلاقی کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان تاثیر مثبت دارد.
- فرضیه ۴) عدالت توزیعی بر رضایت شغلی کارکنان تاثیر مثبت دارد.
- فرضیه ۵) عدالت رویه‌ای بر رضایت شغلی کارکنان تاثیر مثبت دارد.

-
1. Facets of the Jobs
 2. Customer-Oriented
 3. As Just

پیشینه پژوهش

یعقوبی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهش خود با عنوان «رابطه عدالت سازمانی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی در بین کارکنان بیمارستان‌های منتخب دانشگاه علوم پزشکی اصفهان»، به این نتیجه رسیدند که میزان عدالت سازمانی با اختلاف کمی در بیمارستان‌های خصوصی بیشتر بوده و از طرفی میزان رضایت شغلی کارکنان بیمارستان‌های خصوصی از بیمارستان‌های دولتی بیشتر بوده است.

در مطالعات (Heskett *et al.* (1994) و (Beatty *et al.* (1996)، عامل اولیه سهیم در رضایت شغلی نمایندگی‌های بیمه^۱ این است که آنها چگونه خودشان را قادر به تامین نیازهای مشتریان می‌دانند. به عبارت دیگر، وقتی کارکنان بیشتر رویکرد مشتری‌محوری دارند، تمایل بیشتری به داشتن رفتارهای اخلاقی دارند و این به رضایت شغلی بالاتری منجر می‌شود. (Yousef (2001 نشان داد که رضایت شغلی با اخلاق کار و تعهد سازمانی رابطه معنی‌داری دارد.

(Hugick & Leonard (1991 و (Chen-Mc-Cain *et al.* (2009 نشان دادند که ۸۳ درصد آمریکایی‌ها شغل‌شان را دوست دارند، زیرا آنها می‌توانند به دیگران کمک کنند و کاری را انجام دهند که برای جامعه مهم است. آنها قادر به برآورده کردن نیازهای شغلی از طریق کازینوها^۲ هستند و ضمناً قادر به قضاوت اخلاقی که به طور کلی به مشتریان در راستای رضایت شغلی کمک می‌کند، می‌باشند.

(Thompson (2001 در پژوهشی رابطه بین عدالت و رضایت مشتری را سنجیده است. در این پژوهش عدالت را از سه بعد عدالت توزیعی، روبه‌ای و مراوده‌ای مورد بررسی قرار داده است و به این نتیجه رسیده است که عدالت توزیعی بهترین پیشگوکننده رضایت می‌باشد.

در پژوهشی که توسط (Okpara & Wynn (2008 صورت گرفت، نتایج این پژوهش حاکی از وجود رابطه معنی‌دار بین اخلاق کار سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی بود.

هدف اصلی این پژوهش تحلیل راهبردی نقش اخلاقی کارکنان در هتل‌های سه، چهار و پنج ستاره در شهر تهران بود. در ضمن بررسی تاثیر عدالت توزیعی و عدالت روبه‌ای بر رضایت شغلی و رفتار اخلاقی کارکنان به‌عنوان دیگر اهداف این پژوهش در نظر گرفته شد.

1. Insurance Agents
2. Casino

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر حسب هدف، از نوع کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی و پیمایشی است و همچون بسیاری از مطالعات توصیفی مشابه که در آنها از پرسشنامه، مصاحبه و یا مشاهده برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده می‌شود، از پرسشنامه به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شد. مقیاس پاسخگویی در پرسشنامه طیف شش درجه‌ای لیکرت بود (کاملاً مخالفم = ۱ و کاملاً موافقم = ۶). با عنایت به اینکه در پژوهش‌هایی که از طیف لیکرت پنج گزینه‌ای استفاده می‌شود، اکثر پاسخ‌دهندگان تمایل به پاسخگویی در حد متوسط دارند، بنابراین در این پژوهش از طیف شش گزینه‌ای استفاده شد. با توجه به هدف پژوهش، جامعه آماری مورد نظر کلیه افراد شاغل در بخش مربوط به خدمات هتل‌های شهر تهران بودند که برای محاسبه تعداد نمونه آماری از فرمول کوکران استفاده شد.

$$N = \frac{z_{\alpha/2}^2 p[1-p]}{\epsilon^2}$$

نسبت موفقیت (p) ۰/۵ در نظر گرفته شد که از قرار دادن آن در فرمول فوق در سطح اطمینان ۹۵ درصد و ضریب خطا (ε) ۰/۰۷، حجم نمونه ۱۹۶ نفر به‌دست آمد که این تعداد نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از بین هتل‌های سه، چهار و پنج ستاره شهر تهران انتخاب شدند. برای سنجش هر یک از متغیرهای عدالت توزیعی و رویه‌ای نه‌گویه طراحی گردید و از پرسشنامه Baker et al. (2006) استفاده گردید. برای سنجش رفتار اخلاقی از پرسشنامه (1993) Swanson & Hill استفاده شد. این پرسشنامه پس از تهیه به زبان فارسی ترجمه شد. هر سوال این پرسشنامه مربوط به زمینه‌ای خاص بود که به آنها اشاره می‌شود: ۱. عدالت؛ ۲. درست‌کاری؛ ۳. قضاوت درست و نادرست؛ ۴. وفاداری؛ ۵. صداقت؛ ۶. همدلی؛ ۷. کمک کردن؛ ۸. وفاداری؛ ۹. پشیمانی؛ ۱۰. مشارکت کردن؛ ۱۱. استقلال؛ ۱۲. نوع‌دوستی؛ ۱۳. قابل اعتماد بودن؛ ۱۴. با ادب بودن؛ و ۱۵. داشتن دیدگاه منطقی. (1993) Swanson & Hill ضریب پایایی این آزمون را با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۶ محاسبه کردند. برای سنجش رضایت شغلی چهار گویه طراحی گردید که از پرسشنامه Spector (1985) استفاده شد.

در این پژوهش برای افزایش روایی محتوایی پرسشنامه از نظرات اعضاء هیات علمی دانشگاه اصفهان استفاده شد و در نهایت اطمینان حاصل گردید که پرسشنامه پژوهش خصیصه‌های مورد نظر پژوهشگران را می‌سنجد. برای پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ جهت تعیین قابلیت پرسشنامه استفاده شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS ضریب اعتبار اجزای مختلف پرسشنامه به

شرح جدول ۱ تعیین گردید.

جدول ۱: ضرایب اعتبار پرسشنامه پژوهش

| متغیر | عدالت توزیعی | عدالت رویه‌ای | رفتار اخلاقی | رضایت شغلی |
|-------------|--------------|---------------|--------------|------------|
| ضریب اعتبار | ۰/۷۹ | ۰/۷۶۸ | ۰/۸۲۵ | ۰/۷۹۸ |

با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ برای هر چهار متغیر بالاتر از ۰/۷۰ می‌باشد، بنابراین پژوهش از پایایی مناسبی برخوردار است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مخاطبین در جدول ۲، به صورت خلاصه آورده شده است.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

| جنسیت | شرح ویژگی‌ها | | درصد |
|------------------|------------------------|-------|------|
| | تعداد | تعداد | |
| زن | ۸۸ | ۴۵ | ۵۵ |
| | ۱۰۸ | ۳۹ | |
| مرد | ۲۰-۳۰ | ۷۶ | ۳۰ |
| | ۳۱-۴۰ | ۵۹ | |
| | ۴۱-۵۰ | ۲۰ | |
| بالتر از ۵۰ | ۲۱ | ۱۱ | ۲۹ |
| | دیپلم و پایین‌تر | ۵۷ | |
| تحصیلات | کارדانی | ۷۳ | ۳۰ |
| | کارشناسی | ۵۸ | |
| | کارشناسی ارشد و بالاتر | ۸ | |
| تجربه کاری (سال) | کمتر از ۵ | ۲۴ | ۴۷ |
| | ۵-۱۰ | ۹۲ | |
| | بیش از ۱۰ | ۵۷ | |

در این پژوهش از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون تحلیل مسیر استفاده شد. در

جدول ۳، همبستگی بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است.

جدول ۳: آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن

| آماره | متغیر | میانگین | انحراف معیار | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ |
|-------|---------------|---------|--------------|---|-----|------|-------|
| ۱ | عدالت توزیعی | ۳/۸۵ | ۱/۱ | | | | |
| | عدالت رویه‌ای | ۳/۶۸ | ۱/۰۷ | ۱ | | | ۰/۴۶۳ |
| | رفتار اخلاقی | ۳/۸۳ | ۱/۲۱ | ۱ | ۱ | | ۰/۲۹۵ |
| | رضایت شغلی | ۳/۹۶ | ۱/۰۳ | ۱ | ۰/۳ | ۰/۳۴ | ۰/۴۸۹ |

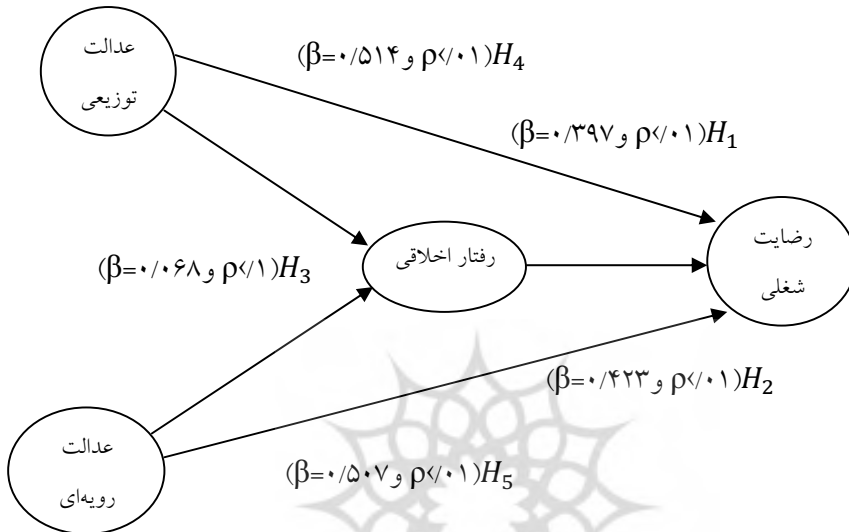
همانگونه که در جدول ۳ آورده شده است، بیشترین همبستگی بین متغیرهای پژوهش به عدالت توزیعی و رضایت شغلی برمی‌گردد و بین همه متغیرهای پژوهش در سطح ۹۵ درصد ارتباط معنی‌داری وجود دارد. در جدول ۴ نتایج آزمون تحلیل مسیر آورده شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون تحلیل مسیر

| اثر کل | رضایت شغلی | | رفتار اخلاقی | متغیر |
|--------|----------------|------------|--------------|--------------------------|
| | اثر غیر مستقیم | اثر مستقیم | | |
| ۰/۵۴۱ | ۰/۰۲۷ | ۰/۵۱۴ | ۰/۳۹۷ | عدالت توزیعی |
| ۰/۵۳۶ | ۰/۰۲۹ | ۰/۵۰۷ | ۰/۴۲۳ | عدالت رویه‌ای |
| - | - | ۰/۰۶۸ | - | رفتار اخلاقی |
| - | - | ۱۲۶/۳۴۵ | ۶۴/۵۲۰ | F-Value |
| - | - | ۰/۵۸۶ | ۰/۳۶۴ | R ² تعدیل شده |

جدول ۴، نتایج آزمون تحلیل مسیر را نشان می‌دهد که هر پنج فرضیه تایید شده‌اند. عدالت توزیعی ($\beta=۰/۳۹۷$ و $\rho<۰/۰۱$) و عدالت رویه‌ای ($\beta=۰/۴۲۳$ و $\rho<۰/۰۱$) اثر مثبت و مستقیمی بر رفتار اخلاقی دارند. علاوه بر این عدالت توزیعی ($\beta=۰/۵۱۴$ و $\rho<۰/۰۱$) و عدالت رویه‌ای ($\beta=۰/۵۰۷$ و $\rho<۰/۰۱$) تاثیر مثبت و مستقیمی بر رضایت شغلی دارند. در مقایسه با عدالت توزیعی ($\beta=۰/۳۹۷$) و عدالت رویه‌ای ($\beta=۰/۴۲۳$)، رفتار اخلاقی کارکنان کمترین اثر $۰/۰۶۸$ را بر رضایت شغلی در سطح معنی‌داری $۰/۱$ دارد. نتایج آزمون تحلیل مسیر نشان می‌دهد که عدالت رویه‌ای از اهمیت بیشتری در مقایسه با عدالت

توزیعی در تشخیص رفتار اخلاقی کارکنان برخوردار است. درحالی که عدالت توزیعی نسبت به عدالت رویه‌ای تعیین‌کننده بااهمیت‌تری برای رضایت شغلی است که در جدول ضریب همبستگی هم ارتباط بین عدالت توزیعی و رضایت شغلی بیشترین ضریب را داشت. بنابراین الگو به شکل زیر درمی‌آید.



شکل ۱: الگوی نهایی تجربی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

سازمان نقش مهمی در رفتارهای فردی کارکنان ایفا می‌کند. ایجاد ارزش‌های اخلاقی در سازمان می‌تواند از طریق تاثیر بر متغیرهای سازمانی دیگر، منجر به رضایت شغلی کارکنان شود. افزایش ادراک از عدالت توزیعی و رویه‌ای منجر به افزایش عدالت سازمانی می‌شود و همانطور که رفتار اخلاقی افزایش می‌یابد، رضایت شغلی نیز بالا می‌رود. نتایج پژوهش با توجه به الگوی ارائه شده، نشان می‌دهد که ارزش‌های اخلاقی سازمان، عدالت رویه‌ای و توزیعی به‌عنوان پیش‌زمینه‌های مهم رضایت شغلی کارکنان می‌باشند که نتایج این پژوهش با مطالعات (2001) Thompson مطابقت دارد. علاوه بر این نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کارکنان هتل‌ها عدالت توزیعی و رویه‌ای را به‌عنوان فاکتورهای انگیزشی مهمی در نظر دارند که رفتار اخلاقی‌شان را در هنگام تعامل با مشتریان تحت تاثیر قرار می‌دهند. درحالی‌که مدیران هتل‌ها باید اقداماتی

در جهت افزایش ادراک کارکنان از عدالت توزیعی و رویه‌ای انجام دهند. از آنجایی که عدالت رویه‌ای تاثیر مستقیم بیشتری دارد، بیشتر تاکید مدیران باید بر عدالت رویه‌ای باشد. در مقایسه با عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای پیش‌بینی‌کننده بهتری از ارزیابی کارکنان از «کاراکنتر سازمان» است (Sweeney & Mc-Farlin, 1993).

مطالعات Cohen-Charash & Spector (2001) نشان دادند که عدالت رویه‌ای قدرت پیش‌بینی‌کنندگی قویتری برای عملکرد شغلی و رفتار ضدتولیدی دارد. بیشتر پژوهش‌های انجام شده در این حوزه به بررسی روابط بین عدالت سازمانی و نتایج خاص سازمانی از قبیل تعهد سازمانی، رضایت شغلی، عملکرد کاری و رفتار شهروندی سازمانی پرداخته‌اند، اما به طور ویژه پژوهشی در زمینه اینکه چگونه عدالت سازمانی رفتار اخلاقی کارکنان را در رابطه با مشتریان تحت تاثیر قرار می‌دهد، انجام نشده است. در این پژوهش چارچوبی بررسی شده است که عدالت سازمانی به‌عنوان یک متغیر مستقل رفتار اخلاقی کارکنان را در رابطه با مشتریان تحت تاثیر قرار می‌دهد. در این پژوهش نشان داده شده است که رفتار اخلاقی کارکنان هتل به وسیله عدالت توزیعی و عدالت مرادهای تحریک می‌شود، درحالی‌که تاثیر عدالت رویه‌ای بیشتر است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که درک عدالت سازمانی، پیش‌بینی‌کننده رفتار اخلاقی کارکنان است که نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های Okpara & Wynn (2008) و همچنین Warner (2005) مطابقت دارد. علاوه بر این، همانطوری که توسط Baker *et al.* (2006) بیان شده است بیشتر مطالعات به تشخیص تعیین‌کننده‌های رفتار اخلاقی نسبت به نتایج آن پرداخته‌اند. درحالی‌که در این مطالعه نشان داده شده است رفتار اخلاقی پیش‌بینی‌کننده رضایت شغلی کارکنان هتل است.

پیشنهادات

عدالت توزیعی بیشترین تاثیر را بر رضایت شغلی کارکنان دارد، بنابراین مدیران هتل‌ها برای ارتقای سطح رضایت شغلی کارکنان باید در نحوه پاداش و مزایا و دیگر خدمات ارایه شده به کارکنان، حساسیت لازم را به عمل آورده و متناسب با شایستگی‌ها با آنان رفتار نمایند. رفتار اخلاقی کارکنان از هر دو نوع عدالت تاثیرپذیر است، اما سطح تاثیر عدالت رویه‌ای بیشتر است، بنابراین برای ترویج و ارتقای رفتار اخلاقی در سطح سازمان مدیران هتل‌ها می‌توانند به شفافیت رویه‌های تصمیم‌گیری سازمانی و روابط میان افراد و روابط چندجانبه میان آنان کمک کنند. از لحاظ کاربردی، نتایج این پژوهش ارتباط مثبتی بین عدالت سازمانی و رفتار اخلاقی نشان می‌دهد، مدیران هتل‌ها باید توجه بیشتری به رفتار غیراخلاقی کارکنان بخش پذیرش هتل که در

نتیجه تخلف از قوانین و مقررات به وجود می‌آید، داشته باشند.

انتظار جامعه از صنعت هتلداری این است که با مسئولیت اجتماعی رفتار کنند، بنابراین در پاسخ به این انتظارات، مدیران هتل‌ها باید رفتار اخلاقی را از طریق برخورد عادلانه و منصفانه با کارکنان ترویج کنند. موفقیت سازمان در ترویج رفتارهای اخلاقی بستگی به ادراک کارکنان از طرز برخورد و عدالت ادراکی موجود در سازمان دارد، اگر کارکنان عدالت ادراکی موجود در سازمان را لمس کنند، اشتیاق بیشتری برای شریک شدن در اهداف سازمان و ارایه مسایل اخلاقی به سازمان دارند. بنابراین سازمان‌هایی که برنامه‌های اخلاقی را محور کار خود قرار می‌دهند، نیاز دارند که بر عدالت کلی حاکم بر سازمان نظارت داشته باشند.

سازمان‌ها و مدیران رده بالای آنها باید به رفتارهای غیراخلاقی که علی‌رغم ظاهر، واژه آن ممکن است چندان محسوس و آشکار نباشند، توجه جدی مبذول دارند و به اشکال مختلف با برنامه‌های آموزشی در حوزه نحوه تعاملات و برخوردهای اخلاقی و مثبت برای سرپرستان و مدیران، بستر را برای تضعیف این نوع رفتارها فراهم آورند. در بسیاری شرایط، دوره‌های آموزشی سرپرستان و مدیران را نسبت به ارزش انسانی و اخلاقی کارکنان هوشیارتر و حساس‌تر می‌کند.

پیشنهاد‌های آتی

با در نظر گرفتن مطرح بودن بحث رفتار اخلاقی کارکنان و اهمیت آن در سازمان‌های گوناگون، پیشنهاد می‌گردد که پژوهشگران اولویت‌بندی عوامل موثر بر رفتار اخلاقی کارکنان را با تکنیک‌های مختلف در سازمان‌های گوناگون انجام دهند.

با توجه به اینکه در این پژوهش بیشتر هتل‌های دولتی مورد پژوهش قرار گرفته‌اند، پیشنهاد می‌گردد که پژوهشگران پژوهش‌های آتی خود را در بخش‌های خصوصی انجام دهند و نتایج پژوهش را با هم مقایسه کنند. از آنجایی که این پژوهش فقط در بخش‌هایی از هتل که به طور مستقیم با مشتری سروکار دارند انجام شده است، به منظور پایایی بیشتر پژوهش و قابلیت تعمیم نتایج آن، سعی شود دیگر کارکنان هتل‌ها مثل بخش‌های بازاریابی و فنی و غیره در پژوهش گنجانده شوند.

محدودیت‌های پژوهش

با توجه به محدودیت مالی و زمانی جهت انجام دادن عمیق و گسترده این پژوهش، توصیه می‌شود که سایر پژوهشگران به منظور پایایی بیشتر، این پژوهش را در سطح وسیع‌تر و با

تکنیک‌های آماری به روزتر و همچنین از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده استفاده کنند.

منابع

الف) فارسی

- ابزری، مهدی و یزدان‌شناس، مهدی (۱۳۸۶). مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین. *فرهنگ مدیریت*، سال پنجم، شماره پانزدهم، صفحات ۴۲-۵.
- حسین‌زاده، علی. (۱۳۸۵). عدالت سازمانی. *مجله تدبیر*، جلد ۵، شماره ۱۹۰، صفحات ۲۳-۱۸.
- خاکسار، سرور، گل‌پرور، محسن و نوری، ابوالقاسم (۱۳۸۶). نقش میانجی عدالت سازمانی ادراک شده در رابطه بین خودپنداره مژمن کارکنان با رضایت آنها از نتیجه، سرپرست و مدیریت. *مجله دانش و پژوهش در روان‌شناسی*، جلد اول، شماره ۳۳، صفحات ۲۶-۱.
- رضائیان، علی (۱۳۸۳). *مبانی سازمان و مدیریت*. تهران: انتشارات سمت. صفحات ۱۳۵-۱۲۰.
- عریضی، حمیدرضا و گل‌پرور، محسن (۱۳۸۸). تاثیر حالات خلقی لحظه‌ای بر رضایت شغلی لحظه‌ای و تاخیری. *مطالعات آموزش و یادگیری*، دوره ۵۶، شماره ۱، صفحات ۱۶۶-۱۴۲.
- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۶). *سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی*. تهران: ترمه. صفحات ۴۱-۳۳.
- یعقوبی، مریم، سقاییان‌نژاد اصفهانی، سکینه، گرجی، حسن ابوالقاسم، نوروزی، محسن و رضایی، فاطمه (۱۳۸۸). رابطه عدالت سازمانی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی در بین کارکنان بیمارستان‌های منتخب دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. *فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت سلامت*، دوره ۱۲، شماره ۳۵، صفحات ۳۲-۲۵.

ب) انگلیسی

- Adams, J. S. (1963). Toward an understanding of inequity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422-436.
- Ashton, C., & Orme, G. (2003). Ethics-A foundation competency. *Industrial and Commercial Training*, 35(5), 184-190.
- Baker, T. L., Hunt, T. G., & Andrews, M. C. (2006). Promoting ethical behavior and organizational citizenship behaviors: The influence of corporate ethical values. *Journal of Business Research*, 59(7), 849-857.
- Beaty, S., Mayer, M., Coleman, J., Reynolds, K., & Lee, J. (1996). Customer-sales associate retail relationship. *Journal of Retailing*, 72(2), 223-247.
- Beauchamp, T., & Bowie, N. (6th Eds.). (2000). *Ethical theory and business*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ. p. 171.
- Bjork, I. T., Samdal, G. B., Hansen, B. S, Torstad, S., & Hamilton, G. A. (2007). Job satisfaction in a Norwegian population of nurses. *International Journal*

- of *Nursing Studies*, 44(4), 747-757.
- Bos, K. V. (2001). Fundamental research by means of laboratory experiments is essential for a better understanding of organizational justice. *Journal of Vocational Behavior*, 58(9), 254-259.
- Chen-Mc-Cain, S. L., Tsai, H., & Bellino, N. (2009). The antecedents and consequences of implementing responsible gaming practice. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(4), 395-407.
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278-321.
- Ferrell, O. C., & Gresham, L. G. (1985). A contingency framework for understanding ethical decision making in marketing. *Journal of Marketing*, 49(3), 87-96.
- Folger, R., & Konovsky, M. A. (1989). Effects of procedural and distributive justice on reactions to a selection system. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 691-701.
- Ford, J. (2002). Job satisfaction and attribution among school psychology. *Jacalyn Weissenburger*, 41(7), 112-119.
- Gilliland, S. W. (1994). Effects of procedural and distributive justice on reactions to a selection system. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 691-701.
- Greenberg, J. (1987). Reaction to procedural injustice in payment distributions: Do the means justify the ends. *Journal of Applied Psychology*, 72(1), 55-61.
- Greenberg, J. (1990). Organizational justice: Yesterday, today, and tomorrow. *Journal of Management*, 16(2), 392-432.
- Greenberg, J. (1994). Using socially fair treatment to promote acceptance of work site smoking ban. *Journal of Applied Psychology*, 79(2), 288-297.
- Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164-174.
- Howe, V., Hoffman, K. D., & Hardigree, D. W. (1994). The relationship between ethical and customer-oriented service provider behaviors. *Journal of Business Ethics*, 13(7), 497-506.
- Hugick, L., & Leonard, J. (1991). Job dissatisfaction grows; monitoring on the rise. *Gallup Poll News Service*, 56(7), 1-11.
- Hunt, S., & Vitell, S. (1986). A general theory of marketing ethics. *Journal of Macro-Marketing*, 6(5), 5-16.
- Jaramillo, F., Mulki, J. P., & Solomon, P. (2006). The role of ethical climate on salespersons role stress, job attitudes, turnover intention, and job performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 16(3), 271-282.

- Johnson, J. S. (2007). *Organizational justice, moral ideology, and moral evaluation as antecedents of moral intent* (Ph.D. Dissertation). Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA. pp. 77-83.
- Kincaid, C. S., Baloglu, S., & Corsun, D. (2007). Modeling ethics: The impact of management actions on restaurant workers ethical optimism. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 470-477.
- Koh, H. C., & Boo, E. H. (2001). The link between organizational ethics and job satisfaction: A study of managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, 29(4), 309-324.
- Levis, P. V. (1985). Defining business ethics: Like nailing Jello to a wall. *Journal of Business Ethics*, 4(5), 377-383.
- Lind, E. A., & Tyler, T. R. (1988). *The social psychology of psychology of procedural justice*. Plenum Press, New York, NY. pp. 78-92.
- Locke, E. A., & Gray, P. L. (1969). *Goal setting: A motivational technique that works*. Englewood Cliffs, N. J. Prentice-Hall, Inc. pp. 38-45.
- Low, T. W., Ferrell, L., & Mansfield, P. (2000). A review of empirical studies assessing ethical decision making in business. *Journal of Business Ethics*, 25(3), 185-204.
- Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship. *Journal of Applied Psychology*, 76(6), 845-855.
- Nadiri, H., & Tanova, C. (2010). An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(11), 33-41.
- Niehoff, B. P., & Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36(3), 527-539.
- Okpara, J. O., & Wynn, P. (2008). The impact of ethical climate on job satisfaction, and commitment in Nigeria, Implications for management development. *Journal of Management Development*, 9(27), 935-950.
- Roman, S., & Munuera, J. L. (2005). Determinants and consequences of ethical behavior: An empirical study of salespeople. *European Journal of Marketing*, 39(5/6), 473-495.
- Schminke, M., Ambrose, M. L., & Noel, T. W. (1997). The effect of ethical framework on perceptions of organizational justice. *Academy of Management Journal*, 40(5), 1190-1207.
- Schweper, C. H., & Good, D. J. (2007). Sales managements influence on employee and training in developing an ethical sales force. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 17(4), 325-339.

- Shelly, G. H., & Nasser, L. (2003). Teacher reaction job satisfaction in a year-round school. *Journal Educational Leadership*, 60(23), 65-89.
- Spector, P. E. (1985). Measurement of human service staff satisfaction: Development of the job satisfaction survey. *American Journal of Community Psychology*, 13(6), 693-713.
- Spector, P. E. (1997). Job satisfaction: *Application assessment, causes, and consequences*. Sage, Thousand Oaks, CA. pp. 123-144.
- Stainer, A., & Stainer, L. (1995). Productivity, quality and ethics: A European viewpoint. *European Business Review*, 95(6), 3-11.
- Stevens, B. (2001). Hospitality ethics: Responses from human resource directors and students to seven ethical scenarios. *Journal of Business Ethics*, 30(3), 233-242.
- Swanson, L. H., & Hill, G. (1993). Meta cognitive of moral reasoning and behavior. *Adolescence Journal*, 28(6), 711-725.
- Sweeney, P. D., & Mc-Farlin, D. B. (1993). Workers evaluations of the ends and the means: An examination of four models of distributive and procedural justice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 55(1), 23-40.
- Thompson, S. (2001). The effects of perceived justice on satisfaction and behavior intentions: The case of computer purchase. *Journal of Distribution Management*, 29(2), 109-124.
- Trevino, L. K., & Weaver, G. R. (2001). Organizational justice and ethics program follow-through influences on employees harmful and helpful behavior. *Business Ethics Quarterly*, 11(4), 651-671.
- Walster, E., Walster, G. W., & Berschield, E. (1978). *Equity: Theory and research*. Allyn & Bacon, Boston, MA. pp. 176-194.
- Warner, A. (2005). Overview of collective licensing models and of DRM systems and technologies used for IPR protection and management. *Annals Review of Technology*, 8(6), 211-234.
- Wiley, C. (1995). The ABCs of business ethics: Definitions, philosophies and implementation. *Industrial Management*, 37(1), 22-27.
- Yousef, D. A. (2001). Islamic work ethic-a moderator between organizational commitment and job satisfaction in a cross-culture context. *Personnel Review*, 2(30), 15-20.