

پیچیده‌تر شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرمسئولانه در محیط‌های کاری، توجه مدیران و محققان را به بحث اخلاق سازمانی و مدیریت آن معطوف کرده است. این توجه به موضوع اخلاق سازمانی باعث شد که در سال‌های اخیر تحقیقات زیادی درباره عوامل مؤثر بر اخلاق در محیط‌های کاری انجام شود. تحقیق حاضر درصدد بررسی مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر اخلاق سازمانی در تحقیقات انجام‌شده در ایران با استفاده از روش فراتحلیل است. جامعه آماری تحقیق همه مقالات معتبر علمی است که در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ با موضوع اخلاق سازمانی منتشر شده است. در نهایت ۳۶ تحقیق انتخاب و با نرم‌افزار CMA² مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که در مجموع رابطه ۴۴ متغیر با اخلاق سازمانی در تحقیقات مختلف بررسی شده است. از بین این متغیرها، سه متغیر تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی بیشترین تأثیر را بر اخلاق سازمانی داشته‌اند. نتایج فراتحلیل نشان داد که اندازه اثر بین تعهد سازمانی و اخلاق سازمانی با ۰/۵۵ در حد بالا و اندازه اثر ترکیبی فرهنگ سازمانی و اخلاق سازمانی با ۰/۴۹ در حد متوسط قرار دارد. رابطه رضایت شغلی و اخلاق سازمانی، در تحقیقات مرور شده معادل ۰/۳۸ و در حد متوسط است.

■ واژگان کلیدی:

اخلاق سازمانی، فراتحلیل، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی، رضایت شغلی

فراتحلیل عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی

سیداحمد میرمحمدتبار

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد،
ahmad.mirtabar@stu.um.ac.ir

علی‌اکبر مجدی

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد
majdi@um.ac.ir

مریم سهرابی

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران
m.sohrabi.artan@gmail.com

مقدمه

به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان، کارشناسان و دانشمندان علوم اجتماعی، سازمان‌ها وجه انکارناپذیر دنیای نوین امروز را تشکیل می‌دهند. گرچه سازمان‌ها به شکل‌های مختلف و بر پایه اهداف گوناگون تأسیس می‌شوند، اما بدون تردید تمامی آنها بر پایه تلاش‌های روانی و جسمانی نیروی انسانی که ارکان اصلی آن به حساب می‌آید، اداره و هدایت می‌شوند. در واقع اولین و مهم‌ترین جزء سازمان، افراد انسانی با شخصیت‌های مختلف خود می‌باشد. محققین توسعه و جامعه‌شناسان بر این عقیده‌اند که از میان سرمایه‌های فیزیکی، تکنولوژیک و انسانی؛ متغیر اصلی و بااهمیت، سرمایه انسانی و بهره‌وری صحیح از آن است. بی‌تردید جامعه‌ای که در تربیت و بهره‌گیری متناسب از نیروی انسانی ناکارآمد باشد، قادر به توسعه نخواهد بود (تودارو، ۱۳۹۱) و مسلماً توسعه و تکامل اقتصادی، جز از طریق رشد خصلت فرهنگی عوامل فرهنگی و اخلاقی کار در محیط‌های سازمانی محقق نمی‌گردد.

اهمیت اخلاق و فرهنگ در کارکنان سازمان و چگونگی تأثیر آن بر نگرش‌ها و ارزش‌های افراد موضوعی است که همواره مورد توجه روزافزون دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی و رفتاری بوده است. افراد به‌عنوان عاملان اصلی و هدف نهایی تولید و توزیع، دارای ارزش‌ها، بینش‌ها و رفتارهایی هستند که در فرایند جامعه‌پذیر شدن به آنها دست می‌یابند. اخلاق سازمانی از جمله همین ارزش‌هایی است که چنانچه فرد، سازمان یا جامعه‌ای فاقد آن باشد، خواه ناخواه افراد از انجام کار صحیح و مولد در سازمان باز می‌مانند. پایین بودن میزان بهره‌وری نیروی انسانی و کم‌کاری و مدیریت غیراصولی این نیرو به‌خصوص در سازمان‌های دولتی کشور اثرات منفی بر توسعه جامعه خواهد گذاشت. (اسدی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۲)

هرگونه مطالعه‌ای از اخلاق و اخلاق در سازمان نهایتاً متمرکز در تحلیل فردی است، فرد مرکز تجلی فرهنگ، هنجارها و ارزش‌هاست. اما اخلاق سازمانی به‌عنوان یک امر اجتماعی نیز می‌تواند مورد تحلیل واقع شود. برای بررسی این مهم، در ادامه تعریفی از اخلاق سازمانی ارائه و از اهمیت آن در سازمان گفته می‌شود و سپس به دلایل اهمیت بررسی اخلاق سازمانی و عوامل مؤثر بر آن در این تحقیق به‌صورت مطالعه ترکیبی و مروری اشاره می‌گردد.

پیرسون^۱ و همکاران (۲۰۰۳) اخلاق سازمانی را یک مفهوم گسترده می‌دانند که شامل

1. Pearson

فرایندها، نتایج و خصوصیات سازمانی است. آنها اخلاق سازمانی را مشابه قلب می‌دانند که خون را به کل سازمان با اهداف و مجموعه‌ای از ارزش‌های مشترک توزیع می‌کند. اخلاق در سازمان به تلاش‌های سازمانی برای تعریف وظایف و ارزش‌های کارکنان، شناسایی ارزش‌هایی منجرشونده به تنش، جستجوی بهترین راه‌حل برای این تنش‌ها و مدیریت کاربردی نگهداری این ارزش‌ها، برمی‌گردد. (پیرسون و دیگران، ۲۰۰۳: ۱۵) گیبسون^۱ (۲۰۰۷) اخلاق سازمانی را تمرکز بر موضوعات و دلالت‌های اخلاقی اقداماتی می‌داند که مدیران و اعضای سازمان با آن مواجه‌اند. (گیبسون، ۲۰۰۷: ۳۹)

در تجزیه و تحلیل رفتار سازمانی، پرداختن به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزامات است. نماد بیرونی سازمان‌ها را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می‌دهند که خود حاصل جمع ارزش‌های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان‌ها، ظهور و بروز یافته است. در یک سازمان، یک اساسنامه اخلاقی، مجموعه‌ای از اصول برای هدایت سازمان در جهت برنامه‌ها، سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها می‌باشد. هر سازمان به توسعه و استفاده از استانداردهای اخلاق سازمانی به صورت پویا و پایدار نیازمند است تا به وسیله پیروی مدیران و کارکنان از ارزش‌های مشترک، سازمان به هدف‌هایش برسد. (بهروزی و دیگران، ۲۰۱۴: ۳۲۶)

درباره اهمیت اخلاق سازمانی می‌توان گفت که اخلاق سازمانی، تأثیری چشمگیر بر فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد. اخلاق سازمانی، بهره‌وری را افزایش می‌دهد؛ ارتباطات را بهبود می‌بخشد و درجه ریسک را کاهش می‌دهد؛ زیرا در صورت حاکمیت اخلاق سازمانی بر سازمان، اطلاعات به‌آسانی منتقل می‌شود و مدیر پیش از ایجاد حادثه، از آن مطلع می‌گردد. افزایش اخلاق سازمانی در هر سازمانی با ارتقاء سلامت اداری و کاهش فساد اداری همراه است. (یقین‌لو و دیگران، ۱۳۸۲: ۵)

امروزه در کشورهای صنعتی، اخلاق سازمانی به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر بر پیشرفت و توسعه کشورها شناخته شده است و مطالعه آن بخشی از مطالعه جامعه‌شناسی سازمان‌ها را تشکیل می‌دهد. در این راستا، بسیاری از پژوهشگران، موفقیت کشورهای صنعتی را، توجه آنها به اخلاق سازمانی و اتخاذ مکانیزم‌هایی برای ارتقاء آن می‌دانند. در همین زمینه، اقتصاددانان هشدار داده‌اند که ضعف اخلاق سازمانی باعث فراگیر شدن فقر و فساد در جامعه خواهد شد. (محمدخانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۴۶) در شرایط کنونی جامعه ایران، رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی

1. Gibson

و غیردولتی به وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در بخش دولتی، پژوهشگران را واداشته تا در جستجوی مبنای نظری در این رابطه بوده تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند. (سلیمانی و دیگران، ۱۳۹۱: ۲۲) مطالعات انجام شده در ایران حکایت از ضعف اخلاق در محیط‌های سازمانی و کاری دارد. برای نمونه، در ایران از ۸ ساعت کار، کمتر از یک ساعت کار مفید انجام می‌شود، حال آنکه این رقم برای ژاپن حدود ۷ ساعت و ۳۴ دقیقه است. (معیدفر، ۱۳۷۸: ۳۴) همچنین مسائلی چون فقدان انگیزه، اتلاف وقت، گریز از محل و سرگردان کردن مراجعین شاخص‌های ضعف اخلاق سازمانی در سازمان‌های ایران شناخته شده است. (محمدخانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۴۷) با توجه به مسائل و مشکلات اخلاق در سازمان‌ها، یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌ها است تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به کار پردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. راهکار رفع این مسائل مدنظر مدیران، شناسایی دقیق موضوع اخلاق سازمانی و عوامل مؤثر بر آن در جامعه ایران است. در طی چند دهه گذشته میزان تحقیقات علمی در حوزه‌های مطالعاتی مرتبط با موضوع اخلاق سازمانی در کشور افزایش یافته است، به طوری که جامعه علمی با اطلاعات وسیع و انباشته‌ای در باب عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی مواجه گردیده است. فراوانی و تنوع تحقیقات انجام شده و نتایج متناقض حاصل از آنها و نداشتن یافته واحد از یک سو، ممکن است، این تصور را ایجاد نماید که انجام این تحقیقات بیهوده است و موجب اتلاف هزینه هنگفتی می‌گردد و از سوی دیگر جامعه علمی و سیاست‌گذاران را دچار ابهام می‌سازد. برای رهایی از چنین شرایط بحرانی در روش‌های تحقیق و در مسیر بازنگری و تجدید نظر در آن، امروزه فراتحلیل^۱ به‌عنوان «مجموعه فنون نظام‌داری که، به حل تناقض‌ها و تضادهای آشکار یافته‌های پژوهشی می‌پردازد و علاوه بر تبدیل یافته‌های مطالعات مختلف، به یک مقیاس مشترک، روابط بین ویژگی‌ها و یافته‌های پژوهشی را از لحاظ آماری کشف می‌کند» (برون‌استین^۲ و دیگران، ۲۰۰۹: ۱۲) با استقبال جامعه علمی روبه‌رو شده و به شکل گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد. امروزه فراتحلیل به‌عنوان شیوه‌ای برای برشمردن نقاط قوت و ضعف تحقیقات، با ترکیب کمی نتایج، توانایی ارزیابی

1. Meta-analysis
2. Borenstein

و تحلیل مجدد آنها را فراهم می‌آورد و زمینه‌ای مناسب برای داشتن برآوردی واحد از تحقیقات متعدد را ایجاد می‌کند. همچنین فراتحلیل با شناسایی عوامل مؤثر می‌تواند برنامه‌ریزی‌ها را منسجم، دقیق‌تر و عملیاتی‌تر نماید. به این صورت که به جای برنامه‌ریزی و انجام اقدامات عملی بر روی طیف وسیعی از عوامل مؤثر بر یک حوزه، برنامه‌ریزی روی چند عامل خاص که از نتایج فراتحلیل به‌عنوان مهم‌ترین عوامل شناسایی شدند، تمرکز شود. در حوزه اخلاق سازمانی، تحقیقات بسیار اندکی به‌صورت تحقیقات تلفیقی و ترکیبی که چکیده، عصاره و ماحصل پژوهش‌های انجام‌یافته در این حوزه را به‌گونه‌ای نظام‌مند و به‌شیوه‌ای عملی فراروی محققان قرار دهد، انجام یافته است. لذا در این تحقیق سعی شده با بررسی دقیق و موشکافه تحقیقات انجام‌شده در زمینه اخلاق سازمانی، چکیده و ماحصل آنها به‌صورت نظام‌مند نشان داده شود. در تحقیق حاضر با بهره‌گیری از اصول و قواعد روش فراتحلیل به کاربرد این روش در خصوص تحقیقات انجام‌شده در حوزه اخلاق سازمانی پرداخته و کوشیده شده است به این سؤال پاسخ داده شود که: چه عواملی بیشترین تأثیر را بر اخلاق سازمانی در تحقیقات مرور شده در ایران دارد؟ پاسخگویی به این سؤال منجر به شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی و جهت تأثیرگذاری این عوامل می‌شود. با شناسایی این عوامل مهم، سیاستمداران و برنامه‌ریزان حوزه سازمان‌ها می‌توانند راهکارهایی برای کاهش عواملی که تأثیر منفی بر اخلاق سازمانی دارد و نیز برای تقویت عواملی که تأثیر مثبت بر اخلاق سازمانی دارد، ارائه دهند.

۱۹۱

مبانی نظری (عوامل مؤثر بر اخلاقی سازمانی)

با بررسی ادبیات نظری موجود در زمینه عوامل تأثیرگذار بر اخلاق سازمانی، درمی‌یابیم عوامل متعددی در این زمینه وجود دارد. اینگرید^۱ (۲۰۰۴) با مطالعه مدل‌های متعدد اخلاق سازمانی، عوامل متعددی به‌عنوان عوامل اثرگذار بر اخلاق سازمانی شناسایی کرده است. در اکثر مدل‌های اخلاقی، عوامل مشابهی به‌عنوان عوامل اثرگذار بر اخلاق سازمانی معرفی شده‌اند که او این عوامل را در سه دسته کلان، میانی و خرد دسته‌بندی می‌کند. این عوامل در سه طبقه کلی زیر جای دارند:

الف. سطح کلان: مربوط به عواملی است که در محیط خارجی سازمان وجود دارند. این عوامل معمولاً تحت کنترل سازمان‌ها نیستند و از سوی نظام‌های فرادست به آنها

1. Ingrid

تحمیل می‌گردند. (اینگرید، ۲۰۰۴) به برخی از این عوامل در ادامه اشاره می‌شود: یکی از عوامل کلان مؤثر بر اخلاق سازمانی، فرهنگ است. منظور از فرهنگ در سطح کلان، چیزی است که با قومیت افراد نسبت نزدیکی دارد. فرهنگ‌های مختلف، باعث ایجاد استانداردهای اخلاقی ناهمگون و نامشابه می‌شوند. اقتصاد هم عامل کلانی است که می‌تواند بر روی اخلاق سازمانی مؤثر باشد. شرایط اقتصادی سازمان (مثل مسائل مالی) موجب رفتار غیراخلاقی در سازمان می‌شود. معیارهای اقتصادی بلندمدت با تصمیمات اخلاقی همبستگی بیشتری دارند. شرایط اقتصادی بی‌ثبات و فشارهای رقابتی می‌تواند به رفتار غیر اخلاقی در سازمان دامن بزند. محیط سیاسی در قالب شرایط سیاسی بی‌ثبات می‌تواند بر رفتار اخلاقی تأثیر بگذارد. تکنولوژی عامل کلان دیگری است که می‌تواند بر روی اخلاق سازمانی مؤثر باشد. کاربرد تکنولوژی (مثل شنود مکالمات، ضبط پست الکترونیک) می‌تواند بر افزایش رفتار غیراخلاقی در سازمان‌ها مؤثر باشد. قوانین هم بر اخلاق سازمانی مؤثر است. گاهی اوقات قوانین مبهم‌اند و افراد نمی‌توانند در چالش‌های اخلاقی که به‌صورت روزمره با آنها درگیرند، از این قوانین استفاده کنند. غالباً مردم فکر می‌کنند چون کارشان مشکل قانونی ندارد، پس اخلاقی است. اما قانونی بودن و اخلاقی بودن ضرورتاً با هم معنای یکسانی ندارند. (تولایی، ۱۳۸۸: ۵۸)

ب. **سطح میانی:** اشاره به عوامل سطح سازمانی دارد. سازمان‌ها معمولاً قدرت تأثیر خوبی بر این عوامل دارند و اکثر آنها از طریق سیاست‌ها و برنامه‌های سازمانی قابل کنترل‌اند. (اینگرید، ۲۰۰۴) در زیر به بعضی از این عوامل پرداخته می‌شود:

نظام پاداش و تنبیه: برای جلوگیری از پیامدهای منفی رفتارهای غیراخلاقی و اطمینان از رفتارهایی که منجر به کیفیت خدمات و در نهایت عملکرد مالی می‌شود، مدیران باید ابزاری برای نظارت بر رفتارهای غیراخلاقی و محدود کردن پاداش‌ها در مورد رفتارهای غیراخلاقی داشته باشند. استفاده از تنبیه، نشانگر ارزش‌های هنجاری اخلاق است؛ بنابراین احتمالاً وقوع رفتارهای غیراخلاقی را کاهش می‌دهد. (اسوپکر و هارتلاین^۱، ۲۰۰۵: ۳۸۱)

ساختار سازمانی: نوع ساختار سازمانی (ارگانیک و مکانیک) در جاری کردن اصول اخلاقی دخیل‌اند. معمولاً ساختارهای ارگانیک به‌لحاظ اینکه انسانی و پویا و انعطاف‌پذیرند زمینه را برای اعمال مدیریت اخلاقی فراهم می‌کند و در ساختارهای مکانیکی انسان کمتر مورد توجه است به همین علت گاهی به آن «سازمان بدون انسان» نیز گفته می‌شود. (سلطانی، ۱۳۷۸: ۳۵)

جو اخلاقی سازمانی: این مفهوم به ادراکات مشترک درباره رفتار اخلاقی درست و چگونگی اداره مسائل اخلاقی در سازمان اشاره دارد. جو اخلاقی شرکت، ارزش‌های اخلاقی شرکت و رفتارهای مورد انتظار را بیان می‌کند که بر روی اخلاقی بودن رفتار اعضایش تأثیر دارد. (پیترسون^۱، ۲۰۰۲: ۳۱۶)

فرهنگ سازمانی: نظریه‌پردازان فرهنگ سازمانی بر این باورند که فرهنگ سازمانی قوی می‌تواند رفتار سازمانی را مهار کند. چنین فرهنگی می‌تواند سازمان را با محیط وفق دهد. وقتی کارکنان سازمانی با مسئله‌ای اخلاقی روبرو می‌شوند، فرهنگ سازمانی به آنها می‌گوید با مسئله چگونه برخورد کنند، آن را چگونه تعریف نمایند و چگونه تحلیل و سرانجام حل و فصل کنند. (مکنیل^۲، ۲۰۰۹: ۱۳۱)

آموزش: آموزش بهترین گزینه برای ارتقاء کارایی پرسنل و کارکنان به‌شمار می‌آید. در کنار آموزش‌های شغلی، آموزش اخلاقی امری ضروری است. آموزش موضوعات اخلاقی کار بسیار دشواری به‌نظر می‌رسد ولی این نوع آموزش به‌نوبه خود باعث کارایی بیشتر افراد و افزایش ظرفیت و توانایی انجام صحیح کار و نگرسیستن به حرفه و شغل می‌شود. (بیکزاد و دیگران، ۱۳۹۱: ۵)

تعهد سازمانی: تعهد سازمانی نوعی وابستگی عاطفی به سازمان است به‌گونه‌ای که کارکنان به‌شدت متعهد، هویت خود را از سازمان می‌گیرند، در سازمان مشارکت دارند و از عضویت در سازمان لذت می‌برند. براساس نظر آلن و مایر^۳، سه ذهنیت تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری وجود دارد که هر کدام از آنها مشخصه تعهد کارکنان به سازمان است. (آلن و مایر، ۱۹۹۰) نتایج تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که تعهد سازمانی با بسیاری از رفتارهای شغلی مثل اخلاق سازمانی رابطه دارد. (نیازآذری و دیگران، ۱۳۹۳: ۳۵)

رضایت شغلی: مقصود از رضایت شغلی نگرش کلی فرد درباره کارش است. کسی که رضایت شغلی او در سطح بالاست نسبت به شغل یا کار خود نگرشی مثبت دارد. کسی که از کار خود راضی نیست، نگرش منفی نسبت به شغل و کار دارد. (رابینز، ۱۳۸۸: ۴۶)

پژوهشگران نشان داده‌اند که سطوح بالای اخلاق اسلامی با میزان بالای رضایت شغلی رابطه دارد. (حسنی و دیگران، ۱۳۹۳: ۶۱۶)

رفتار مدیر: مدیر علاوه بر داشتن مهارت فنی و انسانی باید بتواند امر ساختار بخشیدن

1. Peterson
2. McNeal
3. Allen & Meyer

به کار، تدابیر کنترل در کار و انتخاب افراد مستعد برای کار و آموزش آنها و فراهم نمودن مواد خام انجام کار و آزمون مداوم و نیز برنامه‌های تشویقی و احیاناً تنبیهی برای افزایش بهره‌وری و ایجاد فضای مناسب برای بهره‌وری در محل کار را انجام دهد. بنابراین، مدیر باید به‌گونه‌ای رفتار کند که افراد با انجام کار رشد کنند، توانایی‌هایشان تقویت شده و در آنها انگیزه ایجاد شود تا اینکه بیشترین توانایی‌های خود را در راستای اهداف سازمان به کار گیرند. (شریف‌زاده، ۱۳۹۱: ۳-۴)

رفتار شهروندی سازمانی: مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند اما با وجود این، توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمانی می‌گردد. (آپل‌بام^۱ و دیگران، ۲۰۰۴) نتایج تحقیقات مختلفی نشان داد که در سازمان‌هایی که رفتار شهروندی سازمانی بالا باشد، اخلاق سازمانی هم زیاد مشاهده می‌شود. (طاهری دمنه و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۳)

ج. سطح خرد: اشاره به عوامل سطح فردی دارد. این عوامل در درون کارکنان سازمان جای دارند و سازمان می‌تواند از طریق تغییر دادن عوامل سطح میانی، روی بعضی از عوامل این سطح نیز تأثیر بگذارد. (اینگرید، ۲۰۰۴) به برخی از این عوامل در ادامه اشاره می‌شود: سن: بررسی‌های تحقیقات مختلف نشان داد که سن تأثیر مهمی بر روی ادراک اخلاقی کارکنان سازمانی دارد. انتظار می‌رود که کارکنان مسن‌تر به دلیل تمایلات اخلاقی محدودتر و محافظه‌کارانه‌تر و همچنین مصالحه کمتری که در مورد تعبیرات اخلاقی در تصمیم‌گیری از خود نشان می‌دهند، نسبت به کارکنان جوان‌تر اخلاقی‌تر عمل می‌کنند. علاوه بر این آنها بیشتر و بهتر می‌توانند خود را با الزامات و فشارهای مرتبط با شغل سازگار کنند و شاید این امر آنها را قادر می‌سازد که دوراهی‌های اخلاق را بدون نقض هنجارهای اجتماعی حل کنند. (رومن و مونرا^۲، ۲۰۰۵: ۴۷۹)

تحصیلات: از نظر کالبرگ انتظار می‌رود که تحصیلات بیشتر منجر به حساسیت بیشتر نسبت به دیدگاه‌های مختلف شده و باعث بالا بردن معیارهای قضاوت اخلاقی و در نتیجه کاهش رفتارهای غیراخلاقی شود. بنابراین از کارکنان با تحصیلات بالا انتظار می‌رود که سطح بیشتری از توسعه اخلاقی و توسعه شناختی را نسبت به کارکنان با تحصیلات کمتر دارا باشند. بنابراین کارکنان بیشتر تحصیل‌کرده احتمالاً نسبت به کارکنان کمتر تحصیل‌کرده، کمتر درگیر رفتارهای غیراخلاقی می‌شوند. (مک‌کلارن^۳، ۲۰۰۰: ۲۸۸)

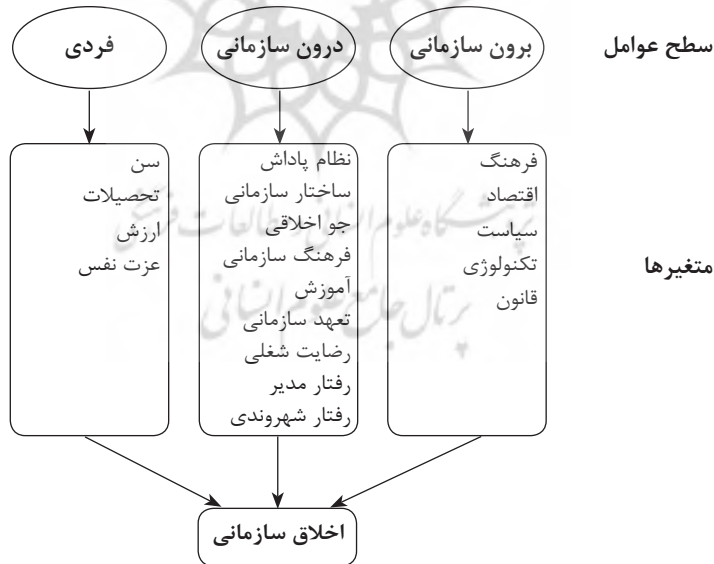
1. Appelbaum
2. Roman & Munuera
3. McClaren

عزت نفس: افرادی که از درجه بالای عزت نفس برخوردارند، نسبت به افرادی که عزت نفس پایین تری دارند، بیشتر در مقابل انگیزه‌ها مقاومت می‌کنند و بیشتر از عقیده خود پیروی می‌کنند. افرادی که عزت نفس بالاتری دارند، معمولاً در ارتباطات اخلاقی و ادراکی از خود سازگاری بیشتری نشان می‌دهند و معمولاً آنچه را که فکر می‌کنند درست است، انجام می‌دهند. (تولایی، ۱۳۸۸: ۶۰)

ارزش‌های اخلاقی: ارزش‌های اخلاقی، درک چیزهایی است که باید باشد و از اعتقادات راسخ فردی، افکار و آرمان‌های فردی تشکیل شده است. ارزش‌ها می‌توانند خود را هم در عمل و هم در گفتار نشان دهند. درک ارزش‌ها به منظور درک اعمال اخلاقی و غیر اخلاقی در سازمان‌ها ضروری است. ارزش‌ها افراد را در این جهت هدایت می‌کنند که در موقعیت‌های ویژه چگونه رفتار کرده و موارد ویژه را چگونه اداره کنند. (آرنی، ۲۰۰۷)

در یک جمع‌بندی کلی از عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی می‌توان بیان کرد که این عوامل در سه سطح کلان، میانی و سطح خرد قرار دارند که در سطح سازمان شامل عوامل برون سازمانی، درون سازمانی و عوامل فردی می‌شوند. مبانی نظری تحقیق حاضر در قالب مدل ۱ خلاصه شده است.

۱۹۵



شکل ۱: عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی

روش

فراتحلیل را هنر ترکیب تحقیقات و تحلیل تحلیل‌ها می‌نامند و آن را به‌عنوان ترکیب نتایج از مطالعات مستقل به‌منظور منسجم کردن یافته‌های آن تعریف می‌کند. یک فراتحلیل از یک گروه از مطالعات با فرضیه‌های مشترک یا تعریف عملیاتی مشترک از متغیرهای مستقل و وابسته تشکیل شده است. (گلاس^۱، ۱۹۷۶: ۳) امروزه، فراتحلیل را به‌عنوان بخش آماری مرور نظام‌مند^۲ در نظر می‌گیرند که یک سؤال تحقیق مشخص و تعریف‌شده دارد و از روش‌های دقیق و منظم برای شناسایی، انتخاب و ارزیابی تحقیقات مرتبط و جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها از تحقیقاتی که شامل این مرور می‌شوند، استفاده می‌کند. (پیگوت^۳، ۲۰۱۲: ۷)

در فراتحلیل، ادبیات موضوع از منابع مکتوب، مورد مرور نظام‌مند قرار می‌گیرد تا مشخص شود که بر مبنای تحقیقات گذشته، اثر یک متغیر روی متغیر دیگر چقدر است. این روش، مشابه تحقیقات مقطعی است که در آن موضوع مورد مطالعه به‌جای افراد، نتایج تحقیقات است. فراتحلیل، یک نوع مرور ادبیات است که در آن برای تلخیص یافته‌های پژوهش‌های مختلفی که روی موضوع واحدی انجام شده است، از روش‌های کمی استفاده می‌شود. در اینجا به این نکته تأکید می‌شود که فراتحلیل فقط زمانی به کار می‌رود که مطالعات مورد بررسی کمی باشند. در فراتحلیل، ابتدا موضوع انتخاب می‌شود، سپس مسئله فرموله شده و مطالعاتی که با موضوع مرتبط بوده و همگی فرضیه یکسانی را بررسی کرده‌اند، جمع‌آوری می‌شوند. مشخصه‌های مطالعات، کدگذاری و استخراج می‌شوند و آماره‌ها، میانگین و سایر داده‌های آماری به اندازه اثر^۴ تبدیل می‌شود. درنهایت، اندازه اثرها با هم ترکیب شده و اندازه اثرهای ترکیب‌شده، تفسیر می‌شود.

در این تحقیق ابتدا با استفاده از روش مرور نظام‌مند، مقالات مورد بررسی قرار می‌گیرد. در مرور نظام‌مند به موضوعاتی مانند حوزه بررسی مطالعات، روش تحقیق مقالات، جامعه

1. Glass
2. Systematic Review
3. Pigott

۴. اندازه اثر (Effect Size) آماره‌ای است که اهمیت اثر آزمایشی یا شدت رابطه بین دو متغیر را منعکس می‌کند. ابتدا اندازه اثر هر مطالعه محاسبه می‌گردد و سپس اندازه اثر مطالعات مختلف با هم مقایسه می‌شوند و در نهایت اندازه اثر کلی رابطه بین دو متغیر یا اثر آزمایشی در چند مطالعه محاسبه می‌شود تا درباره تأثیرگذاری آن اثر آزمایشی یا رابطه بین دو متغیر نتیجه‌گیری شود. (برون‌استین و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۰)

آماري و متغيرهاي استفاده شده در مقالات پرداخته مي شود. بعد از مرور نظام مند، اندازه اثر هر يك از متغيرها بررسي مي شود.

جامعه آماری این بررسی، کلیه مقالات با موضوع اخلاق سازمانی در ایران است که در مجلات معتبر علمی پژوهشی از سال ۱۳۸۰ تا پایان سال ۱۳۹۳ چاپ شده است. شرط انتخاب مقالات هم پرداختن به موضوعات اخلاق سازمانی، اخلاق حرفه‌ای و اخلاق کار است. با توجه به تفاوت در تعاریف مفهومی این سه متغیر، تعاریف عملیاتی آنها بسیار به هم نزدیک است. همچنین بیشتر تحقیقات مرور شده از پرسشنامه محقق ساخته استفاده کرده‌اند و برای سنجش هر کدام از این سه مفهوم از ابعاد و گویه‌های مشابه استفاده نموده‌اند که با توجه به تعاریف عملیاتی مشابه این سه مفهوم در تحقیقات مرور شده، از هر سه آنها به عنوان کلیدواژه برای جستجو در پایگاه‌های علمی (البته با رعایت تعاریف عملیاتی مشابه) استفاده شد. برای مثال در بیشتر تحقیقات مرور شده؛ به خصوص تحقیقات دارای پرسشنامه محقق ساخته؛ ابعاد علاقه به کار، پشتکار در کار، مشارکت در کار سازمان، وفاداری به سازمان، ترجیح منافع جمعی (سازمانی) و مسئولیت‌پذیری در سازمان سنجیده شدند که خود جزئی از ابعاد پرسشنامه‌های استاندارد اخلاق سازمانی کادوزیر^۱ و اخلاق کار پتی^۲ می‌باشند. در نهایت ۳۶ مقاله مرتبط با موضوع از مجلات معتبر انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفتند.

برای تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده از پژوهش‌های مورد نظر، پس از استخراج داده‌های مورد نیاز مثل ضریب همبستگی، حجم نمونه و جهت رابطه، از برنامه فراتحلیل جامع^۳ برای انجام محاسبات آماری فراتحلیل استفاده گردید. بدین ترتیب که داده‌های استخراج شده از طریق فرمول‌های ارائه شده توسط وولف^۴ به اندازه اثر تبدیل شدند و با ترکیب اندازه‌های اثر به روش هانتر و اشمیت^۵ مورد تحلیل قرار گرفتند. در ترکیب اندازه اثرات کلی به روش هانتر و اشمیت در نرم‌افزار جامع فراتحلیل برای حذف اثرات کاذب مثل حجم نمونه خیلی بالا یا پایین میانگین وزنی اندازه اثرات مطالعات مختلف لحاظ می‌شود. (برون‌استین و دیگران، ۲۰۰۹: ۱۸) همچنین برای تفسیر اندازه اثر از جدول کوهن^۶ بهره گرفته شد. (مطابق جدول ۱)

1. Cadozier
2. Petty
3. Comprehensive Meta-Analysis
4. Wolf
5. Haunter & Schmite
6. Cohen

جدول ۱: جدول توزیع طبقات اندازه اثر بر مبنای برآورد آماره‌ها (کوهن، ۱۹۷۷)

مقدار d	مقدار r	سطوح اندازه اثر
کمتر از ۰/۵	کمتر از ۰/۳	کم
از ۰/۵ تا ۰/۸	از ۰/۳ تا ۰/۵	متوسط
۰/۸ و بیشتر	۰/۵ و بیشتر	زیاد

یافته‌های تحقیق

مرور نظام‌مند

جدول ۲ نشان‌دهنده توزیع فراوانی و درصدی بر حسب حوزه مطالعاتی در تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی است. نتایج این جدول نشان می‌دهد که ۴۷٪ (۱۷ مورد) از تحقیقات انجام شده مورد بررسی در حوزه مدیریت بوده است و این مقدار دارای بیشترین میزان است. بعد از آن، حوزه روان‌شناسی با ۲۸٪ (۱۰ مورد) و تحقیقات در حوزه جامعه‌شناسی با ۱۹/۵٪ (۷ مورد) دارای بیشترین میزان است. حوزه پزشکی با ۵٪ (۲ مورد) کمترین میزان را به خود اختصاص داده است.

۱۹۸

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصدی بر حسب حوزه مطالعاتی تحقیقات مرور شده

حوزه مطالعاتی	تعداد	درصد
مدیریت	۱۷	۴۷
روان‌شناسی	۱۰	۲۸
جامعه‌شناسی	۷	۱۹/۵
پزشکی	۲	۵/۵
جمع کل	۳۶	۱۰۰

جدول ۳ توزیع فراوانی و درصدی بر حسب روش تحقیق تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از مرور متون تحقیقاتی برگزیده بر حسب روش تحقیق نشان می‌دهد که نوع روش‌های به کار رفته در مطالعات مربوط به اخلاق سازمانی خیلی متعدد و متنوع نیست. روش تحلیلی با ۸۶٪ (۳۱ مورد) به‌عنوان شایع‌ترین روش مطالعه در تحقیقات مرور شده مطرح است. در مراتب بعدی

روش توصیفی با ۱۴٪ (۵ مورد) قرار دارند. بیشترین تحقیقات با روش‌های توصیفی و تحلیلی انجام شده است و هیچ مورد از تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی با روش کیفی صورت نگرفته است. لذا نیاز به تحقیقات کیفی بیشتری در زمینه اخلاق سازمانی احساس می‌شود.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصدی بر حسب روش تحقیق

روش تحقیق	تعداد	درصد
تحلیلی	۳۱	۸۶
توصیفی	۵	۱۴
جمع کل	۳۶	۱۰۰

۱۹۹

جدول ۴ توزیع فراوانی و درصدی بر حسب جامعه مورد بررسی تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی را نشان می‌دهد. طبق داده‌های جدول ۴، ۲۵٪ (۹ مورد) از تحقیقات مرور شده بر روی کارکنان دانشگاه و کارکنان ادارات دولتی تمرکز کردند که این بالاترین درصد است. بعد از آن، جامعه آماری معلمان و کارکنان بانک هر کدام با ۱۱٪ (۴ مورد)، رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین جامعه آماری استادان دانشگاه، پرستاران و کارکنان بیمارستان و کارکنان نمایندگی فروش خودرو هر کدام با ۸/۵٪ (۳ مورد) در رده‌های بعدی قرار دارند. جامعه آماری نظامیان با ۲/۵٪ (۱ مورد) دارای کمترین میزان می‌باشد.

جدول ۴: توزیع فراوانی و درصدی بر حسب جامعه مورد بررسی

جامعه آماری	تعداد	درصد
کارکنان دانشگاه	۹	۲۵
کارکنان ادارات دولتی	۹	۲۵
معلمان	۴	۱۱
کارکنان بانک	۴	۱۱
استادان دانشگاه	۳	۸/۵
پرستاران و کارکنان بیمارستان	۳	۸/۵
کارکنان نمایندگی فروش خودرو	۳	۸/۵

درصد	تعداد	جامعه آماری
۲/۵	۱	نظامیان
۱۰۰	۳۶	جمع کل

جدول ۵ توزیع فراوانی و درصدی بر حسب دارا بودن یا نبودن مبانی نظری تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی را نشان می‌دهد. براساس یافته‌های این جدول، ۸۰/۵٪ درصد (۲۹ مورد) از تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی، مبانی نظری ندارند، این در حالی است که حدود ۱۹/۵٪ درصد (۷ مورد) تحقیقات انجام شده دارای مبانی نظری است.

جدول ۵: توزیع فراوانی و درصدی بر حسب داشتن یا نداشتن مبانی نظری

درصد	تعداد	مبانی نظری
۸۰/۵	۲۹	بدون مبانی نظری
۱۹/۵	۷	دارای مبانی نظری
۱۰۰	۳۶	جمع کل

۲۰۰

جدول ۶ توزیع فراوانی و درصدی بر حسب نوع ابزار سنجش اخلاق سازمانی تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی را نشان می‌دهد. طبق داده‌های این جدول، ۵۸/۵٪ (۲۱ مورد) از تحقیقات مرور شده، از پرسشنامه محقق ساخته برای سنجش اخلاق سازمانی استفاده کردند که این دارای بیشترین میزان می‌باشد. بعد از آن، پرسشنامه اخلاق سازمانی پتی با ۳۰/۵٪ درصد (۱۱ مورد) و پرسشنامه اخلاق سازمانی کادوزیر با ۸/۵٪ (۳ مورد) رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین پرسشنامه اسلات با ۲/۵٪ (۱ مورد) دارای کمترین میزان است.

جدول ۶: توزیع فراوانی و درصدی بر حسب نوع ابزار سنجش اخلاق سازمانی

درصد	تعداد	ابزار سنجش اخلاق سازمانی
۵۸/۵	۲۱	محقق ساخته
۳۰/۵	۱۱	پتی
۸/۵	۳	کادوزیر
۲/۵	۱	اسلات
۱۰۰	۳۶	جمع کل

جدول ۷ توزیع فراوانی و درصدی بر حسب میانگین اخلاق سازمانی^۱ را نشان می‌دهد. ۱۴ تحقیق از ۳۶ تحقیق مرور شده میانگین اخلاق سازمانی را گزارش کرده‌اند که همه میانگین‌ها به نمره استاندارد Z تبدیل شدند و با توجه به حد بالا و پایین، نمرات استاندارد شده، در سه دسته کم، متوسط و زیاد جای گرفت و در قالب جدول ۷ ارائه شد. نتایج این جدول نشان می‌دهد حدود ۵۰٪ از مطالعات مرور شده میانگین اخلاق سازمانی را متوسط گزارش نموده‌اند و این دارای بیشترین میزان است. بعد از آن میانگین زیاد با ۳۶٪، بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده است. همچنین میانگین اخلاق سازمانی ۱۴٪ از تحقیقات در حد کم قرار دارد.

جدول ۷: توزیع فراوانی و درصدی بر حسب میانگین اخلاق سازمانی

میانگین اخلاق سازمانی	تعداد	درصد
کم	۲	۱۴
متوسط	۷	۵۰
زیاد	۵	۳۶
جمع کل	۱۴	۱۰۰

جدول ۸ توزیع فراوانی و درصدی بر حسب متغیرهای حاضر در فرضیه‌های تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی را نشان می‌دهد. این متغیرها در فرضیات تحقیقات مرور شده مشتمل بر ۴۴ متغیر است. طبق جدول ۸، متغیرهای سطح درون سازمانی بیشترین حضور را در فرضیات دارند. بعد از آن بیشترین حضور در فرضیات متعلق به متغیرهای سطح فردی است. همچنین نتایج این جدول نشان می‌دهد با توجه به تعدد حضور متغیرها در فرضیات تحقیقات برگزیده، متغیر رفتار مدیر با ۱۹/۵٪ (۷ مورد) و رضایت شغلی با ۱۶/۵٪ (۶ مورد)، بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند. بعد از آنها، هفت متغیر محیط کار، تحصیلات، شهروندی سازمانی، نظام پاداش، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی و سن هر کدام با ۸/۵٪ (۳ مورد) بیشترین میزان را دارند.

۱. با توجه به دامنه‌ها و مقیاس‌های مختلف برای سطح سنجش اخلاق سازمانی، همه میانگین‌ها به نمره استاندارد Z تبدیل شدند. برای تبدیل نمره خام به نمره استاندارد از فرمول «تفاضل نمره خام و میانگین نمرات تقسیم بر انحراف معیار نمرات» استفاده شد.

جدول ۸: توزیع فراوانی و درصدی بر حسب متغیرهای حاضر در فرضیه

درصد از کل مقالات	تعداد	متغیرها	سطح متغیرها
۱۹/۵	۷	رفتار مدیر	سطح درون سازمانی
۱۶/۵	۶	رضایت شغلی	
۸/۵	۳	محیط کار، شهروندی سازمانی، نظام پاداش، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی	
۵/۵	۲	بیگانگی سازمانی، عدالت سازمانی، مسئولیت سازمانی	
۲/۵	۱	تعارض سازمانی، رقابت، ساختار سازمانی، ارزیابی سازمانی، آموزش، معنویت سازمانی، جو اخلاقی سازمانی، ترک سازمان، منابع انسانی، پاسخگویی، تعالی سازمانی، هویت سازمانی، شایسته‌سالاری، اثربخشی سازمانی	
۸/۵	۳	تحصیلات، سن	سطح فردی
۲/۵	۱	ارزش اقتصادی محافظه کار، ارزش مذهبی، ارزش فرهنگی محافظه کار، دینداری، ارزش اقتصادی دموکرات، ارزش اقتصادی لیبرال، ارزش سیاسی بنیادی، رهبری معنوی، استرس شغلی، نگرش فرد، عزت نفس، ارزش اخلاقی، سابقه کار، پایگاه اجتماعی - اقتصادی	
۲/۵	۱	اقتصاد، سیاست، قانون، فرهنگ	سطح برون سازمانی

۲۰۲

اندازه اثر هر یک از متغیرهای حاضر در فرضیات

جدول ۹، نه مورد از بیشترین اندازه‌های اثر متغیرهای مرتبط بر اخلاق سازمانی را نشان می‌دهد.

در متغیر تعهد سازمانی، نتایج آزمون ناهمگونی، حکایت از معناداری این آزمون دارد، که نشان می‌دهد مطالعات تا حد زیادی ناهمگون‌اند، تلفیق آنها با مدل آثار ثابت موجه نیست و باید از مدل آثار تصادفی به‌منظور ترکیب نتایج استفاده کرد. در واقع، این آزمون به ما می‌گوید که ۳ فرضیه مربوط به رابطه تعهد سازمانی و اخلاق سازمانی، به‌شدت به‌لحاظ ویژگی‌ها و مشخصه‌های مطالعات متفاوت‌اند. نتایج اثرات تصادفی نشان می‌دهد که رابطه تعهد سازمانی و اخلاق سازمانی، در ۳ فرضیه بررسی شده معادل ۰/۵۵، مثبت و معنادار می‌باشد. با توجه به جدول تفسیر اندازه اثر کوهن (جدول ۱)، اندازه اثر بین تعهد سازمانی و اخلاق سازمانی در ۳ مطالعه در حد بالا می‌باشد. معناداری در آزمون

ناهمگونی رابطه فرهنگ سازمانی و اخلاق سازمانی در ۳ مطالعه حکایت از این دارد که مطالعات تا حدی ناهمگون اند و تلفیق آنها با مدل آثار تصادفی موجه می‌باشد.

نتایج اثرات ترکیبی تصادفی نشان می‌دهد که رابطه فرهنگ سازمانی و اخلاق سازمانی در ۳ فرضیه حدود ۰/۴۹، مثبت و معنادار بود. با توجه به جدول کوهن می‌توان نتیجه گرفت که اندازه اثر ترکیبی فرهنگ سازمانی و اخلاق سازمانی در سه مطالعه در حد متوسط است.

در متغیر رضایت شغلی، معناداری در آزمون ناهمگونی نشان می‌دهد مطالعات تاحدی ناهمگون اند و تلفیق آنها با مدل آثار تصادفی موجه می‌باشد. نتایج اثرات تصادفی ثابت نشان می‌دهد که رابطه رضایت شغلی و اخلاق سازمانی، در ۶ فرضیه بررسی شده معادل ۰/۳۸ مثبت و معنادار است. با توجه به جدول تفسیر اندازه اثر کوهن، این اندازه اثر در حد متوسط قرار دارد.

معناداری در آزمون ناهمگونی رابطه شهروندی سازمانی و اخلاق سازمانی در سه مطالعه حکایت از این دارد که مطالعات تا حدی ناهمگون اند و تلفیق آنها با مدل آثار تصادفی موجه است. نتایج اثرات ترکیبی تصادفی نشان می‌دهد که رابطه شهروندی سازمانی و اخلاق سازمانی در سه فرضیه حدود ۰/۳۲، مثبت و معنادار بود. با توجه به جدول کوهن می‌توان نتیجه گرفت که اندازه اثر ترکیبی شهروندی سازمانی و اخلاق سازمانی در سه مطالعه در حد متوسط می‌باشد. در متغیر رفتار مدیر، عدم معناداری در آزمون ناهمگونی نشان می‌دهد مطالعات تا حدی همگون اند و تلفیق آنها با مدل آثار ثابت موجه می‌باشد. نتایج اثرات ثابت نشان می‌دهد که رابطه رفتار مدیر و اخلاق سازمانی، در هفت فرضیه بررسی شده معادل ۰/۳۰ مثبت و معنادار است. با توجه به جدول تفسیر اندازه اثر کوهن، این اندازه اثر در حد متوسط قرار دارد.

عدم معناداری در آزمون ناهمگونی رابطه محیط کار و اخلاق سازمانی در سه مطالعه حکایت از این دارد که مطالعات تا حدی همگون اند و تلفیق آنها با مدل آثار ثابت موجه است. نتایج اثرات ترکیبی ثابت نشان می‌دهد که رابطه محیط کار و اخلاق سازمانی در سه فرضیه حدود ۰/۲۶، مثبت و معنادار است. با توجه به جدول کوهن می‌توان نتیجه گرفت که اندازه اثر ترکیبی تحصیلات و اخلاق سازمانی در سه مطالعه در حد ضعیف می‌باشد. در متغیر تحصیلات، معناداری در آزمون ناهمگونی نشان می‌دهد مطالعات تا حدی ناهمگون اند و تلفیق آنها با مدل آثار تصادفی موجه است. نتایج اثرات تصادفی

نشان می‌دهد که رابطه تحصیلات و اخلاق سازمانی، در سه فرضیه بررسی شده معادل ۰/۲۴ مثبت و معنادار می‌باشد. با توجه به جدول تفسیر اندازه اثر کوهن، این اندازه اثر در حد ضعیف قرار دارد. معناداری در آزمون ناهمگونی رابطه سن و اخلاق سازمانی در سه مطالعه حکایت از این دارد که مطالعات تا حدی ناهمگون‌اند و تلفیق آنها با مدل آثار تصادفی موجه می‌باشد. نتایج اثرات ترکیبی تصادفی نشان می‌دهد که رابطه سن و اخلاق سازمانی در سه فرضیه حدود ۰/۲۳، مثبت و معنادار است. با توجه به جدول کوهن می‌توان نتیجه گرفت که اندازه اثر ترکیبی سن و اخلاق سازمانی در سه مطالعه در حد ضعیف می‌باشد. در متغیر نظام پاداش، عدم معناداری در آزمون ناهمگونی نشان می‌دهد مطالعات تا حدی همگون‌اند و تلفیق آنها با مدل آثار ثابت موجه است. نتایج اثرات ثابت نشان می‌دهد که رابطه نظام پاداش و اخلاق سازمانی، در سه فرضیه بررسی شده معادل ۰/۲۲ مثبت و معنادار می‌باشد. با توجه به جدول تفسیر اندازه اثر کوهن، این اندازه اثر در حد ضعیف قرار دارد.

جدول ۹: یافته‌های فراتحلیل پژوهش با ترکیب اندازه اثر به‌روش اشمیت و هانتر

درجه آزادی	آزمون همگنی	فاصله اطمینان اثرات تصادفی	فاصله اطمینان اثرات ثابت	اثرات ترکیبی تصادفی	اثرات ترکیبی ثابت	تعداد مطالعه	آماره متغیرهای مرتبط
۲	۱۴۰/۸*	۰/۰۷-۰/۸۶	۰/۵۶-۰/۶۶	۰/۵۵*	۰/۶۱*	۳	تعهد سازمانی
۲	۲۲/۷*	۰/۲۷-۰/۶۶	۰/۴۲-۰/۵۴	۰/۴۹*	۰/۴۸*	۳	فرهنگ سازمانی
۵	۱۰۵/۲*	۰/۱۹-۰/۵۵	۰/۳۲-۰/۴۰	۰/۳۸*	۰/۳۶*	۶	رضایت شغلی
۲	۱۰/۵*	۰/۱۵-۰/۴۷	۰/۲۲-۰/۳۶	۰/۳۲*	۰/۲۹*	۳	شهروندی سازمانی
۶	۵/۸	۰/۲۶-۰/۳۴	۰/۲۶-۰/۳۴	۰/۳۰*	۰/۳۰*	۷	رفتار مدیر
۲	۰/۲	۰/۱۹-۰/۳۲	۰/۱۹-۰/۳۲	۰/۲۶*	۰/۲۶*	۳	محیط کار
۲	۶۱/۸*	۰/۱۸-۰/۵۷	۰/۲۳-۰/۳۶	۰/۲۴*	۰/۳۰*	۳	تحصیلات
۲	۴۴/۹*	۰/۱۲-۰/۵۴	۰/۱۷-۰/۳۱	۰/۲۳*	۰/۲۴*	۳	سن
۲	۰/۹	۰/۱۵-۰/۲۸	۰/۱۵-۰/۲۸	۰/۲۲*	۰/۲۲*	۳	نظام پاداش

* به معنای سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است.

نتیجه‌گیری

شناخت علمی عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی و روشن کردن ابعاد و ضوابط گوناگون آن به‌علت نقش چشمگیری که در تحقق توسعه همه‌جانبه و ارتقاء بهره‌وری دارد و با توجه به آنکه پیکره نظام اداری هر سازمان را کارکنان آن تشکیل می‌دهند و بی‌توجهی به مشکلات اداری و شغلی آنها باعث رکود و کم‌کاری در سازمان شده، موجبات نارضایتی ارباب رجوع را فراهم می‌آورد و نهایتاً پیامدهای آن دامن‌گیر مدیریت می‌شود، بسیار با اهمیت است. به‌دلیل اهمیت مبحث اخلاق سازمانی، در چند دهه اخیر تحقیقات زیادی درباره اخلاق سازمانی انجام شده است که انبوهی از عوامل را بررسی کرده‌اند. تحقیق حاضر با استفاده از رویکرد ترکیبی به تحقیقات حوزه اخلاق سازمانی، درصد بررسی مهم‌ترین عوامل اثرگذار اخلاق سازمانی در تحقیقات مرور شده در این حوزه می‌باشد.

۲۰۵

نتایج مرور نظام‌مند نشان داد که ۴۷٪ از تحقیقات انجام‌شده مورد بررسی در حوزه مدیریت بوده است و این مقدار دارای بیشترین میزان است. روش تحلیلی با ۸۶٪ به‌عنوان شایع‌ترین روش مطالعه در تحقیقات مرور شده مطرح بود. ۲۵٪ از تحقیقات مرور شده بر روی کارکنان دانشگاه و کارکنان ادارات دولتی تمرکز کردند که این دارای بیشترین میزان می‌باشد. ۵/۵۸٪ از تحقیقات مرور شده از پرسشنامه محقق ساخته برای سنجش اخلاق سازمانی استفاده کردند. متغیرهای رفتار مدیر با ۷ مورد و رضایت شغلی با ۶ مورد، بیشترین میزان حضور در فرضیه را به خود اختصاص داده‌اند. میانگین اخلاق سازمانی در تحقیقات مرور شده با ۶۶ در حد بیش از متوسط قرار دارد.

نتایج فراتحلیل نشان می‌دهد که اندازه اثر بین تعهد سازمانی و اخلاق سازمانی در ۳ مطالعه با ۰/۵۵ در حد بالا می‌باشد. همچنین اندازه اثر ترکیبی فرهنگ سازمانی و اخلاق سازمانی در سه مطالعه با ۰/۴۹ در حد متوسط قرار دارد. رابطه رضایت شغلی و اخلاق سازمانی، در شش فرضیه بررسی شده معادل ۰/۳۸ مثبت و معنادار می‌باشد. اندازه اثر ترکیبی شهروندی سازمانی و اخلاق سازمانی در سه مطالعه در حد متوسط قرار دارد. رابطه رفتار مدیر و اخلاق سازمانی، در هفت فرضیه بررسی شده معادل ۰/۳۰ مثبت و معنادار می‌باشد. اندازه اثر ترکیبی تحصیلات و اخلاق سازمانی در سه مطالعه در حد ضعیف قرار دارد. نتایج اثرات تصادفی نشان می‌دهد که رابطه تحصیلات و اخلاق سازمانی، در سه فرضیه بررسی شده معادل ۰/۲۴ مثبت و معنادار می‌باشد. اثر ترکیبی سن و اخلاق سازمانی در سه مطالعه در حد ضعیف قرار دارد. نتایج اثرات ثابت نشان

می‌دهد که رابطه نظام پاداش و اخلاق سازمانی، در سه فرضیه بررسی شده معادل ۰/۲۲ مثبت و معنادار می‌باشد.

با توجه به یافته‌های تحقیق، برخی از نواقص تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی به شرح زیر می‌باشد:

- تعداد اندکی از تحقیقات مرور شده در زمینه اخلاق سازمانی با روش کیفی و میدانی صورت گرفته است.

- ۸۶٪ از تحقیقات در حوزه اخلاق سازمانی با روش تحلیلی و برای آزمون فرضیه بوده‌اند، این در حالی است که تنها ۱۹/۵٪ از تحقیقات مرور شده دارای مبانی نظری هستند. با توجه به اینکه فرضیات باید از مبانی و چهارچوب نظری استخراج شوند، این انتقاد وارد است که فرضیات مورد نظر در ۸۶٪ از این تحقیقات از چه منابع نظری اخذ شده‌اند.

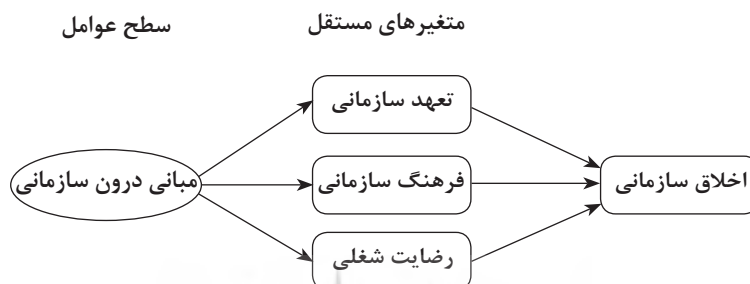
به محققان در زمینه اخلاق سازمانی پیشنهاد می‌شود که از تحلیل‌های کلان بیشتری برای تبیین اخلاق در سازمان استفاده کنند و این موضوع را با ساختارها و نهادهای پهن‌دامنه در جامعه ایران تحلیل نمایند و خود را به بررسی فردی صرف محدود نمایند. همچنین برای فرضیات خود چهارچوب نظری معینی تدارک کنند.

۲۰۶

پیشنهاد‌های نظری

به‌طور کلی نتایج این بررسی نشان داد که سه متغیر در قالب سطح درون‌سازمانی بر اخلاق سازمانی در ایران، تأثیر زیادی دارند. مؤید این ادعا، اندازه اثرات ترکیبی عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی در تحقیقات مرور شده در ایران بود. نتایج همچنان نشان داد که تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی، به نسبت سایر متغیرها، تأثیر زیادی بر اخلاق سازمانی در ایران دارد که این تأثیر در نظریات سطح درون‌سازمانی پیش‌بینی می‌شد. آلن و مایر (۱۹۹۰) تأکید داشتند که با افزایش تعهد در سازمان، افراد در سازمان‌ها مشارکت بیشتری می‌کنند و از عضویت در آن لذت می‌برند که در این حالت فرد به رفتارهای اخلاقی در سازمان پایبندی بیشتری پیدا می‌کند. نتایج تحقیق حاضر هم حکایت از رابطه مثبت و معنادار بین تعهد سازمانی با اخلاق سازمانی دارد. به‌نظر مک‌نیل (۲۰۰۹)، فرهنگ سازمانی قوی می‌تواند رفتار سازمانی را مهار کند و باعث افزایش اخلاق سازمانی شود. نتایج تحقیق حاضر هم حکایت از رابطه مثبت و معنادار بین فرهنگ سازمانی با اخلاق سازمانی دارد. از نظر رابینز، رضایت شغلی یکی از عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی

است. او بیان می‌کند که افرادی که از شغل‌شان رضایت بیشتری دارند، با علاقه بیشتری خود را ملزم به رعایت اخلاق سازمانی می‌بینند. در راستای همین نظریه، نتایج تحقیق بر رابطه مثبت و معنادار بین رضایت شغلی و اخلاق سازمانی دلالت دارد. در زیر مدلی از عوامل مهم مؤثر بر اخلاق سازمانی، با توجه به فراتحلیل عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی در جامعه ایران ارائه می‌گردد.



۲۰۷

شکل ۲: مدل نظری پیشنهادی عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی در ایران

با توجه به شکل ۲، متغیرهای تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی از جمله نظریات سطح میانی یا درون سازمانی اند که با اخلاق سازمانی رابطه مستقیمی دارند. همه پیکان‌ها از سمت متغیرهای مستقل به وابسته رابطه مثبت و مستقیم می‌باشد.

منابع

۱. اسدی، حسین؛ فیروز راد و محمدباقر علیزاده اقدم. (۱۳۸۸). بررسی اخلاق کار با تأکید بر عوامل سازمانی. *مطالعات جامعه‌شناسی*. شماره ۵.
۲. بیگزاد، جعفر؛ محمد صادقی و داود ابراهیم‌پور. (۱۳۹۱). تأثیر عوامل سازمانی بر رشد اخلاق سازمانی کارکنان. *مجله اخلاق در علوم و فناوری*. ۷ (۲).
۳. تودارو، مایکل. (۱۳۹۱). *توسعه اقتصادی در جهان سوم*. غلامعلی فرجادی. تهران: نشر کوهسار.
۴. تولایی، روح‌اله. (۱۳۸۸). عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان. *دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس*. شماره ۲۵.
۵. حسنی، محمد؛ مرضیه رحیمی و مریم سامری. (۱۳۹۳). تأثیر اخلاق کار اسلامی بر عدالت سازمانی، رضایت شغلی و غیبت از کار کارکنان اداره برق شهرستان ارومیه. *مجله مدیریت فرهنگ سازمانی*. ۱۲ (۴).
۶. رایزین، استیفن. (۱۳۸۸). *مبانی رفتار سازمانی*. علی پارسایان و محمد اعرابی. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۷. سلطانی، ایرج. (۱۳۷۸). مدیریت اخلاقی، ضرورت امروز و فردای سازمان‌ها. *مجله مدیریت*. شماره ۳۵.
۸. سلیمانی، نادر؛ ناصر عباس‌زاده و بهروز نیازآذری. (۱۳۹۱). رابطه اخلاق سازمانی با رضایت شغلی و استرس شغلی کارکنان در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای شهر تهران. *مجله رهیافت نو در مدیریت آموزشی*. ۳ (۱).
۹. شریف‌زاده، فتاح. (۱۳۹۱). تجزیه و تحلیل عوامل سازمانی مؤثر بر اخلاق سازمانی در سازمان‌های عمومی. *مجله اخلاق در علوم و فناوری*. ۷ (۱).
۱۰. طاهری‌دمنه، محسن؛ سعید محمود زنجیرچی و مجید نجاتیان قاسمیه. (۱۳۹۰). نقش اخلاق سازمانی در ارتقای رفتار شهروندی سازمانی. *مجله اخلاق در علوم و فناوری*. ۶ (۲).
۱۱. معیدفر، سعید. (۱۳۷۸). *بررسی اخلاق کار و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن*. تهران: انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
۱۲. محمدخانی، مهرانگیز؛ اسماعیل بلالی و اکرم محمدی. (۱۳۹۲). تأثیر عوامل سازمانی بر سطح اخلاق کار در میان کارکنان ادارات دولتی خوانسار. *جامعه‌شناسی کاربردی*. شماره ۵۰.
۱۳. نیازآذری، کیومرث؛ ترانه عنایتی؛ رضا بهنام‌فر و زهرا کهرودی. (۱۳۹۳). رابطه اخلاق حرفه‌ای و تعهد سازمانی. *مجله پرستاری ایران*. شماره ۸۷.
۱۴. یقین‌لو، مهرانگیز، فرانک جواهردشتی و مریم خلیلی عراقی. (۱۳۸۲). اصول اخلاق حرفه‌ای از تدوین تا عمل. *تدبیر*. شماره ۱۳۵.

- tinuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*. 63 (1). 1-18.
16. Appelbaum, S.; N. Bartolomucci; E. Beaumier; J. Boulanger; R. Corrigan; I. Dore; C. Girard & C. Serroni. (2004). Organizational Citizenship Behavior: A Case Study of Culture, Leadership and Trust. *Manamement Decision*. Vol 42. No. 1. pp. 13-40.
17. Arney, JA. (2007). *Ethics and Organizational Structure: a Study of Organizational Values*. Retrieved from ProQuest Digital Dissertation.
18. Behroozi, M.; L. Qasemi. & B. Fadaiyan. (2014). Individual and Organizational Factors Affecting on the Professional Ethics: Staff of Bushehr Custom Main Office. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 143. 325-329.
19. Borenstein, M.; L. Hedges.; J. Higgins. & H. Rothstein. (2009). *Introduction to Meta-Analysis*. UK: Wiley & Sons Publication.
20. Cohen, J. (1977). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*: (Rev. Ed). New York: Academic Press.
21. Gibson, J. L. (2007). Organizational Ethics and the Management of Health Care Organizations. *Health Management Forum*. 20 (1). 38-41.
22. Glass, G. V. (1976). Primary, Secondary, and Meta-Analysis of Research. *Educational Researcher*. 5. 3-8.
23. Ingrid, N. (2004). *Factors Impacting on Ethical Behavior in Organizations*. Pretoria: University of Pretoria Press.
24. McClaren, N. (2000). Ethics in Personal Selling and Sales Management: A Review of the Literature Focusing on Empirical Findings and Conceptual Foundation. *Journal of Business Ethics*. 27 (3). 285-303.
25. McNeal, G. (2009). Organizational Culture, Professional Ethics and Guantanamo. *Unit state*. 42 (125). 125-147.
26. Pearson, S. D.; J. E. Sabin.; E. J. Emanuel. & N. Margin. (2003). *No Mission: Health Care Organizations and the Quest for Ethical Excellence*. Oxford. UK: Oxford University Press.
27. Peterson, D. K. (2002). The Relationship between Unethical Behavior and the Dimensions of the Ethical Climate Questionnaire. *Journal of Business Ethics*. 41. 313-318.
28. Pigott, T. D. (2012). *Advances in Meta-Analysis*. New York: Springer.
29. Roman, S. & JL. Munuera. (2005). Determinants and Consequences of Ethical Behavior: An Empirical Study of Sales People. *Journal of Marketing*. 39 (5). 473-488.
30. Schwepker, Ch. & M. Hartline. (2005). Managing the Ethical Climate of Customer-Contact Service Employees. *Journal of Service Research*. 7 (4). 377-397.

تحقیقات مرور شده برای انجام فراتحلیل

نویسنده/نویسندگان	سال	عنوان	مجله، (شماره)	حجم نمونه
خدای و اصلنلو	۹۴	طراحی مدل رفتار اخلاق سازمانی کارکنان با تأکید بر نقش ارزش‌های اخلاق سازمان	اخلاق در علوم و فناوری، ۱۰ (۱)	۲۵۰
حسن‌زاده و همکاران	۹۳	رابطه بین اخلاق سازمانی و رفتار غیرمولد	مدیریت منابع انسانی، ۴ (۴)	۱۵۲
امراهی و همکاران	۹۳	بررسی رابطه بین رهبری معنوی و اخلاق کار در اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه	اندیشه‌های نوین تربیتی، ۱۲ (۱)	۱۰۳
خدیوی و همکاران	۹۳	پیش‌بینی تعارض سازمانی بیمارستان‌های دولتی شهر تبریز بر اساس اخلاق حرفه‌ای پرستاران	مجله دانشکده پرستاری و مامایی ارومیه، ۵۷ (۵)	۲۹۷
انصاری و همکاران	۹۳	تأثیر عوامل فردی و سازمانی در اخلاق کاری در مدیران بازاریابی	اخلاق در علوم و فناوری، ۸ (۴)	۲۱۷
عبداللهی و همکاران	۹۳	ارتباط تعهد سازمانی و معنویت در کار با اخلاق سازمانی	اخلاق در علوم و فناوری، ۹ (۴)	۲۵۰
قاسم‌زاده و همکاران	۹۳	رابطه اخلاق سازمانی با مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی	اخلاق در علوم و فناوری، ۹ (۲)	۲۳۰
موسوی	۹۳	رابطه اخلاق سازمانی و تعالی سازمانی	اخلاق در علوم و فناوری، ۹ (۲)	۲۰۰
ملکی و همکاران	۹۳	نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین اخلاق سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی و رفتار انحرافی کار	مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی، ۷ (۴)	۲۵۰
ذوالفقاری و محبی	۹۳	انواع دینداری و اخلاق کار	راهبرد فرهنگ ۲۶ (۲۶)	۲۵۹
مهاجران و شهودی	۹۳	مدل‌یابی ارتباط بین اخلاق سازمانی و معنویت در کار با مسئولیت اجتماعی	فصلنامه مدیریت پرستاری، ۳ (۲)	۱۵۷
ایران‌نژاد و همکاران	۹۳	نقش مدیریت مشارکتی در ارتقاء اخلاق سازمانی کارکنان ادارات مرکزی بانک مسکن	مطالعات کمی در مدیریت، ۵ (۱)	۳۰۳
ابراهیمی و همکاران	۹۳	هوش معنوی کارکنان دستگاه‌های اجرایی و تأثیر آن بر اخلاق سازمانی آنان	مجله مدیریت فرهنگی، ۷ (۱۹)	۱۲۵
رضایی و همکاران	۹۲	میزان کاربست مؤلفه منشور اخلاق حرفه‌ای در کتابداران کتابخانه‌های یزد	مجله تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۹ (۱)	۱۱۱
احمدی	۹۲	ارزیابی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای سازمان‌های خدماتی	اخلاق در علوم و فناوری، ۸ (۱)	۳۸۴
محمدخانی و همکاران	۹۲	تأثیر عوامل سازمانی مؤثر بر اخلاق کار در میان کارکنان ادارات دولتی خوانسار	جامعه‌شناسی کاربردی، ۵۰ (۵)	۲۵۰
کرم‌دخت	۹۲	رابطه اخلاق سازمانی مدیران و اثربخشی سازمانی در مدارس متوسطه بابلسر	رهبری و مدیریت آموزشی، ۵ (۱)	۱۵۰
باقی و سلیمانی	۹۲	نقش فرهنگ سازمانی در تعالی اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها	مجله مدیریت فرهنگی، ۷ (۲۲)	۲۰۰

نویسنده/نویسندگان	سال	عنوان	مجله، (شماره)	حجم نمونه
بوذرجمه‌ری و همکاران	۹۲	بررسی اخلاق حرفه‌ای اساتید دانشگاه شهید صدوقی	مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، ۸ (۳)	۱۶۰
شریف‌زاده	۹۱	تجزیه و تحلیل عوامل سازمانی مؤثر بر اخلاق سازمانی در سازمان‌های عمومی	اخلاق در علوم و فناوری، ۷ (۱)	۲۱۷
بیک‌زاد و همکاران	۹۱	تأثیر عوامل سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان	اخلاق در علوم و فناوری، ۷ (۲)	۲۱۷
موسوی و همکاران	۹۱	بررسی رابطه بین اخلاق سازمانی مدیران با تعهد سازمانی معلمان در آموزشگاه زبان شهرستان بهارستان و رباط کریم	مطالعات آموزشی و آموزشگاهی (۴)	۱۰۳
شیروانی و سختی	۹۱	بررسی نقش اخلاق کار بر رفتار سازمانی مثبت بر مبنای مدل فرد لوتانز	فراسوی مدیریت، ۶ (۲۳)	۲۲۴
سلیمانی و همکاران	۹۱	رابطه اخلاق کار با رضایت شغلی و استرس شغلی کارکنان	رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۳ (۱)	۲۱۶
حجازی و مسافری	۹۱	رابطه جنسیت با اخلاق سازمانی	اخلاق در علوم و فناوری، ۷ (۱)	۲۲۰
فرم‌هینی فراهانی و بهنام‌جام	۹۱	بررسی میزان رعایت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه شاهد	اخلاق در علوم و فناوری، ۷ (۱)	۳۶۱
انصاری و همکاران	۹۱	بررسی رابطه رعایت اصول اخلاق سازمانی کارکنان بر وفاداری مشتریان بانک‌ها	اخلاق در علوم و فناوری، ۷ (۳)	۱۵۰
طاهری و همکاران	۹۰	نقش اخلاق سازمانی در ارتقای رفتار شهروندی سازمانی	اخلاق در علوم و فناوری، ۶ (۲)	۱۰۲
عبداللهی و نجات	۸۹	ارزش‌ها و اخلاق کار	مطالعات اجتماعی ایران، ۱۱ (۱)	۳۹۳
حمیدی و نکویی	۸۹	رفتار مبتنی بر اخلاق حرفه‌ای و خدمات پس از فروش	اخلاق در علوم و فناوری، ۵ (۱)	۱۶۵
الوانی و همکاران	۸۹	تحلیل اخلاق سازمانی کارکنان با استفاده از الگوی دایره اخلاق	اخلاق در علوم و فناوری، ۵ (۳)	۱۷۰
تقی‌زاده و سلطانی	۸۹	رابطه اخلاق کار بر مسئولیت اجتماعی	اخلاق در علوم و فناوری، ۵ (۳)	۲۰۰
توسلی و نجار	۸۸	مطالعه تجربی اخلاق کار با تأکید بر جنسیت	پژوهش زنان، ۶ (۳)	۳۵۶
قربانی و کریمیان	۸۸	عوامل درون سازمانی مؤثر بر اخلاق کاری کارکنان	مدیریت منابع انسانی دانشگاه امام حسین، ۱ (۴)	۹۰
اسدی و همکاران	۸۸	بررسی اخلاق کار با تأکید بر عوامل سازمانی	مطالعات جامعه‌شناسی، ۲ (۵)	۲۷۴
معیدفر	۸۵	اخلاق کار و عوامل مؤثر بر آن در میان کارکنان ادارات دولتی	رفاه اجتماعی (۲۳)	۳۵۰