

مدل‌سازی تأثیر فرهنگ اخلاقی و جوسازمانی بر دلبستگی شغلی با میانجی تعهد سازمانی

فردین فروغی*، فرح روز زند عموقین**، آذر تقوی***

چکیده

هدف از پژوهش حاضر مدل‌سازی تأثیر فرهنگ اخلاقی و جوسازمانی بر دلبستگی شغلی با میانجی تعهد سازمانی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را معلمان دوره ابتدایی شاغل در شهرستان نمین به تعداد ۱۰۳۲ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری به کار گرفته شده، خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده و با توجه به ناهمگون بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نیز استفاده گردید؛ که از میان جامعه‌ی آماری پیش‌گفته، بر اساس جدول مورگان، نمونه‌ای به حجم ۲۹۲ نفر (۲۱۳ نفر زن و ۷۹ نفر مرد) انتخاب شدند. اطلاعات لازم برای پاسخ به فرضیه‌های پژوهشی از طریق پرسشنامه‌های استاندارد جمع‌آوری و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. همچنین برای بررسی فرضیه‌های پژوهش و ارزیابی برازش مدل مفهومی ارائه‌شده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel8 استفاده شد. بدین ترتیب نتایج پژوهش بیانگر آن است که فرهنگ اخلاقی با ضریب مسیر ۰/۱۸ و با توجه به آماره t برابر با ۳/۹۳ تأثیر مثبت و معناداری بر دلبستگی شغلی دارد. همچنین مشخص شد که جو سازمانی با ضریب مسیر ۰/۴۹ و با توجه به آماره t برابر با ۵/۰۹ تأثیر مثبت و معناداری بر دلبستگی شغلی دارد؛ بنابراین هرچه در سازمان فرهنگ اخلاقی و جو مطلوب حاکم گردد دلبستگی کارکنان نسبت به فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند ارتقاء خواهد یافت.

کلیدواژگان: فرهنگ اخلاقی، جوسازمانی، تعهد سازمانی، دلبستگی شغلی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۸
* دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران،
رایانامه نویسنده مسئول: fardin.foroghi.2018@gmail.com
** کارشناس ارشد مدیریت، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.
*** کارشناس ارشد ادبیات، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۱. مقدمه

افراد در سازمان‌ها دارای نگرش‌های متعددی می‌باشند که بر رفتار آن‌ها در سازمان تأثیر می‌گذارد. در میان این نگرش‌ها، واژه دلبستگی شغلی مدت‌زمان زیادی نیست که وارد سازمان شده است؛ اما باین‌حال به ارتقا اثر بخشی در سازمان کمک کرده و تحقق اهداف سازمانی را تسهیل می‌کند. به‌منظور افزایش سطح دلبستگی شغلی باید در مورد تعیین‌کننده‌های آن نگاهی واقع‌گرایانه و همه‌جانبه داشته باشیم. اشخاص با دلبستگی شغلی بالا به‌ندرت به دست کشیدن از شغلشان می‌اندیشند و انتظار می‌رود تا آینده‌ای قابل پیش‌بینی، برای سازمان متبوع خودکار کنند (گلابلی، ۱۳۹۴). دلبستگی کارکنان این فرصت را به آنان می‌دهد که بر اهداف شغلی خود متمرکز شوند. در تعریفی اونس (۱۹۸۶) دلبستگی شغلی را میزان درگیری فرد با شغل خود، میزان علاقه فرد به شغلی که در آن مشغول است تعریف می‌کند (Owenz, 1986). یک دیدگاه واقع‌بینانه‌تر در مورد وابستگی شغلی وجود دارد که بیان می‌کند دلبستگی شغلی افراد تا حدودی متأثر از زمینه‌های قبلی و ویژگی‌های فردی آن‌ها می‌باشد، لیکن موقعیت‌های محیطی و سازمانی نیز در ایجاد دلبستگی‌های شغلی اهمیت دارد (Lawler & Hall, 1970). گوانزالز و همکاران (۲۰۰۶) دلبستگی شغلی را با عوامل سازمانی به‌ویژه جوسازمانی مرتبط دانسته‌اند. به‌عبارت‌دیگر کارکنانی که از محیط سالم برخوردارند، با بکار بستن تمامی توان خویش در راستای کارایی بیشتر و بهتر محیط کاری خود گام برمی‌دارند. بر طبق تحقیقات کارکنان با دلبستگی شغلی زیاد، از شغل خود راضی‌تر و موفق‌ترند و میزان ترک کار و غیبت آن‌ها در مقایسه با کارکنان با دلبستگی شغلی پایین، کمتر است (Gonzalez & Grazzo, 2006). همان‌طور که اشاره جوسازمانی در همه ابعاد و جای‌جای سازمان جریان دارد، بنابراین ضمن تأثیرگذاری در سلوک و حالت اعضا،

رفتار سازمانی از جمله تعهد سازمانی آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. این تأثیرات می‌تواند موجب انگیزش یا ضعف آن شود که در هر صورت، در عملکرد نیروی انسانی نقش دارد (علوی، ۱۳۸۱). جو سازمانی منعکس‌کننده نگرش افراد از سازمانی است که نسبت به آن احساس دل‌بستگی می‌کنند و مجموعه‌ای از ویژگی و عامل‌هایی است که توسط کارکنان سازمان وجود دارد و به‌عنوان نیروی اصلی در تعیین رفتار کارکنان مؤثر است. میرکمالی (۱۳۷۳) جو سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از حالات، خصوصیات یا ویژگی‌های حاکم بر یک سازمان که آن را گرم، سرد، قابل‌اعتماد، غیرقابل‌اعتماد، ترس‌آور یا اطمینان‌بخش، تسهیل‌کننده یا بازدارنده می‌سازد و از عواملی نظیر رضایت شغلی، شخصیت، رفتار، سوابق، نوع مدیریت، فرهنگ سازمانی روحیه، انگیزش، ساختار، تکنولوژی و غیره به وجود می‌آید و سبب تمایز دو سازمان مشابه از هم می‌شود. با این دید می‌توان جو سازمانی را نتیجه رهبری مدیر دانست. به‌طور مثال، تحقیقات نشان می‌دهد جو سازمانی رابطه مستقیم با توانایی مدیر در برانگیختن کارکنان با برآورده ساختن نیازهای روانی آن‌ها همچون توفیق‌طلبی، قدرت و... دارد. از طرف دیگر، جو سازمانی تأثیر بسزایی بر رفتار کارکنان و عملکرد سازمانی دارد. این بررسی‌ها بیانگر آن است جو متعالی سازمان از یک طرف هزینه‌های جابه‌جایی کارکنان و مقاومت آنان در برابر تغییر را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر موجب بهبود کیفیت کالا، نوآوری و ریسک‌پذیری می‌شود که نتیجه نهایی این تأثیرات افزایش سودآوری و وفاداری مشتریان است (جهرمی و همکاران، ۱۳۸۸).

از دیدگاه بسیاری از پژوهشگران دستیابی به سطح مطلوبی از رضایت شغلی و دل‌بستگی شغلی در گرو شناخت فرهنگ سازمانی و وجود یک فرهنگ سازمانی مطلوب در سازمان است. فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از تفاهم‌ها و دریافت‌های مشترک برای

سامان دادن به کنش‌ها است که زبان و سایر محمل‌های نهادی را برای بیان این تفاهم‌های مشترک به کار می‌گیرد (طوسی، ۱۳۸۹). تأثیر محیط‌های سازمانی بر فرآیندهای تصمیم‌گیری اخلاقی، از مدل‌های تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در سازمان که اهمیت فرهنگ سازمانی را به‌طور صریح تأیید می‌کند، حمایت کرده است. فرهنگ اخلاقی می‌تواند به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از فرهنگ سازمانی در نظر گرفته شود که کارکرد چندبعدی میان نظام‌های رسمی و غیررسمی کنترل رفتاری نشان می‌دهد. این‌گونه نظام‌های رسمی شامل مدیریت، مقامات ارشد سازمانی، نظام‌های تشویقی و برنامه‌های آموزشی می‌باشند درحالی‌که نظام‌های غیررسمی شامل رفتارهای یکسان و هنجارهای اخلاقی است (Svanberg & Ohman, 2013). فرهنگ اخلاقی می‌تواند برای آگاهی افراد از اخلاقیات، بر قضاوت‌ها و عملکرد آن‌ها تأثیر بگذارد. همچنین باعث ارتقاء ساختارها و عملکردهای تصمیم‌گیری می‌شود. هیئت حاکم در سازمان، کارکنان و سیاست اخلاقی از عوامل تثبیت و تقویت فرهنگ اخلاقی است. مدیریت رده‌بالا برای تثبیت و حفظ یک فرهنگ اخلاقی مسئولیت دارد. داشتن یک فرهنگ اخلاقی، تفکر مستقل را حمایت می‌کند و کارمندان و مدیران را ترغیب می‌کند تا تصمیماتی مطابق ارزش‌های سازمان بگیرند (Wulf, 2012). صحبت در زمینه اخلاقیات نیز سبب توسعه فرهنگ اخلاقی می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده از تحقیقات حاکی از این است که فرهنگ اخلاقی نقش بهینه‌ای در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی دارد و یکپارچگی تصمیمات اتخاذشده در سازمان را نشان می‌دهد. هر چه کارمندان بیشتر فرهنگ اخلاقی را در سازمان احساس کنند، احتمال اینکه در سازمان تصمیمات غیراخلاقی بگیرند کمتر خواهد بود. سازمان‌هایی که فرهنگ اخلاقی در آنان نهادینه‌شده است، بالطبع دارای کارکنانی بشاش و اجتماعی هستند که با اعتمادبه‌نفس قوی‌تری بر سرکار

حاضر شده و وفاداری و تعهد بیشتری از خود نشان می‌دهند. علاوه بر این پیچیدگی فرآیند فعالیت سازمان‌ها با تغییرات معناداری که در سال‌های اخیر روی داده است، مبحث تعهد را بسیار مهم ساخته است. دیدگاه‌های مطرح در این زمینه معتقدند که به‌منظور ایجاد فضای کاری موفق، سازمان بایستی انرژی خود را بر رفاه مادی و اجتماعی متمرکز نماید و مطالعه تعهد کارکنان را بیش از تبعیت آنان موردنظر قرار دهند. ایجاد تعهد و وفاداری سازمانی یکی از کارکردهای بسیار مهم اجتماع سازمانی محسوب می‌گردد (Chein, 2003). تعهد سازمانی طی دهه گذشته جایگاه مهمی را در پژوهش‌های رفتار سازمانی به خود اختصاص داده است. سه نفر از محققانی که بیشتر در زمینه تعهد سازمانی کارکرده‌اند، مودی، استیز، پورتر^۱ هستند. از دیدگاه این سه محقق، تعهد سازمانی دارای سه جزء ترکیبی، یعنی پذیرش هدف‌های سازمانی، تمایل برای سخت کار کردن برای آن و میل برای باقی ماندن است. بر این اساس، مفهوم سه‌جزئی تعهد سازمانی ارائه شده است که عبارت‌اند از: الف) تعهد عاطفی که در شرایطی ایجاد می‌شود که به دلیل وجود وابستگی هیجانی، فرد مایل به کار در سازمان خود است. ب) تعهد مستمر که در آن شخص به این دلیل به کار خود در سازمان ادامه می‌دهد که به حقوق و مزایای دریافتی از آن سازمان نیازمند است. ج) تعهد هنجاری که از ارزش‌های فرد شاغل در یک سازمان سرچشمه می‌گیرد؛ یعنی فرد معتقد می‌شود که به سازمان خود مدیون است (Allen & Meyer, 1991). به‌طور کلی، برخورداری از کارکنانی که دارای تعهد و وفاداری بالا نسبت به سازمان خود بوده و دل‌بسته آن باشد، سبب می‌شود تا فرد در محیطی پویا و سالم و با بکار بستن تمام توان خویش برای

¹ Mowday, Steers & Porter

کارایی بیشتر و بهتر سازمان گام بردارد و از این طریق زمینه را برای تحقق اهداف سازمانی فراهم آورد. همچنین با توجه به پیچیدگی سازمان‌ها، ظهور رقبای سازمانی و اهمیت یافتن اخلاقیات و متأثر بودن کارایی و اثربخشی سازمان از متغیرهای این پژوهش، محقق در نظر دارد به بررسی موضوع تأثیر فرهنگ اخلاقی و جو سازمانی بر دل‌بستگی شغلی با میانجی تعهد سازمانی بپردازد.

۲. مبانی نظری

الف) فرهنگ اخلاقی

پژوهش‌هایی که در زمینه‌ی اخلاقیات انجام شده‌اند حاکی از آن هستند که تصمیم‌گیری‌های اخلاقی تحت تأثیر فرهنگ اخلاقی سازمانی قرار می‌گیرد و یکنواختی را در سازمان‌ها ترویج می‌دهند. متغیرهای زیادی بر ترویج فرهنگ اخلاقی در سازمان اثر می‌گذارند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان سیاست‌های سازمانی، رهبری، مدیریت رده‌های بالای سازمان و تعاملات افراد در گروه‌های غیررسمی را نام برد. فرهنگ اخلاقی شامل استانداردها و قوانینی است که کارکنان سازمان را به انجام رفتارهای درست و اخلاقی تشویق می‌کند. در حقیقت فرهنگ اخلاقی ایجادشده در سازمان مهم‌ترین عامل بازدارنده‌ی رفتارهای غیراخلاقی میان کارکنان سازمان است (Douglas et al., 2003). اگر در سازمان‌ها فرهنگ اخلاقی نهادینه شود کارکنان کمتر تصمیمات غیراخلاقی اتخاذ خواهند کرد. فرهنگ سازمانی و فرهنگ اخلاقی بسیار با این ایده در ارتباط‌اند که اهمیت دادن به دیگران درون یک سازمان کمک می‌کند تا تصمیم‌های اخلاقی همان سازمان مشخص شود (Ferrell & Fraedrich, 2014). از آنجایی که افراد در ارتباطات خود چیزهای جدیدی یاد می‌گیرند، می‌توانند برخی از ارزش‌ها را با نظام ارزشی خود تطبیق داده و با پذیرش آن فرهنگ اخلاقی خود را توسعه دهند.

اندیشمندان بر این باور هستند که اگر در سازمان‌ها فرهنگ اخلاقی به صورت پایدار اتفاق بیفتد و اخلاقیات به عنوان استانداردهایی برای عملکردهای سازمانی در نظر گرفته شود رفتارهای اخلاقی تشویق و رفتارهای غیر اخلاقی نادیده انگاشته می‌شوند. همچنین بر احساس حضور آیین رفتار حرفه‌ای توسط کارمندان در سازمان نیز به عنوان عاملی برای درک فرهنگ اخلاقی تأکید شده است. فرهنگ اخلاقی دارای کارکردهایی برای سازمان‌ها می‌باشد که از جمله آن‌ها می‌توان به نوآوری‌ها و خلاقیت‌های سازمانی اشاره کرد که خود سبب افزایش بهره‌وری در سازمان‌ها می‌گردد. فرهنگ اخلاقی همچنین می‌تواند به عنوان رهنمودهایی برای سازمان باشد که مسیر حرکت برای رسیدن به اهداف سازمانی و شخصی را برای کارکنان روشن می‌سازد. اگر کارکنان فرهنگ اخلاقی را مؤثر ندانند به رفتارهای غیر اخلاقی گرایش پیدا می‌کنند. کارکردهای منفی فرهنگ اخلاقی در سازمان‌ها سوء رفتار را افزایش داده و زمینه را برای زیان‌های بعدی در سازمان‌ها هموارتر می‌کند. سازمان‌ها از طریق برنامه‌های اخلاقی به ترویج رفتارها و عملکردهای اخلاقی پرداخته و با انجام این اقدامات رفتارهای غیر اخلاقی را در سازمان کاهش می‌دهند. اگر بتوانیم در سازمان‌ها فرهنگ اخلاقی را نهادینه ساخته و به آن توسعه دهیم، کرامت‌های اخلاقی و انسانی بیشتر جلوه‌گر شده و کارکنان با برقراری ارتباط با یکدیگر می‌توانند به اهداف شخصی خود همسو با اهداف سازمانی دست یابند (امیرشاهی و همکاران، ۱۳۹۰).

ب) جو سازمانی

هر سازمانی دارای فرهنگ، آداب و رسوم، ارزش‌ها و هنجارها و روش‌های عمل مخصوص و نسبتاً پایداری است که شیوه رفتار آن‌ها را بر اساس این ویژگی‌ها می‌توان پیش‌بینی کرد. این فرهنگ یا خصوصیات که به ما اجازه می‌دهد یک سازمان را از

سازمان دیگر متفاوت بدانیم، جو سازمانی نام گرفته است. نظر به اینکه جو سازمانی در همه ابعاد و جای جای سازمان جریان دارد، بنابراین ضمن تأثیرگذاری در سلوک و حالت اعضا، رفتار سازمانی از جمله تعهد سازمانی آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. این تأثیرات می‌تواند موجب انگیزش یا ضعف آن شود که در هر صورت، در عملکرد نیروی انسانی نقش دارد؛ بنابراین، کارایی و توسعه سازمان تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد (علوی، ۱۳۸۱). جو سازمانی منعکس‌کننده نگرش افراد از سازمانی است که نسبت به آن احساس دلبستگی می‌کنند و مجموعه‌ای از ویژگی و عامل‌هایی است که توسط کارکنان سازمان وجود دارد و به عنوان نیروی اصلی در تعیین رفتار کارکنان مؤثر است. میرکمالی (۱۳۷۳) جو سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از حالات، خصوصیات یا ویژگی‌های حاکم بر یک سازمان که آن را گرم، سرد، قابل اعتماد، غیرقابل اعتماد، ترس‌آور یا اطمینان‌بخش، تسهیل‌کننده یا بازدارنده می‌سازد و از عواملی نظیر رضایت شغلی، شخصیت، رفتار، سوابق، نوع مدیریت، فرهنگ سازمانی روحیه، انگیزش، ساختار، تکنولوژی و غیره به وجود می‌آید و سبب تمایز دو سازمان مشابه از هم می‌شود. با این دید می‌توان جو سازمانی را نتیجه رهبری مدیر دانست. به طور مثال، تحقیقات نشان می‌دهد جو سازمانی رابطه مستقیم با توانایی مدیر در برانگیختن کارکنان با برآورده ساختن نیازهای روانی آن‌ها همچون توفیق طلبی، قدرت و... دارد. از طرف دیگر، جو سازمانی تأثیر بسزایی بر رفتار کارکنان و عملکرد سازمانی دارد. این بررسی‌ها بیانگر آن است جو متعالی سازمان از یک طرف هزینه‌های جابه‌جایی کارکنان و مقاومت آنان در برابر تغییر را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر موجب بهبود کیفیت کالا، نوآوری و ریسک‌پذیری می‌شود که نتیجه نهایی این تأثیرات افزایش سودآوری و وفاداری مشتریان است.

ج) تعهد سازمانی

واژه تعهد سازمانی، معین‌کننده سه عرصه مهم از احساس یا رفتار مربوط به فردی است که در سازمان مشغول به کار است. این سه عرصه مهم رفتاری عبارت‌اند از: اعتقاد به سازمان و پذیرش اهداف و ارزش‌هایش، تمایل به عضویت در سازمان و تمایل به انجام سعی و تلاش برای سازمان و رای آنچه در قراردادش با سازمان درج شده است (سروش، ۱۳۸۱). به دیگر سخن تعهد سازمانی عبارت است از توانایی نسبی همانندسازی شخص با سازمان و درگیر شدن در سازمان. پیچیدگی فرآیند فعالیت سازمان‌ها با تغییرات معناداری که در سال‌های اخیر روی داده است، مبحث تعهد را بسیار مهم ساخته است. دیدگاه‌های مطرح در این زمینه معتقدند که به‌منظور ایجاد فضای کاری موفق، سازمان بایستی انرژی خود را بر رفاه مادی و اجتماعی متمرکز نماید و مطالعه تعهد کارکنان را بیش از تبعیت آنان مورد نظر قرار دهند. ایجاد تعهد و وفاداری سازمانی یکی از کارکردهای بسیار مهم اجتماع سازمانی محسوب می‌گردد. تعهد سازمانی طی دهه گذشته جایگاه مهمی را در پژوهش‌های رفتار سازمانی به خود اختصاص داده است. به‌طورکلی، برخورداری از کارکنانی که دارای تعهد و وفاداری بالا نسبت به سازمان خود بوده و دل‌بسته آن باشد، سبب می‌شود تا فرد در محیطی پویا و سالم و با بکار بستن تمام توان خویش برای کارایی بیشتر و بهتر سازمان گام بردارد.

د) دل‌بستگی شغلی

با کاربرد فزاینده تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، گسترش سریع مشاغل در بخش‌های ارائه‌دهنده خدمت، استفاده از منابع برون‌سازمانی و کاربرد منعطف‌تر منابع انسانی، تغییرات در سازمان‌ها، تشدید و تحریک می‌شود (Hakanen, 2008). رویکرد جدید رفتار سازمانی مثبت، در پاسخ به این

تغییرات ایجاد گردید، زیرا بر نظریه‌پردازی و کاربرد خصوصیات، اظهارات و رفتارهای مثبت کارکنان در سازمان‌ها، تأکید می‌کند. یکی از زیرساختارهای مهم این رویکرد، دلبستگی شغلی کارکنان است که طی سال‌های اخیر در متون علمی، بازرگانی و روانشناسی سازمان، ظهور نمود (Kahn, 1990). اسکافل^۱ و همکاران، دلبستگی شغلی را به عنوان حالت ذهنی مثبت و مرتبط با شغل که باانرژی، فداکاری و جذابیت شغلی، مشخص می‌شود، تعریف نموده‌اند. کارکنان دلبسته به شغل، انرژی بسیار زیادی داشته و برای انجام وظایف شغلی خود، شور و اشتیاق کافی دارند. آن‌ها طوری بر کار خود تمرکز داشته و غوطه‌ورند که متوجه گذشت زمان نمی‌شوند. بسیاری از صاحب‌نظران، دلبستگی شغلی را پیش‌بینی کننده ستانده‌ها و موفقیت‌های سازمان‌ها دانسته‌اند (Richman, 2006). اشتیاق در مقابل فرسودگی شغلی بناشده هست. برعکس اشخاصی که از فرسودگی شغلی زجر می‌کشند، کسانی که علاقه‌مند به حرفه خود می‌باشند احساسی نیرومند و رابطه اثربخش با تکالیف شغلی خود دارا می‌باشند و خودشان را به صورت افرادی ماهر برای جواب دادن به تقاضاهای شغلی می‌بینند. اشتیاق شغلی و درجه جذب و نیرومندی نسبت به حرفه نمونه‌ای از عوامل دیگری می‌باشند که بر شاخص پیروزی و پیشرفت سازمانی اثربخش است (Beker & Dumrot, 2005). بر اساس الگو شوفلی و همکاران (۲۰۰۴) شوق کاری دارای سه بعد به صورت ذیل می‌باشد:

جذب: به تمرکز تمام و غرق شدن در شغل اشاره می‌کند. به شکلی که زمان در

¹ Schaufeli

حین کار برای شخص خیلی زود می‌گذرد و برای شخص سخت می‌شود که از شغلش جدا شود. در این صورت، شخص سرسختانه درگیر شغل خود می‌گردد چون تجربه کاری برای او زیاد لذت دار و جذاب می‌شود. افراد برای قرار گرفتن در چنین شرایطی حاضر به دادن هزینه‌اش نیز می‌باشند. برخی از نویسندگان بیان کرده‌اند که تجربه جذبه در کار مانند تجربه شور و شیدایی هست. شور و شیدایی به صورت حالت ذهنی معرفی می‌شود که درگذر آن فرد گویا در حرفه‌اش درگیر می‌شود و هر چیز دیگری جز به انجام رساندن آن کار برای او مهم شمرده نمی‌شود. نیرومندی: سطح بالایی از انرژی و انعطاف‌پذیری ذهنی در ضمن کارکردن، تمایل به سعی و کوشش بیشتر در کار و پایداری در حالت‌های سخت را نشان می‌دهد. کارکنانی که از توانایی بیشتری دارا هستند، زیاد به وسیله حرفه خود برانگیخته می‌شوند و در موقع وقوع مشکلات و بروز تعارض‌های بین فردی تحمل فراوانی از خودشان نمایان می‌کنند. این بعد از لحاظ مفهومی مانند مفهوم انگیزش درونی می‌باشد. انگیزش درونی اشاره به خواسته یک شخص برای انجام فعالیتی ویژه هست. چون که این فعالیت به او رضایت درونی می‌دهد و این پاداش‌دهی درونی فعالیت، هیچ هدف بیرونی را شامل نمی‌شود. وقف خود: به تجربه یک احساس مهم بودن، علاقه، شاهد بودن، افتخار و چالش در کار را نشان می‌دهد. این بعد اشتیاق شغلی با درگیری شدید روانی کارمندان در کار آشکار می‌شود و ترکیبی از احساس معنی‌داری، اشتیاق و چالش می‌باشد. این بعد با مفهوم دلبستگی شغلی شباهت زیادی دارد و به مرتبه‌ای که شخص از لحاظ روانی خود را وابسته به کار خود می‌داند، تلقی می‌شود. این بعد از لحاظ مفهومی شباهتی به دلبستگی شغلی و تعهد شغلی دارد که به عنوان درجه‌ای معرفی گردد که یک شخص از نظر روان‌شناختی به خوبی با کارش ارتباط برقرار گردد (ضیاءالدینی و رضائی قوام‌آبادی،

(۱۳۹۲).

پیشینه پژوهشی

مؤمن پور و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به مطالعه تأثیر جو اخلاقی بر ابعاد اشتیاق شغلی کارمندان پرداخته است. طبق یافته‌ها رابطه علی مثبت و معنی‌دار بر ابعاد درگیری شغلی دارد. به عبارتی افراد در سازمان‌هایی با جو اخلاقی بالا دارای درگیری شغلی بالایی خواهند بود (Bakker & Leiter, 2010). بهزادی، نعامی و بشیلده (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان رابطه جو اخلاقی سازمان، وجدانی بودن و رهبری معنوی بافضیلت سازمانی به این نتایج رسیدند که میان متغیرهای پیش‌بین خصوصیات شخصیتی وجدانی بودند. جو اخلاقی و رهبری اخلاقی بافضیلت سازمانی همبستگی مثبت معناداری دارد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون مشخص کرد که به ترتیب رهبری معنوی، جو اخلاقی و خصوصیات شخصیتی وجدانی بودن در تبیین واریانس فضیلت سازمانی بیشترین نقش را ایفا می‌کنند. نتایج این پژوهش حاکی از آن هست که هم خصوصیات شخصیتی و هم عوامل محیطی پیش‌بینی کننده خوبی برای شکل‌گیری فضیلت سازمانی هستند. از این رو، سازمان‌ها می‌بایست موقعیت لازم جهت بروز و شکوفایی این سازه را آماده سازند تا در نتیجه آن پیامدهای سازمانی مثبت حاصل گردد. در پژوهش مومن‌پور، قاسم‌زاده و حسنی (۱۳۹۰) که تحت عنوان نقش جو اخلاقی بر ابعاد اشتیاق شغلی کارکنان سازمان بهزیستی استان تهران در سال ۱۳۹۳ انجام دادند نتایج نشان داد که جو اخلاقی رابطه علی مثبت و معنی‌دار بر ابعاد اشتیاق شغلی دارد. به عبارتی افراد در سازمان‌هایی با جو اخلاقی بالا دارای شوق شغلی بالایی خواهند بود (مومن‌پور و همکاران، ۱۳۹۰). در پژوهش قدم‌پور و همکاران (۱۳۹۶) که تحت عنوان بررسی رابطه بین توانمندسازی روان‌شناختی و فضیلت سازمانی با نقش میانجی اشتیاق

شغلی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی لرستان انجام دادند نتایج نشان داد که توانمندسازی روان‌شناختی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر اشتیاق شغلی و فضیلت سازمانی دارد. همچنین اشتیاق شغلی هم تأثیر مثبت و معناداری بر فضیلت سازمانی دارد و روشن گردید که توانمندسازی روان‌شناختی تنها تأثیر مستقیم بر فضیلت سازمانی دارد (قدم پور و همکاران، ۱۳۹۶). نادى و حاذقى (۱۳۹۲) در بررسی به مدل روش چارچوبی ارتباط میان فضای نیکخویی، راضی کاری و پیمان تشکیلاتی باهدف جدا شدن از شغل در میان کارمندان درمانگاه شخصی استان فارس پرداخت. نتایج مشخص کرد میان فضای نیکخویی با راضی کاری و پیمان تشکیلات ارتباط سودمند و مفهومی و باهدف جدایی از شغل، ارتباط مخالف و برعکس دارد (نادی و حاذقی، ۱۳۹۰). آورام و همکاران^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی به رابطه بین جو اخلاقی و اعتماد سازمانی با نقش میانجی رضایت شغلی انجام داده‌اند. شرکت‌کنندگان در پژوهش ۱۴۷ نفر از کارمندان نظام سلامت بودند. یافته‌های پژوهش نشان داد که میان جو اخلاقی و اعتماد سازمانی رابطه مثبت وجود دارد و رضایت شغلی یک واسطه جزئی در ارتباط میان جو اخلاقی و اعتماد سازمانی می‌باشد (Avram et al., 2016).

فرضیه‌های پژوهش

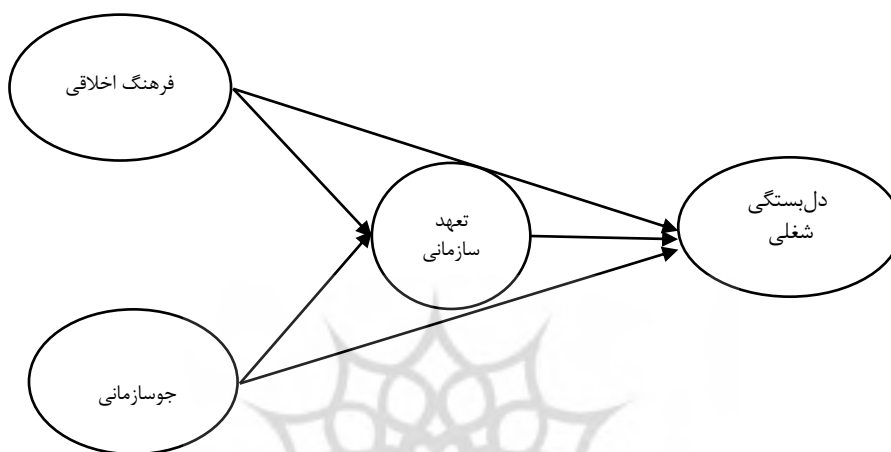
فرضیه‌های پژوهش طبق مدل مفهومی زیر عبارت است از:

۱. فرهنگ اخلاقی بر دل‌بستگی شغلی تأثیر دارد.
۲. جوسازمانی بر دل‌بستگی شغلی تأثیر دارد.

¹ Avram et al.

۳. تعهد سازمانی بر دلبستگی شغلی تأثیر دارد.

۴. فرهنگ اخلاقی و جوسازمانی با میانجی تعهد سازمانی بر دلبستگی شغلی تأثیر دارد.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

۳. روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر روش توصیفی- همبستگی (مدل معادلات ساختاری) و از منظر هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را معلمان دوره ابتدایی شاغل در شهرستان نمین به تعداد ۱۰۳۲ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ تشکیل می‌دهند. با توجه به گسترده و ناهمگون بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده گردید که از میان جامعه‌ی آماری پیش‌گفته، بر اساس جدول مورگان نمونه‌ای به حجم ۲۹۲ نفر (۲۱۳ نفر زن و ۷۹ نفر مرد) انتخاب شدند. اطلاعات لازم برای پاسخ به سؤال پژوهشی از طریق پرسشنامه‌های کتبی جمع‌آوری شد که مشخصات پرسشنامه‌های بکار برده شده به شرح ذیل می‌باشد:

الف) پرسشنامه فرهنگ اخلاقی: برای سنجش فرهنگ اخلاقی از پرسشنامه به‌کارگیری شده در تحقیق گوبل و همکاران (۲۰۱۱)، تحت عنوان نفوذ فرهنگ اخلاقی در انتخاب منابع پایدار اقتباس شده است. پرسشنامه شامل ۱۴ گویه در خصوص سنجش میزان نفوذ مؤلفه‌های فرهنگ اخلاقی با مقیاس لیکرت پنج گزینه‌ای روی پیوستار کاملاً مخالف تا کاملاً موافق طراحی شد که در آن نمره ۵ نشان‌دهنده نظر کاملاً موافق، نمره ۴ نظر موافق، نمره ۳ بی‌تفاوت، نمره ۲ نظر مخالف، نمره ۱ نظر کاملاً مخالف است. روایی پرسشنامه توسط اساتید حوزه علوم تربیتی تأیید شده و پایایی آن در پژوهش سید زین‌العابدین سادات مدینه (۱۳۹۴)، تحت عنوان تأثیر نفوذ فرهنگ اخلاقی بر نگرش مدیران در تأمین مالی به‌منظور ایجاد درآمدهای پایدار، ۰/۸۴ و در این پژوهش بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۹۰ به دست آمد.

ب) پرسشنامه تعهد سازمانی: این پرسشنامه ۲۴ سؤال دارد و به‌صورت طیف لیکرت می‌باشد (۱=هیچ‌وقت، ۲=بندرت، ۳=گاهی اوقات، ۴=اکثر اوقات، ۵=تقریباً همیشه). این پرسشنامه دارای سه بعد عاطفی (سوالات ۱ تا ۸)، بعد مستمر (سوالات ۹ تا ۱۶) و بعد هنجاری (سوالات ۱۷ تا ۲۴) است. در مطالعه‌ای که در سال ۱۳۷۸ توسط احمدی پور در ایران انجام گرفت با تأکید بر روش ضریب آلفای کرونباخ اعتبار هر یک از خرده مقیاس‌های پرسشنامه به‌دست‌آمده و مشخص گردید که ضرایب اعتبار تعهد عاطفی برابر با ۰/۷۷، ضرایب اعتبار تعهد مستمر برابر با ۰/۷۹ و ضرایب اعتبار تعهد هنجاری نیز برابر با ۰/۶۱ می‌باشد. ضرایب اعتبار به‌دست‌آمده با تأکید بر ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه مطلوب بوده و در سطح قابل قبولی قرار می‌گیرد (ساعتچی و همکاران، ۱۳۸۹). پایایی این ابزار در پژوهش حاضر بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۹۱ به دست آمد.

پ) پرسشنامه جو سازمانی: این پرسشنامه توسط هالپین و کرافت^۱ (۱۹۶۳) طراحی و اعتباریابی شده است. پرسشنامه توصیف جوسازمانی مدرسه دارای ۳۴ گویه است و بر اساس مقیاس لیکرت کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) تنظیم گردیده است و هدف آن توصیف جوسازمانی و ابعاد آن می‌باشد. روایی محتوایی این ابزار توسط اساتید مورد تأیید بوده و پایایی آن در پژوهش حاضر ۰/۸۹ به دست آمد. این پرسشنامه شامل ۵ بعد رفتار شمول، رفتار ناکام، رفتار صمیمی، رفتار حمایتی و رفتار دستوری را موردسنجش قرار می‌دهد.

د) پرسشنامه دلبستگی شغلی: برای سنجش دلبستگی شغلی معلمان از پرسشنامه سالانوا و شوفلی^۲ (۲۰۰۴) استفاده شد. این پرسشنامه با ۱۷ گویه به بررسی دلبستگی شغلی معلمان در قالب سه مؤلفه جذب (گویه‌های ۱-۶)، نیرومندی (گویه‌های ۷-۱۲) و وقف خود (گویه‌های ۱۳-۱۷) می‌پردازد. پاسخ در تمام گویه‌ها بر اساس مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) تنظیم شده‌اند. نمره‌گذاری پرسشنامه در مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد. خسروی (۱۳۸۹) ضریب پایایی این پرسشنامه را بر اساس روش آلفای کرونباخ ۰/۹۳ گزارش کرده است و همچنین پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر، ۰/۹۲ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب پرسشنامه می‌باشد.

¹ Halpin & Kraft

² Salanova & Shoufli

جدول (۱) آمار توصیفی

نمونه	میزان سن	تعداد	درصد	جنسیت	تعداد	درصد	سابقه خدمت	تعداد	درصد
معلمان ناچهارم یک اردبیل	۳۰ - ۳۳	۷۷	۲۶/۴	مرد	۷۹	۲۷/۱	۱ - ۵	۶۲	۲۱/۲
	۳۱ - ۴۲	۱۲۸	۴۴	زن	۲۱۳	۷۲/۹	۶ - ۱۰	۴۸	۱۶/۴
	۴۳ - ۵۹	۸۷	۲۹/۶	کل	۲۹۲	۱۰۰	۱۰ - ۱۵	۵۶	۱۹/۲
	مدرک تحصیلی	تعداد	درصد	وضعیت	تعداد	درصد	۱۶ - ۲۰	۴۸	۱۶/۴
	دیپلم	۱۲	۴/۱	رسمی	۲۴۳	۸۳/۲	۲۱ - ۳۰	۷۸	۲۶/۷
	فوق دیپلم	۱۶	۵/۵	قراردادی	۱۳	۴/۵	جمع کل	۲۹	۱۰۰ %
	لیسانس	۱۹۴	۶۶/۴	حق التدریس	۱۰	۳/۴			
	فوق لیسانس	۶۸	۲۳/۳	سایر	۲۶	۸/۹			
	دکتری	۲	۰/۷	کل	۲۹۲	۱۰۰ %			

۴- یافته‌ها

بررسی نرمال بودن داده‌ها: در این قسمت ابتدا به بررسی نرمال بودن متغیرهای می‌پردازیم که فرض آزمون صفر عبارت است از (H_0): نرمال بودن توزیع متغیرها فرض مقابل عبارت است از (H_1): عدم نرمال بودن متغیرهای موردبررسی. در صورتی که سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰,۰۵ فرض صفر را رد کرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت توزیع داده‌ها نرمال نیست. در صورتی که سطح معنی‌داری آزمون بیشتر از ۰,۰۵ باشد فرض صفر را می‌پذیریم و توزیع داده‌ها نرمال است؛ که در جدول

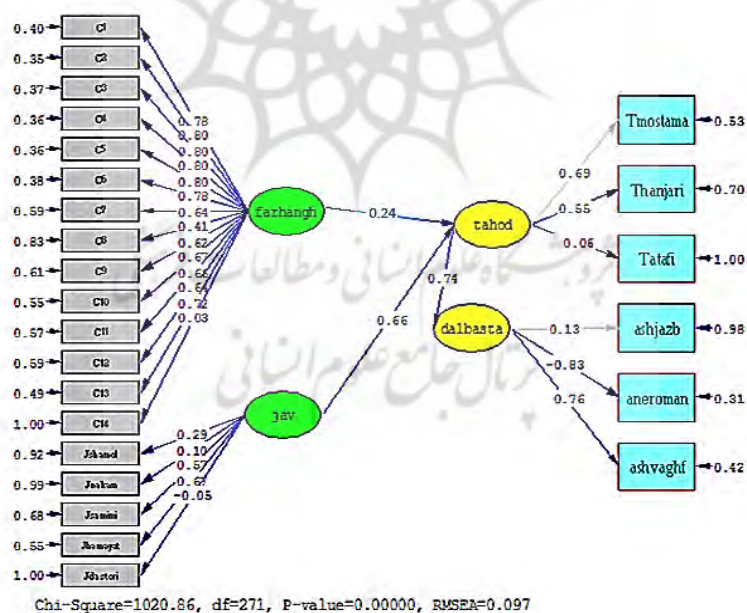
(۱) نتایج حاکی از عدم نرمال بودن متغیرهای مورد بررسی است.

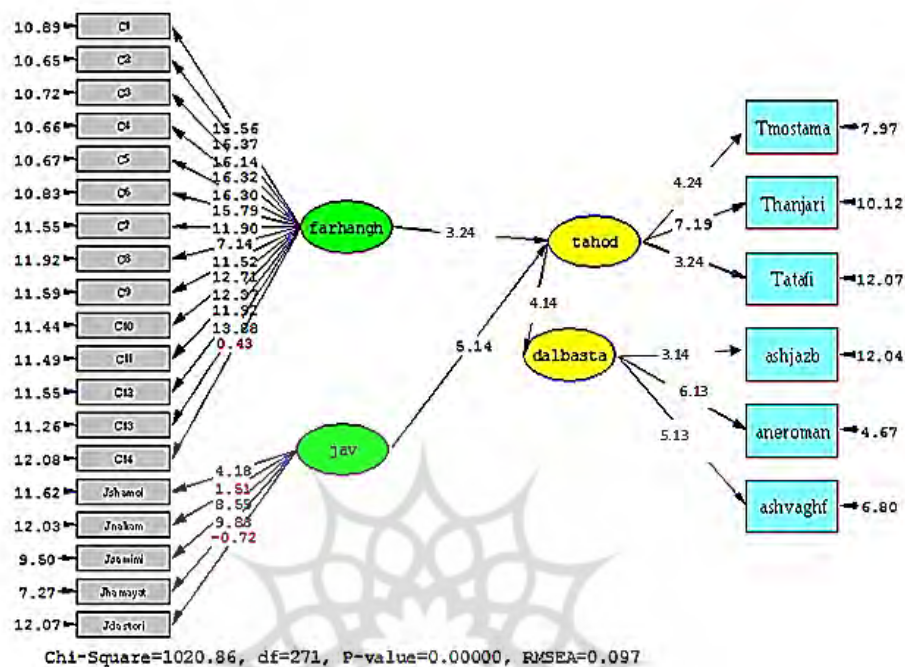
جدول (۲) نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف جهت تعیین نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

متغیر	جو	دلبستگی شغلی	تعهد سازمانی	فرهنگ اخلاقی
میانگین	۹۹/۲۱	۴۳/۲۵	۷۲/۱۷	۵۹/۲۹
انحراف معیار	۱۱/۶۰	۱۰/۲۴	۷۲/۰۰	۶۰/۰۰
مقدار Z کولموگروف-اسمیرنوف	۰/۰۵۴	۰/۰۹۵	۰/۰۷۴	۰/۰۷۹
سطح معنی‌داری	۰/۰۴۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰

یافته‌های آمار استنباطی:

جدول (۳) اثرات مستقیم و غیرمستقیم





با توجه به شکل (۲) اثر مستقیم فرهنگ اخلاقی و جوسازمانی بر تعهد سازمانی به ترتیب ۰/۲۴ و ۰/۶۶ و همچنین اثر مستقیم تعهد سازمانی بر دلبستگی شغلی ۰/۷۴ به دست آمده است. همچنین در جدول (۳) اثر غیرمستقیم فرهنگ اخلاقی و جوسازمانی بر دلبستگی شغلی به ترتیب ۰/۱۸ و ۰/۴۹ با مقدار تی (۳/۹۳) و (۴/۰۹) به دست آمده است که در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار می باشد. یکی دیگر از مشخصه های مدل یابی معادلات ساختاری، محاسبه اثرات کل می باشد که مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم می باشد. البته در پژوهش حاضر تمامی متغیرها، فقط اثر مستقیم یا غیرمستقیم بر یکدیگر دارند؛ بنابراین با توجه به اینکه در جداول بالا اثرات مستقیم و غیرمستقیم گزارش شده اند، از ارائه آنها خودداری شده است. از دیگر ویژگی های روش مدل یابی

معادلات ساختاری مقایسه اثرات کل متغیرها بر یکدیگر، مقایسه اثرات مستقیم با غیرمستقیم و همچنین اندازه‌گیری میزان واریانس تبیین شده‌ی هرکدام از متغیرهای درون‌زا توسط مدل است. جدول (۴) مربوط به ضرایب استاندارد شده اثرات مستقیم، غیرمستقیم و اثرات کل و واریانس تبیین شده متغیرها می‌باشد.

جدول (۴) ضرایب استاندارد شده اثرات مستقیم، غیرمستقیم

و اثرات کل و واریانس تبیین شده متغیرها

متغیرها	ضریب مسیر	اثر غیرمستقیم	اثر کل	واریانس تبیین شده
به روی دلبستگی شغلی از				۰/۱۵
فرهنگ اخلاقی	۰/۱۱	۰/۱۸	۰/۲۹	
جوسازمانی	۰/۳۷	۰/۴۹	۰/۸۶	
به روی دلبستگی شغلی از				۰/۵۵
تعهد سازمانی	۰/۷۴	-	۰/۷۴	

با توجه به جدول (۴)، فرهنگ اخلاقی و جوسازمانی ۰/۱۵ درصد از تغییرات دلبستگی شغلی را تبیین می‌کنند. همچنین تعهد سازمانی ۰/۵۵ درصد از تغییرات دلبستگی شغلی را پیش‌بینی می‌کند. در جدول (۵) شاخص‌های برازش مدل آزمون شده گزارش شده‌اند که مدل آزمون شده کل، برازش مناسبی با داده‌های گردآوری شده دارد.

جدول ۵) شاخص‌های برازش کلی مدل آزمون شده

شاخص	X^2	DF	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
پژوهش حاضر	۱۰۲۰/۸۶	۲۷۱	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۰۹۷
حد قابل پذیرش	معنی دار نباشد	-	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۸۰	کمتر از ۰/۱

در جدول (۶) نتایج بررسی فرضیه‌های تحقیق ارائه شده است. سپس بررسی تفصیلی فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود.

جدول ۶) بررسی فرضیه‌های تحقیق

ردیف	فرضیه	ضریب مسیر	آماره تی	p	نتیجه
۱	فرهنگ اخلاقی بر دلبستگی شغلی تأثیر غیرمستقیم دارد.	۰/۱۸	۳/۹۳	۰/۰۰۱	تأیید
۲	جوسازمانی بر دلبستگی شغلی تأثیر غیرمستقیم دارد.	۰/۴۹	۵/۰۹	۰/۰۰۱	تأیید
۳	تعهد سازمانی بر دلبستگی شغلی تأثیر مستقیم دارد	۰/۷۴	۴/۱۴	۰/۰۰۱	تأیید
۴	فرهنگ اخلاقی و جوسازمانی بر دلبستگی شغلی با میانجی تعهد سازمانی تأثیر غیرمستقیم دارد.	۰/۳۴	۶/۹۳	۰/۰۰۱	تأیید

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر مدل‌سازی تأثیر فرهنگ اخلاقی و جو سازمانی بر دلبستگی شغلی با میانجی تعهد سازمانی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر را معلمان دوره ابتدایی شاغل در شهرستان نمین به تعداد ۱۰۳۲ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۱ - ۱۴۰۰ تشکیل دادند. تعهد شغلی به‌عنوان یکی از نگرش‌های مربوط به کار در دهه گذشته تحقیقات زیادی را به خود اختصاص داده و بررسی ادبیات موضوع نشان می‌دهد که تحقیقات در زمینه مفاهیم تعهد شغلی و عوامل مؤثر بر تعهد شغلی و نتایج حاصل از تعهد شغلی قابل‌توجه بوده و مورد علاقه و توجه بسیار صاحب‌نظران رفتار سازمانی واقع شده است. یکی از دلایل عمده این توجه و علاقه این است که تعهد شغلی به‌عنوان یک نگرش، می‌تواند عملکرد شغلی را پیش‌بینی کند؛ اما ممکن است جوی در سازمان حاکم باشد که تعهد سازمانی را متأثر سازد. بر اساس مبانی نظری و یافته‌های تحقیق جو اخلاقی و فرهنگ سازمانی با ابعاد دلبستگی شغلی معلمان و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری دارند؛ بنابراین هرچه میزان جو اخلاقی مدارس بالا رود بر اشتیاق شغلی معلمان نیز افزوده می‌شود. لازم به ذکر است که افراد در سازمان‌هایی با جو اخلاقی بالا دارای درگیری شغلی بالایی خواهند بود؛ بنابراین هر چه میزان صداقت، اعتبار و اعتماد در بین کارکنان و بالادستان زیاد باشد بر دلبستگی شغلی نیز افزوده می‌شود. فرض اول تحقیق مبنی بر اینکه فرهنگ اخلاقی بر دلبستگی شغلی تأثیر دارد با توجه به یافته‌ها مورد تأیید می‌باشد؛ که در تبیین آن می‌توان اشاره کرد؛ سازمان‌هایی که دارای فرهنگ قوی هستند، ارزش‌ها و باورهای مشترک آفریننده محیطی هستند که در آن محیط، افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به مأموریت‌ها احساس تعهد می‌کنند. فرهنگ سازمانی که به‌صورت اخلاقی در سازمان نهادینه گردد. به‌طور

قوی درگیری و مشارکت کارکنان در فعالیتهای مختلف سازمانی را مورد تشویق قرار می‌دهد؛ که این یافته با نتایج تحقیقات توسلی (۱۳۷۸)، موتمنی (۱۳۹۴) و آفرین^۱ (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از تأیید فرض دوم مبنی بر تأثیر جوسازمانی بر دلبستگی شغلی کارکنان است. با توجه به سازمانی بودن جامعه انسانی، فعالیت‌هایی که در جامعه صورت می‌گیرد، مکرراً تحت تأثیر محیط یا جوسازمانی قرار دارد (Mitchell, 1997). جوسازمانی مناسب می‌تواند در ایجاد انگیزش برای کارکنان به بهبود روحیه کارکنان، مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و در ازدیاد خلاقیت و نوآوری مؤثر باشد. این یافته با پژوهش درکه و رضایی (۱۳۹۸) و با نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق کشتکاران و همکاران (۱۳۹۱) همسو می‌باشد. از سویی دیگر، در پژوهش حاضر مشاهده شد که بین تعهد سازمانی و دلبستگی شغلی رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد. نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های، طالب‌پور و امامی (۱۳۸۵) و عسگری و پورتراب (۱۳۹۰) همخوانی دارد. در تبیین این یافته این‌گونه اظهار می‌شود که دلبستگی شغلی عبارت است از میزانی که کارکنان با کارشان همانندسازی می‌کنند و تعهد سازمانی میزان تعهدی است که افراد نسبت به شغلشان دارند. توجه به این متغیرها در سازمان‌ها سبب خواهد شد که افراد نسبت به کارشان اشتیاق داشته و میزان غیبت آنان در شغل کمتر می‌شود؛ و هر چه میزان دلبستگی کارکنان نسبت به فعالیتی که انجام می‌دهند بیشتر باشد از سازمان خود خوشنودتر خواهد شد. در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان اشاره کرد هر چه محیط سازمان اخلاقی باشد کارکنان نسبت به ارزش‌ها و فرهنگ آن سازمان پایبند خواهد بود و این عامل سبب تمایز یک سازمان از بقیه

¹ Arifin

سازمان‌ها می‌شود. سازمان‌هایی که دارای فرهنگ و جو اخلاقی هستند تعهد کارکنان نیز نسبت به امور سازمان ارتقاء خواهد یافت و از این طریق دلبستگی شغلی تحت تأثیر قرار خواهد گرفت.



منابع

۱. امیرشاهی، میراحمد؛ شیرازی، محمود و قوامی، سارا (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین فلسفه اخلاق فردی فروشندگان و فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی آن‌ها. مطالعه مدیریت و بهبود تحول، دوره ۲۰، شماره ۶۳، ص ۲۷ - ۶۲.
۲. بهزادی، الهام؛ نعیمی، عبدالزهره و بشیلده، کیومرث (۱۳۹۲). بررسی رابطه فضیلت سازمانی با رفتار مدنی سازمانی؛ وفاداری سازمانی و بهزیستی معنوی در کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کازرون. نشریه علوم تربیتی و روان‌شناختی، دوره ۲۰، شماره ۲، ص ۲۳۳-۲۵۶.
۳. ساعتچی، محمود؛ قاسمی، نوشاد؛ نمازی، سمیه (۱۳۸۷). بررسی رابطه میان انگیزه شغلی مدیران، رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان (دبیران مقطع متوسطه شهرستان مرودشت). فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، دوره ۱، شماره ۲، ص ۱۴۷-۱۶۱.
۴. سروش، مجتبی (۱۳۸۱). مقایسه رضایت شغلی، تعهد سازمانی و همبستگی آن‌ها با منتخبی از ویژگی‌های فردی بین مسئولان تربیت‌بدنی آموزشگاه‌ها و مدیران ادارات سازمان تربیت‌بدنی خراسان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تربیت‌معلم.
۵. جهرمی، شایان؛ احمدی، عبدالله و درویش پور، سکینه. (۱۳۸۸). بررسی رابطه‌ی میان جوسازمانی با تعهد سازمانی و روحیه از دیدگاه دبیران دوره‌ی راهنمایی مدارس دخترانه‌ی شهر مرودشت در سال تحصیلی ۸۸-۸۷. فصلنامه رهیافتی نو. دوره ۱، شماره ۱، ص ۱۲۸-۱۰۷.
۶. علوی، حمیدرضا (۱۳۸۱). فرهنگ‌سازمانی وزارت جهاد سازندگی و کشاورزی. مجله تدبیر، دوره ۱۳، شماره ۱۳۰، ص ۴۲-۳۸.
۷. قدم پور، عزت‌اله؛ خلیلی، زهرا و عالی پور، کبری (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین توانمندسازی روان‌شناختی و فضیلت سازمانی با نقش میانجی شیفتگی مرتبط با کار

- در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی لرستان. ماهنامه سلامت کار در ایران، دوره ۱۵، شماره ۲، ص ۱۴۱-۱۲۹.
۸. طوسی، محمدعلی (۱۳۸۹). فرهنگ‌سازمانی. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۹. مهران، ساسان؛ ثقفی، علی؛ موسی خانی، محمد و سپاسی، سحر (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران رسمی ایران. فصلنامه اخلاق در علوم فناوری، دوره ۶، شماره ۳، ص ۳۱-۲۰.
۱۰. میرکمالی، سید محمد (۱۳۷۳). روابط انسانی در آموزشگاه. تهران: انتشارات یسطرون.
۱۱. مؤمن پور، نشتیمان؛ مؤمن پور، سمیه؛ قاسم‌زاده، ابوالفضل و حسنی، محمد (۱۳۹۰). نقش جو اخلاقی بر ابعاد درگیری شغلی کارکنان. رویش روانشناسی، دوره ۱، شماره ۵، ص ۳۸ - ۲۷.
۱۲. نادی، محمدعلی و حاذقی، فاطمه (۱۳۹۰). الگویابی معادله ساختاری روابط بین جو اخلاقی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی با نیت ترک خدمت در بین کارکنان بیمارستان‌های خصوصی شهر شیراز. مدیریت اطلاعات سلامت، دوره ۸، شماره ۵، ص ۷۰۸ - ۶۹.
13. Arifin, H.M. (2015). The Influence of Competence, Motivation, and Organizational Culture to High School Teacher Job attachment and Performance. International Education Studies, 8(1), 38-45.
14. Allen, N. j. & Meyer, J. P. (1997). The measurement and antecedence of affective, continuance and normative commitment to the organizational. Journal of occupational psychology, 63, 1-18.

15. Avram, E., Ionescu, D., & Mincu, C. L. (2015). Perceived safety climate and organizational trust: the mediator role of job satisfaction. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 187, 679- 684.
16. Bakker, A.B., & Leiter, M. P. (Eds). (2010). *Work Engagment: A handbook essential theory and research*. New York: Psychology press.
17. Bakker, A. B. (2010). Flow among music teachers and their students: The crossover of peak experiences. *Journal of Vocational Behavior*.
18. Ferrell, J.R.D., & Fraedrich, R.D. (2014). Organizational stress in individual strain, New York, AMA. Com. 30-65
19. Gonzalez, J., & Grazzo, T. (2006). Structural relationships between organizational service orientation, contact employee job satisfaction and citizenship behavior. *International Journal of Service Industry Management*, 17(1), 23-50.
20. Golablee, M. (2014). The relationship between job stress and time management, fashion and female employee performance management and logistics management product of the national south oil. *Journal of Human Resource Management in the Oil Industry*, 6(22), 33-39.
21. Hakanen J.J., Perhoniemi, R., & Toppinen Tanner, S. (2008). Positive gain spirals at work: From job resources to work engagement, personal initiative and work-unit innovativeness. *Journal of Vocational Behavior*, 73(1), 78-91.

22. Halpin, W., & Croft, B. (1963). The organizational climate of schools. Chicago: Midwest Administration Center of the University of Chicago.
23. Hayton, J.C. (2005). Promoting corporate entrepreneurship through human resource management practices: A review of empirical research. *Human Resource Management Review*, 15, 21-41.
24. Hallberg, U. E., & Schaufeli, W. B. (2006). "Same same" but different? Can work engagement be discriminated from job involvement and organizational commitment?. *European psychologist*, 11(2), 119.
25. Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33(4), 692-724.
26. Lawler, E., & Hall. D. (1970). Relationship of job and work involvement. *Journal of Applied Psychology*, 67, 341-349.
27. Markos, S., & Sridevi, M. S. (2010). Employee engagement: The key to improving performance. *International journal of business and management*, 5(12), 89.
28. Mitchell, Trans, A. (1978). *Management in organizations*. Translation: Mohammed Hussain Nazari Nigad. First printing. Mashhad: Astan Ghods Publications.
29. Owens, R.G. (1986). *Organizational behavior in education*". Englewood cliffs, New Jersey; Prentice Hall, Inca Third edition.

30. Richman, A. (2006). Everyone wants an engaged workforce how can you create it? *Works pan*, 49(1), 36-9.
31. Schaufeli, W., Salanova, M., Gonzalez Roma, V., & Bakker, A. (2002). The measurement of engagement and burnout: a confirmative analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71- 92.
32. Cheng, B. S., Jiang, D. Y., & Riley, J. H. (2003). Organizational commitment, supervisory commitment, and employee outcomes in the Chinese context: proximal hypothesis or global hypothesis?. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 24(3), 313-334.
33. Svanberg, J., & Öhman, P. (2013). Auditors' time pressure: Does ethical culture support audit quality? *Managerial auditing journal*, 28 (7), 572-591.



پروپوزیشن گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی