

تبیین نقش میانجی نگرش اخلاقی در رابطه بین ارزش‌های فردی و تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان آموزش و پرورش استان گیلان

سکینه حسین پور^۱

میر هادی موذن جمشیدی^{۲*}

محمدصادق حسن زاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۱۰ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۶/۲۲

چکیده

هدف اصلی محقق از اجرای تحقیق حاضر، تبیین نقش میانجی نگرش اخلاقی در رابطه بین ارزش‌های فردی و تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان آموزش و پرورش استان گیلان می‌باشد. پژوهش حاضر، یک پژوهش کمی از نوع توصیفی-همبستگی بوده و به لحاظ هدف، کاربردی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش، شامل کارکنان اداره کل آموزش و پرورش استان گیلان به تعداد ۴۶۴ نفر است که براساس فرمول جامعه محدود کوکران، به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌های این تحقیق، پرسشنامه می‌باشد. داده‌های به دست آمده با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS2 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که اگر در سازمانی ارزش‌های اخلاقی رعایت شود نیروی انسانی آن سازمان وفادار به ارزش‌های سازمانی و متمایل به حفظ عضویت در سازمان خواهند بود. وجود ارزش‌ها و نگرش‌های مثبت همچون نگرش اخلاقی، میزان ارزشمندی اهداف و مسئولیت‌پذیری کارکنان را افزایش داده و در نتیجه منجر به تمایل به رفتار اخلاقی و عملکرد سازمانی بهتر می‌گردد.

واژگان کلیدی

نگرش اخلاقی، ارزش‌های فردی، تمایل به رفتار اخلاقی، اخلاق حرفه‌ای، نقش میانجی اخلاق

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور مرکز رشت، رشت، ایران. (s.hosseinpoor1360@gmail.com)

^۲ استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (jamshidi.hadi@gmail.com) (نویسنده مسئول)

^۳ استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۱. مقدمه

سازمان‌ها به دلیل افزایش رقابت در محیط کسب و کار، به کارگیری از قابلیت‌های فناوری اطلاعات را در سرلوحه امور خود قرار داده‌اند تا از این راه به مزیت رقابتی دست یابند. با وجود این و علیرغم تکامل این فناوری در سازمان‌ها، همچنان تردیدهای فراوانی در مورد تأثیرات این فناوری بر اخلاق کارکنان وجود دارد (سهرابی و خانلری، ۱۳۸۸). آدمی از آغاز تا پایان زندگی خویش به طور فطری ارزش‌های اخلاقی را درک می‌کند و به آنها گرایش دارد؛ به همین روی پژوهش‌های اخلاقی همواره یکی از مهمترین دغدغه‌های اندیشمندان بوده است؛ امروزه توسعه فناوریانه جوامع صنعتی و پیچیده‌تر شدن روابط انسانی و نیز ظهور بحران‌های اخلاقی در این گونه جوامع، تحقیق و پژوهش را در ابعاد مختلف اخلاق، بیش از پیش ضرورت بخشیده است در عصری که ما زندگی می‌کنیم، تنظیم روابط اجتماعی بر اساس اصول اخلاقی اهمیتی فوق‌العاده پیدا کرده است؛ در بسیاری از عرصه‌های نوین کار و زندگی اگر انسان‌ها نخواهند به احکام اخلاقی وفادار بمانند، هیچ نیرویی برای بازداري آنها از تجاوز به حقوق یکدیگر وجود ندارد (مولوی و همکاران، ۱۳۹۲). فعالیت اخلاق محور سازمانها، به یکی از مهمترین عوامل کسب مشروعیت و حمایت محیطی تبدیل شده و از برجسته ترین نشانه‌های تعهد سازمان به مسئولیت اجتماعی خود است (عسگری و همکاران، ۱۳۹۳). اخلاق موضوع مورد نیاز تمام حرفه هاست؛ که به عنوان مجموعه‌ای از اصول و ارزش‌ها نیز تعریف می‌شود. دامنه اخلاق در حد رفتارهای فردی است، اما وقتی این رفتارها در سطح جامعه تسری پیدا می‌کند، به نوعی به اخلاق جمعی تبدیل می‌شود که ریشه در فرهنگ جامعه می‌دواند که جامعه را با آن می‌توان شناخت. لذا از بین گرایش‌هایی که جامعه را به سمت و سوی شکوفایی هدایت می‌کنند، مذهب و اخلاق تکیه‌گاه‌های اجتناب‌ناپذیرند؛ وجود اخلاق برای هر گروه و حرفه ضروری است و چنانچه در یک حرفه اخلاق وجود نداشته باشد، باید منتظر نابودی آن بود ویژگی‌های شخصیتی نیز از موضوع‌های مورد بحث در مسائل رفتاری است. شخصیت را شاید بتوان اساسی‌ترین موضوع علم روانشناسی دانست، زیرا محور بحث در زمینه‌هایی مانند انگیزش، ادراک، تفکر، عواطف و احساسات و... است؛ طبق مدل‌های نظری مالی، در بسیاری از مواقع در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران، فرهنگ، مذهب و شخصیت را نمی‌توان نادیده گرفت (حیدرپور و رجب‌دري، ۱۳۹۵). سازمانها به مثابه تأثیرگذارترین و کارسازترین واحدهای اجتماعی اهداف خود را باید در حد انتظار جامعه تحقق بخشند، از این رو تمام کوشش‌های سازمانی در جهت ترویج و تشویق رفتارهایی است که از لحاظ سازمان، اثربخش و مولد و از لحاظ کارکنان سازمانی رضایت بخش و پاداش دهنده باشد (شعبانی بهار و همکاران، ۱۳۹۷). نماد بیرونی سازمان‌ها را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می‌دهد که خود حاصل جمع ارزشهای گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان‌ها، ظهور و بروز یافته است. اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد. طبق گزارش مجله فورچون ۶۶ درصد مدیران عالی شرکت‌های برتر تجاری بر این باورند که رعایت اخلاقیات، موجب افزایش تصویر مثبت و شهرت سازمان شده و منبعی برای افزایش مزیت رقابتی به شمار می‌آید (شکری و اویمی، ۱۳۹۷). رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای به معنای در نظر گرفتن منافع و اهداف سازمان است که منجر به ایجاد منافع بلندمدت برای سازمان و حوزه کاری می‌گردد. رعایت اخلاق حرفه‌ای، تأثیر شگرفی بر نتایج عملکرد شغلی فرد و مجموعه داشته و بهره‌وری را به شدت افزایش می‌دهد، از طرفی ضعف اخلاق حرفه‌ای می‌تواند انرژی مجموعه را به انرژی منفی تبدیل و توان سازمان به جای صرف در مسیر دستیابی به هدف به سمت و سوی دیگر منحرف شود (سلمی، ۱۳۹۵). چنانچه مؤلفه‌های اخلاقی تنها به مطالعه و مطالب علمی نظری محدود شود، از دیدگاه کاربردی فایده‌مطلوبی از آن حاصل نخواهد

شد. انواع جوهای اخلاقی با پیامدهای سازمانی شامل خشنودی شغلی، تعهد سازمانی و قصد مهم ترک شغل مرتبط می‌شوند که این امر اهمیت توجه به مفهوم اخلاق در سازمانها و محیط‌های کاری را مشخص می‌سازد (محمیدیان شریف و همکاران، ۱۳۹۵). محققان در تحقیقی با عنوان بررسی پیامدهای ارزش‌های اخلاقی سازمان با مطالعه عدالت سازمانی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی مطرح کردند که ارزش‌های اخلاقی سازمان، عدالت سازمانی و تعهد سازمانی پیش زمینه‌های مهم رفتار اخلاقی اند. ایجاد ارزش‌های اخلاقی در سازمان می‌تواند از طریق تأثیر بر متغیرهای سازمانی دیگر به سطح بالاتر رفتار اخلاقی کارکنان منجر شود. افزایش ادراک از عدالت توزیعی و رویه‌ای به افزایش عدالت سازمانی منجر می‌شود و همان طور که تعهد سازمانی افزایش می‌یابد، رفتار اخلاقی نیز ارتقا می‌یابد. در پژوهشی دریافتند حمایت مدیریت از رفتارهای اخلاقی با رضایت شغلی رابطه معنادار وجود دارد (حسنی و همکاران، ۱۳۹۳). شیوه برخورد با افراد در سازمان‌ها ممکن است بر باورها، احساسات، نگرها و رفتارشان تأثیر بگذارد. از این منظر، کارمندی که اینطور برداشت می‌کند که سازمان هایشان اخلاقی و پایبند به اصول اخلاقی است به احتمالی بیشتر اینطور برداشت می‌کند که سازمان هایشان با آنها عادلانه و منصفانه رفتار می‌کنند. بنابراین محتمل است که این موضوع رضایت شغلی شان را افزایش دهد و آن رضایت شغلی و داشتن نگرش مثبت به شغل و سازمان موجب کوشش به منظور تحقق اهداف سازمانی و تمایلی قوی برای حفظ عضویت در سازمان می‌شود.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

۲-۱. رفتار اخلاقی

تصور ذهنی اخلاقی و رفتارهای اخلاقی در صنعت و سازمان‌ها به مسائلی گفته می‌شود که پیرامون اخلاق و اخلاقیات رفتارهای اشخاص را منعکس می‌نماید و معمولاً بر اساس مشکلات اخلاقی مورد قضاوت قرار می‌گیرد. از دیدگاه نظریه پردازان، سازمان‌ها رفتارهای اخلاقی را به عنوان راهی برای تمایز نسبت به رقبای جلب اعتماد مشتریان و به عنوان ابزاری برای دستیابی به مزیت رقابتی مورد توجه قرار می‌دهند (ناتال و سورا^۱، ۲۰۰۹).

۲-۲. تمایل به رفتار اخلاقی

تمایل به رفتار اخلاقی عبارت است از مجموعه‌ای از اعمال و رفتار خاص مورد پذیرش جامعه که از طریق پاداشی که به دنبال آن اعمال و رفتار آمده‌است، فرا گرفته شده باشد و شخص تمایل به انجام آن کار پیدا کند. جامعه نیز بنا به ضرورت حیات خود، رفتارهای خاص و ارزش‌های ویژه‌ای را به عنوان رفتارها و ارزش‌های اخلاقی معین می‌کند. به تعبیری، اخلاق شکل اجتماعی دارد. هیچ اخلاقی مخصوص یک فرد نیست، چرا که اخلاق، حاصل فعالیت کسانی است که ارتباط فکری و اعتقادی معینی با یکدیگر دارند. به هم‌ین جهت ارتباط متقابل فرد و جامعه دارای اهمیت است. در واقع، اخلاق به وسیله افراد به وجود می‌آید اما حاصل فعالیت اخلاقی این افراد، در تأثیرات متقابل اجتماعی تغییر شکل می‌یابد (منوریان و همکاران، ۱۳۹۷). فضای اخلاقی یک سازمان مجموعه‌ای مشترک از ادراکات درباره رفتارهای صحیح و نحوه پردازش موضوعات اخلاقی است؛ که تصمیم‌گیری را در تمامی سطوح و در تمامی شرایط تعیین می‌کند. مطالعه فضاهای اخلاقی کار یک حوزه‌ی در حال ظهور در اخلاقیات سازمانی است. تحقیقات تأیید می‌نماید که رفتار اخلاقی تابعی از موضوعات سازمانی و روش‌های مدیریتی و همچنین تابعی از ارزش‌های فردی است. تحقیقات نظری و تجربی درخصوص اصول اخلاقی سازمان تأیید می‌کنند که هم عوامل فردی و هم عوامل محیطی بر رفتار اخلاقی تأثیر می‌گذارند. فضای اخلاقی به

¹ Natale & Sora

عنوان یک فضای سازمانی رشد و توسعه یافته است و اشاره به نظر افراد سازمان درخصوص یک رفتار صحیح اخلاقی و نحوه پردازش موضوعات اخلاقی دارد (ناتال و سورا، ۲۰۰۹). هانت و ویتل بیان می کنند که محیط سازمانی، شکل دهنده رفتار اخلاقی به وسیله تعدیل استانداردها و هنجارهای اخلاقی است. اخلاقیات به عنوان شاخه ای از فلسفه اخلاقی است که با قضاوت ها، استانداردها و قوانین رفتاری اخلاقی سروکار داشته و متشکل از کدهای اخلاقی رفتار حاکم بر افراد و جوامع در تشخیص خوب یا بد است. رفتار فروش اخلاقی، رفتاری است که موجب بهبود رفاه مشتری می گردد. شرکت هایی که بر مبنای اخلاقیات رفتار می نمایند، در ارتباطات خود صادق بوده و فقط محصولات یا خدماتی را که معتقدند مشتری را منتفع می سازد، به فروش می رسانند، وعده هایی می دهند که بتوانند جامه عمل بپوشانند و اطلاعات مشتری را به صورت محرمانه نگه می دارند (هانسن و همکاران^۱، ۲۰۰۹). امروزه در شرایط محیط کاری تغییرات فراوانی نسبت به دهه های قبلی رخ داده است و ماهیت طبیعی کسب و کارها تغییرات زیادی پیدا کرده است. سازمان ها در سایر کشورها برای کاهش هزینه ها و پیدا کردن راه های اثربخش جهت ارائه خدمات و محصولات تحت فشار هستند و در عین حال محیط هایی که سازمان ها در آن فعالیت می کنند، پیچیده، پویا و متغیر شده است، با توجه به این تغییرات، اخلاق اهمیت زیادی پیدا کرده است و در پیش بینی بسیاری از متغیرهای سازمانی و رفتاری نقش مهمی ایفا کرده است (منوریان و همکاران، ۱۳۹۷).

۲-۳. نگرش اخلاقی

نوع نگرش اخلاقی افراد به کسب و کار بر اساس فلسفه های شخصی آنها بروز می کند که پژوهشگری در کتاب خود با اشاره به این موضوع،^۲ نه فلسفه کسب و کار را شناسایی کرده است، سپس در تحقیقی دیگر براساس این نه فلسفه کسب و کار، الگویی چند بعدی ارائه داده است (مولوی و همکاران، ۱۳۹۲). در زمینه ی ارتباط بین حساسیت اخلاقی و نگرش نسبت به رعایت حقوق مراجعان حاکی از ارتباط مثبت و معنی داری بوده است، به این معنی که هرچه حساسیت اخلاقی کارکنان افزایش یابد، نگرش شان نیز نسبت به رعایت حقوق ارباب رجوع افزایش می یابد، ولی مطالعات صورت گرفته در زمینه ی حساسیت و چالش های اخلاقی حاکی از آن است که حساسیت اخلاقی به عنوان یک عامل موثر برای عملکرد اخلاقی مطرح بوده و می تواند به عملکرد اخلاقی درست که در اینجا رعایت حقوق قانونی و حقوقی ارباب رجوع است منتهی شود (نوه و کیم^۲، ۲۰۱۳).

۲-۴. ارزش های فردی

ارزش ها باورهای ریشه داری هستند که گروه اجتماعی، به هنگام پرسش درباره خوبی ها و بدی ها و کمال مطلوب به آنها رجوع می کند. ارزش به امر، حالت یا چیزی گفته می شود که از نظر اعضاء جامعه با اهمیت و مهم باشد. نظام ارزش ها، مجموعه ارزش های مرتبط به هم می باشد که رفتار و کارهای فرد را نظم می بخشد و غالباً بدون آگاهی فرد شکل می گیرد (ولیکانی و همکاران، ۱۳۹۲). ارزش ها، افکار و احساساتی هستند که ما برای آنها، بها، اهمیت و مطلوبیت بیشتری قابل هستیم (رجایی پور و لافتی، ۱۳۸۹). ارزش های فردی همانند یک راهنما به اشخاص در جهت گیری نیت و اعمالشان کمک می کند. ارزش ها اهمیت دارند، زیرا پایه ها و مبنایی را برای درک نگرش، انگیزش و نیز نفوذ در ادراک افراد ایجاد می کنند علاوه بر این، ارزش های فردی بر رفتارها یا پیامدهای خاصی که نسبت به بقیه مقدم، هستند دلالت می کنند. ماهیت ارزش های فردی به عنوان عاملی ضروری تلقی می شود که بر فرهنگ سازمانی اثر می گذارد و منجر به اثربخشی

^۱ Hansen et al

^۲ Noh & Kim

سازمانی می‌شود (بیگی نیا و همکاران، ۱۳۹۲). ارزش‌های فردی هر شخص، تشکیل دهنده‌ی پایه و اساس درک نگرش‌ها و انگیزش افراد هستند که ادراک افراد بر اساس آنها شکل می‌گیرد، ارزش‌های فردی نقش مهمی بر شخصیت فرد و حفظ آن دارد همچنین تاثیر بسزایی نسبت به احتیاجات فردی و روش برآورده کردن آنها ایفا می‌کنند. ساختار ارزشی انسان‌ها مشخص کننده رفتارهای آنان اعم از فردی و اجتماعی است (بیگی نیا و همکاران، ۱۳۹۲). ارزش‌های هر فرد برای خود او دارای اهمیت هستند و بر رفتار و کردار او تاثیر می‌گذارند. ارزش‌ها در استعدادها، رفتار و بازده کار در محیط کار نیز موثر هستند. بنابراین از نظر مدیران هم بسیار مهم به شمار می‌روند. ارزش‌ها چارچوب ویژه‌ای برای افراد جامعه تعیین می‌کنند تا بدانند، در هر موقعیتی چه رفتارهایی مناسب است. همچنین بیان می‌کنند ارزش‌ها مجموعه قضاوت‌های یک گروه اجتماعی است که جهان را به مقولات مطلوب و نامطلوب تقسیم می‌کند و غالباً جزء بنیادین نظم فرهنگی محسوب می‌شود (ولیعانی و همکاران، ۱۳۹۲).

۲-۵. پیشینه پژوهش

- رحیمی کلور و کاظم زاده (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان "ارزیابی رابطه بین مؤلفه‌های تاثیرگذار بر ناامنی شغلی با رفتار اخلاقی کارکنان" بیان می‌کنند که امنیت شغلی به فاکتورهای اقتصادی، موقعیت تجاری و مهارت‌های شخصی فرد شاغل مرتبط است. هدف این پژوهش ارزیابی رابطه بین مؤلفه‌های تاثیرگذار بر ناامنی شغلی با رفتار اخلاقی کارکنان می‌باشد. این پژوهش نشان داد بین رفتارهای اخلاقی کارکنان با رضایت شغلی آنها رابطه مثبتی وجود دارد و بین خستگی عاطفی با فرسودگی شغلی رابطه وجود دارد. می‌توان نتیجه گرفت که رفتارهای اخلاقی کارکنان در سازمان باعث افزایش کارآیی و رضایت شغلی و اثربخشی آنان می‌شود؛ بنابراین برای بهبود و افزایش رفتارهای اخلاقی کارکنان در سازمان‌ها پیشنهاد می‌گردد رفتارهای اخلاقی به عنوان یک اصل مهم و ضروری در محیط کار نهادینه گردد و سایرین نیز تشویق به انجام رفتارهای اخلاقی گردند.
- ریسل و دیگران^۱ (۲۰۱۰) در یک پژوهش با رویکرد ترکیب، به بررسی تأثیر عدم امنیت شغلی روی سه متغیر: نگرش‌های شغلی، رفتارهای کاری و احساسات منفی پرداختند. نتایج مطالعه آنها نشان داد که عدم امنیت شغلی، به طور منفی با رضایت شغلی در ارتباط است و به عنوان یک منبع عدم رضایت نگریسته می‌شود که با رفتارهای کاری انحرافی مانند تلاش کمتر کاری، کُند کاری، استراحت‌های طولانی‌تر از حد مجاز و تأخیر در حضور در محل کار در ارتباط است.
- رابینز و جاج^۲ (۲۰۱۲) برای تشریح رفتار اخلاقی مدلی ارائه دادند که در این مدل سطح پیشرفت اخلاقی افراد، محیط سازمانی و مرکز کنترل افراد با رفتار اخلاقی یا غیر اخلاقی رابطه دارند.
- چاروانسپ و همکاران^۳ (۲۰۱۹) در تحقیق خود نشان دادند، رفتار اخلاقی رهبر بر نگرش کارکنان تاثیر می‌گذارد، هنگامی که رهبران با نگرانی، دقت و انصاف با کارمندان رفتار می‌کنند، کارکنان احساس می‌کنند که باید با آنها واکنش متقابل داشته باشند. بعبارتی نگرش مثبت در کارکنان نسبت به رهبر و سازمان سبب تمایل به رفتار اخلاقی و تعهد سازمانی در آنان می‌شود.

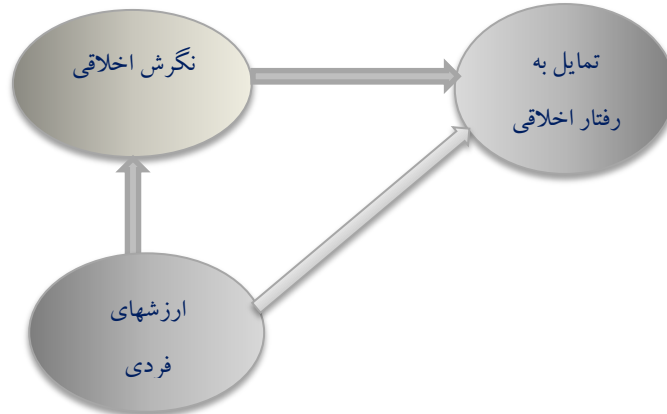
۲-۶. مدل مفهومی پژوهش

^۱ Reisel

^۲ Robbin & Judge

^۳ Charoensap et al

در مدلی که توسط رایینز و جاج (۲۰۱۲) ارائه شد، نشان داده شد که، پیشرفت اخلاق و ارزش‌های فردی مثبت و منفی افراد با رفتار اخلاقی یا غیر اخلاقی آنان رابطه دارد. همچنین چارونساپ و همکاران (۲۰۱۹)، نشان دادند که نگرش‌های کارکنان بر تمایل آنان بر انجام رفتار اخلاقی موثرند و چگونگی نگرش‌های فرد توانایی تاثیرگذاری بر کارایی و اثر بخشی سازمان را دارد. براین اساس مدل این پژوهش طراحی گردید. در این تحقیق ارزش‌های مثبت فردی متغیر مستقل و متغیر نگرش اخلاقی متغیر میانجی و تمایل به رفتار اخلاقی متغیر وابسته می باشد. شکل ۱، مدل استفاده شده در این تحقیق را نشان می دهد.



شکل ۱. مدل مفهومی، منبع: رایینز و جاج (۲۰۱۲) و چارونساپ و همکاران (۲۰۱۹)

۲-۲. فرضیه‌های پژوهش

۱. بین ارزش‌های مثبت فردی و نگرش اخلاقی کارکنان، رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین نگرش اخلاقی و تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین ارزش‌های مثبت فردی و تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان رابطه معناداری دارد.
۴. نگرش اخلاقی در رابطه بین ارزش‌های فردی و تمایل به رفتار اخلاقی نقش میانجی دارد.

۳. روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی بوده و از حیث هدف، کاربردی است که در سال ۱۳۹۸ انجام گرفته است. جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها با پرسشنامه انجام گرفت. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، مدل مفهومی تحقیق در نرم افزار Smart-Pls2 آزمون شده است.

۳-۱. جامعه آماری

جامعه آماری در این تحقیق، کلیه کارکنان اداره کل آموزش و پرورش استان گیلان به تعداد ۴۶۴ نفر بوده که بر اساس فرمول کوکران حداقل نمونه لازم ۱۵۴ نفر تعیین شد. از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی (تناسبی) برای انتخاب نمونه‌ها استفاده گردید. معیار طبقه‌بندی هشت دپارتمان از دوائر اصلی موجود در اداره کل آموزش و پرورش استان گیلان بود که تعداد پرسشنامه پخش شده در هر دپارتمان بر اساس نسبت کارکنان هر دپارتمان از تعداد جامعه کل محاسبه گردید. به جهت اطمینان بیشتر و گذر از سطح حداقل نمونه لازم محقق ۱۸۰ پرسشنامه را بر اساس نسبت‌های محاسبه شده در بین قسمت‌ها توزیع نمود که نهایتاً تعداد ۱۵۸ پرسشنامه پاسخ داده شده جمع‌آوری گردید که با توجه به گذر از حداقل حجم نمونه محاسباتی می‌توان به کفایت تعداد نمونه اعتماد نمود.

۲-۳. ابزار جمع‌آوری داده

در این تحقیق، گردآوری داده‌ها، به وسیله پرسشنامه انجام شده است. جهت سنجش ارزش‌های مثبت فردی، از ۴ سوال پرسشنامه روکیچ^۱ (۱۹۷۳) استفاده شد که شاخصه‌هایی مانند قابلیت اعتماد، مسئولیت، عدالت، انصاف و خلاقیت فردی را مورد سنجش قرار می‌داد (روکیچ، ۱۹۷۲). براساس ابزار مورد استفاده در تحقیق توماس و همکاران^۲ (۲۰۰۴) از ۸ پرسش برای سنجش نگرش اخلاقی استفاده گردید که در این بخش شاخص‌هایی مانند طرز نگرش فرد به شغل و زندگی شخصی مورد سنجش قرار گرفت (توماس، ۲۰۰۴). در قسمت بعدی پرسشنامه، به جهت اندازه‌گیری تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان، پرسشنامه‌ای توسط محقق ساخته شد که در این پرسشنامه داستان‌هایی طراحی شده بود که پاسخ‌دهنده را در موقعیت خاصی قرار داده و عکس‌العمل وی را جویا می‌شد سوالات این پرسشنامه به جهت سنجش روایی مورد تایید ۱۲ نفر از اساتید دانشگاه در رشته مدیریت و روانشناسی قرار گرفت. سوالاتی که از نظر اساتید نامناسب تشخیص داده شد حذف و تصحیح گردید. یک آزمون اولیه و مقدماتی برای سنجش روایی صوری و پایایی پرسشنامه انجام شد و اطمینان به عمل آمد که کلیه سوالات به لحاظ ظاهری برای پاسخ دهندگان واضح بوده همچنین از نتایج این آزمون اولیه برای سنجش پایایی پرسشنامه استفاده گردید که همانطور که مشاهده می‌گردد میزان پایایی اولیه برای همه ی متغیرها بالای ۰/۷ محاسبه گردید. همچنین باتوجه به قابلیت‌های نرم افزار BLS در آزمون اصلی فرضیات تحقیق باتعداد کل نمونه های شرکت داده شده، مقادیر ضریب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب همچنین مقادیر مربوط به روایی همگرا، روایی واگرا و بار عاملی، مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱. مقادیر ضریب آلفای کرونباخ، پایایی مرکب، میانگین واریانس، و بار عاملی

متغیر	گویه	بار عاملی
نگرش اخلاقی	۱	۰/۶۶۲
	۲	۰/۸۲۷
	۳	۰/۸۰۴
	۴	۰/۸۴۴
	۵	۰/۷۴۰
	۶	۰/۸۲۶
	۷	۰/۶۵۳
	۸	۰/۷۷۴
ارزش‌های مثبت فردی	۱	۰/۷۹۷
	۲	۰/۷۱۳
	۳	۰/۸۳۰

^۱ Rokeach^۲ Thomas et al

۰/۶۷۰	۴	ضریب آلفا: ۰/۷۴۷
		Cr: ۰/۸۴۱
		AVE: ۰/۵۷
۰/۸۳۶	۱	تمایل به رفتار اخلاقی
۰/۹۰۰	۲	
۰/۹۱۷	۳	
		ضریب آلفا: ۰/۹۰۹
		Cr: ۰/۹۳۷
		AVE: ۰/۷۸۷

در بررسی روایی و اگر براساس روش فورنل و لارکر^۱، همانطور که در جدول ۲ مشاهده می شود، مقدار جذر میانگین واریانس برای متغیرهای اصلی این تحقیق که در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته اند، بزرگتر از مقدار همبستگی میان متغیرها است که در خانه های زیرین قطر اصلی قرار گرفته اند؛ بنابراین، روایی و اگرای مدل تحقیق نیز تأیید می شود.

جدول ۲- ماتریس سنجش روایی و اگر به روش فورنل و لارکر

نگرش اخلاقی	تمایل به رفتار اخلاقی	ارزش مثبت فردی	
		۰/۷۵۵	ارزش مثبت فردی
	۰/۸۸۷	۰/۶۵۷	تمایل به رفتار اخلاقی
۰/۷۶۹	۰/۷۲۸	۰/۷۱۱	نگرش اخلاقی

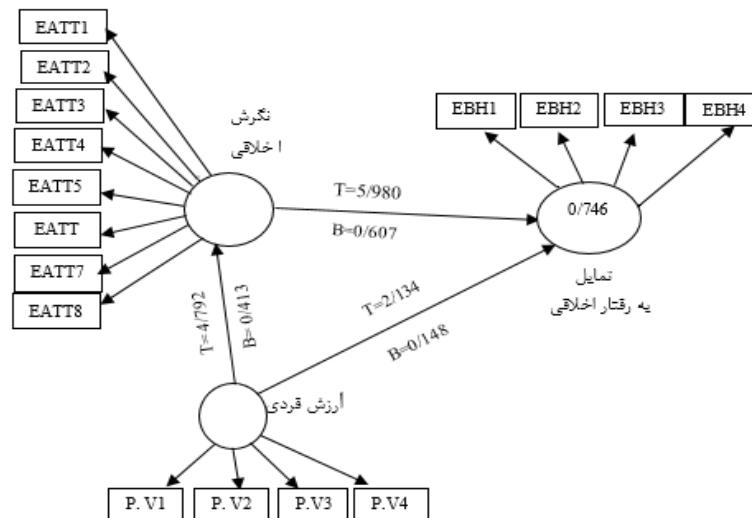
۴. تحلیل داده ها و یافته های پژوهش

به منظور آزمون فرضیه ها از روش مدل معادلات ساختاری بر پایه حداقل مربعات جزئی^۲ و نرم افزار Smart-Pls2 استفاده گردید. شکل ۲، مدل آزمون را در این نرم افزار در حالت محاسبه مقادیر آماره t و ضرایب مسیر نشان می دهد. مقادیر t نقش مهمی را در قبول یا رد فرضیات ایفا می کند. اگر مقدار قدر مطلق t بیشتر از مقدار ۱/۹۶ باشد، نشان دهنده آن است که ضریب مسیر محاسبه شده معنی دار بوده و تأثیر یا رابطه بین متغیرها معنی دار بوده و قابل قبول است. ضرایب مسیر نشان دهنده شدت و قوت رابطه و اثر بین متغیرها است. میزان ضریب تعیین R² که نشان دهنده میزان تبیین و قابلیت

¹ Furnel & Larcker

² Partial Least Square (PLS)

پیش‌بینی سازه‌ها است برای متغیر تمایل به رفتار اخلاقی برابر با ۰/۷۴۶ به دست آمد که نشان می‌دهد ۰/۷۴ درصد از تغییرات متغیر تمایل به رفتار اخلاقی توسط متغیرهای نگرش اخلاقی و ارزش مثبت فردی تبیین می‌شود.



شکل ۲- آزمون مدل تحقیق (آماره t و ضرایب استاندارد)

در بررسی فرضیه اول، مبنی بر اینکه بین ارزش‌های مثبت فردی و نگرش اخلاقی کارکنان، رابطه معناداری وجود دارد، همانطور که در جدول ۳ نشان داده شده است مقدار آماره تی از ۱/۹۶ بیشتر بوده و بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه مذکور مورد تایید قرار گرفته است. همچنین در بررسی فرضیه دوم که گفته شده است، بین نگرش اخلاقی و تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد، مقدار آماره تی از ۱/۹۶ بیشتر بوده و نتیجتاً فرضیه مذکور مورد تایید قرار می‌گیرد. در بررسی فرضیه سوم مبنی بر اینکه بین ارزش‌های مثبت فردی و تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد نیز مقدار آماره تی از ۱/۹۶ بیشتر بوده و فرضیه مذکور مورد تایید قرار گرفت. همچنین در بررسی فرضیه چهارم، مبنی بر اینکه نگرش اخلاقی در رابطه بین ارزش‌های مثبت فردی و تمایل به رفتار اخلاقی نقش میانجی دارد، با توجه به مدل ساختاری، همانطور که در جدول ۳ نشان داده شده است، مقدار t غیر مستقیم حاصل از آزمون سوبل ۳/۷۳۹ است که این مقدار از ۱/۹۶ بیشتر بوده و بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت، تاثیر غیرمستقیم ارزش‌های مثبت فردی بر تمایل به رفتار اخلاقی، از طریق نگرش اخلاقی معنی‌دار و فرضیه مذکور مورد تایید قرار گرفته است. ضمناً با توجه به اینکه آماره t مسیر مستقیم ارزش‌های مثبت فردی بر تمایل به رفتار اخلاقی برابر با ۲/۱۳۴ معنی‌دار است ($1/96 > t$)، می‌توان نتیجه گرفت که متغیر نگرش اخلاقی، به صورت متغیر میانجی جزئی در تاثیرگذاری ارزش‌های مثبت فردی بر تمایل به رفتار اخلاقی عمل می‌نماید. ضریب مسیر کل در حالت استاندارد در رابطه بین دو متغیر ارزش‌های مثبت فردی و تمایل به رفتار اخلاقی از طریق نگرش اخلاقی برابر با ۰/۳۹۹ می‌باشد.

جدول ۳- آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های تحقیق	ضریب مسیر استاندارد β	آماره تی (t)	نتیجه آزمون
ارزش‌های مثبت فردی $\leftarrow$ نگرش اخلاقی	۰/۴۱۳	۴/۷۹۲	تایید
نگرش اخلاقی $\leftarrow$ تمایل به رفتار اخلاقی	۰/۶۰۷	۵/۹۸۰	تایید
ارزش‌های مثبت فردی $\leftarrow$ تمایل به رفتار اخلاقی	۰/۱۴۸	۲/۱۳۴	تایید
ارزش‌های مثبت فردی $\leftarrow$ نگرش اخلاقی $\leftarrow$ تمایل به رفتار اخلاقی	غیرمستقیم ۰/۲۵۱= مستقیم ۰/۱۴۸= کل=۰/۳۹۹	غیرمستقیم ۳/۷۳۹= مستقیم ۲/۱۳۴	تائید

۵. بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش، با هدف تبیین نقش میانجی نگرش اخلاقی در رابطه بین ارزش‌های فردی بر تمایل به رفتار اخلاقی کارکنان انجام گرفت یکی از مواردی که می‌تواند بر روی اخلاق کارکنان یک سازمان اثرگذار باشد، ویژگی‌های افراد است. اخلاق در محیط کار منافع بسیار زیادی برای رهبران و مدیران دارد، اعم از منافع عملکردی و منافع اخلاقی. این مطلب به خصوص در عصر حاضر که مدیران با ارزش‌های بسیار متنوعی در محیط کار سروکار دارند، صادق است. زیربنای همه‌ی ارزش‌ها در سازمان، ارزش‌های اخلاقی می‌باشد که در حوزه‌ی کارآمدی منابع انسانی، جایگاه ویژه‌ای دارد. اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد، می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد. نماد بیرونی سازمان‌ها را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می‌دهد، که خود حاصل جمع ارزش‌های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان‌ها، ظهور و بروز یافته است (آقاملایی و همکاران، ۱۳۹۳). وجود ارزش و نگرش‌های مثبت همچون نگرش اخلاقی میزان ارزشمندی اهداف و مسئولیت‌پذیری کارکنان را افزایش داده و در نتیجه منجر به تمایل به رفتار اخلاقی و عملکرد سازمانی بهتر می‌گردد (آدیش و رمضانی‌فر، ۱۳۹۶). ارزش‌های فردی، بایدها و نبایدهای هر فرد را شکل می‌دهد و حکم نقشه راهی را دارد که از طریق شکل‌دهی نگرشهای ذهنی، سیر رفتاری وی را مشخص می‌کند. کارمندی که از ارزش‌های فردی مثبت بالاتری برخوردار است، هر اندازه رفتاری را مطلوب‌تر ارزیابی کند، بیشتر نسبت به اجرای آن رفتار از خود تمایل نشان می‌دهد. از این رو مدیر سازمان نباید پیام‌های مبهم ارسال کند و در حالی که از نگرش‌ها و ارزش‌های اخلاقی خاصی سخن می‌گوید، در عمل تابع استانداردهای دیگری باشد و رفتارهای غیر اخلاقی را ترویج کند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم تحقیق نشان داد که متغیر نگرش اخلاقی به صورت متغیر میانجی در تاثیرگذاری ارزش‌های مثبت فردی بر تمایل به رفتار اخلاقی عمل می‌نماید، بدین معنا که ارزش‌های مثبت فردی علاوه بر اینکه از طریق متغیر نگرش اخلاقی بر

تمایل به رفتار اخلاقی تاثیر می‌گذارد خود نیز به طور مستقیم بر تمایل بر رفتار اخلاقی اثر دارد. این نتیجه با نتیجه داوِنپورت^۱ (۲۰۱۰) که نشان داد، نگرش‌های افراد و ویژگی‌های شخصیتی آنها، تأثیرمعدناداری بر روی رفتارهای فرا نقش کارکنان دارد، همسو می‌باشد (حقیقی کفاشی و جلاتیان دهقانی، ۱۳۹۳). همچنین آدیش و رضانی‌فر (۱۳۹۶) نشان دادند که وجود ارزش و نگرش‌های مثبت همچون نگرش اخلاقی میزان ارزشمندی اهداف و مسئولیت‌پذیری کارکنان را افزایش داده و در نتیجه منجر به تمایل به رفتار اخلاقی و عملکرد سازمانی بهتر می‌گردد (آدیش و رضانی‌فر، ۱۳۹۶). ارزش‌های فردی، بایدها و نبایدهای هر فرد را شکل می‌دهد و حکم نقشه راهی را دارد که از طریق شکل‌دهی نگرشهای ذهنی، سیر رفتاری وی را مشخص می‌کند. کارمندی که از ارزش‌های فردی مثبت بالاتری برخوردار است، هر اندازه رفتاری را مطلوب‌تر ارزیابی کند، بیشتر نسبت به اجرای آن رفتار از خود تمایل نشان می‌دهد.

با توجه به تایید فرضیه‌ها پیشنهاد می‌شود: مدیران و مسئولین سازمان آموزش پرورش سازمان با شفاف‌سازی و عمل به وعده‌های داده شده، صداقت را در عمل نشان دهند و تلاش نمایند تا نگرش مثبتی در سازمان تحت امر خود ایجاد کنند. تلاش‌های مدیران در جهت بهبود ارزش‌های فردی کارکنان با ایجاد حس اعتماد، ارج نهادن به خلاقیت کارکنان و بالابردن حس مسئولیت‌پذیری آنها در شکل‌گیری و پرورش ارزش‌های مثبت در بین کارکنان می‌تواند موثر واقع گردد. همچنین در خصوص رعایت اخلاقیات در ارزیابی عملکرد کارکنان بیشتر توجه نموده و تلاش نمایند با تبیین دقیق و شفاف فرآیند ارزیابی‌ها دلیل تشویق و عدم تشویق کارکنان به گونه‌ای اعلام شود که کارکنان احساس نمایند، مدیران آنها بر اساس عدالت همه جزئیات را دقیق بررسی می‌کنند و تمایل دارند کارکنانشان همواره اخلاق و انجام رفتار اخلاقی را در محیط کار مورد توجه قرار دهند. با تشکیل جلسات پرسش و پاسخ، فرصت ابراز عقیده به کارکنان داده شود تا هرگونه شبهات ایجاد شده مانند عدم رعایت ارزش‌های مثبت فردی و عدم توجه به اخلاقیات و ... مطرح گردیده و با رفع ابهامات و شبهات ذهنی کارکنان، اصول اخلاقی در سازمان به عنوان یک اصل مدنظر قرار گیرد، تمایل کارکنان به رفتارهای اخلاقی در سازمان، تقویت شود. در بین کارکنان اداره آموزش و پرورش استان گیلان، نقش ارزش‌های مثبت فردی و نگرش اخلاقی، در ایجاد تمایل به رفتار اخلاقی کاملاً مستقل و قابل توجه است. بدین معنا که در بین این کارکنان، بالارفتن ارزش‌های مثبت فردی و نگرش اخلاقی می‌تواند باعث افزایش تمایل آنها به بروز رفتار اخلاقی گردد. لذا شایسته است، مدیران برنامه جامعی برای آموزش مداوم کارمندان در سازمان در نظر بگیرند و ویژگی‌های شخصیتی آنان و توانائی‌هایشان را در یک فرایند منظم، رشد و توسعه دهند. ارزش‌های مثبت فردی، نظیر مکلف بودن به اجرای تکلیف، رفتارهای خودجوش، اخلاقیات، توجه به ارباب رجوع و ... در بین کارکنان از طریق آموزش ضمن خدمت و سخنرانی‌ها و جلسات مورد تاکید قرار گیرند و روحیه‌ی اعتماد را در میان اعضا افزایش دهند تا حد توان با برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی، سعی در اصلاح و ارتقای ویژگی‌های کانون کنترل درونی در بین کارکنان داشته باشند تا با ایجاد انگیزه و نگرش مثبت و افزایش توانمندی‌های فردی و اجتماعی کارکنان خلاقیتشان در کار برانگیخته شود و با مسئولیت‌تر و متعهدتر عمل کنند.

¹ davenport

منابع

۱. آقاملایی، تیمور، السادات طوافیان، صدیقه، قنبر نژاد، امین (۱۳۹۳) وضعیت کانون کنترل بر سلامت و ارتباط آن با رفتارهای ارتقاء دهنده سلامت در جمعیت بالای پانزده سال شهر بندرعباس، وضعیت کانون کنترل بر سلامت، مدیریت سلامت، ۱۳۹۳؛ ۱۷ (۵۵)، ۷-۱۶.
۲. آدیش م.، رمضانی فرح. (۱۳۹۶). مطالعه ارتباط بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر تعهد سازمانی کارکنان، دهمین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت، ۱-۱۷.
۳. بیگی نیا، عبدالرضا، سرداری، احمدو عاشوری زاده، علیرضا. (۱۳۹۲). رابطه ارزش های فردی و سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان، مجله پژوهش های مدیریت ایران دوره ۱۷، شماره ۲، ۴۰-۲۸.
۴. حسنی، محمد؛ رحیمی، مرضیه و سامری، مریم. (۱۳۹۳). تأثیر اخلاق کار اسلامی بر عدالت سازمانی، رضایت شغلی و غیبت از کار کارکنان اداره برق شهرستان ارومیه. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۳۴ (۱۲)، ۶۱۳-۶۳۳.
۵. حقیقی کفاشی م.، جلائیان دهقانی م. (۱۳۹۳). بررسی نقش تعدیل کنندگی کانون کنترل کارکنان بر رابطه بین سبک رهبری و تعهد سازمانی، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۲، ۷۳، ۱۴۳-۱۲۱.
۶. حیدرپور، فرزانه و رجب دری، حسین. (۱۳۹۵). رابطه اخلاق حرفه ای و ویژگیهای شخصیت سرمایه گذاران بورس اوراق بهادار، اخلاق در علوم و فناوری، ۱۲ (۲)، ۱۶۱-۱۶۴.
۷. رجایی پور، سعید و لافتی، سمیرا. (۱۳۸۹). بررسی رابطه ی فرهنگ سازمانی با مولفه های مدیریت براساس ارزش های سازمانی و ارائه مدلی برای پیش بینی مدیریت براساس ارزش ها (مطالعه موردی: سازمان آموزش
۸. و پرورش شهرستان آباده)، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال اول، شماره ۴، ۱۴۸-۱۲۵.
۹. رحیمی کلور، حسین و کاظم زاده، رضا. (۱۳۹۷). ارزیابی رابطه بین مؤلفه های تأثیرگذار بر ناامنی شغلی با رفتار اخلاقی کارکنان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۴، ۳۵-۲۴.
۱۰. سلمی، مهدی. (۱۳۹۵). مؤلفه های اخلاق حرفه ای اساتید دروس تربیت بدنی عمومی دانشگاه ها. ۲، ۱۱ (۲)، ۵۱-۶۰.
۱۱. سهرابی، بابک و خانلری، امیر. (۱۳۸۸). اخلاق، فناوری اطلاعات و رفتار شهروندی سازمانی، فصلنامه اخلاق در علوم فناوری، سال چهارم، شماره های ۱ و ۲، ۳۸-۲۰.
۱۲. شعبانی بهار، غلامرضا، فراهانی، ابوالفضل و خسروشاهی، محسن. (۱۳۹۷). نقش اخلاق کاری کارکنان در اثربخشی مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان همدان، پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، دوره ۱۰ شماره ۱، ۴۳-۳۵.
۱۳. شکری، احمدو اویمی موسی، یوسف. (۱۳۹۷). چارچوب اصول اخلاق کار اسلامی با تاکید بر سنت نبوی، فصل نامه جهان نوین سال اول، شماره دوم، صص ۱۰۲-۸۲.

۱۴. عسگری، ناصر؛ نیکوکار، غلامحسین و امینی، محمد. (۱۳۹۳). بررسی رابطه اخلاق اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی. مدیریت اسلامی، ۲۲(۱)، ۱۳۹-۱۲۳.
۱۵. محمدیان شریف و کویستان غریبی، حسین. (۱۳۹۵). مطالعه نیمرخ شخصیتی، صلاحیت‌های حرفه‌ای و اثربخشی معلمان متوسطه شهرستان مریوان: تحلیل مبتنی بر شخص، فصلنامه علمی پژوهشی تدریس پژوهی، ۱۰(۵)، ۹-۲۰.
۱۶. منوریان عباس، محمدی فاتح، عمران و محمدی فاتح علی اصغر. (۱۳۹۷). تأثیر اخلاق کار اسلامی بر عملکرد شغلی فرد با در نظر گرفتن نقش میانجیگری تعهد سازمانی و رضایت شغلی، فرایند مدیریت توسعه، دوره ۳۱، شماره ۱ پیاپی ۱۰۳.
۱۷. مولوی زینب، بزاز زینب و خنیفر حمید. (۱۳۹۴). فلسفه اخلاق در علم مدیریت، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی، ۱، ۲۳، ۱۵۸-۱۳۷.
۱۸. ولیخانی، ماشاء اله، سعادت فر، حسن و رحیمی، عبدالواحد (۱۳۹۲)، شناسایی ارزش‌های کارکنان بر اساس نظریه سیستم ارزشی آلپورت (مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد)، دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، دوره ۱۵، شماره ۶، ۱۵۸-۱۵۰.
19. Charoensap, A. Virakul, B. Senasu, K. & Ayman, R. (2019). Effect of ethical leadership and interactional justice on employee work attitudes, Journal of leadership studies, Journal of leadership studies, 12(4), 26-7.
20. Hansen, J.D. and Riggle, R.J., (2009). Ethical salesperson behavior in sales relations. Journal of Personal Selling & Sales Management, XXIX, pp. 151-66.
21. Natale, S.M. and Sora, S.A. (2009). Ethics in strategic thinking: business processes and the global market collapse, Journal of Business Ethics, Vol. 94 No. 3, pp. 309-16.
22. Noh D, Kim S. (2013). Moral distress, moral sensitivity and ethical climate of nurses working in psychiatric wards. J Korean Acad Psychiatr Ment Health Nurs.; 22(4):307-1
23. Reisel, W. D., Probst, T. M., Chia, S. L., Maloles, C. M., & König, C. J. (2010). The effects of job insecurity on job satisfaction, organizational citizenship
24. Robbins, S. A; Judge, T. A. (2012). "Organizational behavior". Prentice Hall. p:29
25. Rokeach M. (1972). organization and change within value-attitude systems, Beliefs Attitudes, and values. Jossey-Bass, Inc CA, 156-178.
26. Thomas K.J., O'Cathain A. (2004). Debate Any other comments? Open questions on questionnaires—a bane or a bonus to research?, BMC Medical Research Methodology, 4, 25, 1-7.

Explaining the mediating role of ethical attitude in the relationship between individual values and the tendency to moral behavior of education staff in Guilan province

sakine hossinpoor¹

Mir Hadi Moazen Jamshidi^{*2}

Mohammad Sadegh Hassanzadeh³

Date of Receipt: 2019/08/31 Date of Issue: 2020/09/12

Abstract

The main purpose of this research is to explain the mediating role of ethical attitude in the relationship between individual values and the tendency to moral behavior of education staff in Guilan province. The present study is a quantitative and applied research and is also a descriptive and correlational research. The statistical population in this study includes 464 employees of the General Department of Education of Guilan Province, Which were selected by stratified sampling method based on the Cochran limited community formula. The data collection tool of this research is a questionnaire. The obtained data were analyzed using smart pls software. The results of this study showed that If moral values are observed in an organization, the human resources of that organization will be loyal to the organizational values and will be inclined to maintain membership in the organization. Existence of positive values and attitudes such as ethical attitude, increase the value of goals and responsibilities of employees and as a result leads to a desire for ethical behavior and better organizational performance.

Keyword

Ethical Attitude, Individual Values, Tendency to Ethical Behavior, Professional Ethics, The Mediating Role of Ethics

1. Master of Public Administration, Payam Noor University, Rasht, Iran (s.hosseinpoor1360@gmail.com).
2. Assistant Professor of Management, Payam Noor university, Tehran, Iran, (*Corresponding Author: jamshidi.hadi@gmail.com).
3. Assistant Professor of Management, Payam Noor University, Tehran, Iran.