

# تأثیر جو اخلاقی و ایدئولوژی اخلاقی بر بهبود قضاوت اخلاقی دانشجویان رشته مدیریت (مورد مطالعه: دانشگاه لرستان)

محمد حاک<sup>۱</sup>، حجت وحدتی<sup>۲</sup>، سید هادی موسوی نژاد<sup>۳\*</sup>

۱. دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان لرستان، ایران
۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان لرستان، ایران
۳. دانشجوی دکتری مدیریت، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه لرستان لرستان، ایران

پذیرش: ۹۵/۰۸/۲۳

دریافت: ۹۵/۰۶/۰۲

## چکیده

با توجه به اهمیت اخلاق در موفقیت کسب و کارها، دانشجویان مدیریت امروز نیازمند درک صحیح از اخلاق و قضاوت اخلاقی در مواجهه با مسائل اخلاقی بوده و باید با عوامل فردی و سازمانی موثر بر آن آشنا باشند. جو اخلاقی و ایدئولوژی اخلاقی از جمله عواملی هستند که می‌توانند بر قضاوت اخلاقی تأثیر گذاشته و آن را دستخوش تغییر کنند. در واقع اصول و قواعد اخلاقی سازمان سنگ بنایی برای سبک زندگی افراد هستند که استدلال و قضاوت اخلاقی آنها را در موقعیت‌های چالش‌برانگیز تحت تأثیر قرار می‌دهند ولی این تأثیر می‌تواند با توجه به ایدئولوژی اخلاقی افراد متفاوت باشد. از این رو هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر جو اخلاقی بر قضاوت اخلاقی و بررسی نقش واسطه ایدئولوژی اخلاقی (آرمان‌گرایی، نسبی‌گرایی) در این تأثیرگذاری است که در میان ۳۰۹ دانشجوی مدیریت گروه بازرگانی دانشگاه لرستان مورد پیمایش قرار گرفته است. داده‌های گردآوری شده از پرسشنامه و سناریوی فروش با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری تحلیل شده و نتایج حاکی از آن است که جو اخلاقی علاوه بر تأثیرگذاری مستقیم و مثبت بر قضاوت اخلاقی، به صورت غیرمستقیم از طریق آرمان‌گرایی نیز تأثیر مثبتی دارد ولی این تأثیر از طریق نسبی‌گرایی معنادار نمی‌باشد. همچنین جو اخلاقی بر آرمان‌گرایی تأثیر مثبت و بر نسبی‌گرایی تأثیر منفی دارد. آرمان‌گرایی و نسبی‌گرایی نیز به ترتیب از تأثیر مثبت و منفی بر قضاوت اخلاقی برخوردارند. پژوهش حاضر با تمرکز بر نقش متفاوت ایدئولوژی اخلاقی در

E-mail: Mousavi.Ha@Fc.Lu.Ac.Ir

\*نویسنده مسؤل مقاله:



قضاوت‌های اخلاقی به‌ویژه در بین دانشجویان مدیریت که تاکنون از چشم پژوهشگران نادیده گرفته شده است، نوآور بوده و می‌تواند نقش به‌سزایی در حوزه مدیریت ایفا کند.

واژه‌های کلیدی: جو اخلاقی، ایدئولوژی اخلاقی، آرمان‌گرایی، نسبی‌گرایی، قضاوت اخلاقی.

## ۱- مقدمه و بیان مسئله

در سال‌های اخیر، رعایت نکردن امانتداری و اصول اخلاقی باعث به خطر افتادن سازمان‌های مختلفی شده است. انرون<sup>۱</sup>، وردکام<sup>۲</sup>، آدلفیا<sup>۳</sup>، تایکو<sup>۴</sup>، مارتا استوارت<sup>۵</sup> و پارمالت<sup>۶</sup> شرکت‌هایی هستند که دارای رویه‌های غیراخلاقی بوده‌اند. لغزش‌های اخلاقی دیگری نیز گزارش شده است که سهم به‌سزایی در مشکلات جهانی داشته است [۱]. در کشور ایران نیز عدم توجه به اخلاق کسب‌وکار در مدیریت سازمان‌ها معضلاتی بزرگ برای سازمان‌ها ایجاد کرده است. عدم توجه به رعایت اصول اخلاقی به‌وسیله مدیران و کارکنان در سازمان می‌تواند سازمان را تا حد شکست نیز پیش برده و به اضمحلال آن منجر شود [۲]. در این خصوص قابل ذکر است که براساس اعلام سازمان شفافیت بین‌المللی (TIO)<sup>۷</sup> در بین ۱۶۳ کشور، ایران رتبه ۱۰۵ را به لحاظ شاخص‌های فسادگریزی سازمان‌ها در سال ۲۰۰۶ کسب کرده است. همچنین در سال ۲۰۱۵ در ارزیابی ۱۶۸ کشور، ایران به لحاظ شاخص فساد موجود<sup>۸</sup> رتبه ۱۳۰ را به خود اختصاص داده است. این وضعیت نشان می‌دهد که اخلاق کار در سازمان‌های ایرانی با وضعیت مطلوب فاصله زیادی دارد.

در این میان قضاوت افراد در مورد اخلاقی بودن یا غیراخلاقی بودن کارهای بر کمیت و کیفیت کار و در نتیجه موفقیت سازمانی تأثیر قابل‌توجهی خواهد گذاشت. در واقع قضاوت اخلاقی می‌تواند موفقیت مدیران و کسب‌وکارها را به همراه داشته باشد [۳]. این قضاوت ناشی از پایبندی به باورهای اخلاقی بوده و نشان‌دهنده جهت‌گیری اخلاقی یا ایدئولوژی اخلاقی افراد می‌باشد. در واقع افراد تمایل به قضاوت صحیح دارند ولی تأثیر قوی فلسفه اخلاق باعث منحرف شدن آنها می‌گردد [۴]. مطالعه پژوهش‌های انجام شده [همچون مطالعات ۵؛ ۶؛ ۷] نشان می‌دهد فلسفه و ایدئولوژی اخلاقی که جهت‌گیری شخصی و فردی کارکنان را نشان می‌دهند، تنها عامل مؤثر بر قضاوت اخلاقی نبوده و عوامل سازمانی مختلفی همچون جو اخلاقی نیز

می‌تواند بر قضاوت افراد تأثیر گذاشته و باعث بیراهه کشاندن آنها گردد. پژوهش حاضر به بررسی قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت و عوامل مؤثر بر آن پرداخته است، زیرا که دانشجویان مدیریت به‌ویژه مدیریت بازرگانی به‌عنوان پیشگامان دنیای کسب‌وکار در کشور بوده و نیازمند توانایی بازشناسی معضلات اخلاقی و تصمیم‌گیری مناسب هستند [۸]. به عبارت دیگر می‌توان گفت که حیطة کار مدیران سرشار از معضلاتی است که نیازمند قضاوت اخلاقی می‌باشند و دانشجویان امروز به‌عنوان مدیران آینده باید قادر باشند تا در مورد مسائل مختلف مربوط به افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها قضاوت کرده و تصمیم بگیرند. بنابراین آگاهی از عوامل تأثیرگذار بر قضاوت اخلاقی دانشجویان و گرایش‌های اخلاقی آنها پیرامون موضوعات و مسائل اخلاقی در کسب‌وکار به این مهم کمک خواهد کرده و باعث توجیه هدف پژوهش می‌گردد. مسائل اخلاقی و موقعیت‌های چالش‌برانگیز از این لحاظ با اهمیت است که شایستگی‌های اخلاقی دانشجویان را فعال کرده و قضاوت اخلاقی آنها را به همراه دارد. همان‌گونه که بارتز [۴] نیز بیان نمود ارزیابی قابلیت تصمیم‌گیری و یا قضاوت اخلاقی در افراد، بدون قرار دادن آنها در سناریوها یا وضعیت‌های اخلاقی دشوار<sup>۱</sup> که به صورت فرضی و یا واقعی طراحی شده‌اند، دشوار و حتی امکان‌پذیر نمی‌باشد. بنابراین برای مطالعه قضاوت اخلاقی از سناریوهای اخلاقی که مدت‌هاست در پژوهش‌های مربوط به اخلاق کاربرد دارند و فکر و تصمیم دانشجویان را به چالش می‌کشند، استفاده شده است.

با توجه به اهمیت اخلاق در رشته مدیریت [۹] و اثربخشی سازمانی [۱۰] و همچنین با وجود اندازه و سطح اهمیت قضاوت اخلاقی در ادبیات مختلف، ولی به نظر می‌رسد که مطالعات کمی به آن پرداخته و شفافیت کافی در این رابطه وجود داشته باشد [۱۱]. همچنین مورد مطالعه اغلب مطالعاتی که در حوزه قضاوت اخلاقی و بخصوص ایدئولوژی اخلاقی صورت گرفته است شامل حساب‌برسان، متخصصان بازار، دبستان‌ها، مؤسسات دولتی و فروشندگان بوده است و کمتر مطالعه‌ای در دانشگاه‌ها و در بین دانشجویان به انجام رسیده‌اند؛ حتی بیشتر این مطالعات نیز در کشورهای توسعه یافته به انجام رسیده‌اند و کمبود آن در کشورهای در حال توسعه، به‌ویژه ایران احساس می‌شود. بنابراین سؤالاتی که این پژوهش به دنبال پاسخگویی به آن می‌باشد این است که آیا قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت در موقعیت‌های چالش‌برانگیز تحت تأثیر جو اخلاقی و ایدئولوژی‌های اخلاقی قرار دارد یا خیر؟ و اینکه ایدئولوژی‌های



اخلاقی آنها (آرمان‌گرایان، نسبی‌گرایان) چه تأثیری در این ارتباط داشته و چگونه ایفای نقش می‌کند؟ از این رو امید است که انجام پژوهش حاضر علاوه بر پاسخگویی به سؤالات مذکور که در مطالعات گذشته کمتر به آنها توجه شده، بتواند ادبیات حوزه مورد بررسی به‌ویژه در حوزه ایدئولوژی اخلاقی را غنی‌تر نماید.

## ۲- ادبیات نظری پژوهش

قضاوت اخلاقی به لحاظ نظری و تجربی نقش برجسته‌ای در پژوهش‌های اخلاق کسب‌وکار و مدیریت دارد و یک عامل محوری در تئوری‌های مهم تصمیم‌گیری اخلاقی محسوب می‌شود [۱۱]. در تعریف قضاوت اخلاقی می‌توان گفت که آن یک فرایند شناختی است که فرد "اقدامی را که به لحاظ اخلاقی صحیح یا غلط می‌باشد، مورد قضاوت قرار می‌دهد" و از این طریق، به حمایت از فعالیت‌های اخلاقی کسب‌وکار پرداخته و فعالیت‌های غیراخلاقی را رد می‌کند [۷]. این درحالی است که قضاوت‌های صحیح اخلاقی به عوامل مختلفی بستگی دارد و مطابق با این پژوهش انتظار می‌رود که تحت تأثیر عوامل سازمانی و فردی همچون جو اخلاقی و ایدئولوژی اخلاقی باشد که در ادامه مورد بحث قرار می‌گیرند.

ویکتور و کالن<sup>۱۱</sup> [۱۲؛ ۱۳] به‌عنوان پدران جو اخلاقی شناخته می‌شوند. آنها بیان داشتند که جوی در سازمان وجود دارد که می‌تواند رفتارهای درست و غلط اعضا را تشخیص دهند، این جو همان جو اخلاقی سازمان است. آنها جو اخلاقی را به‌عنوان درک مشترک اعضای سازمان از آنچه که رفتار اخلاقی درست تلقی می‌شود و همچنین نحوه برخورد با مسائل اخلاقی تعریف کرده‌اند. آنها با کمک مدل رشد شناختی اخلاقی کولبرگ (۱۹۶۷) و با به‌کارگیری رویکردهای فلسفه و جامعه‌شناسی، اقدام به توسعه چارچوب جو اخلاقی کردند و دو بعد معیار اخلاقی (متشکل از سه نظریه خودپرستی<sup>۱۱</sup>، خیرخواهی<sup>۱۲</sup> و اصول<sup>۱۳</sup>) و کانون تحلیل (مرجع محلی<sup>۱۴</sup>، مرجع جهانی<sup>۱۵</sup> و مرجع فردی<sup>۱۶</sup>) را معرفی کردند که انواع نه‌گانه جوهای اخلاقی را ارائه می‌دهد.

با این حال، نتایج مطالعات تجربی که از تکنیک تحلیل عاملی استفاده کرده‌اند، از این نه جو اخلاقی حمایت نکرده و تنها ابعاد خودپرستی، خیرخواهی و اصول را مورد تأیید قرار داده‌اند [۱۴]. از سوی دیگر، مطالعاتی وجود دارند که معتقدند جو اخلاقی مجموعه‌ای از کدها و

دستورالعمل‌ها است که باید با توجه به این عوامل سنجیده شود. یکی از این مطالعات، تحقیق شویپکر<sup>۱۷</sup> [۱۵] است که بیان می‌کند سازمانی که هیچ‌گونه تأکید و تعهدی بر کدها، سیاست‌ها و رهنمودهای اخلاقی نداشته باشد، راه را برای انجام رفتارهای غیراخلاقی هموار می‌سازد. به بیان وی، کدها و منشورهای اخلاقی نقش مهمی در تصمیم‌گیری اخلاقی اعضای سازمان بازی می‌کنند و به‌عنوان ابزاری برای روشن ساختن نقش‌ها و انتظارات در سازمان و همچنین ترویج جو اخلاقی ارائه می‌شوند. شویپکر در این پژوهش اقدام به معرفی عواملی کرد که می‌توانستند در ایجاد جو اخلاقی به کار گرفته شوند. به اعتقاد وی سطوح بالاتر رفتار اخلاقی را می‌توان در سازمان‌هایی شاهد بود که در آن کدهای اخلاق به‌درستی به مرحله اجرا درآمده‌اند. زمانی که این کدها جزئی کارکردی از دانش کاری کارمند شوند، آن‌گاه تصمیم‌گیری اخلاقی آنها تحت تأثیر قرار گرفته و سطح رفتار اخلاقی فرد افزایش پیدا می‌کند. بنابراین مطابق با تحقیق شویپکر می‌توان با پیاده‌سازی و اجرای کدهای اخلاقی و خط‌مشی‌های سازمان اقدام به ایجاد یک جو اخلاقی کرد که تصمیم اخلاقی و رفتار اخلاقی افراد را به‌صورتی مثبت تحت تأثیر قرار داد.

با این حال باید خاطر نشان کرد که بسیاری از نظریه‌های روان‌شناختی در خصوص رفتارهای اخلاقی و به‌ویژه قضاوت اخلاقی الهام گرفته از مباحث فلسفی است که به حل و فصل مسائل اخلاقی پرداخته‌اند [۱۶]. از این رو، جهت‌گیری فلسفی اخلاقی کارکنان مورد توجه قرار گرفته و به تشریح آن پرداخته می‌شود.

فورسیت<sup>۱۸</sup> [۱۷] معتقد است که افراد به لحاظ اخلاقی ممکن است برداشت‌ها و قضاوت‌های متفاوتی از یک مسئله یکسان داشته باشند و این تفاوت در قضاوت‌های اخلاقی<sup>۱۹</sup> ریشه در سیستم اخلاقی هر فرد داشته و حاکی از ایدئولوژی اخلاقی<sup>۲۰</sup> وی است. وی ایدئولوژی اخلاقی را چنین تعریف کرده است "سیستمی از اخلاقیات که رهنمودهایی را برای تصمیم در مورد رفتارهای چالش‌برانگیز ارائه می‌دهد". مطالعه جامع فورسیت بسیاری از مفاهیم فلسفه اخلاق<sup>۲۱</sup> همچون غایت‌شناسی<sup>۲۲</sup>، شکاکیت اخلاقی<sup>۲۳</sup>، خودپرستی اخلاقی<sup>۲۴</sup>، سودمندگرایی<sup>۲۵</sup> و وظیفه‌گرایی<sup>۲۶</sup> را برای مشخص کردن تفاوت‌های اخلاقی افراد مشخص می‌کند [۱۸]. اما افراد در ارتباط با فلسفه اخلاق و جهت‌گیری اخلاقی از دو روش کلی که شلنکر و فورسیت<sup>۲۷</sup> (۱۹۷۷) ارائه کرده‌اند و بعدها توسط فورسیت (۱۹۸۰) تکامل پیدا کرد، استفاده می‌کنند. این دو روش



عبارتند از نسبی‌گرایی<sup>۲۸</sup> و آرمان‌گرایی<sup>۲۹</sup> [۱۹].

به اعتقاد فورسیت [۱۷] نسبی‌گرایی به میزانی اشاره دارد که افراد ارزش‌های اخلاقی جهان‌شمول را رد می‌کنند. افراد بسیار نسبی‌گرا نخست اقدام‌ها و کنش‌های اخلاقی را وابسته به موقعیت و افراد درگیر در آن می‌دانند و دوم در زمان مواجهه با مشکلات اخلاقی، به قواعد اخلاقی جهان‌شمول متکی نمی‌باشند. در مقابل، افرادی با نسبی‌گرایی کم معتقدند که باید مطابق با ارزش‌های اخلاقی جهان‌شمول رفتار کنند. آرمان‌گرایی نیز به این اعتقاد افراد اشاره دارد که فعالیت‌های اخلاقی پیامدهای مطلوبی را در پی خواهد داشت. افراد بسیار آرمان‌گرا بر خوب بودن ذاتی ارزش‌های اخلاقی جهان‌شمول تأکید داشته و ارزشی برای آسیب‌های احتمالی آن قائل نیستند. در حالی که افرادی با آرمان‌گرایی کم معتقدند رفتارهای اخلاقی به طور ذاتی بد نیستند ولی می‌توانند منجر به آسیب‌رسانی به دیگران شوند. با تعامل این دو بعد، فورسیت مدلی همانند جدول ۱ ارائه داد که چهار ایدئولوژی اخلاقی شامل موقعیت‌باوران<sup>۳۰</sup>، ذهنی‌گرایان<sup>۳۱</sup>، مطلق‌گرایان<sup>۳۲</sup> و استثناگرایان<sup>۳۳</sup> را مشخص می‌سازد. این مدل دوبعدی ایدئولوژی اخلاقی حاکی از آن است که افراد با توجه به میزان تأکیدشان بر اصول و پیامدها، جهت‌گیری‌های اخلاقی متفاوتی دارند.

جدول ۱ طبقه‌بندی ایدئولوژی‌های اخلاقی [۱۷]

آرمان‌گرایی	نسبی‌گرایی	
	بالا	پایین
بالا	موقعیت‌باوران رد قواعد اخلاقی؛ حامی تجزیه و تحلیل‌های منجر به فرد از هر اقدامی در هر موقعیتی؛ نسبی	مطلق‌گرایان فرض می‌شود که بهترین نتیجه ممکن، همیشه از طریق پیروی از ارزش‌های اخلاقی جهان‌شمول قابل‌دستیابی است.
پایین	ذهنی‌گرایان ارزیابی براساس ارزش‌ها و چشم‌انداز فردی به جای اصول اخلاقی جهان‌شمول؛ نسبی	استثناگرایان رهنمودهای قضاوتی کاملاً مطلق، با در نظر گرفتن استثناهایی در مورد استانداردهای رفتاری؛ سودمندگر

اگرچه گونه‌شناسی ایدئولوژی اخلاقی وی ارائه‌دهنده چهار دیدگاه اخلاقی متمایز است، ولی مطالعات ایدئولوژی اخلاقی زیادی به انجام رسیده است که تنها بر دو بعد اصلی نسبی‌گرایی و آرمان‌گرایی ایدئولوژی اخلاقی متمرکز هستند [۱۹؛ ۲۰؛ ۲۱؛ ۲۲]. بنابراین در این پژوهش نیز از این دو ساختار مفهومی استفاده می‌شود.

### ۳- ارتباط بین سازه‌های پژوهش و توسعه فرضیه‌ها

#### ۳-۱- جوکاری اخلاقی و قضاوت اخلاقی

اصول و ارزش‌های اخلاقی سازمان سنگ بنایی برای سبک زندگی افراد هستند که ادراک و قضاوت آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. قضاوت اخلاقی زمانی قابل قبول است که به لحاظ اصول و اخلاق مورد پذیرش یک گروه یا اجتماع بزرگ‌تر قرار گیرد. همچنین افرادی که در محیط‌های اخلاقی کار می‌کنند و از ارزش‌های اخلاقی و معنوی بالاتری برخوردارند، فرض می‌شود درک بیشتری از مشکلات اخلاقی داشته و در قضاوت اخلاقی خود بهتر رفتار کنند [۷]. جو اخلاقی سازمان می‌تواند استدلال و قضاوت اخلاقی افراد را در شرایط مختلف بهبود بخشیده و عاملی کنترلی برای رفتار آن‌ها به‌ویژه در موقعیت‌هایی اخلاقی نامشخص باشد [۲۳]. جو اخلاقی عاملی در جهت حل‌وفصل مسائل مربوط به شیوه‌های رفتاری غیراخلاقی در سازمان محسوب می‌شود. همان طور که نتایج تحقیق کاپتین و شوارتز<sup>۳۴</sup> [۲۴] نشان داد بین جو اخلاقی سازمان و تصمیم‌گیری اخلاقی کارکنان رابطه وجود دارد و سازمانی که جو و فرهنگ اخلاقی محکمی بر آن حاکم است کمتر شاهد بروز رفتارهای غیراخلاقی است. در واقع با شکل‌گیری قضاوت اخلاقی مطلوب در سازمان، افراد علاقه‌ای به مشارکت در رفتارهای غیراخلاقی نداشته و تمایل بیشتری به رعایت اخلاق در تصمیم‌گیری‌های خود دارند.

پژوهش‌های اخیر در این حوزه نیز مؤید این ارتباط هستند که به چند نمونه از آنها در خارج و داخل کشور اشاره می‌شود، برای مثال، عبدالله و همکاران [۷] به بررسی قضاوت اخلاقی کارکنان بخش دولتی کشور مالزی پرداختند. یافته‌های این پژوهش که با استفاده از تحلیل رگرسیون چندگانه بر روی ۱۵۱ پاسخ انجام گرفت، نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری بین جو اخلاقی و قضاوت اخلاقی کارکنان در این بخش وجود دارد. همچنین آپریلیانی و همکاران [۶] در مطالعه خود با استفاده از تحلیل رگرسیون چندگانه نشان دادند که



فرهنگ اخلاقی و جو اخلاقی سازمان تأثیر مثبتی بر تصمیم‌گیری اخلاقی حسابرسان دارد و در این میان، جو مبتنی بر اصول و دستورالعمل نسبت به سایر جوها از تأثیر بیشتری برخوردار است. همچنین جو اخلاقی می‌تواند به صورت غیرمستقیم و از طریق خودکارایی<sup>۳۰</sup> بر تصمیم‌گیری اخلاقی تأثیر بگذارد. بنابراین می‌توان فرضیه زیر را ارائه داد:

*فرضیه اول: جو کاری اخلاقی بر قضاوت اخلاقی افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد.*

### ۳-۲- ایدئولوژی اخلاقی و قضاوت اخلاقی

مطالعه ویتل و همکاران<sup>۳۱</sup> [۲۵] که شامل مدیران بازاریابی چهار کشور (ایالات متحده آمریکا، انگلستان، اسپانیا و ترکیه) می‌باشند آشکار می‌کند که ایدئولوژی اخلاقی شامل نسبی‌گرایی و آرمان‌گرایی هیچ تأثیری بر قضاوت‌های اخلاقی مدیران ندارند. ولی ادعا شده است که ایدئولوژی اخلاقی مهم‌ترین عامل مؤثر بر قضاوت اخلاقی افراد است [۲۱]. به بیان فورسیت و برگر<sup>۳۲</sup> [۲۶]، ایدئولوژی اخلاقی امکان پیش‌بینی تفاوت‌های فردی در قضاوت اخلاقی را فراهم می‌کند. همچنین گفتنی است سازه شدت اخلاقی - که اشاره به میزان ادراک شخص از اخلاقی بودن موضوع دارد [۲۷] - خود متأثر از ایدئولوژی اخلاقی است. در میان ابعاد ایدئولوژی اخلاقی، آرمان‌گرایان تأثیر مثبتی بر شدت اخلاقی داشته و نسبی‌گرایان تأثیری منفی بر آن دارند [۲۸]. حال چنانچه جونز بیان داشت شدت اخلاقی می‌تواند کل فرایند تصمیم‌گیری و قضاوت‌های اخلاقی افراد را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین می‌توان انتظار داشت که آرمان‌گرایی (نسبی‌گرایی) بر درک اخلاقی افراد تأثیر مثبت (منفی) گذاشته و قضاوت‌های اخلاقی را دستخوش تغییر کند.

از سوی دیگر، برخی مطالعات نشان می‌دهند که در مقایسه با آرمان‌گرایان، نسبی‌گرایان بیشتر در معرض قضاوت‌های غیراخلاقی قرار دارند. در این ارتباط، احتمالاً آرمان‌گرایی با انتخاب غیراخلاقی به صوت منفی در ارتباط است، زیرا که آرمان‌گرایان به آسیب رساندن دیگران اهمیت می‌دهند. از سوی دیگر، احتمالاً نسبی‌گرایی با انتخاب غیراخلاقی ارتباط مثبت دارد، چراکه این انتخاب به خاطر نداشتن دستورالعمل‌های اخلاقی سفت‌وسخت راحت‌تر قابل توجیه هستند [۵]. درنهایت مطالعات نشان دادند که فلسفه اخلاق افراد با قضاوت آنها از مسائل اخلاقی در ارتباط است. آنها نشان می‌دهند که افراد نسبی‌گرا در زمان قضاوت مسائل اخلاقی



نسبت به افراد غیرنسبی‌گرا از تعصب کمتری برخوردار بوده و راحت‌تر با مسئله کنار می‌آیند. چون‌که آنها معتقدند رفتار اخلاقی بسته به ویژگی‌های موقعیت و افراد درگیر در آن می‌تواند متفاوت باشد، بنابراین در قضاوت خود از افراد دیگر سخت‌گیری کمتری دارند و احتمال قضاوت غیراخلاقی آنها افزایش پیدا می‌کند. همچنین افراد آرمان‌گرا در قضاوت مسائل اخلاقی نسبت به افراد غیرآرمان‌گرا حساس‌تر بوده و سخت‌گیری بیشتری دارند چنان‌که در قضاوت های خود از معیارهای اخلاقی بیشتری استفاده کنند [۲۱].

در ادامه به مطالعاتی اشاره می‌شود که نشان می‌دهد ایدئولوژی اخلاقی افراد بر قضاوت اخلاقی آنها تأثیر داشته و بین آرمان‌گرایی (نسبی‌گرایی) و قضاوت اخلاقی ارتباط مثبت (منفی) وجود دارد. درواقع شواهد نشان می‌دهند افراد بسیار آرمان‌گرا که معتقدند با اقدام صحیح می‌توان از آسیب‌رسانی به دیگران پرهیز کرد، قضاوت‌های غیراخلاقی بیشتری داشته‌اند [۱۷؛ ۲۶] و افراد بسیار نسبی‌گرا که قواعد و قوانین مطلق جهان‌شمول را رد می‌کنند در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی خود انعطاف زیادی دارند [۱۷؛ ۲۵؛ ۲۶]. به عنوان مثال، لین و دینگ [۲۰] با بررسی تأثیر ایدئولوژی اخلاقی بر قضاوت اخلاقی در میان ۶۰۰ دانشجوی کارشناسی کسب‌وکار نشان دادند که افراد آرمان‌گرا نسبت به افراد نسبی‌گرا تمایل بیشتری به قضاوت‌های اخلاقی داشته و این امر بر ارائه گزارش‌های غنی به‌وسیله آنها تأثیر مثبتی دارد. همچنین اسماعیل و موحد غزلی [۲۱] با بررسی تأثیر ایدئولوژی اخلاقی حساب‌رسان بر قضاوت اخلاقی در کشور مالزی نشان دادند که ایدئولوژی اخلاقی تأثیر معناداری بر قضاوت اخلاقی حساب‌رسان به‌ویژه در موقعیت‌های غیرقانونی دارد، طوری که آرمان‌گرایان تأثیر مثبت و نسبی‌گرایان تأثیر منفی بر آن دارد. مطالعه اخیر چادزیکا-زوپاتا<sup>۲۸</sup> [۲۹] در کشور لهستان نیز حاکی از آن است که ایدئولوژی اخلاقی افراد نقش یک پیش‌بینی کننده معنادار را برای انتخاب‌های اخلاقی افراد در موضوعات چالش‌برانگیز بر عهده دارد. با نگاه کلی به یافته‌های مربوط به این تحقیقات می‌توان مشاهده کرد که بیشتر آنها بر تأثیر معنادار ایدئولوژی اخلاقی افراد (آرمان‌گرا و نسبی‌گرا) بر قضاوت‌های اخلاقی به‌ویژه در شرایط چالش‌برانگیز تأکید داشته و از این رو فرضیه‌های زیر را می‌توان ارائه کرد:

فرضیه دوم: آرمان‌گرایی تأثیر مثبت و معناداری بر قضاوت اخلاقی دارد.

فرضیه سوم: نسبی‌گرایی تأثیر منفی و معناداری با قضاوت اخلاقی دارد.



### ۳-۳- ارتباط جوکاری اخلاقی با ایدئولوژی اخلاقی

جوهای اخلاقی زیادی در سازمان وجود دارند که می‌توانند در ارتباط با ایدئولوژی اخلاقی کارکنان باشند، به عنوان مثال، سازمانی که از جو وظیفه‌ای<sup>۳۹</sup> برخوردار است، اعضای خود را تشویق می‌کند تا در تصمیم‌گیری‌ها پایبند به اصول اخلاقی جهان‌شمول باشند [۳۰]. همچنین ویکتور و کالن [۱۲؛ ۱۳] معتقدند که اگر جو اخلاقی سازمان به صورت خودخواهانه باشد، کارکنان مشکلات اخلاقی موجود را به سمت منافع شخصی خود سوق می‌دهند و اگر جو اخلاقی خیرخواهی حاکم باشد، آنها برای به حداکثر رساندن منافع جمعی تلاش خواهند کرد. در نهایت اینکه اگر جو اخلاقی سازمان بر اساس اصول و قواعد باشد، آنها سعی می‌کنند تا مطابق با ضوابط، دستورالعمل‌ها و قوانین رفتار نمایند. بنابراین جو اخلاقی سازمان متناسب با ویژگی‌های افراد با جهت‌گیری ایدئولوژیک آنها است. اگرچه چنین جهت‌گیری‌هایی در ابتدا از محیط فرهنگی و تجربیات شخصی افراد ناشی می‌شود (که به بیان علی‌رضایی و هولاسو [۳۱] عمیق‌ترین، پدیده‌ترین و بلندمدت‌ترین تأثیر را بر رفتار اکثریت افراد می‌گذارد) ولی با ایجاد محیط اخلاقی در سازمان نیز می‌توان به آن شکل بخشید [۳۲].

مطالعات اخیر نشان داده است که افراد نسبی‌گرا از آنجاکه معتقدند هیچ قاعده اخلاقی مطلق برای هدایت رفتار وجود ندارد، نسبت به اصول و ارزش‌های اخلاقی در سازمان حساسیت کمتری دارند. بنابراین می‌توان گفت که ارزش‌های اخلاقی سازمان با آرمان‌گرایی ارتباط مثبت و با نسبی‌گرایی ارتباط منفی دارد [۱۸؛ ۱۹؛ ۳۲]. به عنوان مثال پوترانتا و کینگ‌شات [۱۹] با به‌کارگیری مدل چندبعدی جو اخلاقی و مدل دوبعدی ایدئولوژی اخلاقی به بررسی ارتباط بین آنها در دانشگاه‌های کاتولیک اندونزی پرداخت. یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که جو اخلاقی مبتنی بر اصول و منشورهای اخلاقی بر ایدئولوژی اخلاقی تأثیر داد، بدین گونه که تأثیر آن بر آرمان‌گرایی مثبت و بر نسبی‌گرایی منفی است. همچنین آرمان‌گرایی می‌تواند باعث افزایش تأثیر جو مبتنی بر اصول بر تعهد عاطفی افراد گردد. برای نشان دادن این روابط، فرضیه‌های زیر مطرح می‌شوند:

فرضیه چهارم: جو اخلاقی تأثیر مثبت و معناداری بر آرمان‌گرایی دارد.

فرضیه پنجم: جو اخلاقی تأثیر منفی و معناداری بر نسبی‌گرایی دارد.

### ۳-۴- ارتباط بین جو اخلاقی، ایدئولوژی اخلاقی و قضاوت اخلاقی

اصول و قواعد اخلاقی که در سازمان حاکم است باعث پابندی بیشتر کارکنان آرمان‌گرا به آن خواهد شد و باعث می‌شود تا آنها شروع به یافتن ارزش‌هایی در سازمان کنند که متناسب با جهت‌گیری آنهاست و این به نوبه خود، کمک می‌کند تا استدلال و قضاوت اخلاقی آنها بهبود پیدا کند [۳]. همچنین افراد نسبی‌گرا که قوانین جهان‌شمول را رد می‌کنند، انتظار می‌رود که قضاوت اخلاقی خود را حتی با وجود جو و فرهنگ اخلاقی قوی، موکول به موقعیت اخلاقی و ویژگی‌های فرد کنند و بنابراین باعث کاهش تأثیر جو اخلاقی بر قضاوت شده یا حداقل اثر آن را خنثی کنند.

با توجه به نقش میانجی ایدئولوژی اخلاقی برای جو اخلاقی در تحقیقات قبلی [همانند مطالعه ۱۹] و همچنین با توجه به روابط بین متغیرها در ادبیات پژوهش حاضر و پژوهش اخیر کیش-گیفارت و همکاران [۵] - بیان می‌کند آرمان‌گرایی و نسبی‌گرایی از عوامل فردی موثر بر انتخاب‌های غیراخلاقی بوده و به ترتیب از تأثیرات منفی و مثبت برخوردارند و همچنین جوهای اخلاقی خیرخواهی و اصول از تأثیر منفی بر انتخاب‌ها و تصمیم‌های غیراخلاقی برخوردارند - انتظار می‌رود که ایدئولوژی‌های اخلاقی افراد (آرمان‌گرایی و نسبی‌گرایی) باعث افزایش/کاهش اثر جو اخلاقی بر قضاوت اخلاقی شود. در این راستا فرضیه‌های زیر ارائه می‌شوند:

فرضیه ششم: آرمان‌گرایی نقش میانجی مثبتی در ارتباط بین جو اخلاقی و قضاوت اخلاقی بر عهده دارد.

فرضیه هفتم: نسبی‌گرایی نقش میانجی منفی در ارتباط بین جو اخلاقی و قضاوت اخلاقی بر عهده دارد.

### ۴- روش پژوهش: جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و ابزار پژوهش

این تحقیق برحسب هدف از نوع تحقیقات کاربردی، از نظر ماهیت و رویکرد تحقیقاتی علی معلولی، از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات جزء تحقیقات توصیفی - پیمایشی، و از نظر نوع داده‌ها نیز کمی می‌باشد. داده‌های مورد نیاز این پژوهش از دانشجویان مدیریت دانشگاه لرستان به دست آمده است، زیرا که این دانشجویان بعد از فراغت از تحصیل به بخشی از نیروی کار تبدیل خواهند شد و انتظار می‌رود که بتواند پدیده‌های موجود در نیروی کار را



به صورت تقریبی پیش‌بینی کند. تعداد این دانشجویان در نیمسال اول سال ۱۳۹۴ برابر با ۳۰۹ نفر (۱۹۳ نفر زن و ۱۱۶ نفر مرد) و مطابق با جدول ۲ بوده که با استفاده از فرمول کوکران و در سطح خطای ۵ درصد، حجم نمونه ۱۷۲ نفر برآورد شده است. به منظور توزیع پرسشنامه‌ها و دستیابی به این حجم نمونه از روش نمونه‌گیری گروهی<sup>۴</sup> استفاده شده است. همان طور که آذر و مؤمنی [۳۳، ص ۶] بیان داشتند، این روش نمونه‌گیری در پی افزایش شباهت نمونه و جامعه و همچنین دقت نمونه‌برداری برای برآورد پارامترهای جامعه و دخالت دادن ویژگی‌های جامعه در نمونه می‌باشد. در این روش، جامعه به گروه‌های متجانس تقسیم و هر گروه از افرادی تشکیل می‌شود که ویژگی‌های مشابه دارند. خلاصه روش نمونه‌گیری در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲ نمونه‌گیری گروهی، از دانشجویان مدیریت به تفکیک مقطع تحصیلی

تعداد نمونه موردنیاز در هر مقطع	نسبت دانشجویان در هر مقطع	تعداد کل دانشجویان	مشخصات مقطع تحصیلی
۱۱۵	۰/۶۷	۲۰۸	کارشناسی مدیریت بازرگانی
۳۸	۰/۲۲	۶۷	کارشناسی ارشد بازاریابی
۱۹	۰/۱۱	۳۴	دکتری منابع انسانی و رفتار سازمانی
n=۱۷۲	۱	N=۳۰۹	جمع

پس از مشخص شدن تعداد نمونه در هر گروه یا مقطع، پرسشنامه‌ها به صورت کاملاً تصادفی به دانشجویان ارائه شده است. پس از گردآوری پرسشنامه‌ها، تنها تعداد ۱۵۸ پرسشنامه از اعتبار لازم برای تجزیه و تحلیل و استفاده در تحلیل‌های آماری برخوردار بوده و در ارزیابی فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. به منظور گردآوری داده‌های موردنیاز از نمونه آماری پژوهش، از پرسشنامه‌ای سه‌بخشی استفاده شده است. بخش اول مربوط به اطلاعات جمعیت‌شناختی دانشجویان است که نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی به قرار جدول ۳ می‌باشد.

جدول ۳ توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناسی دانشجویان

متغیر جمعیت‌شناسی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۲/۹
	زن	۶۷/۱
رده سنی	کمتر از ۲۰ سال	۲/۵
	۲۱ تا ۲۵ سال	۶۲
	۲۶ تا ۳۰ سال	۳۲/۳
	۳۱ سال به بالا	۳/۲
سطح تحصیلات	کارشناسی	۷۲/۸
	کارشناسی ارشد	۲۰/۹
	دکتری منابع انسانی و رفتار سازمانی	۶/۳
جمع	۱۵۸	۱۰۰

براساس نتایج، بیشتر پاسخ‌دهندگان زن بوده و در میان کل دانشجویان مدیریت، بیشتر آنها دارای سن ۲۱ سال تا ۲۵ سال هستند که در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل می‌باشند. بخش دوم پرسشنامه، سؤالات مربوط به جو اخلاقی و ایدئولوژی اخلاقی را پوشش می‌دهد و در نهایت بخش سوم، دانشجویان باید به سناریوی اخلاقی ارائه شده پاسخ دهند. جزئیات ابزار پژوهش به قرار زیر است:

**جو اخلاقی سازمان.** در این پژوهش، جو اخلاقی از طریق سنجش ادراک افراد از شیوه‌ها، روش‌ها، هنجارها و ارزش‌های حاکم بر تصمیم‌های اخلاقی در دانشگاه عملیاتی می‌گردد. پرسشنامه جو اخلاقی براساس تحقیق شوپیکر [۱۵] و با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است و شامل ۷ آیت می‌باشد. دانشجویانی که نمره بالاتری بدهند، نشان‌دهنده درک آنها از بالا بودن جو اخلاقی دانشگاه خواهد بود. با توجه به نتایج، همچنین میانگین پاسخ‌ها برای جو اخلاقی دانشجویان برابر با ۳/۶۵ با انحراف استاندارد ۰/۵۳ بوده است که نشان می‌دهد دانشجویان درک مناسبی از اخلاقی بودن جو دانشگاه دارند.

**ایدئولوژی اخلاقی.** سطح آرمان‌گرایی و نسبی‌گرایی دانشجویان کسب‌وکار با استفاده از پرسشنامه موقعیت اخلاقی (EPQ)<sup>۴۱</sup> فورسیت [۱۷] مورد سنجش قرار گرفته است. این



پرسشنامه شامل دو بخش است (هر بخش ۱۰ آیتم) که بخش اول سطح آرمان‌گرایی و بخش دوم سطح نسبی‌گرایی افراد را مورد سنجش قرار می‌دهد. پاسخ دانشجویان که براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت بوده است، تحلیل شده است. میانگین پاسخ‌ها برای آرمان‌گرایی برابر با ۴/۳۰ با انحراف استاندارد ۰/۵۹ بوده است که بیشتر از میانگین پاسخ‌های نسبی‌گرایی با میانگین ۲/۸۸ و انحراف استاندارد ۰/۶۳ است. این نتیجه نشان می‌دهد که سطح آرمان‌گرایی در بین دانشجویان مدیریت بیشتر از سطح نسبی‌گرایی است و آنها بیشتر بر خوب بودن ذاتی ارزش‌های اخلاقی در دانشگاه تأکید می‌کنند.

**قضاوت اخلاقی.** به منظور سنجش قضاوت اخلاقی معمولاً از سناریوهای اخلاقی استفاده می‌شود. در این پژوهش نیز از سناریوی اخلاقی نوگین و بیدرمن<sup>۴۲</sup> [۳۴] که قضاوت اخلاقی دانشجویان در مورد فروش محصولات را می‌سنجد، استفاده شده است. این سناریو بر اساس مقیاس اخلاق چندبعدی<sup>۴۳</sup> ریدنباخ و رابین<sup>۴۴</sup> [۳۵] تنظیم شده است که شامل ۵ آیتم بوده و اجازه می‌دهد تا دانشجویان در مورد رفتارهای اخلاقی و قابل قبول که در سناریو تعریف شده است، اظهار نظر کنند. میانگین پاسخ‌ها در سناریوی تعریف شده برای ارزیابی قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت برابر با ۲/۸۰ با انحراف استاندارد ۱/۴۰ بوده است، به این معنا که اکثریت دانشجویان به رفتاری که در سناریو تعریف شده است (در این سناریو، اقدام مدیر فروشگاه مورد توجه است که از انجام رفتاری خاص پرهیز می‌کند)، نمره پایین داده‌اند و نشان می‌دهد که دانشجویان به لحاظ اخلاقی، این اقدام را نامناسب دانسته و آن را فعالیتی غیراخلاقی می‌دانند.

حال به آزمون فرضیه‌های پژوهش با روش مدلسازی معادلات ساختاری<sup>۴۵</sup> و رویکرد حداقل مربعات جزئی<sup>۴۶</sup> (PLS) پرداخته می‌شود. پی‌ا‌اس نگرش مبتنی بر وارینس است و در شرایطی که مدل‌ها پیچیده بوده، نمونه انتخاب شده کوچک و داده‌ها غیرنرمال باشند، بهره‌گیری از این نگرش مطلوب‌تر خواهد بود [۳۶، صص ۶۸-۶۹]. مطابق با الگوریتم تحلیل داده در این رویکرد، دو مرحله «بررسی برازش مدل در سه بخش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی» و سپس «آزمودن فرضیات پژوهش» وجود دارد [۳۶، صص ۱۲۸-۱۲۹] که در ادامه به آنها پرداخته می‌شود.

## ۵- یافته‌های پژوهش

### ۵-۱- برازش مدل اندازه‌گیری

نخست به بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری با استفاده از سه معیار پایایی شاخص<sup>۴۷</sup> (ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی یا CR)، روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا پرداخته می‌شود. حال اگر بارهای عاملی برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود، مؤید این است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و برازش مدل اندازه‌گیری قابل قبول است؛ همچنین ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی عواملی هستند که مقدار آنها از ۰ تا ۱ متغیر بوده و مقادیر بالاتر از ۰/۷ پذیرفته می‌شود [۳۶، ص ۷۹-۸۰]. علاوه بر این فورنل و لارکر<sup>۴۸</sup> [۳۷] معیار AVE را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده و اظهار داشتند که مقدار AVE بالای ۰/۵، روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهد. نتایج مربوط به این معیارها در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴ برازش مدل اندازه‌گیری با توجه به معیار پایایی شاخص و روایی همگرا

سازه	سؤالات	بار عاملی	سازه	سؤالات	بار عاملی	
قضاوت اخلاقی $\alpha=0.96$ CR=0.97 AVE=0.83	Judge1	۰/۸۸۱	آرمان‌گرایی $\alpha=0.89$ CR=0.91 AVE=0.56	Climate1	۰/۶۹۹	
	Judge2	۰/۹۱۰		Climate2	۰/۴۳۴	
	Judge3	۰/۹۲۸		Climate3	۰/۷۵۲	
	Judge4	۰/۹۴۱		Climate4	۰/۷۸۴	
	Judge5	۰/۸۹۵		Climate5	۰/۸۱۶	
	Judge6	۰/۹۰۹		Climate6	۰/۷۰۶	
نسبی‌گرایی $\alpha=0.78$ CR=0.83 AVE=0.51	Relat1	۰/۰۳۷		Climate7	۰/۱۵۷	Ideal1



۰/۷۶۱	Relat2	۰/۸۷۸	Ideal2
۰/۵۲۲	Relat3	۰/۷۱۷	Ideal3
۰/۲۹۰	Relat4	۰/۷۹۰	Ideal4
۰/۵۴۲	Relat5	۰/۶۲۳	Ideal5
۰/۲۱۸	Relat6	۰/۷۱۶	Ideal6
۰/۶۳۰	Relat7	۰/۰۰۲	Ideal7
۰/۴۳۲	Relat8	۰/۷۹۹	Ideal8
۰/۷۱۷	Relat9	۰/۳۵۳	Ideal9
۰/۷۰۷	Relat10	۰/۶۶۱	Ideal10

چنانچه نتایج جدول بالا نشان می‌دهد، میزان بار عاملی سؤال هفتم از سازه جو اخلاقی، سؤالات هفتم و نهم از سازه آرمان‌گرایی و سؤال‌های اول، چهارم و ششم از سازه نسبی‌گرایی در کمتر از ۰/۴ قرار دارد، بنابراین در تحلیل‌های بعدی حذف شده‌اند تا سایر معیارها تحت تأثیر آنها قرار نگیرند. سایر سؤالات و ابعاد از بار عاملی مناسبی برخوردارند و از این رو حذف هیچ یک از آنها لازم نیست. همچنین مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای متغیرهای پنهان بالاتر از ۰/۷ برآورد شده است که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. درنهایت با مقایسه مقادیر AVE به‌دست‌آمده با مقدار استاندارد ۰/۵ مشخص می‌شود که این معیار نشان در سطح مناسبی قرار داشته و روایی همگرای مدل تأیید می‌شود.

به‌منظور بررسی روایی واگرا نیز از روش فورنل و لارکر [۳۷] استفاده شده است. آنها بیان می‌کنند، روایی واگرا وقتی در سطح قابل‌قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر باشد (یا جذر AVE بیشتر از ضرایب همبستگی باشد). در جدول ۵ این ماتریس نشان داده شده است. این مدل در صورتی روایی واگرای قابل قبولی دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی (مجذور AVE) از مقادیر زیرین خود بیشتر باشد:



جدول ۵ ماتریس سنجش روایی واگرا

جو اخلاقی	آرمان‌گرایی	نسبی‌گرایی	قضاوت اخلاقی
جو اخلاقی	-	-	۰/۷۱
آرمان‌گرایی	۰/۷۵	-	۰/۵۳
نسبی‌گرایی	-۰/۱۲	۰/۷۱	-۰/۲۵
قضاوت اخلاقی	۰/۶۴	-۰/۲۸	۰/۴۸

مطابق با ماتریس بالا، مقدار جذر AVE تمامی متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آنها بیشتر است که این امر روایی واگرای مناسب و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

#### ۲-۵- برازش مدل ساختاری

بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. به منظور بررسی برازش مدل ساختاری از پنج معیار استفاده می‌شود. اولین معیار ضرایب اعداد معناداری یا  $t$  می‌باشد. ضرایب  $t$  باید از  $1/96$  بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن آنها را تایید کرد. براساس با تحلیل داده‌ها در نرم‌افزار PLS، تمامی ضرایب معناداری  $Z$  از  $1/96$  بیشتر گزارش شده‌اند که این مقادیر برای تأیید فرضیه‌های پژوهش در ادامه پژوهش ارائه می‌شوند. دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری، ضرایب  $R^2$  مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای مدل (وابسته) است. سومین معیار نیز، معیار اندازه تأثیر یا  $f^2$  است. در این ارتباط باید خاطرنشان کرد که قضاوت اخلاقی در پژوهش حاضر از سه عامل جو اخلاقی، آرمان‌گرایی و نسبی‌گرایی تأثیر می‌پذیرد، از این رو سه مقدار اندازه تأثیر وجود دارد. برای نمونه مقدار اندازه تأثیر آرمان‌گرایی بر قضاوت اخلاقی دانشجویان همانند زیر محاسبه می‌شود:

$$f^2(Ideal \rightarrow Judge) = \frac{R^2\text{Judge}(Ideal\text{included}) - R^2\text{Judge}(Ideal\text{excluded})}{1 - R^2\text{Judge}(Ideal\text{excluded})}$$

$$= \frac{.546 - .279}{1 - .279} = 0.370$$



سایر مقادیر نیز محاسبه شده و نتایج آن در جدول زیر گزارش شده است. معیار چهارم،  $Q^2$  است که قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد و در مورد تمامی سازه‌های درون‌زای مدل محاسبه می‌شود. معیار نهایی، Redundancy است که نشانگر مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک سازه درون‌زا از یک یا چند سازه برون‌زا است. اما یک معیار مناسب برای سنجش برازش بخش ساختاری مدل‌های معادلات ساختاری، مقدار میانگین Redundancy‌های مربوط به سازه‌های برون‌زا در یک مدل است. نتایج بررسی تمام این معیارهای برازندگی در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶ معیارهای برازش بخش ساختاری

Redundancy	$Q^2$ (1-SSE/SSO)	$f^2$	$R^2$	
$\overline{Red} = .119$	$0/35 > 0/15 > 0/02$	$0/35 > 0/15 > 0/02$	$0/67 > 0/33 > 0/19$	
-	-	$0/188$	-	جو اخلاقی
$0/141$	$0/142$	$0/370$	$0/282$	آرمان‌گرایی
$0/034$	$0/039$	$0/056$	$0/121$	نسبی‌گرایی
$0/181$	$0/371$	-	$0/475$	قضاوت اخلاقی

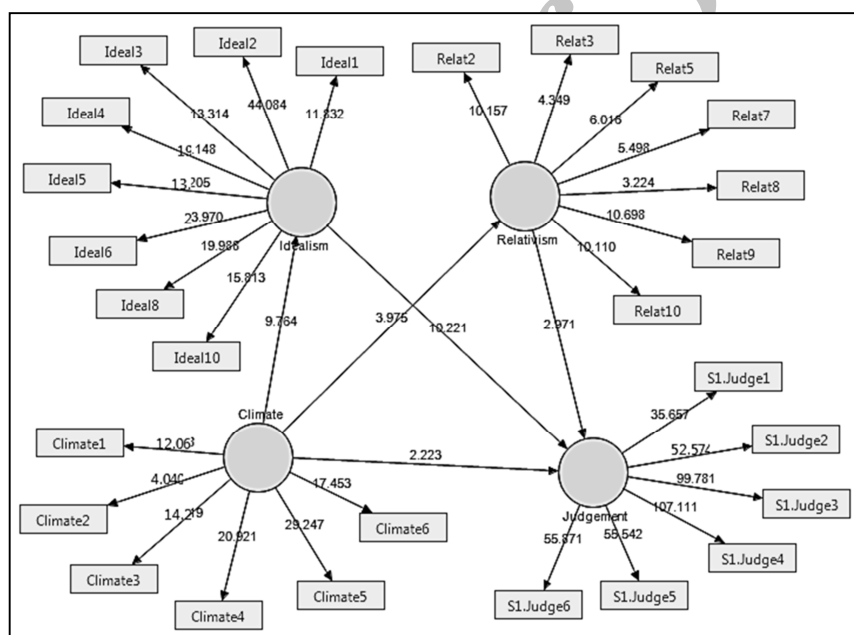
با توجه به مقدار ملاک‌های تصمیم که نشان از مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای آن معیار دارد، بجز نسبی‌گرایی مشاهده می‌شود که مقادیر  $R^2$  برای سازه‌های پژوهش، متوسط و قوی می‌باشد. در ارتباط با معیارهای  $f^2$  و  $Q^2$  نیز نتایج حاکی از تأثیر متوسط و قوی سه متغیر برون‌زا بر قضاوت اخلاقی داشته و برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش تأیید می‌شود. برای معیار Redundancy ملاک تصمیم مشخصی وجود ندارد و از میانگین آن استفاده می‌گردد. مقدار این معیار برابر است با  $0/12$ . حال هرچه مقدار  $\overline{Red}$  بیشتر باشد، نشان از برازش مناسب‌تر بخش ساختاری مدل در یک پژوهش دارد. در کل مشاهده می‌شود که برازش بخش ساختاری در حد متوسط بوده و با اغماض می‌توان برازش آن را تأیید کرد تا از حذف بیشتر سؤالات صرف‌نظر شود.

برازش مدل کلی. معیار GOF<sup>۹</sup> مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. با توجه به سه مقدار ملاک  $0/01$ ،  $0/25$  و  $0/36$  به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای

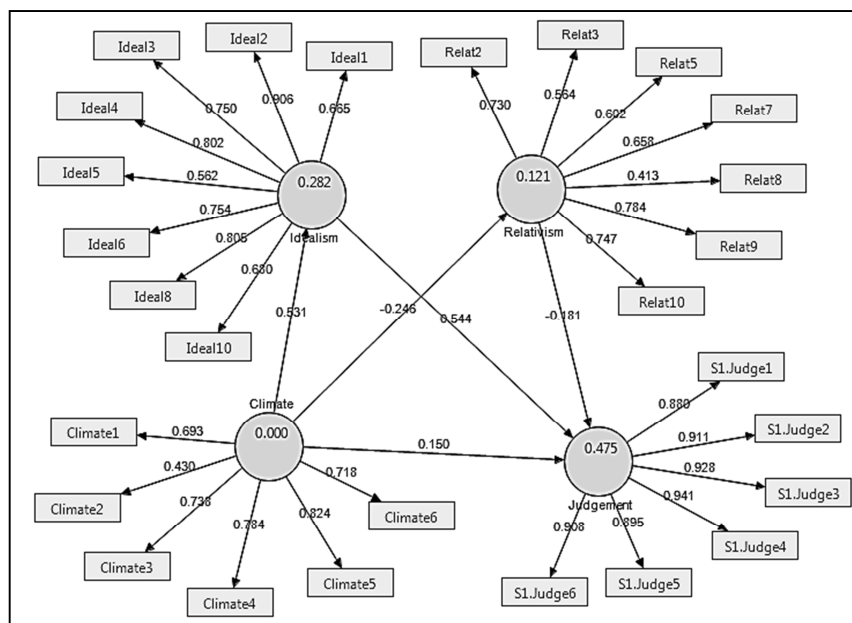
GOF [۳۸، ص. ۱۸۷] مقدار حصول شده برابر ۰/۲۲۷ بوده که نشان از برازش کلی متوسط مدل دارد. این مقدار مطابق رابطه زیر محاسبه شده است.

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2} = \sqrt{0.153 \times 0.329} = 0.227$$

پس از اطمینان از برازنده بودن مدل ارائه شده، اقدام به آزمون فرضیه‌های پژوهش شده است. به این منظور از دو مرحله بررسی اعداد معناداری و ضرایب مسیر استفاده می‌شود. شکل‌های ۱ و ۲ به ترتیب نتایج مربوط به اعداد معناداری و ضرایب مسیر فرضیه‌ها را نشان می‌دهد. چنانچه مشاهده می‌شود ضرایب معناداری مسیرهای مستقیم میان متغیرها بیشتر از ۱/۹۶ است که منجر به تأیید شدن ضرایب مسیر می‌شود.



شکل ۱ مدل ترسیم شده همراه با مقادیر t-value



شکل ۲ مدل ترسیم شده شامل ضرایب استاندارد مسیر

نتایج مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS نشان می دهد که جو اخلاقی دانشگاه تأثیر معناداری بر قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت دارد ( $t$ -value=2.22) و باعث تأیید فرضیه اول می شود. از این رو می توان فرض  $H_0$  را مبنی بر عدم وجود تأثیر، با سطح اطمینان ۹۵ درصد رد کرد؛ از آنجا که ضریب مسیر<sup>۶</sup> محاسبه شده برابر با ۰/۱۵ و مثبت می باشد، بنابراین می توان گفت که با افزایش یک واحد در جو اخلاقی دانشگاه، قضاوت اخلاقی دانشجویان که تابعی از آن است نیز به میزان ۱۵ درصد افزایش پیدا می کند. از سوی دیگر آرمان گرایی تأثیر مثبت و معنادار ( $t$ -value=3.98,  $PC=0.54$ ) و نسبی گرایی تأثیر منفی و معناداری ( $t$ -value=2.97,  $PC=-0.18$ ) بر قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت دانشگاه لرستان دارد (تأیید فرضیه های دوم و سوم). بدین معنی که با افزایش (کاهش) آرمان گرایی یا کاهش (افزایش) نسبی گرایی می توان قضاوت اخلاقی

دانشجویان را افزایش (کاهش) بخشید. همچنین نتایج نشان می‌دهد که جو اخلاقی دانشگاه نیز دارای تأثیر متفاوت و معناداری بر ایدئولوژی اخلاقی دانشجویان می‌باشد، به این معنا که با افزایش یک واحد در جو اخلاقی دانشگاه، آرمان‌گرایی با ضریب  $0/53$  (t-value=9.76) و نسبی‌گرایی با ضریب  $-0/25$  (t-value=3.98) رشد پیدا می‌کند. از این رو فرضیه‌های چهارم و پنجم نیز مورد تأیید قرار می‌گیرند.

در نهایت با استفاده از آزمون سوبل اقدام به معناداری فرضیه‌های غیرمستقیم شده است. نتایج این آزمون حاکی از تأیید فرضیه ششم (t-value=5.57) یا تأیید نقش واسط آرمان‌گرایی در ارتباط بین جو اخلاقی و قضاوت اخلاقی و رد فرضیه هفتم (t-value=0.91) یا رد نقش واسط نسبی‌گرایی در این ارتباط می‌باشد؛ یعنی تأثیر غیرمستقیم جو اخلاقی دانشگاه بر قضاوت اخلاقی دانشجویان با توجه به آرمان‌گرایی آنها معنادار و با توجه به نسبی‌گرایی آنها عدم معنادار بوده است. ضریب تأثیر غیرمستقیم و کل جو اخلاقی بر قضاوت اخلاقی از طریق آرمان‌گرایی به ترتیب برابر با  $0/29$  و  $0/44$  و ضریب تأثیر غیرمستقیم و کل از طریق نسبی‌گرایی ترتیب برابر با  $0/04$  و  $0/19$  می‌باشد. بنابراین جو اخلاقی دانشگاه می‌تواند با ضریب کل  $0/44$  و از طریق آرمان‌گرایی باعث بهبود قضاوت اخلاقی دانشجویان شود.

## ۶- نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به بررسی قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت پرداخته است؛ امری که به‌عنوان یک پدیده مهم در حمایت از فعالیت‌های اخلاقی مدیران و نیروی کار آینده در مورد مسائل مختلف شناخته می‌شود. نتایج پژوهش مشخص می‌کند که قضاوت اخلاقی دانشجویان چگونه تحت تأثیر جو اخلاقی دانشگاه و ایدئولوژی اخلاقی خود دانشجویان قرار می‌گیرد. در این راستا هفت فرضیه معرفی شد و با تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی مورد آزمون قرار گرفت. نخست اقدام به بررسی برازش مدل مفهومی پژوهش شد که بعد از حذف شش سؤال از مجموع آیتم‌های ارائه شده در پرسشنامه، مدل از برازندگی مناسبی برخوردار شده و فرضیه‌ها مورد آزمون قرار گرفتند.

نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که جو اخلاقی دانشگاه می‌تواند تأثیر مثبت و معناداری بر قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت داشته باشد، به این معنا که با توسعه جو اخلاقی و



بهبود کدها و دستورالعمل‌های اخلاقی در دانشگاه، قضاوت و تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان نیز بهبود پیدا می‌کند. این نتیجه با یافته‌های حاصل از پژوهش‌های عبدالله و همکاران [۷] و آپریلیانی و همکاران [۶] همخوانی دارد. آنها جو و فرهنگ اخلاقی قوی را عاملی مهم در جهت تصمیم‌گیری اخلاقی و عدم بروز رفتارهای غیراخلاقی ابراز داشتند. بنابراین کدها و منشورهای اخلاقی که به‌عنوان ابزاری برای ترویج جو اخلاقی در دانشگاه به شمار می‌روند، می‌توانند نقش مهمی در قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت ایفا کنند. با توجه به بارهای عاملی به دست آمده در شکل ۲، به ترتیب اهمیت پیشنهاد می‌شود تا با مردود شمردن رفتارهای غیراخلاقی به صورتی کاملاً صریح توسط ریاست دانشگاه، اجرایی کردن دقیق سیاست‌های مربوط به رفتار اخلاقی در دانشگاه، برخورداری از رهنمون‌ها و سیاست‌های مرتبط با رفتارهای اخلاقی، در نظر گرفتن تنبیه و مجازات برای دانشجویان خاطی، برخورداری دانشگاه از دستورالعمل‌ها و منشورهای اخلاقی رسمی و مکتوب و درنهایت اجرای جدی دستورالعمل‌های اخلاقی، جو و فرهنگ اخلاقی در دانشگاه حاکم شود که باعث درک اخلاقی مشترک دانشجویان مدیریت گردد، این عمل تقویت استدلال و قضاوت اخلاقی دانشجویان را به همراه دارد.

چنانچه نتایج آزمون فرضیه دوم و سوم پژوهش نشان داد، ایدئولوژی اخلاقی دانشجویان می‌تواند تأثیر متفاوتی بر قضاوت اخلاقی آنها داشته باشد و به عنوان یکی از عوامل مهم در قضاوت اخلاقی نقش‌آفرینی کند. طوری که آرمان‌گرایی دانشجویان به‌صورت مثبت و نسبی‌گرایی آنها به‌صورت منفی بر قضاوت اخلاقی‌شان تأثیر می‌گذارد. در اینجا می‌توان استنباط کرد دانشجویانی که به لحاظ فلسفی جهت‌گیری آرمانی دارند نسبت به دانشجویان نسبی‌گرا تمایل بیشتری به قضاوت‌های اخلاقی داشته و این دانشجویان در برخورد با چالش‌ها و مسائل کاری همچون سناریوی ارائه شده، تصمیم‌های اخلاقی‌تری خواهند گرفت. این نتیجه به این علت است که در قضاوت اخلاقی، آرمان‌گرایان بیشتر از معیارهای آرمانی استفاده می‌کنند و در برخورد با سناریوی پژوهش معتقدند که اقدام درست همواره با پیامدهای مطلوبی همراه است (عملکرد مدیر فروشگاه در سناریوی فروش را نامناسب دانسته و رد می‌کنند). دانشجویان نسبی‌گرا نیز از تعصب کمتری برخوردار بوده و به قواعد اخلاقی جهان‌شمول متکی نبوده و این عامل می‌تواند تأثیر منفی به بر قضاوت اخلاقی آنها داشته باشد. بنابراین

سیستم اخلاقی دانشجویان و تفاوت‌های فردی آنها امکان پیش‌بینی قضاوت اخلاقی را فراهم می‌کند.

یافته‌های لین و دینگ [۲۰]، اسماعیل و موحد غزلی [۲۱] و چادزیکا - زوپاتا [۲۹] نیز نشان دادند ایدئولوژی اخلاقی یک عامل معنادار در پیش‌بینی استدلال‌ها و انتخاب‌های اخلاقی افراد است که با نتایج حاصل شده پژوهش حاضر همخوانی دارد. در این راستا پیشنهاد می‌شود تا برای دانشجویان واحدهای درسی آموزش اخلاقی برگزار شود تا با این طریق بتوان اقدام به آشنا کردن دانشجویان با رفتارهای آرمان‌گرایانه و نسبی‌گرایانه کرد و قضاوت اخلاقی آنها را بهبود بخشید یا به راه‌های مختلف بر نمودهای آرمانی همچون «به خطر انداختن دیگران به‌هیچ وجه امر پسندیده‌ای نیست» یا «رفاه و آسایش افراد باید مهم‌ترین دغدغه در دانشگاه باشد» و عدم توافق بر سر نمودهای نسبی همچون «اینکه یک دروغ جایز است یا خیر بستگی به موقعیت دارد» یا «هر موقعیت و شرایطی، اخلاقیات خاص خود را می‌طلبد» که بیشترین بارهای عاملی را در شکل ۲ به خود اختصاص داده‌اند، تأکید شود. ایجاد جو اخلاقی قوی نیز می‌تواند از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ایدئولوژی برشمرده شود که در ادامه ذکر می‌شود.

جو اخلاقی می‌تواند بر آرمان‌گرایی تأثیر مثبت و بر نسبی‌گرایی تأثیر منفی و معناداری بگذارد (تأیید فرضیه‌های چهارم و پنجم)، به عبارت دیگر، نتایج نشان می‌دهد که آرمان‌گرایی دانشجویان می‌تواند با تأکید بر اصول و منشورهای اخلاقی دانشگاه توسعه و سطح نسبی‌گرایی کاهش پیدا کند. در واقع در صورت حاکم نمودن جو اخلاقی قوی در دانشگاه، دانشجویان بیشتر به سمت رفتارهای آرمانی هدایت شده (ضریب تأثیر ۵۳ درصد) و باعث می‌شود تا مطابق با ضوابط، دستورالعمل‌ها و قوانین رفتار شود و همچنین به میزان قابل توجهی منجر به کاهش رفتارهای نسبی‌گرایانه و افزایش پذیرش الزام‌های اخلاقی دانشگاه می‌شود (ضریب تأثیر ۲۵ درصد). اگرچه سطح ایدئولوژی دانشجویان به‌صورت اولیه توسط محیط فرهنگی تجربه شخصی‌شان شکل می‌گیرد [۳۹] اما شاهد آن هستیم که جو اخلاقی دانشگاه می‌تواند تأثیر به‌سزایی در افزایش یا کاهش این تفاوت‌های فردی داشته باشد. این نتایج هم‌راستا با یافته‌های مینگ و چیا [۳۲] و پوترانتا و کینگ‌شات [۱۹] می‌باشد. با توجه به نتایج حاصل شده، پیشنهاد می‌شود تا با سرمایه‌گذاری بر جو اخلاقی دانشگاه به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر ایدئولوژی دانشجویان و همچنین تدوین و اجرای استانداردها و منشورهای



اخلاقی و مشخص کردن پیامدهای مثبت و منفی آنها به صورت کاملاً صریح، سطح آرمان‌گرایی را افزایش و نسبی‌گرایی را کاهش بخشید.

تاکنون نتایج این پژوهش هم‌راستا با سایر پژوهش‌ها بوده است، اما آنچه این پژوهش را از سایر پژوهش‌های مشابه در این زمینه متمایز می‌کند، در نظر گرفتن جهت‌گیری فلسفی دانشجویان یا ایدئولوژی اخلاقی در تأثیرگذاری جو اخلاقی بر قضاوت اخلاقی است. در واقع تأثیر جو اخلاقی دانشگاه بر قضاوت اخلاقی دانشجویان مدیریت دانشگاه لرستان به عنوان یک فرایند مورد بررسی قرار گرفته است تا خلأ موجود در مطالعات پیشین را پر کند. چنانچه نتایج نشان داد، ایدئولوژی و سیستم اخلاقی دانشجویان (آرمان‌گرا یا نسبی‌گرا) می‌تواند قضاوتشان را تحت شعاع قرار دهد و از سوی دیگر خود تحت تأثیر جو اخلاقی قرار گیرد. در پژوهش حاضر، جو اخلاقی با ضریب ۱۵ درصد به صورت مستقیم بر قضاوت اخلاقی تأثیر دارد و در سایر مطالعات همچون مطالعه عبدالله و همکاران [۷]، جو اخلاقی با ضریب ۰/۳۲۷ بر قضاوت اخلاقی تأثیر معناداری دارد. حال آنکه با توجه به نتایج این پژوهش، در نظر گرفتن نقش واسط آرمان‌گرایی در فرضیه ششم می‌تواند میزان این ضریب را افزایش داده و به ۴۴ درصد برساند. همان‌طور که برنت و ولنتاین [۳] نیز بیان داشتند اصول و قواعد اخلاقی باعث می‌شود تا کارکنان آرمان‌گرا به دنبال مطابقت ارزش‌های خود با سازمان باشند که این امر استدلال‌های اخلاقی آنها را بهبود می‌بخشد. در تفسیر آن می‌توان گفت که دانشجویان آرمان‌گرا پذیرای دستورالعمل‌ها و جو اخلاقی دانشگاه بوده و از این اصول اخلاقی در تصمیم‌های اخلاقی خود در زمان مواجهه با مسائل گوناگون همچون سناریوی پژوهش بهره می‌گیرند. بنابراین توجه به جو و فرهنگ اخلاقی دانشگاه به عنوان یک عامل مؤثر بر آرمان‌گرایی دانشجویان می‌تواند به به صورت غیرمستقیم به بهبود بیشتر قضاوت اخلاقی آنها در برخورد با چالش‌ها و مسائل کمک نماید که توجه بیشتری را در دانشگاه‌ها به خود می‌طلبد. از سوی دیگر، نتیجه آزمون فرضیه هفتم مشخص ساخت که برخلاف نقش معنادار و واسط آرمان‌گرایی، نسبی‌گرایی در ارتباط بین جو اخلاقی و قضاوت اخلاقی تأثیر معناداری ندارد و این فرضیه مورد تأیید قرار نمی‌گیرد، به عبارت دیگر جو اخلاقی دانشگاه نمی‌تواند با کاهش رفتارهای نسبی‌گرایانه باعث افزایش قضاوت‌های اخلاقی دانشجویان شود. این نتیجه مشخص می‌سازد دانشجویانی که دید نسبی در موقعیت‌های اخلاقی دارند، فرایند تأثیرگذاری



جو اخلاقی بر قضاوت اخلاقی‌شان را بی معنا می‌سازند. در واقع دانشجویانی که معتقدند استانداردها باید منحصر به فرد بوده و فرمول‌بندی دقیق آن کاری عبث و بیهوده است، باعث می‌شود تا در برخورد با چالش‌های مختلف همچون سناریوی فروش پژوهش حاضر، به دستورالعمل‌های اخلاقی دانشگاه متکی نبوده و بسته به موقعیت‌های اخلاقی، استدلال‌های خود را داشته باشند. بنابراین در کل اگر به دنبال افزایش قضاوت‌های اخلاقی در محیط دانشگاه و محیط کار از طریق جو اخلاقی دانشگاه هستیم، باید اقدام به شناخت این تفاوت‌های فردی کرده و مسیر مناسبی را برای آن برگزید تا بتوان از قضاوت‌های غیراخلاقی جلوگیری یا از مقدار آن کاست.

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر، تعمیم‌پذیری نتایج آن است. نمونه مورد بررسی، ممکن است نماینده مناسبی برای دانشجویان مدیریت نباشد چراکه آن فقط بخش کوچکی از جمعیت دانشجویان کشور را شامل می‌شود. همچنین سناریوی ارائه شده برای بررسی قضاوت اخلاقی دانشجویان ممکن است که در به تصویر کشیدن موقعیت‌های اخلاقی واقعی که دانشجویان روزانه با آن برخورد داشته باشند را به خوبی بازتاب ندهد. بنابراین ممکن است که نگرش واقعی پاسخگویان در برخورد با این مسائل و چالش‌ها واقعی نباشد. محدودیت آخر نیز مربوط به در نظر نگرفتن متغیرهایی همچون هنجارهای ذهنی، نیت رفتاری، مشخصات دموگرافیک، توجه به تفاوت‌های فرهنگی هافستد<sup>۱</sup> و غیره است که ممکن است نتایج پژوهش را دستخوش تغییر کند. حال پژوهشگران آتی توصیه می‌شود تا اقدام به آزمون مدل معرفی شده پژوهش در جوامع آماری مختلف به‌ویژه جامعه دانشجویان با رشته‌های دانشگاهی در فرهنگ‌ها مختلف کنند. همچنین پژوهشگران می‌توانند با سنجش قضاوت اخلاقی از طریق سناریوهای مختلف و توجه به متغیرهایی که ممکن است بر قضاوت اخلاقی افراد تأثیرگذارند، بر نتایج این پژوهش صحت‌گذارند.

## ۷- پی‌نوشت‌ها

1. Enron
2. World Com
3. Adelphi
4. Tyco
5. Martha Stewart



6. Parmalat
7. Transparency International Organization
8. Corruption Perceptions Index
9. Scenario
10. Victor & Cullen
11. Egoism
12. Benevolence
13. Principle
14. Local referent
15. Cosmopolitan referent
16. Individual referent
17. Schwepker
18. Forsyth
19. Moral Judgment
20. Ethical Ideology
21. Moral Philosophy
22. Teleology
23. Ethical Skepticism
24. Ethical Egoism
25. Utilitarianism
26. Deontology
27. Schlenker & Forsyth
28. Relativism
29. Idealism
30. Situationists
31. Subjectivists
32. Absolutism
33. Exceptionists
34. Kaptein & Schwartz
35. Self-Efficacy
36. Vitell et al.
37. Forsyth and Berger
38. Chudzicka-Czupala
39. Deontological Climates
40. Stratified Sampling
41. Ethical Position Questionnaire (EPQ)
42. Nguyen & Biderman
43. Multidimensional Ethics Scale (MES)
44. Reidenbach & Robin
45. Structural Equation Modeling (SEM)
46. Partial Least Squares
47. Item Reliability

48. Fornell & Larcker
49. Goodness of Fit
50. Path Coefficients
51. Hofstede

#### ۸- منابع

- [1] Ansari MH. (2013) Ardakani MS: Islamic work ethic and organizational commitment among employees of Isfahan Medical Sciences University, *Ethics and Medical History*: 6: 86-98. (In Persian).
- [2] Rafiee M., Kousha M. (2007) "Moral management consequences in success of information age organizations", *Fifth International Conference on Management, Tehran*, [http://www.civilica.com/Paper-IRIMC05-IRIMC05\\_145.html](http://www.civilica.com/Paper-IRIMC05-IRIMC05_145.html), (in Persian).
- [3] Barnett T., Valentine S. (2004) "Issue contingencies and marketers' recognition of ethical issues, ethical judgments and behavioral intentions", *Journal of Business Research*, 57:338-346.
- [4] Bartels DM (2008) "Principled moral sentiment and the flexibility of moral judgment and decision making", *Cognition*, 108:381-417.
- [5] Kish-Gephart JJ, Harrison DA (2010) "Trevin LK: Bad apples, bad cases, and bad barrels: Meta-analytic evidence about sources of unethical decisions at work", *Journal of Applied Psychology*, 95:1-31.
- [6] Apriliani D., Anggeaini R., Anwar C. (2014) The effect of organization ethical culture and ethical climate on ethical decision making of auditor with self efficacy as moderating", *Rev Integr Bus Econ Res*, 4: 226-244.
- [7] Abdullah A., Sulong Z., Mohd Said R. (2014) "An analysis on ethical climate and ethical judgment among public sector employees in Malaysia", *Journal of Applied Business and Economics*, 16:133-142.
- [8] Albaum G., Peterson RA (2006) "Ethical attitudes of future business leaders do they vary by gender and religiosity?" *Business & Society*, 45:300-321.



- [9] Alvani SM, Rahmati MH (2007) "The process of formulating a code of ethics for organization", *Management Culture*, 5:43-70. (In Persian).
- [10] Esfehiani AN., Shekarchizadeh Z. (2015) "Studying the effect of good character on the teamwork effectiveness", *Management Researches in Iran*, 20:155-173 (in Persian).
- [11] Pan Y., Sparks JR. (2012) "Predictors, consequence, and measurement of ethical judgments: Review and meta-analysis", *Journal of Business Research*, 65:84-91.
- [12] Victor B., Cullen JB (1987) "A theory and measure of ethical climate in organizations", *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 9:51-71.
- [13] Victor B., Cullen JB (1988) "The organizational bases of ethical work climates", *Administrative Science Quarterly*, 33:101-125.
- [14] Martin K., Cullen J. (2006) "Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analytic review", *Journal of Business Ethics*, 69:175-194.
- [15] Schwepker CH. (2001) "Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment and turnover intention in the sales force". *Journal of Business Research*, 54:39-52.
- [16] Bartels DM., Bauman CW., Cushman FA., Pizarro DA., Mc Graw AP. (2015) *Moral Judgment and Decision Making*. Chichester, UK: Wiley: The Wiley Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making.
- [17] Forsyth DR (1980) "Taxonomy of ethical ideologies", *Journal of Personality and Social Psychology*, 39:175-184.
- [18] Karande K., Rao CP. Singhapakdi A. (2000) "Moral philosophies of marketing managers: A comparison of American, Australian, and Malaysian cultures", *European Journal of Marketing*, 36:768-791.
- [19] Putranta MP, Kingshott RPJ (2011) "The relationships between ethical climates, ethical ideologies and organisational commitment within Indonesian higher education institutions", *Journal of Academic Ethics*, 9:43-60.
- [20] Lin CP, Ding CG (2003) "Ethical ideology, subjective norm, and peer reporting

- intentions using an individual situation moderator", *Asia Pacific Management Review*, 8:311-335.
- [21] Ismail S., Mohd Ghazali NA (2011) "Ethical ideology and ethical judgments of accounting practitioners in Malaysia", *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13:107- 123.
- [22] Sook Yee L. (2015) "The influence of ethical ideology on attitudes toward Suicide", *International Journal of Technical Research and Applications*, 3: 54-57.
- [23] Ronaghi Khajeh H, Talebian Nia H: Determining the Correlation between Organizational Ethical Climate and Job Satisfaction of Staff of Ministry of Youth Affairs and Sports. *International Journal of Sport Studies* 2015:5:74-78.
- [24] Kaptein M., Schwartz MS (2008) "The effectiveness of business codes: A critical examination of existing studies and the development of an integrated research model", *Journal of Business Ethics*, 77:111-127.
- [25] Vitell SJ, Bakir A., Paolillo JG., Hidalgo ER., Al-Khatib J., Rawwas MY.(2003) "Ethical judgments and intentions: A multinational study of marketing professionals", *Business Ethics: A European Review*, 12:151-171.
- [26] Forsyth DR, Berger RE (1982) "The effects of ethical ideology on moral behavior", *The Journal of Social Psychology*, 117:53-56.
- [27] Namazi M., Ebrahimi F. (2014) "Studing the effect of moderating variable of perceived moral intensity on internal report intention of fraud cases by accountants", *Accounting Review*, 2: 109-133, (in Persian).
- [28] Dorantes CA, Hewitt B., Goles T. (2006) "Ethical decision-making in an IT context: The roles of personal moral philosophies and moral intensity", in *In System Sciences, HICSS'06 Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on: IEEE*, Vol. 8.
- [29] Chudzicka-Czupala A. (2013) "Ethical ideology as a predictor of ethical decision making", *The International Journal of Management and Business*, 4:82-111.



- [30] Barnett T., Schubert E. (2002) "Perceptions of the ethical work climate and covenantal relationship", *Journal of Business Ethics*, 36:279-290.
- [31] Alirezaei A., Holasou AP (2016) "Investigate the effect of organizational culture on organizational agility capabilities", *Management Researches in Iran*, 20:149-175, (in Persian).
- [32] Ming TT, Chia MS (2005) "The influences of organizational and personal ethics on role conflict among marketing managers: An empirical investigation", *International Journal of Management*, 22:54-61.
- [33] Azar A., Momeni M. (2010) *Statistics and Its application in management (statistical analysis)*, Tehran: Samt Publisher (in Persian), Vol. II.
- [34] Nguyen NT, Biderman MD (2008) "Studying ethical judgments and behavioral intentions using structural equations: Evidence from the multidimensional ethics scale", *Journal of Business Ethics*, 83:627-640.
- [35] Reidenbach RE, Robin DP (1990) "Toward the development of a multidimensional scale for improving evaluations of business ethics", *Journal of Business Ethics*, 9:639-653.
- [36] Davari A., Rezazadeh A. (2013) *Structural equation modeling with PLS software*. Tehran: SID Press Organization (in Persian).
- [37] Fornell C., Larcker DF (1981) "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics", *Journal of Marketing Research*, pp. 382-388.
- [38] Wetzels M., Odekerken-Schröder G., Van Oppen C. (2009) Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, pp. 177-195.
- [39] Putranta MP: *The Relationships between Ethical Climates, Ethical Ideology, and Organizational Commitment*, University of Notre Dame Australia, 2008, Doctor of Philosophy (Ph.D.).