

## رابطه رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی با نقش تعدیلگر خودکارآمدی، احترام و تعامل بین مدیر و کارکنان

دکتر رضوان حجازی<sup>۱</sup>، حسین رجب‌دری<sup>۲\*</sup>، دکتر امیررضا خانی‌ذلان<sup>۲</sup>

۱. گروه حسابداری، دانشگاه خاتم، تهران، ایران

۲. گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۷/۷/۲، تاریخ پذیرش: ۹۷/۹/۳)

### چکیده

**زمینه:** ماهیت اصلی رفتارهای شهروند شرکتی شامل ایده‌ای است که بیان می‌دارد رفتارهای شهروند شرکتی رفتارهای سودمندی بوده که برای بهبود کارایی سازمان، حیاتی است. هدف این پژوهش شناسایی رابطه رهبری اخلاقی با رفتارهای شهروند شرکتی فردی و سازمانی، با نقش تعدیل‌کننده خودکارآمدی، احترام و تعامل بین مدیر و کارکنان است.

**روش:** این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی بوده و جامعه آن را کل کارکنان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهد. نمونه برگزیده شامل ۱۰۲ نفر است که با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند. برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. همچنین، دوره زمانی مورد مطالعه، سال ۱۳۹۶ است. برای تحلیل یافته‌ها نیز در قالب ۸ فرضیه اصلی، از روش معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار Smart PLS، استفاده شد.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی روابط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین خودکارآمدی، احترام و تعامل بین مدیر و کارکنان روابط بین رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی را به گونه مثبت تعدیل می‌کند.

**نتیجه‌گیری:** با توجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان بیان داشت که با افزایش سطح رهبری اخلاقی، رفتارهای شهروند شرکتی در ابعاد فردی و سازمانی افزایش می‌یابد و این ارتباط با متغیرهای تعدیل‌گر نیز به صورت مثبت تعدیل می‌شود. در نتیجه با توجه به اهمیت نقش شهروند شرکتی در تعالی سازمان، لازم است که با دقت بیشتری گسترش اخلاق حرفه‌ای دنبال شود.

**کلید واژگان:** رهبری اخلاقی، شهروند شرکتی، خودکارآمدی، احترام، تعامل بین مدیر و کارکنان

### سرآغاز

رفتارهای شهروند شرکتی<sup>۲</sup> نیز در ادبیات مرتبط به روش‌های مختلفی تعریف شده است. شهروند شرکتی، اصطلاح جامعی است که نخستین بار در حوزه مدیریت مطرح شد و ریشه آن در پذیرش مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها است. یافته‌های پژوهش‌های صورت گرفته پیشین نیز نشان‌دهنده رابطه مثبت بین رهبری اخلاقی و اشکال مختلف رفتارهای شهروند شرکتی است (۳، ۷ و ۸). همچنین، بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته قبلی، متغیرهایی وجود دارند که رابطه بین رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی را تعدیل می‌کنند (۵، ۹ و ۱۰). در این زمینه، از دیدگاه التزام و تعهد گروهی<sup>۳</sup> برای توضیح چگونگی

اخلاق، در قلب مدیریت هر سازمان قرار دارد (۱). تعهد به اجرای اخلاق دارای پیامدهای مهمی برای حاکمیت اخلاقی در شرکت‌ها است که مدیران در این زمینه نقش جدی و مهمی را ایفا می‌کنند (۲). از این‌رو، فاصله گرفتن مدیران از اخلاق، منجر به وجود آوردن پیامدهای اجتماعی فاجعه‌آمیز شده و در نهایت باعث فروپاشی شرکت خواهد شد که بحران‌های مالی صورت گرفته در سطح بین‌المللی گویای این مدعا است (۳). در نتیجه، استدلال می‌شود که رهبری اخلاقی<sup>۱</sup> با گسترش نگرش و تمایل مثبت در اعضای یک سازمان، برای شرکت‌ها و سازمان‌ها دارای اهمیت است (۴، ۵ و ۶).

نویسنده مسئول: نشانی الکترونیکی: Hosrado@gmail.com



ارزیابی وضعیت خود در گروه، با حس عزت‌نفس<sup>۷</sup> اعضا در ارتباط است (۱۱). عزت‌نفس نیز به صورت ارزیابی از خود بر اساس حسی که فرد از ارزش اخلاقی دارد و خویش‌پنداری مثبت توضیح داده می‌شود که افراد را برای رسیدن به اهداف ترغیب می‌کند (۱۷). بنابراین، ممکن است کارمندان رفتارهای مختلفی مانند رفتارهای شهروند شرکتی را با اهداف فردی و سازمانی انجام دهند تا برای خود عزت‌نفس ایجاد کنند و در نتیجه، با گروه شناخته شده و هویت پیدا کنند. افزون بر این، نقش رهبر اخلاقی مدار، به گونه کلی به عنوان نماینده سازمان دیده می‌شود (۱۸). در نتیجه، از نظر هنجاری نیز با ویژگی‌های رفتارهای شهروند شرکتی مرتبط است. لذا این مدیران تمایل دارند تا به صورت موثر کارکنان را تحریک کرده که امور جمعی مانند ارتقای سازمان، مشارکت بیشتر یا آگاهی از تحول‌های سازمان و یادگیری را به صورت اخلاقی پیگیری کنند (۳). بنابراین، هنگامی که کارمندان در می‌یابند رفتارهای شهروندی در مدیران بیشتر شده است، باعث می‌شود تمایل بیشتری به انجام رفتارهای شهروند شرکتی در ابعاد فردی و سازمانی از خود نشان دهند (۱۹).

رابطه بین مدیریت اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی می‌تواند با متغیری مانند خودکارآمدی<sup>۸</sup> تعدیل شود. خودکارآمدی به صورت باور یک فرد از قابلیت‌های خود برای موفقیت در یک شرایط خاص تعریف می‌شود (۲۰). خودکارآمدی نوعی عزت‌نفس مثبتی بر حس صلاحیت داشتن، است (۱۷). هنگامی که در کارکنان سطح بالایی از خودکارآمدی وجود دارد، افراد بیشتر بر ارزش‌های خود حساب می‌کنند و همبستگی مثبتی بین خودکارآمدی و عزت‌نفس به وجود می‌آید (۲۱). این امر باعث ایجاد سطح بالاتری از عزت‌نفس و هویت اجتماعی<sup>۹</sup> می‌گردد و پس از آن نیز رفتارهای شهروند شرکتی بهبود بخشیده می‌شود. افزون بر این، بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، استدلال می‌شود که کارکنان از طریق یادگیری از مدیران اخلاق مدار و تشویق‌هایی که از سوی آنان دریافت می‌کنند، باور خود درباره خودکارآمدی را بهبود می‌بخشند (۲۰). به عنوان نمونه، یک مدیر اخلاق مدار تمایل دارد تا کارکنان را نه تنها با عدالت و اخلاق (مانند درگیر کردن آن‌ها در فعالیت‌هایی که به جای خود به دیگری نفع می‌رساند) بلکه از طریق تسهیم قدرت (مانند ارتباط با کارکنان از چشم‌انداز استراتژیک سازمانی) هدایت کند (۲۲). این امر به نوبه خود باعث می‌شود کارکنان از طریق فرایند انگیزش درونی<sup>۱۰</sup>، رفتارهایی مانند کمک به دیگران و مشارکت با سازمان را افزایش دهند و خودکارآمدی و تعهد بیشتر به کار را در خود تقویت کنند (۲۳).

احترام<sup>۱۱</sup> نیز از دیگر عواملی است که منجر به تعدیل رابطه رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی می‌شود. احترام یکی از عوامل مهم و مرتبط با نگرش‌ها و رفتارهای افراد است (۲۴). بر اساس الگوی التزام و تعهد گروهی، قضاوت فرد از وضعیت درون گروه تأثیر زیادی بر میزانی که اعضا تمایل به مشارکت و صرف وقت و انرژی در گروه دارند، می‌گذارد (۱۱). بر این اساس، هر چه اعضا احترام بیشتری از جانب رهبران دریافت کنند، نگرانی<sup>۱۲</sup> آن‌ها کمتر می‌شود و به گونه ذاتی به سمت منافع و کمک به گروه از طریق رفتارهایی مانند کمک

نمونه‌های رفتارهای شهروند شرکتی شامل کمک به همکاران، حفظ امور سازمان و انتقال یک تصویر مثبت از سازمان به افراد خارج از سازمان است (۱۲ و ۱۳). بنابراین، به نظر می‌رسد که رفتارهای شهروند شرکتی از نظر هدف، دارای ابعاد مختلفی هستند. برای نمونه، برخی پژوهشگران به دو بعد اصلی رفتارهای شهروند شرکتی اشاره نموده که شامل نوع دوستی<sup>۴</sup> و انطباق کلی است (۱۴). نوع دوستی، به کمک به افراد خاص اشاره دارد. انطباق کلی نیز به سبک غیرشخصی‌تر وجدان مربوط به یک سازمان اشاره دارد. لذا مطالعات صورت گرفته دریافته‌اند که رفتارهای شهروند شرکتی بین دو ساختار خاص بر اساس دو هدف متمایز که شامل اهداف فردی (مانند تخصیص زمان برای شنیدن مشکل‌ها و نگرانی‌های همکاران) و اهداف سازمانی<sup>۵</sup> (مانند هنگامی که فرد نمی‌تواند در محل کار حاضر شود و از قبل به همکاران اطلاع می‌دهد) است، تفاوت قابل می‌شوند (۳).

در این زمینه، مدیران اثربخش می‌توانند از طریق میزانی که معتقدند رفتارهای شهروند شرکتی به اثربخشی فردی یا سازمانی کمک می‌کند، موجب بهبود رفتارهای شهروند شرکتی با اهداف فردی و سازمانی در کارکنان شوند (۱۵). بدین معنا که مدیران می‌توانند بر درک و فهم آن دسته از کارمندان که تمایل به نشان دادن رفتار شهروندی از خود دارند، اثر بگذارند و رفتارهای شهروند شرکتی فردی و سازمانی آن‌ها را بهبود بخشند. افزون بر این، کارمندی که درک گسترده‌ای از شغل خود دارند و پیامد رفتارهای شهروند شرکتی را با ارزش تلقی می‌کنند، به احتمال بیشتری در کمک به افراد مشارکت کرده و مسئولیت‌پذیرتر هستند که این دو موضوع به ترتیب شامل رفتارهای شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی است. به گونه کلی، رفتارهای شهروند شرکتی نه تنها از طریق ادراک کارمندان از پیامدهای بارز رفتارهای شهروند شرکتی، بلکه از طریق ادراک کارمندان از رفتار مدیران نیز برانگیخته می‌شوند (۳). از این رو، رهبری اخلاقی از نظر هنجاری با تمایل به رفتارهای شهروند شرکتی مرتبط است. رهبری اخلاقی نیز به صورت یک رفتار مناسب و بر اساس هنجار تعریف می‌شود که توسط افراد یا روابط بین فردی به وجود می‌آید و از طریق ارتباط‌های دوطرفه تقویت و در زیردستان بهبود می‌یابد (۱۶). رهبران اخلاق مدار تمایل دارند سرمشق و الهام‌بخش<sup>۶</sup> دیگران باشند و از مدیریت هنجاری برای هدایت زیردستان در مسیری درست و بر اساس انگیزه‌های اخلاقی، حتی بدون الزام رسمی از سوی سازمان استفاده کنند (۳).

بر اساس نظریه مشارکت گروهی، مدیر در بهبود بخشیدن به رفتارهای شهروند شرکتی در کارکنان نقش حیاتی دارد، زیرا کیفیت برخورد افراد و فرایند تصمیم‌گیری، تعیین‌کننده ادراک‌ها درباره هویت گروهی هستند (۱۱). همچنین، سبک رهبری اخلاق مدار، این پیام را به کارکنان انتقال می‌دهد که با آن‌ها به عنوان یک فرد ارزشمند و عادلانه رفتار شده است. چنین پیام‌هایی به نوبه خود تأثیر مثبتی بر حس اعضا در زمینه مشارکت با گروه دارند و بنابراین آن‌ها را تشویق به انجام رفتارهای مشارکتی در درون گروه و با همکاران می‌کنند (۳). افزون بر آن، بر اساس الگوی التزام و تعهد گروهی فرض می‌شود که هویت پیدا کردن با گروه و

داوطلبانه به اعضا و انجام کارهایی در جهت کمک به سازمان بدون این که سازمان خواسته باشد، ترغیب می‌شوند (۲۵). شواهد تجربی نیز نشان می‌دهند میزان احترام موجود بر درجه‌ای که اعضا سعی می‌کنند به روش‌های مختلف به نفع سازمان و اعضای دیگر گروه عمل کنند، تاثیر می‌گذارد (۲۶). همچنین، هنگامی که کارمندان احساس می‌کنند مورد احترام مدیران اخلاق مدار قرار دارند، تمایل آن‌ها برای انجام رفتارهای به نفع گروه و رفتارهای شهروند شرکتی بیشتر می‌شود (۳).

افزون بر موارد ذکر شده، رابطه بین مدیر و کارکنان<sup>۱۳</sup> نیز بر رابطه بین رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی اثر تعدیلی دارد. بر اساس الگوی التزام و تعهد گروهی کارمندی که مدیران با آن‌ها رفتار بهتری دارند، در گروه‌های کاری احساس ارزش می‌کنند و تمایل دارند تا ارتباط با کیفیتی با مدیران داشته باشند (۲۷). در نتیجه، تلاش می‌کنند با انجام رفتارهای شهروندی با مدیران و همکاران، همکاری کنند (۲۸). همچنین، هنگامی که رابطه با کیفیت بین مدیر و کارکنان شکل گرفت، رفتارهای شهروندی شرکتی از طریق کارکنانی که در جهت منافع سازمان عمل می‌کنند، محقق می‌شود (۲۹). افزون بر آن، کارکنانی که رابطه با کیفیتی بین آنان و مدیران وجود دارد، تمایل دارند منافع غیرمستقیمی به مدیران ارایه دهند و این موضوع باعث افزایش رفتارهای شهروند شرکتی می‌شود (۱۸). همچنین، هنگامی که با کارمندان به عدالت رفتار شود، آن‌ها رابطه با کیفیت‌تری بین خود و مدیران ایجاد می‌کنند و در نتیجه تمایل آن‌ها به انجام رفتارهای شهروندی بیشتر می‌شود (۲۷).

در میان پژوهش‌های داخلی و به ویژه در رشته حسابداری، تاکنون پژوهش‌های گسترده‌ای در زمینه شهروند شرکتی انجام نشده و عموم پژوهش‌های صورت گرفته، تنها به بررسی و اهمیت موضوع و ابعاد آن پرداخته‌اند (۳۰، ۳۱ و ۳۲). برای نمونه، پژوهش‌های صورت گرفته در رشته‌های دیگر نیز نشان داد که بین تعهد سازمانی<sup>۱۴</sup> و رفتار شهروندی شرکتی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و در نهایت بین سکوت سازمانی و رفتار شهروند شرکتی رابطه منفی و معنادار برقرار است (۳۳). در پژوهشی دیگر نیز مشاهده شد که متغیر اخلاق کسب و کار با شهروندی شرکتی رابطه مستقیم و معناداری دارد. همچنین، اخلاق کسب و کار از طریق متغیرهای میانجی‌گر با شهروندی شرکتی رابطه غیرمستقیم و معنادار دارد (۳۴). بررسی‌های صورت گرفته در زمینه رابطه اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی<sup>۱۵</sup> و پاسخگویی نیز نشان - دهنده ارتباط مثبت و معنادار بین متغیرهای ذکر شده است (۳۵ و ۳۶).

بررسی موضوع در میان پژوهشگران خارجی نیز نشان داد که برای نمونه، برخی دریافتند که کارمندان با سطح بالای خودکارآمدی در مقایسه با کارمندان با سطح پایین خودکارآمدی، تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتری دارند و بنابراین بیشتر در جهت انجام فعالیت‌های شهروند شرکتی مانند انتقال رویکردهای جدید به سازمان، توسعه روش‌های جدیدی که برای سازمان موثر باشند و ارایه پیشنهادهای سازنده برای واحد کاری، تلاش می‌کنند (۳۷). در پژوهش دیگری نیز مشاهده شده، شیوه‌ای از رهبری که باعث خودکارآمدی بیشتر کارکنان شود،

هویت جمعی برای آن‌ها به وجود آورده و در آن‌ها برای رسیدن به اهداف جمعی، انگیزه ایجاد می‌کند. این استدلال نشان می‌دهد که رهبران اخلاق مدار تمایل دارند باور کارکنان درباره خودکارآمدی را بهبود بخشند (۳۸). دیگر پژوهشگران نیز با بررسی رابطه استرس شغلی و شهروند شرکتی دریافتند که با افزایش استرس شغلی، رفتارهای شهروند شرکتی کاهش می‌یابد (۳۹). پژوهشگران دیگری نیز دریافتند که بین رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی در ابعاد فردی و سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که این رابطه‌ها با متغیرهای تعدیل - کننده ذکر شده به صورت مثبت تعدیل می‌شود (۳). همچنین، در پژوهشی دیگر مشاهده شد که جهت‌گیری شهروند شرکتی در شرکت - های کوچک و متوسط، موجب افزایش ادراک آنان از تقابل‌های موجود در جامعه محلی می‌شود (۴۰).

اگرچه پژوهش‌های مختلف داخلی و خارجی در رابطه با شهروند شرکتی صورت پذیرفته و به یافته‌های ارزشمندی دست یافته است، اما متأسفانه تاکنون هیچ پژوهش داخلی به بررسی تاثیر همزمان رهبری اخلاقی بر ابعاد فردی و سازمانی شهروند شرکتی با نقش تعدیل‌کننده خودکارآمدی، احترام و تعامل بین مدیران و کارکنان نپرداخته است. لذا لازم است که این موضوع مهم مورد بررسی قرار گیرد تا بتوان بر اساس یافته‌ها برنامه‌ریزی مناسب را انجام داد. با توجه به مطالب بیان شده، این استدلال وجود دارد که رهبران اخلاق مدار، باعث برانگیختن رفتارهای شهروند شرکتی کارمندان در درون سازمان می‌شوند. همچنین، این رابطه به گونه همزمان با افزایش خودکارآمدی کارمندان، احترام به کارمندان و تعامل با کیفیت بین مدیر و کارکنان تحت تاثیر قرار می‌گیرد (۳). لذا هدف این پژوهش، بررسی رابطه بین رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی در ابعاد سازمانی و فردی با نقش تعدیل‌کننده خودکارآمدی، احترام و تعامل بین مدیر و کارکنان در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. سوال اصلی پژوهش را نیز می‌توان به این صورت بیان نمود که رهبری اخلاقی چه تاثیری بر رفتارهای شهروند شرکتی دارد؟ همچنین، متغیرهای خودکارآمدی، تعامل بین مدیر و کارکنان و احترام، تا چه میزان این رابطه را تعدیل می‌کنند؟ لذا با توجه به عدم ورود پژوهشگران به موضوع ذکر شده و اثر آن بر افزایش کارایی و مدیریت شرکت، لازم است این مساله به گونه تجربی مورد بررسی قرار گرفته تا بتوان با استفاده از یافته‌ها، مدیریت بهتری را در شرکت‌ها ایجاد نمود.

## روش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از حیث تجزیه و تحلیل داده‌ها توصیفی - همبستگی بوده و با استفاده از روش معادلات ساختاری انجام شده است. همچنین، روش‌های گردآوری اطلاعات اولیه، ترکیبی از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه پژوهش حاضر را کل کارکنان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تشکیل می - دهند. نمونه پژوهش شامل ۱۰۲ نفر از کارکنان شرکت‌های ذکر شده

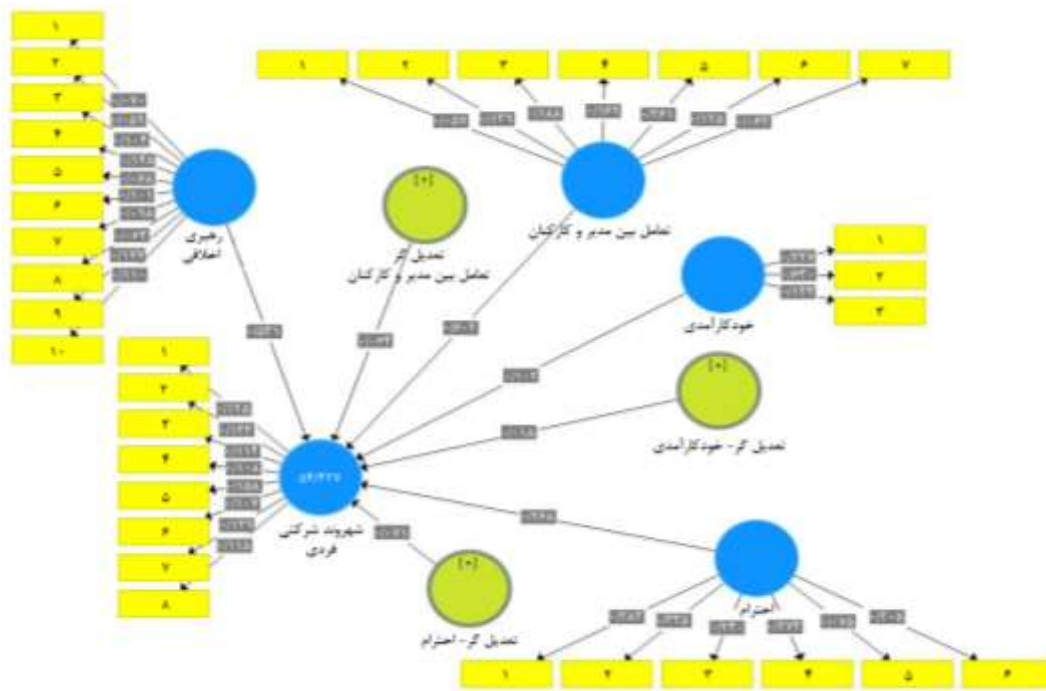
مدیرعامل، سایر مدیران و کارکنان شرکت، آرشیو و بانک اطلاعاتی در این زمینه ایجاد گردید که پس از طراحی پرسشنامه در محیط فرم‌نگار گوگل، دعوت‌نامه تکمیل و پرسشنامه الکترونیکی برای ۵۰۰ نفر از افراد ذکر شده در دو نوبت به فاصله یک ماه ارسال و از آنان درخواست شد تا در صورت امکان به سایر کارکنان نیز ارسال نمایند.

نتیجه بررسی ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه در نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ در پرسشنامه‌های شهروند شرکتی - فردی، شهروند شرکتی - سازمانی، رهبری اخلاقی، احترام، خودکارآمدی و تعامل بین مدیران و کارکنان به ترتیب به میزان ۰/۸۴۲، ۰/۸۶۲، ۰/۷۳۷، ۰/۷۳۵، ۰/۷۶۲ و ۰/۸۴۲ بود. لذا با توجه به اینکه کلیه ضریب‌های به دست آمده بالاتر از ۰/۷ است، لذا پایایی پرسشنامه تایید می‌شود. همچنین، به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از تکنیک معادلات ساختاری استفاده شد.

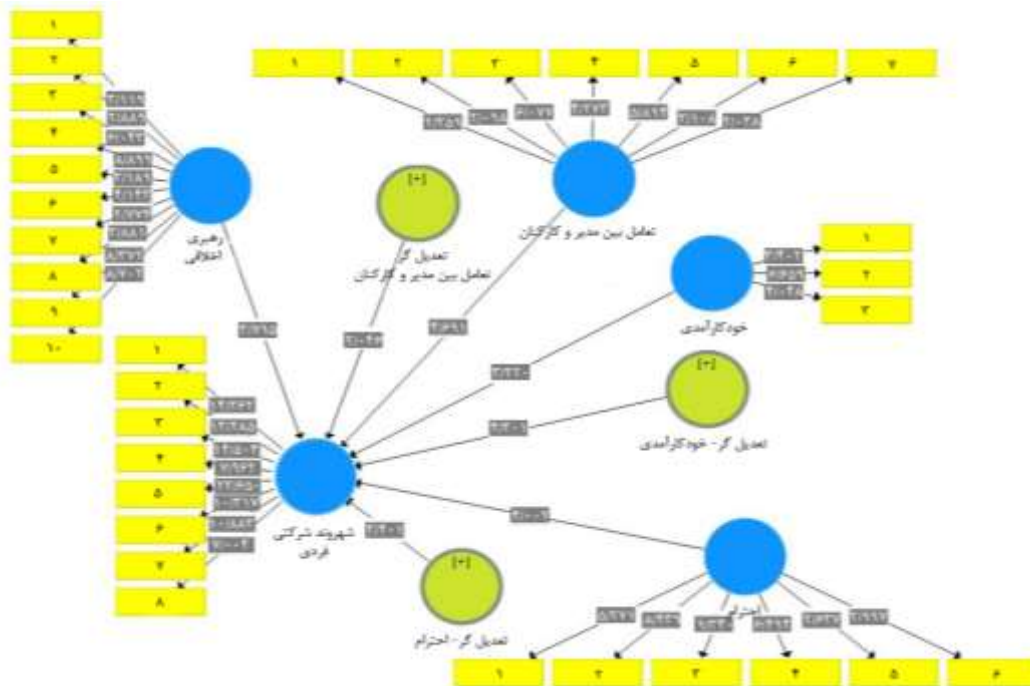
### یافته ها

نگاره ۱ یافته‌های مربوط به رابطه رهبری اخلاقی بر رفتار شهروند شرکتی در بعد فردی و اثر متغیرهای تعدیل‌گر را نشان می‌دهد. در الگوی کلی ترسیم شده در نگاره ۱، الگوی اندازه‌گیری (رابطه هریک از متغیرهای قابل مشاهده به متغیر پنهان) و مدل مسیر (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) محاسبه شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره  $t$  محاسبه شده که در ۲ ارایه شده است.

است که به صورت نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند. در این زمینه، ابتدا درخواست پاسخگویی به کلیه آدرس‌های بانک اطلاعاتی تهیه شده ارسال شده که پس از یک ماه ۴۳ پاسخ دریافت شد. با توجه به کافی نبودن تعداد پاسخ‌ها در ادامه، در دو مرحله درخواست پاسخگویی به کلیه آدرس‌های موجود در بانک اطلاعاتی ارسال شد که در این مراحل نیز ۵۹ پاسخ اضافه شد و در مجموع ۱۰۲ پرسشنامه دریافت شد. پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه‌های مورد مطالعه ۸۱ نفر مرد و ۲۱ نفر زن بوده‌اند. از پاسخ‌دهندگان ۷ نفر دارای مدرک دکتری، ۳۹ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۵۶ نفر دارای مدرک کارشناسی بوده‌اند. همچنین، رشته‌ها و گرایش‌های مختلف تحصیلی آنان علوم انسانی، فنی مهندسی و علوم تجربی بود. میانگین سن پاسخ‌دهندگان ۳۶/۲۱ با انحراف معیار ۹/۳۴ و میانگین سابقه کار پاسخ‌دهندگان ۱۲/۵۶ سال با انحراف معیار ۸/۳۸ است. بنابراین، با توجه به اطلاعات جمعیت‌شناختی، پاسخ‌دهندگان صلاحیت حرفه‌ای لازم برای پاسخ به پرسشنامه این مطالعه را داشته‌اند. برای سنجش متغیرهای پژوهش نیز از پرسشنامه استاندارد استفاده شد (۳). در پرسشنامه‌های ذکر شده نیز از طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای استفاده شد. استفاده از پرسشنامه‌ها پس از تأیید استادان دانشگاه و صاحب‌نظران مختلف، صورت گرفت. بدین معنا که اعتبار ظاهری و محتوایی پرسشنامه‌ها تایید شد. جمع‌آوری نظرها به شیوه مجازی صورت گرفته است. در این زمینه، ابتدا با مراجعه به سایت تک- تک شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، آدرس‌های رایانامه‌های موجود در سایت شرکت‌ها از جمله اعضای هیئت‌مدیره،



نگاره ۱. تکنیک حداقل مربعات جزئی رابطه رهبری اخلاقی بر رفتار شهروند شرکتی در بعد فردی و اثر متغیرهای تعدیل‌گر



نگاره ۲. آماره t-value رابطه رهبری اخلاقی بر رفتار شهروند شرکتی در بعد فردی و اثر متغیرهای تعدیلگر

سایر اطلاعات مورد نیاز نیز در جدول ۱ خلاصه شده است.

جدول ۱. یافته‌های حاصل از رابطه رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی

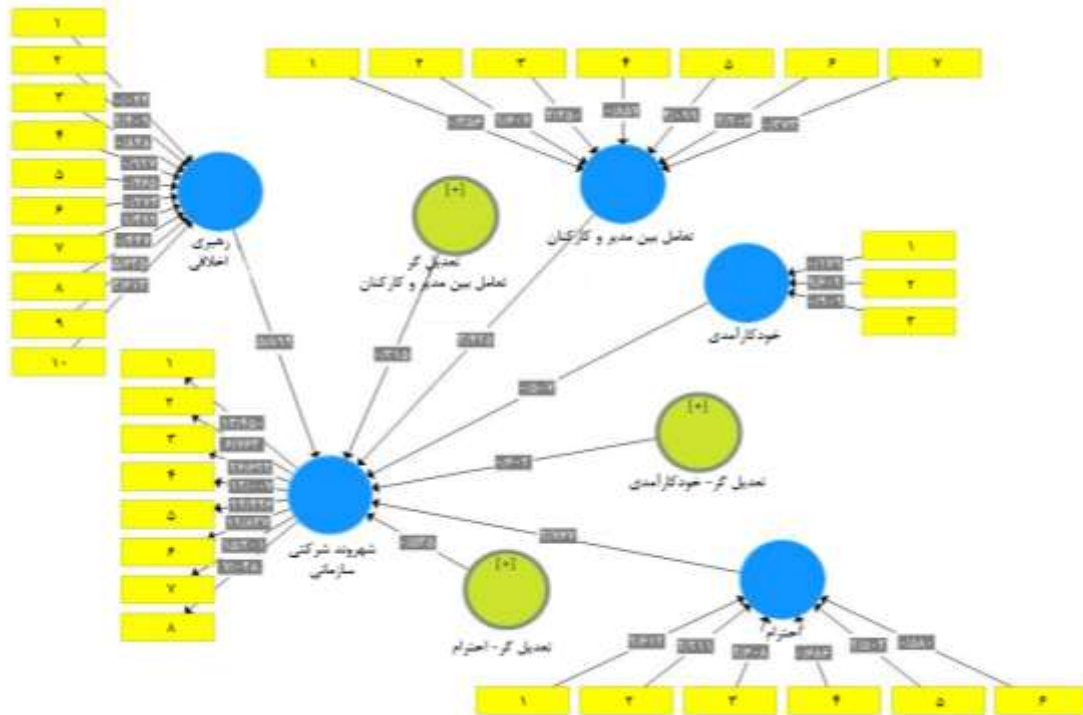
متغیر وابسته: شهروند شرکتی - فردی						
متغیر	آماره t	معناداری	واریانس استخراج شده	قابلیت اعتبار مرکب	آلفای کرونباخ	ضریب تعیین
رهبری اخلاقی	۱۰/۸۷۲	۰/۰۰۰	۰/۶۳۷	۰/۸۷۴	۰/۸۲۵	۰/۵۴۴

رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد فردی نیز ۷/۱ است. همچنین، آماره آزمون بر اساس نگاره ۲، ۳/۴۰۱ به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. در نتیجه، احترام بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد فردی تاثیر مثبت و معناداری دارد. افزون بر آن، تاثیر تعامل بین مدیران و کارکنان بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد فردی نیز برابر با ۶/۲۳ بوده و آماره آزمون نیز ۲/۰۴۶ است. لذا، تاثیر متغیر تعامل بین مدیران و کارکنان بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد فردی نیز در سطح ۹۵ درصد تایید می‌شود.

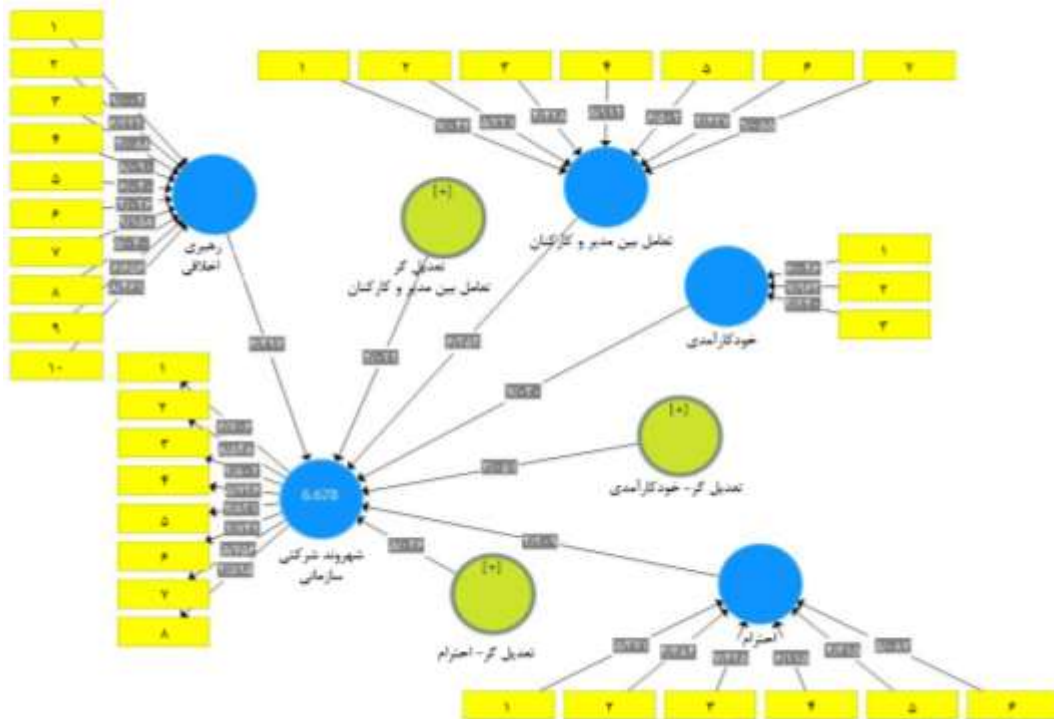
نگاره ۳ یافته‌های مربوط به رابطه رهبری اخلاقی بر رفتار شهروند شرکتی در بعد سازمانی و اثر متغیرهای تعدیلگر را نشان می‌دهد. همچنین، نگاره ۴ نیز نشان‌دهنده آماره t محاسبه شده است.

با توجه به یافته‌های پژوهش، مقدار ضریب تعیین متغیر وابسته برابر با ۰/۵۴۴ است. بنابراین، متغیر مستقل پژوهش (رهبری اخلاقی) می‌تواند ۵۴/۴ درصد از تغییرهای متغیر شهروند شرکتی در بعد فردی را پیش‌بینی کند. از سویی، شاخص واریانس استخراج شده نیز، بیانگر اعتبار مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است (این شاخص باید مقداری بیش از ۰/۵ داشته باشد). همچنین، شاخص قابلیت اعتبار مرکب سازه‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، نشان‌دهنده اعتبار ترکیبی مناسب این متغیرها است (این شاخص باید مقداری بیش از ۰/۵ داشته باشد). شاخص آلفای کرونباخ ارایه شده نیز که نشان‌دهنده پایایی معیارهای متغیر وابسته است، با نمایش عدد بالای ۰/۷، بیانگر پایایی مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است.

یافته‌های متغیرهای تعدیل کننده نیز نشان می‌دهد که قدرت تاثیر متغیر خودکارآمدی بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد فردی ۱/۸ است. آماره آزمون نیز بر اساس نگاره ۲، ۴/۳۰۱ به دست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد خودکارآمدی بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد فردی تاثیر مثبت و معناداری دارد. میزان تاثیر احترام بر



نگاره ۳. تکنیک حداقل مربعات جزیی رابطه رهبری اخلاقی بر رفتار شهروند شرکتی در بعد سازمانی و اثر متغیرهای تعدیل‌گر



نگاره ۴. آماره t-value الگوی کلی پژوهش رابطه رهبری اخلاقی بر رفتار شهروند شرکتی در بعد سازمانی و اثر متغیرهای تعدیل‌گر

سایر اطلاعات مورد نیاز نیز در جدول ۲ ارائه شده است.

## جدول ۲. یافته‌های حاصل رابطه رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد سازمانی

متغیر وابسته: شهروند شرکتی - سازمانی						
متغیر	آماره t	معناداری	واریانس استخراج شده	قابلیت اعتبار مرکب	آلفای کرونباخ	ضریب تعیین
رهبری اخلاقی	۱۷/۰۵۰	۰/۰۰۰	۰/۶۱۲	۰/۷۲۶	۰/۸۶۱	۰/۵۴۸

تعدیل می‌کنند. یافته‌های این بخش از پژوهش نیز با پژوهش (۳) همسو است.

یافته اصلی پژوهش نیز که به اهمیت توجه بیشتر به شهروند شرکتی اشاره دارد به پژوهش‌های (۳ و ۳۰-۳۴ و ۳۷، ۳۸ و ۴۰) همسو است. همچنین، در بخش اهمیت توجه بیشتر به اخلاق حرفه‌ای نیز همسو با پژوهش‌های (۳۵ و ۳۶) است.

به مدیران و کارکنان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار نیز توصیه می‌شود نسبت به مقوله شهروند شرکتی و نقش موثر آن در سازمان بیش از پیش توجه نمایند، زیرا این مساله می‌تواند اثرهای گسترده‌ای بر فعالیت شرکت داشته باشد. همچنین، با توجه به اینکه تاکنون پژوهش‌های زیادی جهت بررسی ارتباط بین شهروند شرکتی و راهبردهای مالی صورت نگرفته است، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده به این موضوع بیشتر توجه شده و مواردی مانند رابطه شهروند شرکتی با متغیرهای عملکرد مالی، رضایت شغلی، مسئولیت اجتماعی، تعهد کارکنان، استرس شغلی، انگیزش، سلامت سازمانی، جو سازمانی، فرهنگ سازمانی و سایر موارد بررسی شود.

پژوهش حاضر نیز همانند سایر پژوهش‌ها با محدودیت‌هایی مواجه است. برای نمونه، استفاده از ابزار پرسشنامه دارای محدودیت‌های ذاتی مانند عدم وجود یکنواختی در پاسخ‌ها، عدم کنترل پژوهشگر نسبت به پاسخ‌ها و محافظه‌کاری بعضی از پاسخ‌دهندگان در پاسخ‌گویی به پرسشنامه است.

### نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت شهروند شرکتی در سازمان، می‌توان دریافت که یکی از راه‌های تقویت آن، افزایش سطح اخلاق حرفه‌ای و رهبری اخلاقی است. از این رو داشتن برنامه‌های منسجم جهت گسترش فرهنگ اخلاق حرفه‌ای و پایبندی به آن در سازمان‌ها به ویژه توسط مدیران، ضروری است. همچنین با توجه به تاثیر رابطه متغیرهای تعدیل‌گر بر رابطه رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی، می‌توان با توجه به این متغیرها و افزایش سطح آن، کیفیت رابطه رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی را بهبود بخشید.

با توجه به یافته‌های پژوهش، مقدار ضریب تعیین متغیر وابسته برابر با ۰/۵۴۸ است. بنابراین، متغیر مستقل پژوهش (رهبری اخلاقی) می‌تواند ۵۴/۸ درصد از تغییرهای متغیر شهروند شرکتی در بعد سازمانی را پیش‌بینی کند. همچنین، شاخص واریانس استخراج شده و قابلیت اعتبار مرکب سازه‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش نیز در سطح قابل قبول هستند. افزون بر آن، شاخص آلفای کرونباخ ارائه شده نیز بالاتر از ۰/۷ است که بیانگر پایایی مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است.

یافته‌های متغیرهای تعدیل‌کننده نیز نشان می‌دهد که قدرت تاثیر متغیر تعدیل‌کننده خودکارآمدی ۶ بوده و آماره آزمون نیز به میزان ۲/۰۵۱ و بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵ درصد است که نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. همچنین، تاثیر احترام بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد فردی ۵/۳ است. آماره آزمون نیز بر اساس نگاره ۴، ۵/۰۳۶ به دست آمده که بزرگتر از مقدار بحرانی بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. میزان تاثیر تعامل بین مدیران و کارکنان بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد سازمانی نیز برابر با ۳/۱۵ بوده و آماره آزمون نیز ۴/۰۲۲ است. لذا تاثیر متغیر تعامل بین مدیران و کارکنان بر رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند سازمانی در بعد سازمانی نیز در سطح ۹۵ درصد تایید می‌شود.

### بحث

یافته‌های پژوهش بیانگر تاثیر مثبت و معنادار بین رهبری اخلاقی و رفتارهای شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی است. لازم به ذکر است که میزان رابطه رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی به ترتیب ۵۰ و ۵۴ درصد است. با توجه به یافته‌ها می‌توان دریافت مدیران با استفاده از رهبری اخلاق‌مدار، می‌توانند بر درک و فهم آن دسته از کارمندان که تمایل به نشان دادن رفتار شهروندی از خود دارند، تاثیر بگذارند و رفتارهای شهروند شرکتی فردی و سازمانی آن‌ها را بهبود بخشند. یافته‌های این بخش از پژوهش با پژوهش (۳) همسو است. همچنین، در زمینه ارتباط مثبت بین اخلاق و شهروند شرکتی نیز با پژوهش (۳۴) مطابقت دارد.

بررسی اثر تعدیلی متغیرهای تعدیل‌کننده احترام، خودکارآمدی و تعامل بین مدیران و کارکنان نیز نشان داد که این متغیرها، رابطه بین رهبری اخلاقی و شهروند شرکتی در بعد فردی و سازمانی را به گونه مثبت



Behavior and Human Decision Processes; 115: 204-213.

7. Kacmar K, Bachrach D, Harris K, Zivnuska S. (2011). Fostering good citizenship through ethical leadership: Exploring the moderating role of gender and organizational politics. *Journal of Applied Psychology*; 96: 633-642.
8. Mayer D, Kuenzi M, Greenbaum R, Bardes M, Salvador R. (2009). How low does ethical leadership flow? Test of a trickle-down model. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*; 108: 1-13.
9. Kacmar K, Andrews M, Harris K, Tepper B. (2013). Ethical leadership and subordinate outcomes: The mediating role of organizational politics and the moderating role of political skill. *Journal of Business Ethics*; 115: 33-44.
10. Walumbwa F, Schaubroeck J. (2009). Leader personality traits and employee voice behavior: Mediating roles of ethical leadership and work group psychological safety. *Journal of Applied Psychology*; 94: 1275-1286.
11. Tyler T, Blader S. (2003). The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior. *Personality and Social Psychology Review*; 7: 349-361.
12. Lee K, Allen N. (2002). Organizational citizenship behavior and workplace deviance: The role of affect and cognitions. *Journal of Applied Psychology*; 87: 131-142.
13. Williams L, Anderson S. (1991). Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors. *Journal of Management*; 17: 601-617.
14. Smith C, Organ D, Near J. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*; 68: 653-663.
15. Jiao C, Richards D, Zhang K. (2011). Leadership and organizational citizenship behavior: OCB-specific meanings as mediators. *Journal of Business and Psychology*; 26: 11-25.
16. Brown M, Treviño L, Harrison D. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*; 97: 117-134.
17. Gecas V. (1982). The self-concept. *Annual Review of Sociology*; 8: 1-33.
18. Schein E. (1992). *Organizational culture and leadership*. 2nd Ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publication.
19. Evans W, Davis W. (2014). Corporate citizenship and the employee: An organizational identification perspective. *Human Performance*; 27: 129-146.
20. Bandura A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
21. Bandura A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
22. De Hoogh, A, Den Hartog D. (2008). Ethical and despotic leadership, relationships with leader's

## ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت‌داری علمی رعایت و حق معنوی مولفین آثار محترم شمرده شده و سایر اصل‌های اخلاقی علمی مانند رازداری و محرمانه بودن اطلاعات شرکت-کنندگان نیز رعایت شده است.

## واژه نامه

1. Ethical leadership	رهبری اخلاقی
2. Citizenship	شهروند شرکتی
3. Group engagement	تعهد گروهی
4. Altruism	نوع دوستی
5. Organizational goals	اهداف سازمانی
6. Inspiring	الهام بخش
7. Self-esteem	عزت نفس
8. Self-Efficacy	خودکارآمدی
9. Social Identity	هویت اجتماعی
10. Internal motivational	انگیزش درونی
11. Respect	احترام
12. Worry	نگرانی
13. Leader-member exchange	رابطه مدیران و کارکنان
14. Organizational commitment	تعهد سازمانی
15. Social responsibility	مسئولیت اجتماعی

## References

1. Ciulla J. (2004). *Ethics, the heart of leadership*. Westport: Praeger Publication.
2. Weaver G, Trevino L, Cochran P. (1999). Corporate ethics programs as control systems: Influences of executive commitment and environmental factors. *Academy of Management Journal*; 42: 41-57.
3. Yang C, Ding C, Wen Lo K. (2015). Ethical leadership and multidimensional organizational citizenship behaviors: the mediating effects of self-efficacy, respect, and leader-member exchange. *Group & Organization Management*; 13: 1-32.
4. Brown M, Trevino L, Harrison D. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*; 97: 117-134.
5. Piccolo R, Greenbaum R, Den Hartog D, Folger R. (2010). The relationship between ethical leadership and core job characteristics. *Journal of Organizational Behavior*; 31: 259-278.
6. Walumbwa F, Mayer D, Wang P, Wang H, Workman K, Christensen A. (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader-member exchange, self-efficacy, and organizational identification. *Organizational*





33. Soori Z, Jabbari G, Torbati A. (2013). The relationship between organizational silence and organizational citizenship behavior with the mediating role of organizational commitment in the agricultural Jihad organization of Khash. State Administration Mission (Public Management); 4 (11- 12): 71-83. (In Persian).
34. Ahmadi F, Aludari H, Toure N, Moradi M. (2017). Relationship between business ethics and corporate citizenship: mediate role of social responsibility & corporate governance. Ethics in Science and Technology; 11 (2): 85-94. (In Persian).
35. Rahmani H, Rajabdorri H, Rasooli A. (2018). Survey the relationship between managers' professional ethics and information disclosure of companies' social responsibility. Ethics in Science and Technology; 13 (3): 101- 107. (In Persian).
36. Talebnia Gh, Rajabdorri H, Khanizolan A. (2017). Forecast the accountability at CPAs based on professional ethics. Ethics in Science and Technology; 14 (1): 103- 107. (In Persian).
37. Morrison E, Phelps C. (1999). Taking charge at work: Extra role efforts to initiate workplace change. Academy of Management Journal; 42: 403-419.
38. Van Knippenberg D, Van Knippenberg B, De Cremer D, Hogg M. (2004). Leadership, self, and identity: A review and research agenda. The Leadership Quarterly; 15: 825-856.
39. Eatough E, Chang C, Miloslavic S, Johnson R. (2011). Relationships of role stressors with organizational citizenship behavior: A meta-analysis. Journal of Applied Psychology; 96 (3): 619-632.
40. Park J, Campbell J. (2017). U.S SMEs' corporate citizenship: collectivism, market orientation, and reciprocity. Journal of Small Business & Entrepreneurship; 29 (2): 120- 139.
- social responsibility, top management team effectiveness and subordinates' optimism: A multi method study. The Leadership Quarterly; 19: 297-311.
23. Salanova M, Lorente L, Chambel M, Martínez I. (2011). Linking transformational leadership to nurses' extra-role performance: The mediating role of self-efficacy and work engagement. Journal of Advanced Nursing; 67: 2256-2266.
24. Tyler T. (1999). Why people cooperate with organizations: An identity-based perspective. Research in Organizational Behavior; 21: 201-246.
25. Blader S, Tyler T. (2009). Testing and extending the group engagement model: Linkages between social identity, procedural justice, economic outcomes, and extra role behavior. Journal of Applied Psychology; 94: 445-464.
26. Tyler T, Blader S. (2002). Autonomous vs. comparative status: Must we be better than others to feel good about ourselves? Organizational Behavior and Human Decision Processes; 89: 813-838.
27. Burton J, Sablynski C, Sekiguchi T. (2008). Linking justice, performance, and citizenship via leader-member exchange. Journal of Business and Psychology; 23: 51-61.
28. Blau P. (1964). Exchange and power in social life. New York: John Wiley Publication.
29. Wayne S, Green S. (1993). The effects of leader-member exchange on employee citizenship and impression management behavior. Human Relations; 46: 1431-1440.
30. Hejazi R, Abuhmazi M. (2014). Towards a conceptual framework of corporate citizenship. Accounting Research; 4 (1): 1-19. (In Persian).
31. Hejazi R, Nasiri S. (2014). Corporate citizenship and corporate social responsibility. Accounting Research; 4 (3): 163-183. (In Persian).
32. Hejazi R, Hayati N. (2017). Global corporate citizenship; from notions to practices. Accounting Research; 6 (4): 17-34. (In Persian).