



پیش بینی فضیلت سازمانی بر اساس فضای اخلاقی سازمان و تعلق خاطر کاری کارکنان شهرداری بجنورد (خراسان شمالی)

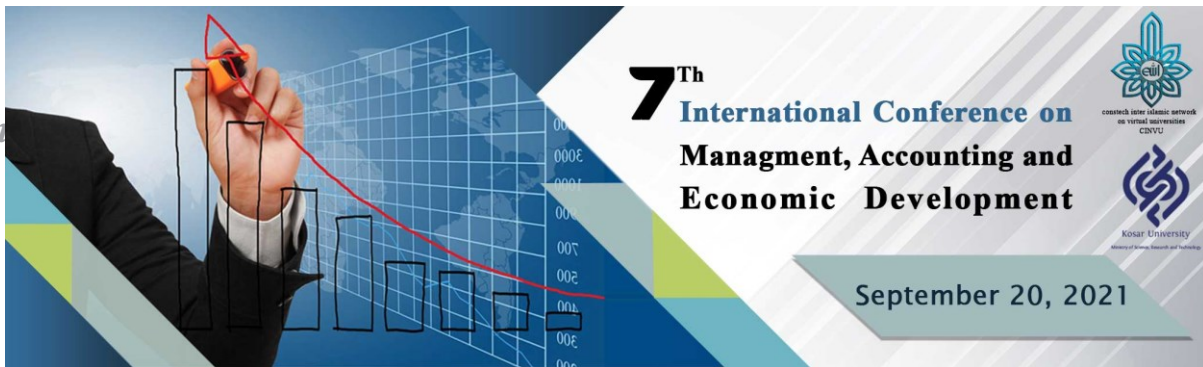
لیدا انصاری اردلی^۱

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، کارمند شهرداری، بجنورد

چکیده

هدف پژوهش حاضر، پیش بینی فضیلت سازمانی بر اساس فضای اخلاقی سازمان و تعلق خاطر کاری کارکنان شهرداری بجنورد بود. در این مطالعه همبستگی، جامعه آماری را کلیه کارمندان شهر بجنورد تشکیل دادند که به روش نمونه گیری هدفمند تعداد ۱۷۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار استفاده شده در این پژوهش شامل پرسشنامه فضیلت سازمانی، پرسشنامه فضای اخلاقی و پرسشنامه تعلق سازمانی بودند. برای تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد، که تعلق خاطر و فضای اخلاقی سازمان با فضیلت سازمانی رابطه مثبت و معنادار داشتند. دو متغیر تعلق خاطر کاری و فضای اخلاقی سازمان ۴۳ درصد از واریانس مربوط به فضیلت سازمانی کارکنان را پیش بینی کردند که فضای اخلاقی سازمان سهم بیشتری در فضیلت سازمانی داشت. با توجه به نتایج به دست آمده اهمیت توجه به تعلق خاطر کاری و فضای اخلاقی سازمان در فضیلت سازمانی امری ضروری است. به نظر می رسد که فضیلت سازمانی تحت تأثیر عوامل دیگر و اثرات تعاملی آنها نیز باشد.

واژگان کلیدی: تعلق خاطر کاری، فضیلت سازمانی، فضای اخلاقی سازمان



مقدمه

فضیلت سازمانی^۱ یکی از مقولات مهمی است که اخیراً به شکل منسجمی در سازمان‌ها به عنوان یک مولفه مستقل و یا یک مولفه تعدیلگر در رابطه با ارتقاء سطح کمی و کیفی سایر متغیرها از جمله سبک‌های تفکر مدیران، وفاداری سازمانی، تعلق کاری و دیگر متغیرها در نظر گرفته شده است. در سازمان‌ها، توسعه رفتارهای فضیلت‌مدارانه که با مواردی مانند خوشبینی، اعتماد، شفقت، انسجام (یکپارچگی) و بخشش در سازمان توأم است. با توجه به تاثیر روانشناختی که ناشی از ایجاد شرایط فضیلت اخلاقی در بین کارکنان و مدیران در سازمان‌ها پیش می‌آید، می‌توان به تعالی شرایط ادراک شونده مثبت گرا در بین مجموعه سازمان اشاره کرد. فضایل عبارت است از خصوصیات کلیدی اضافه تری نیز می‌باشند. الف) فرض شادی آورندگی بیان می‌کند که تمام مردم حتی به میزان کمی، میل به جستجوی خوبی دارند. ب) فرض ارزش ذاتی این فرض به عنوان آرمانی در راستای جستجوی خوبی به عنوان اولین نیت است. فضیلت به عنوان ابزاری نیست که افراد مشتاق باشند از آن به عنوان وسیله‌ای جهت رسیدن به اهداف نهایی یاد کنند، بلکه آن نیز، به خودی خود هدف می‌باشد (مشبکی اصفهانی، ۱۳۹۳).

فضیلت سازمانی در کارکنان شهرداری تحت تاثیر فضای اخلاقی^۲ قرار دارد. فضای اخلاقی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است. فضای اخلاقی را مجموعه‌ای از هنجارهای موجود در سیستم اجتماعی که از یک طرف موجب ارتقای تبادلات و سطح همکاری اعضای آن جامعه و از طرف دیگر موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. تکراریک نوع رفتار خاص، دلیل بر آن می‌باشد که این رفتار، یک ریشه درونی و باطنی در عمق جان و روح فرد ساخته است که آن ریشه را خلق و اخلاق می‌نامند. واژه «اخلاق» جمع «خلق» و در لغت، به معنی سرشت است. معنای این واژه در فرهنگ عالمان اخلاق، نزدیک به معنای لغوی و برگرفته از آن می‌باشد. خلق حالتی پایدار برای نفس است که او را به انجام کارهایی بدون فکر و تأمل تشویق می‌کند. با دقت در تعریف مذکوره، معلوم می‌شود: خلق می‌تواند خوب یا بد باشد. سخاوت و شجاعت در شمار خلق‌های نیک، و بخل و ترس در گروه خوی‌های بد قرار گرفته است.

خلق چگونگی و هیأتی برای نفس بشمار می‌آید که در او پایدار و ماندنی شده است. حالات گذرای نفس را «خلق» نمی‌نامند. هر خلقی منشأ صدور بعضی از افعال مناسب با خود است. صدور این افعال از نفس، بدون دقت و تفکر است. اخلاق مفاهیمی چون: اعتماد، صداقت، درستی، انصاف، عدالت و مساوات، امانتداری، وفاداری، رازداری، احترام، بخشودن، رعایت حریم خصوصی را دربر می‌گیرد. اخلاقیات در یک سازمان به عنوان سیستمی از ارزشها و بایدها و نبایدها توصیف می‌شود که براساس آن نیک و بدهای سازمان شناسایی و عمل بد از عمل خوب تفکیک می‌شود. مطالعات بیان می‌دارد که فضای داخلی سازمان می‌تواند به عنوان یک دارایی، سرمایه یا یک بدهی تلقی شود. فضای داخلی سازمان یک دارایی به حساب می‌آید زیرا باورهای مشترک منجر به آسانی و صرفه‌جویی ارتباطات شده و

¹ Organizational Virtue

² Ethical Climate



تصمیم‌گیری را آسان می‌کند. مطرح ساخت که فضای اخلاقی با تاثیر بر تغییر نگرش‌ها و باورهای کارکنان در زمینه استنباط آنان از شرایط سازمان و تلاش به منظور بهینه‌سازی می‌تواند تعلق کاری را به همراه داشته باشد. گر ارزش‌های مشترک اعضای سازمان، با ارزش‌هایی که موجب افزایش اثربخشی سازمان می‌شوند، مغایر باشند، فرهنگ به صورت یک بدهی (مانع) پدیدار می‌گردد.

از سویی دیگر، فضیلت سازمانی در کارکنان شهرداری تحت تاثیر تعلق خاطر کاری¹ نیز، قرار دارد. تعلق کاری و تعلق سازمانی دو مقوله مرتبط با یکدیگر بوده که خود آمیزه‌ای از نگرش و دیدگاه روانشناختی کارکنان از سازمان می‌باشند. پیترسون² معتقد است با توسعه و تعالی فضای اخلاقی به خصوص در زمینه‌های بروز و ظهور خلاقیت فردی، تقویت ارتباطات سازمانی، استفاده مدیر از سبک‌های مدیریت تیمی و تعاملی، توسعه هویت سازمانی می‌توان شاهد افزایش دیدگاه مثبت کارکنان نسبت به سازمان شد که به تبع خود می‌تواند نگرش و باور مثبتی از سازمان را برای شاغل ایجاد نماید که به نوبه خود این باور بر روی سطح تعلق کاری و احساس تعلق سازمانی می‌تواند موثر واقع گردد. فضای اخلاقی نیز، مفهومی است که در حیطه رفتار سازمانی و ادبیات اخلاق کسب و کار، از آن صحبت به میان آمده است. محققان، فضای اخلاقی سازمان را ادراک مرسوم و رایج از اقدامات، اعمال و شیوه سازمانی تعریف کرده است که دارای محتوایی اخلاقی است. آنان، مفهوم فضای اخلاقی را روشی برای تبیین، توضیح و پیش‌بینی رفتارهای اخلاقی در سازمان معرفی کرده‌اند. بنابراین، هدف از انجام این پژوهش، پیش‌بینی فضیلت سازمانی براساس فضای اخلاقی و تعلق خاطر کاری در کارکنان شهرداری شهر بجنورد است. به این ترتیب، پژوهش حاضر، از طریق فرضیه‌های زیر هدایت می‌شود:

- ۱- فضای اخلاقی سازمان با فضیلت سازمانی در کارکنان شهرداری رابطه مثبت و معناداری دارد.
- ۲- تعلق خاطر کاری با فضیلت سازمانی در کارکنان شهرداری رابطه مثبت و معناداری دارد.

روش

جامعه آماری نمونه آماری و روش اجرای پژوهش

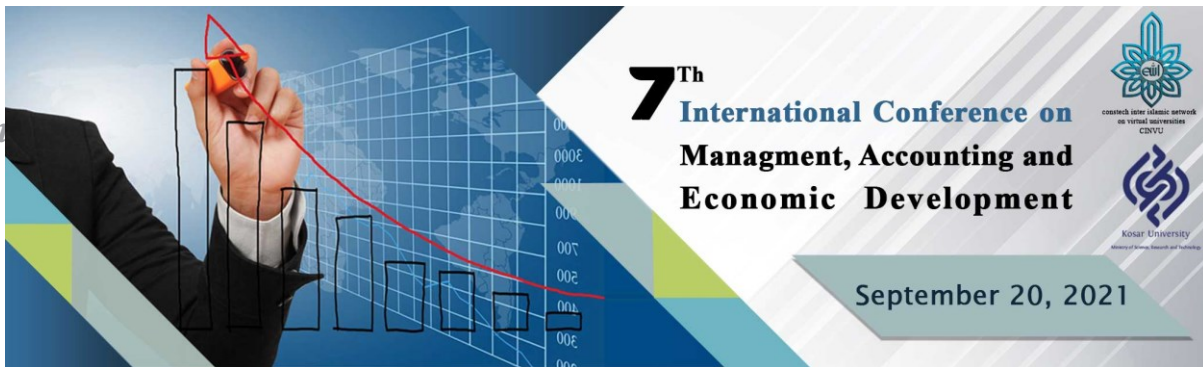
پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان شهرداری شهر بجنورد تشکیل دادند که به روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۱۹۰ پرسشنامه از متغیرهای پژوهش برای پاسخگویی در اختیار آزمودنی‌ها قرار داده شد. در نهایت ۱۷۰ پرسشنامه، واجد شرایط برای ورود به پژوهش شناسایی شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزار زیر استفاده شد.

الف) پرسشنامه فضای اخلاقی بر اساس (مدل ویکتور و کولن)

پرسشنامه فضای اخلاقی برای سنجش انواع فضای اخلاقی استفاده شده است این شاخص به منظور سنجش ابعاد فضای اخلاقی توسعه یافته است و براساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم " تا کاملاً موافقم طراحی شده است

¹.Peterson

².Employee Engagement



که از ۲۶ سوال تشکیل شده و هدف آن ارزیابی جو کاری اخلاقی موجود در سازمان از ابعاد مختلف (مراقبت و توجه، قوانین و مقررات، ضوابط ابزاری، کارایی مدار، مستقل) است. در این پژوهش جهت بررسی پایایی با توجه به نتایج آزمون پایایی نهایی برای فضای اخلاقی سازمان ۸۷ درصد به دست آمد است، که نشان دهنده پذیرفته بودن پرسشنامه از لحاظ علمی می باشد، که البته سوال ۱۲ و ۱۴ برای بالا بردن پایایی حذف شدند.

ب) پرسشنامه فضیلت سازمانی کامرون

پرسشنامه فضیلت سازمانی کامرون یک ابزار خودگزارشی است که شامل ۱۵ گویه است و ابعاد مختلف فضیلت سازمانی یعنی خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش را ارزیابی و سنجش می کند. شرکت کنندگان در یک مقیاس شش گزینه ای از یک (کاملاً غلط) تا شش (کاملاً درست) به هر یک از گویه ها پاسخ می دهند، در کل مقیاس و هر یک از ابعاد نمره ای که بدست می آورند، حاصل میانگین سوالات می باشد. بنابراین در کل مقیاس، حداکثر نمره ۶ و حداقل ۱ در نظر گرفته می شود. پایایی و روایی این پرسشنامه در حدود ۰/۸۸ و ۰/۸۵ توسط پژوهشگران داخلی نظیر رضوان طلب برآورد گردیده است.

ج) پرسشنامه تعلق سازمانی

پرسشنامه تعلق سازمانی که توسط علی احمدی و همکاران ارائه گردیده است. این پرسشنامه به اندازه گیری میزان تعلق سازمانی کارکنان می پردازد. روایی این پرسشنامه به روش روایی محتوایی توسط کارشناسان مورد بررسی و تأیید قرار گرفته است و ضریب پایایی در آن تحقیق حاضر برابر با ۰/۸۵ محاسبه گردید که نشان دهنده میزان بالای پایایی آن می باشد.

برای انجام پژوهش، پس از کسب اجازه از ریاست شهرداری شهر بجنورد و توضیح ضرورت پژوهش حاضر و همچنین نیز، هماهنگی کارکنان شهرداری، افرادی که رضایت نامه کتبی حضور در پژوهش و ملاک های ورود را دارا بودند، انتخاب شدند. در ضمن به منظور رعایت اصول اخلاقی، به آنها این اطمینان داده شد که اطلاعات حاصل از پژوهش به صورت محرمانه و بی نام مورد استفاده قرار گیرد و نتایج در سطح کلی گزارش خواهند شد. بعد از اتمام مراحل مقدماتی پرسشنامه ها بین کارکنان توزیع شد. در پژوهش حاضر، برای تحلیل و ارزیابی داده های به دست آمده از نرم افزار SPSS-25 استفاده شد. در سطح توصیفی از میانگین و انحراف معیار و در سطح استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام برای بررسی پیش بینی فضیلت سازمانی بر اساس تعلق خاطر کاری و فضای اخلاقی سازمان استفاده شد.

یافته ها

یافته های توصیفی بیانگر سن شرکت کنندگان در دامنه ۱۵ درصد بین ۳۰ تا ۳۷ سال، ۴۰ درصد سن بین ۳۸ تا ۴۷ سال، ۴۵ درصد بین ۴۸ تا ۵۳ سال بودند. همچنین، از نظر میزان تحصیلات نیز ۵۹ درصد زیر کارشناسی، ۲۷ کارشناسی



ارشد ۱۲ درصد دکتری و ۲ درصد دیپلم بودند. در جدول ۱، میانگین، انحراف معیار متغیرهای پژوهش آورده شده است.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و تعداد آزمودنی‌ها در متغیرهای پژوهش

متغیر	شاخص‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	تعداد
فضیلت سازمان		۶۲/۶۴	۲۴/۷۸	
تعلق خاطر کاری		۱۱۸/۹	۴۴/۷۴	۱۷۰
فضای اخلاقی سازمانی		۱۳۲/۷۶	۴۲/۷۹	

آماره‌های توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار در جدول ۱، آمده است. در ادامه ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش در جدول ۲، نشان داده شده است.

جدول ۲. ضرایب همبستگی فضیلت سازمانی بر اساس تعلق خاطر کاری و فضای اخلاقی سازمان

متغیرهای پژوهش	فضیلت سازمانی
تعلق خاطر کاری	$r=0/150$
فضای اخلاقی سازمانی	$r=0/456$

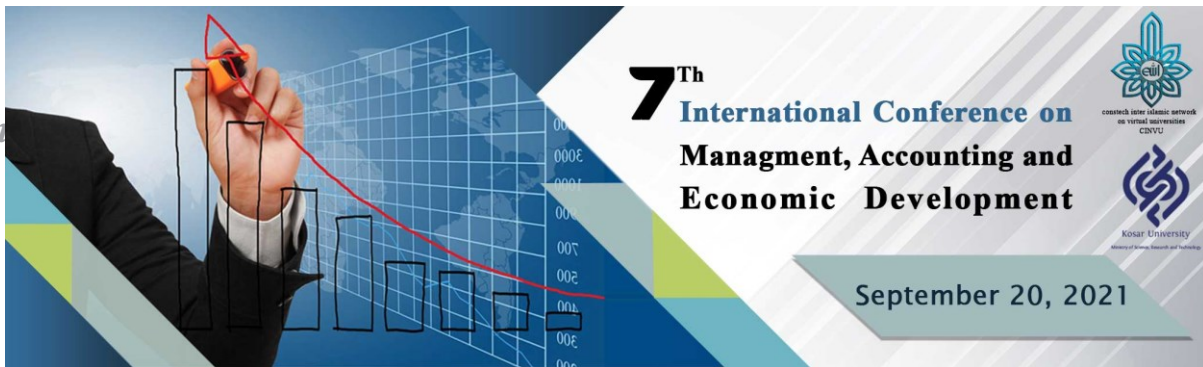
$p \leq 0/01$

بر جدول ۲، ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش آمده است. با توجه به این نتایج، تعلق خاطر کاری (۰/۱۵۰) و فضای اخلاقی سازمان (۰/۴۵۶) با فضیلت سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین برای بررسی اینکه کدام یک از متغیرها نقش مؤثرتری در پیش بینی فضیلت سازمانی دارد از تحلیل رگرسیون به روش گام به گام استفاده شد، به طوری که متغیرهای تعلق خاطر کاری و فضای اخلاقی سازمان به عنوان متغیر پیش بین (مستقل) و فضیلت سازمانی به عنوان متغیر ملاک (وابسته) وارد معادله شدند، که نتایج آن در جدول ۳، آمده است.

جدول ۳. خلاصه تحلیل رگرسیون با مدل گام به گام

مدل	متغیر پیش بین	R	R^2	β	SE	Beta	t	P
۱	فضای اخلاقی سازمانی	۰/۵۵۰	۰/۳۰۲	۰/۰۵۳	۰/۰۱۴	۰/۵۲۴	۴/۰۸	۰/۰۰۱
۲	فضای اخلاقی سازمانی، تعلق خاطر کاری	۰/۶۶۳	۰/۴۳۹	۰/۰۲۳	۰/۰۱۲	۰/۳۲۴	۲/۰۵	۰/۰۰۳

همان طور که در جدول ۳، مشاهده می‌شود، در مدل اول، فضای اخلاقی سازمان بیشترین نقش را در پیش بینی فضیلت سازمانی داشته است. ضریب همبستگی این متغیر با فضیلت سازمانی ۰/۵۵ بوده و این متغیر توانسته ۳۰ درصد از تغییرات فضیلت سازمانی را پیش بینی کند. در مدل دوم پس از فضای اخلاقی سازمان، تعلق خاطر کاری وارد معادله شده است.



7th International Conference on Management, Accounting and Economic Development

September 20, 2021



ضریب همبستگی این دو متغیر با فضیلت سازمانی $0/66$ بوده و این دو متغیر توانسته اند حدود 43 درصد از تغییرات فضیلت سازمانی را پیش بینی کنند. ورود متغیر تعلق خاطر کاریتوانسته 10 درصد توان پیش بینی را افزایش دهد. با قبول ترتیب ورود متغیرها، فضای اخلاقی سازمان با بتای استاندارد معادل $0/52$ بیشترین سهم را در پیش بینی تغییرات فضیلت سازمانی داشته، سپس متغیر تعلق خاطر کاری با بتای استاندارد معادل $0/32$ نقش مؤثری در پیش بینی فضیلت سازمانی داشته است.

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش حاضر بیانگر آن است که فضای اخلاقی سازمان و تعلق خاطر کاری رابطه مثبت و معناداری با فضیلت سازمانی در کارکنان شهرداری دارد. فضای اخلاقی سازمان و تعلق خاطر کاری توانستند 43 درصد واریانس فضیلت سازمانی را پیش بینی کند.

یافته اول پژوهش نشان داد، که تعلق خاطر با فضیلت سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. که این یافته با پژوهش (مشبکی اصفهانی، 1390) همسو است. در تبیین ای یافته می توان گفت شغل یکی از عوامل ایجاد تعلق خاطر در کارکنان است. کاری که انجام می دهیم معمولاً چیزی است که ما را مجذوب می کند، درباره آن احساس اشتیاق می کنیم، در آن پافشاری کرده، و به ما احساس تامین شدن در شغل می دهد. ویژگی های شغل (تنوع، اهمیت، هویت، استقلال و آزادی عمل و بازخورد) می توانند با ایجاد حالات روانشناختی مثبت به پیامد های مطلوب کاری منجر شوند. مشاغلی که دارای سطح بالایی از این ویژگی ها باشند فضا و مشوق کافی را برای ابراز بیشتر خویشتن در نقش کاری یا تعلق خاطر بیشتر فراهم می کنند. (عیسی خانی و همکاران، 1391) در پژوهشی نشان دادند، کارکنانی که به کار خود حس تعلق می کنند عملکرد بهتری از خود نشان می دهد عدم وجود حس تعلق خاطر در کارکنان منجر به تحمیل هزینه هایی بر سازمان می شود که قابل اغماض نیست. پژوهش های موسسه گالوپ هم نشان داد، که کارکنانی که تعلق خاطر دارند بهره ورتربند. آنها سود آورتر، مشتری مدارتر، مطمئن تر و در مقابل وسوسه های ترک سازمان مقاومترند. شاید یک دلیل، تأکید زیاد بر سرمایه انسانی به عنوان منبع مزیت رقابتی باشد از آنجاکه فناوری به سرعت بسیاری از منابع عملیاتی مزیت رقابتی کم کرده است تمرکز به سمت سرمایه انسانی به عنوان دریاچه مزیت رقابتی که به راحتی قابل تقلید نیست، تغییر نموده است. (قاسمی و همکاران، 1392) در مقاله خود نوشته اند، کان¹ اعتقاد دارد استفاده از تمام وجود خویش در ایفاسازی نقشه ای کاری، در تعلق خاطر افراد در ایفای نقش تمام ابعاد فیزیکی، شناختی و عاطفی خویش را بکار گرفته بیان می کنند. فقدان تعلق خاطر عدم شناخت خویش از نقشه ای کاری است. تمام موارد مذکور نشان از تاثیر مثبت حس تعهد و تعلق خاطر کاری کارکنان در فضیلت سازمانی در شهرداری تلقی می شود.

یافته دوم پژوهش نشان داد، که فضای اخلاقی با فضیلت سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. که با پژوهش های پژوهشی همسو با این فرضیه، یافت نشد. در تبیین این یافته می توان گفت فضای اخلاقی طریقه و روشی برای بیان،

¹Kahn



7th International Conference on Management, Accounting and Economic Development

September 20, 2021

توضیح و پیش بینی رفتارهای اخلاقی در سازمان است. فضای اخلاقی، مفهومی است که در حوزه رفتار سازمانی و ادبیات اخلاق کسب و کار، مطرح بوده است. پژوهشگران، فضای اخلاقی سازمان را ادراکات رایج و متداول از اقدامات، اعمال و رویه های سازمانی تعریف نموده اند که محتوایی اخلاقی دارد. آنان، مفهوم فضای اخلاقی را شیوه ای برای تبیین، توضیح و پیش بینی رفتارهای اخلاقی در سازمان معرفی نموده اند. فضای اخلاقی سازمان بر قلدری سازمانی کارکنان شهرداری، اثر دارد و هرچه فضای سازمان، اخلاقی تر باشد میزان قلدری سازمانی، کاهش می یابد. در رابطه بین فضای اخلاقی سازمان و رفتارهای فرا اجتماعی مشخص شده است که کارکنان، در سازمان هایی با فضای اخلاقی مثبت، رفتارهای فرا اجتماعی بیشتری را از خود، به نمایش می گذارند. فضای اخلاقی سازمان، بر روی رفتارهای غیر اخلاقی کارکنان تاثیر میگذارد و سازمان توانسته به وسیله ایجاد و توسعه یک فضای اخلاقی مناسب، بر رفتارهای کارکنان خود، اثرگذار باشد و مدیران و سرپرستان در سازمان ها می توانند بوسیله ایجاد یک فضای اخلاقی مناسب و مدیریت آن، رفتارهای اخلاقی کارکنان خود را فزونی بخشد. فضای اخلاقی سازمان عاملی مهم، در رفتارهای ایمنی کارکنان محسوب می شود و هر قدر فضای سازمان، اخلاقی تر و انسانی تر باشد رفتارهای ایمنی کارکنان، بیشتر می شود (احمدزاده، ۱۳۹۴). در نهایت باید گفت با ارتقاء فضای اخلاقی سازمانی در کارکنان شهرداری در شهر بجنورد میزان سطح خوش بینی سازمانی، اعتماد سازمانی، شفقت سازمانی، یکپارچگی سازمانی، بخشش سازمانی در بین کارکنان رو به فزونی می رود که این عوامل به خودی خود در فضیلت سازمانی کارکنان شهرداری سهم بیشتری را نسبت به تعلق خاطر کاری در کارکنان داشته است.

محدودیت ها و پیشنهادات

به طور کلی تحقیقات علوم انسانی دارای محدودیت هایی هستند و این پژوهش هم از این مسئله مستثنی نیست از آنجایی که در پژوهش حاضر گروه نمونه، کارکنان شهرداری شهر بجنورد را شامل می شد، این امر تعمیم نتایج را به دیگر گروه ها و جوامع دشوار می سازد. از دیگر محدودیت های پژوهش حاضر، می توان به عدم وجود مطالعات تجربی منسجم درباره فضای اخلاقی و فضیلت سازمانی و نقش اثر گذاری آن در سازمان ها و اجرا و بکار گیری همان دستاورد ها یعلمی در این گونه سازمان ها به دلیل نبود یک راهبرد مشخص اشاره کرد، همچنین ترس بعضی از کارکنان از تاثیر نتایج حاصل از پژوهش در عملکرد آنان در سازمان و شاید مشغله کار باعث می گردید تا پژوهشگران زمان زیادی را صرف نمایند. تعلق خاطر کاری کارکنان تحت تاثیر متغیر های دیگری چون شخصیت، فرهنگ سازمان، وضعیت اقتصادی کارمند، نگرش فرد به سازمان می باشد که این تحقیق قادر به کنترل آنها نبوده است.

پیشنهادات پژوهشگر در ارتباط با پژوهش آتی مطالعه نقش ویژگیهای شغل و ویژگی های فردی کارکنان روی رابطه فضای بین فضای اخلاقی سازمان و رضایت شغلی کارکنان است به محققان آتی پیشنهاد می شود تا رابطه بین عوامل موثر بر تعلق خاطر کارکنان در سازمان مثل سامانه جبران خدمات و عدالت سازمانی و رابطه غیر مستقیم آنها بر اخلاق را در حوزه های فناوری اطلاعات مورد بررسی و تحلیل قرار دهد همچنین نیز، پیشنهاد می شود رابطه بین اخلاق



سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و ارتباط بین سبک های مدیریت تضاد و فضای اخلاقی نیز مورد پژوهش قرار گیرد.

سپاسگزاری

در پایان از تمامی مدیران و مسئولان به ویژه کارکنان شهرداری شهر بجنورد که من را در این پژوهش یاری رساندند تشکر و قدردانی به عمل می آورم.

منابع

- مشبکی اصفهانی، اصغر، رضایی، زینب، ۱۳۹۳، بررسی تاثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول) سال بیست و دوم شماره ۷. صفحه ۲۳-۱.
- احمدزاده، مهدی، ۱۳۹۴، بررسی نقش تعدیل گری ویژگی های شخصیتی کارکنان در رابطه فضای اخلاقی بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی (مطالعه موردی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان شمالی).
- عیسی خانی، احمد، ۱۳۹۱، بین نقش منابع شغلی و منابع شخصی در تعلق خاطر کاری کارکنان. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، نشریه مدیریت دولتی. صفحه ۹۳-۷۳.
- قاسمی، حمیدرضا جهانگیری موموندی، بابک، علی میری، مصطفی، ۱۳۹۲، بررسی تأثیر تعلق خاطر بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان. فصلنامه ی مطالعات رفتار سازمانی، سال دوم، شماره ۳ (پیاپی ۶) صفحه ۴۲-۲۵.