



تأثیر فضای اخلاقی سازمان از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید سازمانی در شرکت ساپکو

عباس قائدامینی هارونی^۱ - رضا ابراهیم زاده دستجردی^۲ - مهرداد صادقی ده چشمه^۳ - نازنین صادق زاده^۴

چکیده

هدف این تحقیق تعیین میزان تأثیر فضای اخلاقی سازمان از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید در شرکت ساپکو بود. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از ن تحلیل داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه کارکنان و مدیران شاغل در شرکت ساپکو به تعداد ۳۰۰ نفر تشکیل دادند که از طریق فرمول نمونه گیری کوکران تعداد ۱۶۸ نفر به عنوان نمونه از طریق روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند ابزار پژوهش پرسشنامه استاندارد فضای اخلاقی سازمان و ویکتور و کولن (۱۹۸۸)، پرسش نامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی پودساکف (۲۰۰۰) و پرسش نامه محقق ساخته رفتارهای ضد تولید سازمانی بود که که روایی پرسشنامه‌ها بر اساس روایی محتوایی با استفاده از نظر صاحب نظران، صوری بر مبنای دیدگاه تعدادی از جامعه آماری و سازه با روش تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفتند و پس از اصطلاحات لازم روایی مورد تأیید قرار گرفت و از سوی دیگرپایایی پرسش نامه‌ها با روش آلفای کرونباخ به ترتیب برای فضای اخلاقی سازمان و ویکتور و کولن (۱۹۸۸) ۰/۸۹، رفتار شهروندی سازمانی پودساکف (۲۰۰۰) ۰/۹۵ و رفتارهای ضد تولید سازمانی ۰/۹۱ برآورد شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی مشتمل بر ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی تک متغیره و الگوسازی معادله ساختاری (SEM) انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که فضای اخلاقی سازمان از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار ضد تولید تأثیر دارد و این تأثیر معنادار بوده و میزان تأثیر کل آن برابر ۰/۲۵- می‌باشد و فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند رفتار ضد تولید کاهش دهد.

واژگان کلیدی: اخلاقی سازمان، رفتار شهروندی سازمانی، رفتارهای ضد تولید سازمانی، شرکت ساپکو

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

^۳ مربی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

^۴ دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

مقدمه

اخلاق سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، پدیده‌های جدیدی نیستند. موج اخیر ورشکستگی و رسوایی مالی شرکت‌ها و سازمان‌ها که در اثر رفتارهای غیر اخلاقی و ضد شهروندی کارکنان ایجاد شده است توجه به نیاز سازمان‌ها به حکمرانی مناسب سازمانی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاق سازمانی را به اوج خود رسانده است. رفتارهای ضد شهروندی، کژکارکردهای درون سازمانی را ایجاد می‌کنند. رفتارهای کینه‌توزانه، خودسرانه و همراه با لجبازی، به روابط مبتنی بر اعتماد کارکنان و مدیران صدمه وارد می‌کند. به علاوه، هنگامی که کار گروهی و همکاری، به عنوان عامل موفقیت بیشتر قلمداد می‌شود رفتارهای پرخاشگرانه، زیرساخت‌های اجتماعی را تهدید می‌کنند. عوامل سازمانی، زمینه‌ای و فردی، در بروز چنین رفتارهایی موثرند. فضای اخلاقی سازمان را یک ساز و کار روانی برای تشخیص و حل مسائل اخلاقی می‌داند و معتقد است که فضای اخلاقی سازمان، یک دید ادراکی برای تشخیص، ارزیابی و حل مسائل اخلاقی به افراد می‌دهد و راهنمای افراد در تصمیم‌گیری است (مارتین و کالن^۱، ۲۰۰۶). فضای اخلاقی سازمان، یکی از مهم‌ترین عوامل سازمانی است که در بروز رفتارهای ضد شهروندی و شهروندی، در سازمان، موثر می‌باشد. پژوهش‌ها نشان داده است که مدیران و سرپرستان می‌توانند با تغییر و مدیریت فضای اخلاقی سازمان، بر رفتارهای اخلاقی کارکنان، اثر بگذارند. اخیراً، نتایج چندین مطالعه نشان داده اند که رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی کارکنان، با انواع فضای اخلاقی سازمان، ارتباط دارد؛ که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد بولوتلار^۲ (۲۰۰۸) دریافت که فضای اخلاقی سازمان، بر قلدری سازمانی کارکنان، اثر دارد و هرچه فضای سازمان، اخلاقی‌تر باشد میزان قلدری سازمانی، کاهش می‌یابد. واردمن^۳ و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی رابطه بین فضای اخلاقی سازمان و رفتارهای فرا اجتماعی

پرداخته و دریافته است که کارکنان، در سازمان‌هایی با فضای اخلاقی مثبت، رفتارهای فرا اجتماعی بیشتری را از خود، نشان می‌دهند. پیترسون^۴ (۲۰۰۲) بیان کرد که فضای اخلاقی سازمان، بر رفتارهای غیر اخلاقی کارکنان اثر دارد و سازمان می‌تواند به وسیله ایجاد و توسعه یک فضای اخلاقی مناسب، بر رفتارهای کارکنان خود، اثر گذارد. دکونیک^۵ (۲۰۱۰) نشان داد که سازمان با فضای اخلاقی مثبت نگرش‌ها و رفتارهای مثبت و سازنده‌ای را در کارکنان، ایجاد می‌کند. استیون^۶ و همکاران (۲۰۰۲) بیان کردند که رفتارهای انحرافی کارکنان، از فضای اخلاقی سازمان تاثیر می‌پذیرد و سازمانی که فضای اخلاقی تری داشته باشد شاهد رفتارهای انحرافی کمتری از سوی کارکنانش خواهد بود. مطالعه رفتارهای غیر اخلاقی کارکنان سازمان‌ها و صنایع، نسبت به مطالعه رفتارهای مثبت و معطوف به کارایی و تولید، دارای تاریخچه کوتاه تری است. اگر چه انواع معینی از رفتارهای منفی و غیر اخلاقی در محیط‌های کاری به صورت منفرد تا پیش از این مورد مطالعه قرار گرفته اند، اما مطالعه علمی و نظام دار چنین سازهایی طی سال‌های اخیر آغاز شده است. رفتارهای انحرافی و ضدتولید، رفتارهایی هستند که ارادی بوده و تخطی از هنجارهای مهم سازمانی می‌باشند و در عین حال باعث تهدید جدی سلامت سازمان و زیرمجموعه کارکنان آن می‌شوند. محققان به طور جدی بین رفتارهای ضدتولید بین فردی و رفتارهای ضدتولید سازمانی، تمایز قائل شده اند. البته در ادبیات مربوط به رفتارهای ضدتولید، از دو واژه بسیار مترادف نظیر رفتارهای انحرافی کاری و رفتارهای ضد تولید در کنار هم استفاده شده است. با این تفاوت که در تعریف رفتار ضدتولید، رفتار عمدی متعارض با اهداف و عملکرد سازمان به صورت جدید تر مطرح است (گل پرور و خاکسار، ۱۳۸۷). در یک سطحی عمومی، تمامی اعمال و رفتارهای ضد تولید دارای ویژگی مشترک زیر پا نهادن علایق مشروع یک سازمان بوده و به طور بالقوه

برای اعضاء و یا کل سازمان آسیب‌زا هستند. در پیشینه تحقیقات اغلب از رفتارهایی که دارای سه شرط فوق هستند، به عنوان رفتارهای ضدتولید عمومی یاد می‌شود. رفتارهای ضدتولید عمومی شامل دامنه وسیع و متفاوتی از اعمال است که مشخصه‌های زیادی دارد ولی تاکنون یازده طبقه مجزا از این نوع رفتارها، شناسایی شده‌اند. این یازده طبقه رفتار مشتمل بر دزدی و رفتارهای مربوطه، تخریب اموال، استفاده نادرست از اطلاعات، استفاده نادرست از زمان و منابع، رفتارهای غیر ایمنی، حضور نامرتب و ضعیف، کیفیت کاری ضعیف، استفاده از الکل، استفاده از داروها و مواد، اعمال کلامی و اقدامات جسمی نامناسب بوده است (مهداد و مهدی زادگان، ۱۳۸۹). رفتار شهروندی سازمانی از آن به عنوان یک تعهد مداوم و داوطلبانه به اهداف، روش‌ها و در نهایت موفقیت سازمان یاد می‌شود و سازمانی که براساس مشارکت و اعمال مناسب کارکنانش بنا شده باشد از این مزیت برخوردار می‌باشد (برایتمن و موران، ۱۹۹۹). عناصر کلیدی تعریف رفتار شهروندی سازمانی عبارتند از: ۱- گونه‌ای از رفتارها که از آن چیزی که به طور رسمی توسط سازمان تعریف می‌شود فراتر می‌رود. ۲- یک گونه از رفتارهای غیرمشخص. ۳- رفتارهایی که به طور مشخص پاداش داده نمی‌شود و بوسیله ساختارهای رسمی سازمان شناسایی نمی‌شود. ۴- رفتارهایی که برای عملکرد، اثربخشی و موفقیت عملیات سازمان بسیار مهم اند (کاسترو^۸ و همکاران، ۲۰۰۴). در حالی که رفتار شهروندی سازمانی ممکن است بطور تجربی با تعهد سازمانی ارتباط داشته باشد، ولی این مهم است که تأکید گردد که رفتار شهروندی سازمانی به دسته خاصی از رفتارهای کارکنان اشاره دارد؛ در حالی که مفاهیمی همچون تعهد سازمانی اساساً نگرش محور هستند که تعهد نوعاً بوسیله جستجوی واکنش کارکنان به بیانیه‌هایی همچون؛ «من درمی‌یابم که ارزش‌های خودم و سازمان خیلی شبیه هم هستند» اندازه‌گیری

می‌شود. کمک منحصر بفرد اورگان، شناسایی دسته‌ای از رفتارهای کارکنان (رفتار شهروندی سازمانی) بود که در میان سایر متغیرها با رضایت شغلی ارتباط داشت که ممکن بود بطور قابل کاربردی رابطه رفتاری نگرش‌های شغلی کارکنان را مورد آزمون قرار دهد (مورفی^۹ و همکاران، ۲۰۰۲). «بولینو» و «تورنلی» اعتقاد دارند که رفتارهای شهروندی بطور کلی دارای دو حالت عمومی هستند: اول این که بطور مستقیم قابل تقویت نیستند (بعنوان نمونه، آن‌ها از جنبه فنی نیازی نیست بعنوان بخشی از شغل افراد باشند)، دیگر این که ناشی از تلاش‌های ویژه و فوق العاده‌ای هستند که سازمان‌ها برای دستیابی به موفقیت، از کارکنانشان انتظار دارند (بولینو و تورنلی^{۱۰}، ۲۰۰۳). تأمین منابع از خارج، ادغام‌ها، جابجایی‌ها و تعلیق‌ها، که به عنوان کوچک سازی یا مهندسی مجدد در سازمان‌ها صورت گرفته، در کارکنان احساس تنزلی در مورد کارشان و عدم اطمینانی درباره مسیر شغلی شان بوجود آورده است، که موجب ایجاد احساس پوچی در آن‌ها شده است از طرفی افول مشارکت مدنی در جوامع فراصنعتی و پست مدرن باعث می‌شود افرادی که بیشترین زمان زندگی شان را در حال کارکردن در سازمان‌های صنعتی صرف می‌کنند برای ایجاد رابطه سازگار با دیگر افراد، محل کار خود را تغییر دهند و به دنبال ارتباطات اجتماعی و معنا باشند این بحران معنا در جوامع صنعتی و پست مدرن باید مورد توجه قرار گیرد تا به طور مؤثری کارکنان برانگیخته شوند و از بروز رفتارهای انحرافی و ضد تولید در سازمان جلوگیری گردد. صاحب‌نظران سازمان و مدیریت، اهمیت رفتارهای داوطلبانه و اختیاری در جهت منافع سازمان و کارکنانش که از آن به عنوان رفتار شهروندی یاد می‌شود را مورد تأکید قرار داده‌اند. بر پایه و اساس تئوری‌ها و نظریه‌های سازمانی مسلماً رفتار شهروندی سازمانی به رقابت و عملکرد سازمان کمک می‌کند. بعلاوه، رغبت به تمایل به رفتار شهروندی به علت

سازمانی و مؤلفه‌های آن، که بیشتر بار اخلاقی دارند، تعالی سرمایه انسانی و به پشتیبانی آن تعالی سازمان را رقم زد. لذا استفاده درست سازمان‌ها و مؤسسات از منابع انسانی خود و اقدام مؤثر در جهت انگیزش آنان به ارائه رفتار شهروندی سازمانی و نیز ایجاد و توسعه فضای اخلاقی سازمان در توسعه رفتار شهروندی و کاهش رفتارهای ضد تولید در مدیران و کارکنان امری حیاتی است. همانطور که مشاهده می‌شود تاکنون، پژوهشی کمی به بررسی تاثیر فضای اخلاقی سازمان از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید بخصوص در شرکت‌های صنعتی در ایران پرداخته شده است؛ در این مقاله به بررسی این تاثیر در شرکت سایکو پرداخته می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

فضای اخلاقی سازمان

پژوهشگران، فضای اخلاقی سازمان را ادراکات رایج و متداول از اقدامات، اعمال و رویه‌های سازمانی تعریف نموده‌اند که محتوایی اخلاقی دارد. آنان، مفهوم فضای اخلاقی را طریقه‌ای برای تبیین، توضیح و پیش بینی رفتارهای اخلاقی در سازمان معرفی نموده‌اند. مفهوم فضای اخلاقی با سازه‌های کلی تری مانند فضای سازمانی و فرهنگ سازمانی، مشابه است اما بر روی موضوعات اخلاقی، تمرکز بیشتری دارد. کالن، فضای اخلاقی سازمان را یک ساز و کار روانی برای تشخیص و حل مسائل اخلاقی می‌داند و معتقد است که فضای اخلاقی سازمان، یک دید ادراکی برای تشخیص، ارزیابی و حل مسائل اخلاقی به افراد می‌دهد و راهنمای افراد در تصمیم‌گیری است (مارتین و کالن، ۲۰۰۶). فضای اخلاقی سازمان، به نحوه تصمیم‌گیری شایع و رایج افراد در سازمان، در برخورد با مسائل اخلاقی و بازخوردهایی که دریافت می‌کنند اشاره دارد. به عبارت دیگر، فضای اخلاقی سازمان با ارائه معیارهای اخلاقی برای تصمیم‌گیری افراد و دادن بازخوردهای مثبت و

رقابت روزافزون جهانی دارای اهمیت ویژه‌ای است، که در کنار آن ایجاد و توسعه اخلاق سازمانی بین اعضای سازمان از اهمیت بسزایی برخوردار است، به گونه‌ای که بدون ایجاد اخلاق سازمانی تحقق رفتار شهروندی سازمانی بسیار مشکل و بعضاً غیرممکن می‌باشد. محیطی که سازمان‌ها در آن مشغول به فعالیت هستند، در عصر رقابت‌های تجاری منطقه‌ای، ملی و جهانی، قرار دارد. تکنولوژی تولید و ارتباطات با سرعتی خارق‌العاده در حال تغییر است. بعلاوه، جابجاشدن افراد از طریق کاهش سطوح مدیریتی و تجدید ساختار امری معمول و رایج است. همزمان انبوهی از کسب و کارهای تازه تأسیس وجود دارند. (جون^۱، ۲۰۰۹). کسب و کارها و مدیران، امروزه با محیط‌های بسیار پیچیده و پویا روبرو هستند. ائتلاف‌های استراتژیک، افزایش ارزش افزوده از طریق زنجیره تأمین در عین کاهش هزینه‌های تأمین، به طور شتابنده‌ای اسلحه رقابتی سازمان‌ها در آینده است. تنها بخش کوچکی از این تغییرات کوچک سازی سازمان‌ها است، که منجر می‌شود کارکنان باقیمانده در استخدام سازمان، فعالیت‌های گوناگونی را انجام دهند. تغییر مسیرهای راهبردی، جهانی سازی، تغییر ساختار، یکپارچه سازی‌ها و ادغام‌ها و خریدها، اغلب تأثیراتی را با خود بر توسعه نیروی کار و مدیریت به همراه دارند. این روندها در دهه اول قرن ۲۱ شدت گرفته، در حالی که، همزمان شرکت‌ها در حال سازگاری با کاهش جهانی نرخ رشد اقتصاد هستند، که در ایران نیز سازمان‌ها از فشارهای محیطی دور نیستند. رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یکی از مفاهیم مدیریت رفتار سازمانی می‌باشد که بر رفتارهای فراتر از کارکنان و مدیران تأکید دارد و بروز چنین رفتاری در سازمان نیازمند داشتن یک راهبرد رفتار شهروندی سازمانی و تقویت آن در بین کارکنان می‌باشد، تا بتوان یک محیط همراه و همگرا در جهت رسیدن به اهداف سازمان را ایجاد نمود و با گسترش رفتار شهروندی

منفی، به رفتار افراد، جهت می‌دهد. در واقع می‌توان گفت که ابعاد متفاوت فضای اخلاقی، ممکن است نشانه‌های متفاوتی را برای اعضای یک گروه کاری مبنی بر اینکه چه رفتاری قابل قبول و چه رفتاری غیر قابل قبول است فراهم کنند. پژوهشگران نیز عنوان می‌کنند که فضای اخلاقی سازمان با تدوین استانداردها و معیارهای اخلاقی، بر رفتارهای افراد اثر می‌گذارد. آن‌ها تاکید می‌کنند که در سازمان‌های با فضای اخلاقی مناسب، تمام فرایندها و فعالیت‌های سازمان (سیستم پاداش، سیستم ارزیابی عملکرد، فرایندهای استخدامی و غیره) به صورت درست و اخلاقی انجام شده است و این امر، خود بر تعهد افراد به سازمان و رفتارهای اخلاقی آنان تاثیر گذاشته و کارکنان را اخلاقی تر می‌کند. از سوی دیگر، این گونه سازمان‌ها با تدوین استانداردهای اخلاقی مدون، افراد را به رفتارهای اخلاقی، رهنمون می‌کنند به عبارت دیگر، سازمان، هم از طریق فرایندهای اخلاقی و منصفانه خود (پاداش منصفانه، استخدام منصفانه و غیره) و هم از طریق تدوین استانداردهای اخلاقی برای افراد، بر اخلاقی تر شدن رفتار آنان اثر دارد (لوریا و یاگیل^{۱۲}، ۲۰۰۸). به رغم توجه روزافزون به اخلاقیات در سازمان، اظهار نظرهای معدودی در مورد چگونگی ارتباط مضمون اخلاقی سازمان با سایر متغیرهای سازمانی وجود دارد. در میان نظریه‌هایی که در حوزه‌های مختلف مطالعات سازمانی از قبیل (روانشناسی، بازاریابی، مدیریت) انتشار یافته اند، انواع فضای اخلاقی یافت شده در این نظریه عبارتند از: الف. ابزاری، ب. توجه، ج. استقلال، د. قوانین و مقررات سازمانی، قوانین و ضوابط اخلاقی حرفه‌ای. در ادامه، ماهیت هر کدام از انواع فضاهای اخلاقی شناسایی شده، به لحاظ اخلاقی تبیین می‌گردد.

فضای اخلاقی/ابزاری

این نوع فضای اخلاقی که برآیند «خود خواهی» (از بعد معیار و اصول اخلاقی) و سطح فردی (از بعد قانون

تحلیل) می‌باشد، اساساً بر حداکثر نمودن نفع شخصی، تاکید دارد. افراد در این فضا، معتقدند تصمیماتی باید اتخاذ شود که منافع سازمانی شخص را حداکثر کند. در این فضا، تصمیمات بر اساس سود و منفعت شخصی گرفته شده و افراد، به دنبال حداکثر کردن منافع خود بوده و به پیامدهای رفتاری خود و اینکه ممکن است چه آسیب‌هایی به همکاران و اطرافیان خود وارد کنند، توجهی نمی‌کنند. به عبارت دیگر، در این فضا، افراد معتقدند که هدف، وسیله را توجیه می‌کند و حاضرند برای رسیدن به هدف خود، دست به هر کاری بزنند، که این نوع فضا، بیشتر در بین شرکت‌ها و موسسات بازاریابی که در آنها، افراد بر اساس، میزان فروش، دستمزد دریافت می‌کنند مشاهده می‌شود (ایروند^{۱۳}، ۲۰۰۴). فضای اخلاقی توجه: این نوع فضای اخلاقی، از ترکیب سطح «خیر خواهی» از بعد معیار و ضوابط اخلاقی و تمام سطوح بعد قانون تحلیل (فردی - محلی - جهانی) تشکیل شده است. در این فضا، افراد به منفعت جمعی تاکید دارند و دارای علاقه صادقانه و راستین به رفاه و سعادت یکدیگر (افراد درون و برون سازمانی) هستند. این نوع فضای اخلاقی، بیشتر در گروه‌های کاری نیمه خود مختار یا گروه‌های پژوهشی و آزمایشگاهی که به مشارکت بالا در کار نیاز است و تصمیم گیری‌ها به صورت مشارکتی انجام می‌گیرد، مشاهده می‌شود. در سازمان‌ها و شرکت‌های خانوادگی نیز این نوع فضای اخلاقی، بیشتر از سایر انواع فضای اخلاقی وجود دارد (کالن و همکاران، ۲۰۰۳). فضای اخلاقی استقلال: این نوع فضای اخلاقی، از ترکیب سطح «اصول و ضوابط اخلاقی» با سطح تحلیل «فردی» تشکیل می‌شود. در این فضای اخلاقی، افراد، دارای سطوح اخلاقی بالایی بوده و بر اساس اخلاقیات فردی که البته مثبت و انسانی نیز می‌باشد، عمل می‌کنند. این فضا، بیشتر در سازمان‌هایی با ساختار غیر رسمی که دارای افراد بالغ و حرفه‌ای هستند و خلاقیت و ابتکار عمل برای سازمان مهم است، وجود دارد. در

احکام و قوانین برخی سیستم‌های بیرونی اتخاذکنند (کالن و همکاران، ۲۰۰۳).

تعریف رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی را به عنوان رفتارهایی توصیف می‌کنند که فراتر از (ماورای) عملکرد وظیفه‌ای و مهارت فنی قرار می‌گیرند، به عبارت دیگر رفتارهایی مانند حمایت، تأیید و پشتیبانی از محیط، بافت و شرایط روانشناسی، اجتماعی و سازمانی را شامل می‌شود، که به عنوان تسهیل کننده‌های اصلی انجام وظایف عمل می‌کنند (جون، ۲۰۰۹).

رفتار شهروندی سازمانی به عنوان تمایز بین نقش و فرانتش

محققان اولیه موضوع رفتار شهروندی سازمانی را مجزای از عملکرد شغلی داخل نقش تعریف کردند و تأکید کردند که به رفتار شهروندی سازمانی بایستی به عنوان رفتار فرانتشی توجه شود. در حالی که، قبلاً پیشنهاد شده بود که اندازه‌گیری بهتر رفتار شهروندی سازمانی باید عناوینی را در برگیرد که نشان‌دهنده رفتارهای «درون نقش»^{۱۵} باشد، چرا که چنین تجزیه و تحلیلی نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان رفتار «درون نقش» و «فرانتش»^{۱۶} را متمایز می‌کنند (ویگودا^{۱۷}، ۲۰۰۶). در مجموع پیشنهاد این رویکرد این است که اگر محققین بخواهند تا «مبانی انگیزشی رفتار شهروندی سازمانی» را بفهمند، در ابتدا باید درک کنند که متصدیان شغل، چگونه مسؤولیت‌هایشان را مفهوم‌سازی می‌کنند و این که آیا آنها رفتارهای خاص را «درون نقش» یا «فرانتش» تعریف می‌کنند. از دیدگاه موریسون این استدلال کاربردهای تئوریکی مهمی در پی دارد و آن اینکه آنچه دیگران به عنوان رفتار شهروندی سازمانی تعریف می‌کنند منعکس‌کننده درک کارکنان از گستردگی مسؤولیت‌های کاریشان می‌باشد. از این گذشته می‌توان گفت که ممکن است افرادی که از جانب سرپرستانشان به عنوان شهروندان خوب طبقه‌بندی می‌شوند، فقط آن چیزی را انجام می‌دهند که

سازمان‌هایی با این نوع فضای اخلاقی، به دلیل حرفه‌ای و بالغ بودن افراد، قوانین مدون سازمانی کمتری وجود دارد و سازمان به اصول فردی افراد و تصمیمات آنها احترام می‌گذارد. افراد نیز به صورت اختیاری، اخلاقی و انسانی عمل می‌کنند (جارامیلو^{۱۸} و همکاران، ۲۰۱۲). فضای اخلاقی قوانین سازمانی: این نوع فضای اخلاقی، از ترکیب سطح «اصول اخلاقی» از بعد معیار و ضوابط اخلاقی و سطح تحلیلی «محلی» تشکیل می‌شود. در این نوع از فضای اخلاقی، افراد از قوانین مدون و صریح سازمانی تبعیت می‌کنند؛ و بر اساس آنها تصمیم‌گیری می‌کنند. فردی که بیشتر و بهتر از قوانین سازمانی تبعیت کند، از نظر سازمان، فردی اخلاقی است. این نوع فضا، بیشتر در سازمان‌های دیوان سالارانه که دارای قوانین صریح، شفاف و مدون و ساختاری رسمی و سلسله‌مراتبی منظم هستند؛ وجود دارد. افراد در این فضا، به دنبال حداکثر کردن منافع سازمان، بر اساس اصول و قوانین سازمانی بوده و بیشترین احترام و توجه را به قوانین سازمانی دارند (ایروند، ۲۰۰۴). فضای اخلاقی قوانین حرفه‌ای: این نوع فضای اخلاقی، از ترکیب سطح «اصول و قوانین اخلاقی» از بعد معیار ضوابط اخلاقی و سطح تحلیل «جهانی» تشکیل می‌شود. افراد در این فضا، بر اساس اصول اخلاقی جهان شمول و حرفه‌ای رفتار می‌کنند. مبنای تصمیم‌گیری در این فضا، اصول و قوانین خارج از سازمان، مانند قانون اساسی کشور، اصول مذهبی و قوانین حرفه‌ای جهانی مرتبط با سازمان است. برای مثال پزشکان، وکلا و حسابداران حرفه‌ای و غیره بر اساس اصول و قوانین حرفه‌ای و جهانی، حرفه و تخصص خود عمل می‌کنند. این نوع فضا، بیشتر در سازمان‌های حرفه‌ای و تخصصی با کارکنان بالغ مشاهده می‌شود. در این فضای اخلاقی، کارکنان، قوانین و مقررات حرفه خود را رعایت می‌کنند. در موقعیت‌های تصمیم‌گیری در در این فضا؛ کارکنان باید تصمیمات خود را براساس

هستند. ممکن است برای سازمان تمایز میان عملکردهای نقش و فرانش، بعثت عوامل چندگانه مشکل باشد. اولاً، ادراکات مدیریت و کارکنان از عملکرد کارکنان و مسؤولیت‌های آنان لزوماً باهم مرتبط نیست. ثانیاً ادراک کارکنان از مسؤولیت‌ها و عملکردشان بوسیله رضایت آنها در محیط کاری، تحت تأثیر قرار می‌گیرد هر چند این رویکرد با مشکلاتی همراه است ولی می‌تواند به درک چرایی ارائه و عدم ارائه رفتار شهروندی سازمانی از جانب کارکنان کمک کند (جون، ۲۰۰۹).

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

بررسی‌های پودساکف نشان داد که تقریباً ۳۰ نوع متفاوت از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی شناسایی شده است. این مفاهیم در هفت بعد یا موضوع طبقه بندی شده است. با توجه به جدول ۲-۲ همپوشانی مفهومی زیادی بین این ابعاد وجود دارد. این ابعاد عبارتند از: (۱) رفتارهای کمک‌کننده (۲؛^{۲۴}) رادمردی و گذشت (۳؛^{۲۵}) وفاداری سازمانی (۴؛^{۲۶}) اطاعت سازمانی (۵؛^{۲۷}) ابتکارات فردی (۶؛^{۲۸}) رفتار مدنی (۷؛^{۲۹}) توسعه شخصی (۳۰؛^{۳۰}) (پودساکف و همکاران، ۲۰۰۰).

الف) رفتارهای کمک‌کننده: به عنوان یک گونه مهم از رفتار شهروندی سازمانی شناسایی شده است. به طور مفهومی، رفتارهای کمک‌کننده شامل کمک کردن داوطلبانه به دیگران و یا جلوگیری از بروز مشکلات مربوط به کار می‌باشد. قسمت اول این تعریف (کمک به دیگران در رابطه با مشکلات مربوط به کار) شامل سه بعد ارائه شده توسط اورگان یعنی نوع دوستی، تعدیل‌کننده‌گری و تشویق است. مفهوم کمک‌های بین فردی گراهام (۱۹۸۹)، مفهوم تسهیل بین فردی ون اسکاترو موتو ویلدو (۱۹۹۶)^{۳۱} و مفهوم کمک به دیگران جرج و بریف (۱۹۹۲)^{۳۲}، جرج و جونز (۱۹۹۷)^{۳۳}، همگی بیانگر این دسته از رفتارها هستند. قسمت دوم این تعریف، کمک کردن به دیگران را در قالب

خودشان آن را به عنوان بخشی از شغلشان احساس می‌کنند و نه مشارکت در رفتار فرانش (وک^{۱۸}، ۲۰۰۲). این توصیه در مطالعات دیگر مورد تأیید قرار گرفت، چرا که نشان داده شد مرز رفتار «درون نقش» و «فرانش» به خوبی تعریف نشده است و از کارمندی به کارمند دیگر یا از کارکنان به سرپرستان تغییر می‌کند، عملکردهای درون نقش به مجموعه‌ای از رفتارهای خواسته شده که انتظار می‌رود فرد در شغل خود نشان داده و یا به شکل مستقیم به خاطر آن پاداش داده می‌شود اشاره دارد، در حالیکه رفتار شهروندی سازمانی به رفتارهای غیررسمی که ارتقای ستاده‌های سازمان را در پی دارد اشاره دارد. گروهی از محققان سعی کردند با بیان تفاوت‌های میان رفتار «درون نقش» و رفتار «فرانش» از یکسو و مفهوم‌سازی رفتار شهروندی سازمانی از سوی دیگر میان آنها ارتباط برقرار کنند، به عنوان مثال ارگان (۱۹۸۸)^{۱۹} یک تفاوت حیاتی میان این دو نوع فعالیت را حدی دانست که به این رفتارها پاداش داده می‌شود و یا تنبیه‌هایی که اگر رفتار مشاهده نشود، اعمال می‌گردد، چرا که باتوجه به مفهوم رفتار شهروندی سازمانی، فعالیت‌های متناسب به آن بایستی جدا از پاداش‌های خارجی مستقل در نظر گرفته شود، به دلیل اینکه رفتار شهروندی سازمانی رفتاریست که از نظر سازمانی به آن پاداش داده نمی‌شود (موریسون^{۲۰}، ۱۹۹۸). از دید بعضی از محققان نگاه به مفهوم شهروندی سازمانی با این رویکرد با مشکلاتی همراه است. برای مثال، ولف^{۲۱} (۱۹۹۴) بیان می‌کند امکان شناخت مفهوم‌های رفتار شهروندی سازمانی یا رفتار فرانشی و رفتار درون نقش به صورت مجزا وجود ندارد چرا که مرز این مفاهیم بین کارکنان مختلف، متفاوت است. تحقیقات روسیو^{۲۲} (۱۹۸۹) در مورد قراردادهای روانشناختی^{۳۳} نشان داد که بیشتر کارکنان هر کدام درک خودشان را از تعهدات استخدامی‌شان دارند که به شکل اساسی از ادراک فرد استخدام‌کننده متفاوت

جلوگیری از ایجاد مشکلات کاری برای همکاران تبیین می‌کند (جرج و رینو^{۳۴}، ۲۰۰۶).

ب) جوانمردی: نوعی از رفتار شهروندی سازمانی است که نسبت به رفتارهای کمک‌کننده توجه بسیار کمتری به آن شده است. اورگان جوانمردی را به عنوان تمایل به تحمل شرایط اجتناب ناپذیر سخت بدون ابراز شکایت و ناراحتی تعریف کرده است. تحقیقات تجربی مک‌کینزی و پودساکف که از این سازه استفاده کردند، تمایز در مرجعیت و عواقب این نوع رفتار را از سایر گونه‌های رفتاری، رفتار شهروندی سازمانی نشان داد (کرنودل، ۲۰۰۷).

ج) وفاداری سازمانی: شامل مفهوم طرفداری صادقانه گراهام، مفهوم حسن نیت در حال گسترش و حمایت از سازمان گئورگ و مفهوم طرفداری، حمایت و دفاع از اهداف سازمانی بورمن و موتوویلدو است. وفاداری سازمانی بخاطر ارتقا جایگاه سازمان نزد بیرونی‌ها، حمایت و دفاع در مقابل تهدیدات بیرونی و متعهد ماندن به آن حتی در شرایط ناگوار، ضروری است.

د) اطاعت سازمانی: دارای سابقه‌ای قدیمی در زمینه تحقیقات رفتار شهروندی سازمانی است. مفهوم فرمانبرداری سازمانی که بوسیله گراهام بیان شد، و مفهوم پیروی از قوانین و رویه‌های سازمانی که بوسیله موتوویلدو و بورمن ارائه گردید، همگی مبین این سازه می‌باشد و حاصل آن درونی کردن و پذیرش قوانین سازمانی، مقررات و رویه‌ها حتی در حالت عدم وجود نظارت می‌باشد. کارکنانی که به صورت وجدانی از تمام مقررات و دستورالعمل‌ها حتی در شرایط عدم نظارت، اطاعت می‌کنند شهروندان خوب به حساب می‌آیند (پودساکف و همکاران، ۲۰۰۰).

ه) ابتکار شخصی: بعد دیگری از رفتار شهروندی سازمانی است. این شکل از رفتار شهروندی سازمانی، رفتار فراتر از حد اقل سطوح مورد انتظار نیازمندی‌های کلی قرار دارد. نمونه‌هایی از

چنین رفتارهایی شامل فعالیت‌های خلاقانه‌ی داوطلبانه و طراحی‌های نوآورانه برای بهبود وظیفه شخصی و یا عملکرد سازمانی است. موتوویلدو و بورمن انجام دادن مشتاقانه و داوطلبانه فعالیت‌های وظیفه‌ای را به عنوان مؤلفه‌های این سازه بیان کردند. ارگان نشان داد که تمایز میان این گونه از رفتارها و رفتارهای درون نقش بسیار مشکل است بخاطر اینکه تفاوت‌ها بیشتر در میزان ابتکاری بودن است تا در نوع آنها و بنابراین شاید اینکه برخی از محققان این بعد را در مطالعاتشان بر روی رفتار شهروندی سازمانی در نظر نگرفته‌اند، تعجب‌آور نباشد (پودساکف و همکاران، ۲۰۰۰).

و) رفتارمدنی: در سازمان بعد دیگری از رفتار شهروندی سازمانی است که از مباحث گراهام در مورد مسئولیت‌پذیری کارمندان به عنوان « شهروندان » یک سازمان اقتباس می‌شود. رفتار مدنی بعنوان یک سطح کلان از علاقه یا تعهد به سازمان بعنوان یک کل است که به عنوان یکی از مفاهیم اصلی شهروندی ریشه در تمایل به مشارکت در فعالیت‌های حکومت دارد (برای مثال، حضور در تظاهرات، شرکت در بحث‌های سیاسی، اظهار نظر در مورد استراتژی جاری سازمان و غیره). نظارت بر محیط به منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات (برای مثال، در نظر گرفتن تغییرات صنعت از جهت تأثیرات آن بر سازمان) حتی با هزینه شخصی نمونه‌ای از این رفتارهاست. این رفتار منعکس‌کننده شناخت فرد است از اینکه او جزیی از یک کل بزرگتر است و همانطور که شهروندان به عنوان اعضاء جامعه در قبال جامعه مسئولیت‌هایی را می‌پذیرند او نیز به عنوان یک عضو سازمان مسئولیت‌هایی را در قبال سازمان برعهده دارد (کرنودل^{۳۵}، ۲۰۰۷).

ز) توسعه شخصی: آخرین بعد رفتار شهروندی سازمانی است. توسعه شخصی شامل رفتارهای داوطلبانه کارکنان به منظور بهبود دانش، مهارت‌ها و توانایی هایشان می‌باشد. ویژگی چنین رفتاری این است که یادگیری مجموعه جدیدی از مهارت‌ها به

منظور توسعه دامنه مشارکت در سازمان انجام می‌گیرد (چوچینگ^{۳۶}، ۲۰۰۱)

مفهوم رفتار ضد تولید

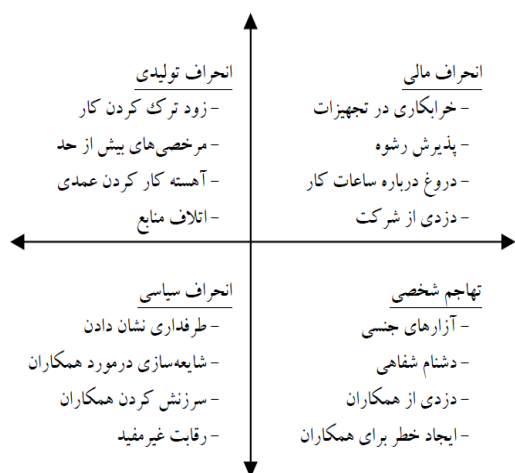
مطالعه رفتارهای غیر اخلاقی کارکنان سازمان‌ها و صنایع، نسبت به مطالعه رفتارهای مثبت و معطوف به کارایی و تولید، دارای تاریخچه کوتاه‌تری است. اگر چه انواع معینی از رفتارهای منفی و غیر اخلاقی در محیط‌های کاری به صورت منفرد تا پیش از این، مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، اما مطالعه علمی و نظام‌دار چنین سازه‌هایی طی سال‌های اخیر آغاز شده است. رفتارهای انحرافی و ضد تولید، رفتارهایی هستند که ارادی بوده و تخطی از هنجارهای مهم سازمانی می‌باشند و در عین حال باعث تهدید جدی سلامت سازمان و زیرمجموعه کارکنان آن می‌شوند (گل پرور و خاکسار، ۱۳۹۰).

شناسایی انواع رفتارهای انحرافی در محیط کار

رفتارهای انحرافی به دو دسته رفتارهای انحرافی منفی و رفتارهای انحرافی مثبت تقسیم می‌شوند

رفتارهای انحرافی منفی: ۱- انحراف تولیدی: زمانی رخ می‌دهد که کارکنان استانداردهای کیفیت و کمیت در تولید خدمت یا محصول را نقض می‌کنند و می‌تواند باعث افزایش هزینه‌های تولید و کاهش در کنترل موجودی شود مانند: زود ترک کردن کار، مرخصی‌های بیش از حد، آهسته کار کردن عمدی، اتلاف منابع، غیبت، کم کاری، استراحت بیش از حد، دیر آمدن. ۲- انحراف سیاسی: زمانی رخ می‌دهد که کارکنان از سهامداران خاص حمایت کنند که در این صورت سایرین در معرض مضراتی قرار می‌گیرند. چنین حمایت‌هایی ممکن است هزینه‌هایی ایجاد کند که ناشی از کیفیت بی‌ثبات خدمات، نارضایتی و احساس بی‌عدالتی است مانند: سرزنش کردن همکاران، شایعه سازی در مورد همکاران، طرفداری نشان دادن، رقابت غیر مفید. ۳- انحراف مالی: شامل کسب یا اتلاف اموال شرکت بدون تایید شرکت است.

مثل دزدی از سازمان و دستکاری در حساب‌های هزینه، خرابکاری در تجهیزات، پذیرش رشوه، دروغ درباره ساعات کار. ۴- انحراف شخصی: شامل خصومت و رفتارهای تجاوزکارانه نسبت به دیگران می‌شود که می‌تواند اعتبار شرکت را به خطر بیندازد و پیامدهای جدی منفی برای افراد مورد نظر داشته باشد مثل آزارهای جنسی، دشنام شفاهی، دزدی از همکاران، ایجاد خطر برای همکاران، مشاجره و خشونت فیزیکی. سایر موارد عبارتند از تصمیمات غیر اخلاقی، ترور شخصیت، استفاده از وسایل سازمان برای مقاصد شخصی، ایجاد نارضایتی در مشتریان، خرابکاری، نقض قوانین، رفتار ضد بهره‌وری، تحقیر کردن دیگران، دست انداختن یکدیگر (لیتزکی^{۳۷} و همکاران، ۲۰۰۶). نوع شناسی رفتارهای انحرافی در محیط کار (رایسون و بنت، ۱۹۹۵).



شکل شماره ۱: ابعاد رفتار ضد تولید

منبع (سلمانی و رادمند، ۱۳۸۸)

انحرافات محل کار مختلفی را در قالب چارچوبی مشخص، تنظیم کردند تا نظمی به انواع مختلف و پراکنده مطالعات داده باشند. بر اساس تیپ شناسی رایسون و بنت در رابطه با انحرافات، رفتارهای انحرافی در دو بعد قابل بحث هستند: کم اهمیت در مقابل جدی و بین اشخاص در مقابل سازمانی. طبقه

بندی‌های دیگری نیز در این زمینه صورت گرفته است، از جمله -انحراف فردی: انحرافی که در اعضا متمرکز می‌شود؛ مثل رفتار بی‌ادبانه با همکاران- انحراف سازمانی: انحرافی که در سازمان هدایت می‌شود؛ مثل مضایقه تلاش‌ها (کولبرت^{۳۸} و همکاران، ۲۰۰۴). رفتارهای انحرافی مخرب^{۳۹}: رفتارهای ارادی که با نقض هنجارهای سازمانی، سلامتی سازمان و اعضایش را تهدید می‌کند؛ مثل دزدی رفتارهای انحرافی سازنده^{۴۰}: رفتار ارادی که با نقض هنجارهای سازمانی به سلامتی سازمان کمک کرده و دستیابی به اهداف سازمانی را تسهیل می‌کند؛ مثل رفتارهای خلاقانه در نقش، انتقاد از سرپرستان نالایق و غیره (گالپرین و بورکی^{۴۱}، ۲۰۰۶).

رفتارهای ضد بهره‌وری^{۴۲}: مجموعه‌ای از رفتارهای تعمدی هستند که به سازمان یا اعضای آن صدمه می‌زند. رفتار ضد بهره‌وری ممکن است شامل: خشم، پرخاشگری (فیزیکی و کلامی)، خشونت، خرابکاری، سرقت، آسیب، تجاوز و زیان رساندن به افراد و منابع سازمان باشد. همچنین رفتار ضد بهره‌وری رفتارهایی است که برخلاف اهداف سازمانی است و این رفتارها به یازده قسمت طبقه بندی شده اند: ۱) سرقت اموال، ۲) تخریب اموال، ۳) سوء استفاده از زمان و منابع، ۴) رفتارهای ناامن، ۵) حضور ضعیف، ۶) کیفیت پایین کار، ۷) مصرف الکل، ۸) استفاده از مواد مخدر، ۹) عمل کلامی نامناسب، ۱۰) اقدام فیزیکی و جسمی نامناسب، ۱۱) سوء استفاده از اطلاعات (ریشیپال و کومار^{۴۳}، ۲۰۱۲).

رفتارهای غیراخلاقی: اگر محل کار فاقد استانداردهای اخلاقی باشد کارفرما با خطراتی چون، از دست دادن کارکنان باارزش، مشتریان و حتی بیشتر از آن روبه رو می‌شود برخی از سوء رفتارها و رفتارهای غیراخلاقی شامل موارد زیر است: ۱) زمان یا ساعات کار را وارونه جلوه دادن ۲) دروغ گفتن به سرپرستان ۳) دروغ گفتن به همکاران، مشتریان، فروشندگان و ۴)

سوء استفاده از دارایی‌های کارفرما ۵) دروغ گفتن گزارشات و سوابق کاری. ترور شخصیت: یک فرایند آگاهانه و پایدار است که با هدف از بین بردن اعتبار و شهرت فرد، نهاد، گروه‌های اجتماعی یا ملت صورت می‌گیرد. در واقع ترور شخصیت، تلاش برای مخدوش کردن وجهه یک فرد است و شامل اغراق و دستکاری حقایق برای ایجاد یک تصویر نادرست از فرد می‌باشد. عوامل ترور شخصیت از ترکیبی از روش‌های آشکار و پنهان از جمله، اتهامات نادرست، پرورش شایعات و دستکاری اطلاعات برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کنند. ترور شخصیت ممکن است توسط جامعه، خانواده و یا اعضای در محل کار یا زندگی صورت گیرد. این آسیب پایدار می‌تواند یک عمر طول بکشد و حتی قرن‌ها پس از مرگ فرد ادامه داشته باشد (کارلوس^{۴۴} و همکاران، ۲۰۱۲). غیبت: برخی از کارکنان به صورت هدفمند دیر به سر کار می‌آیند، زود هنگام کار را ترک می‌کنند یا اینکه سالم هستند و به دروغ می‌گویند که بیمارند و به سر کار نمی‌آیند، این رفتارها می‌تواند در بهره‌وری یک سازمان تأثیر منفی بگذارد. یکی از دلایل بروز این رفتار این است که کارکنان، سازمان خود را به عنوان یک محل ناامید کننده‌ای درک کرده اند، پس خود را به مریضی می‌زنند و دیر از مرخصی باز می‌گردند. دلیل دیگر این است که زمانی که کارکنان در سازمان درخواستی داشته باشند اما به آن توجهی نشود، آنها این روند را غیردوستانه دانسته و به احتمال زیاد غیبت می‌کنند. اگر سازمان غیر دوستانه درک شود، احتمال از دست دادن بهره‌وری کارکنان غایب یا تأخیردار بسیار زیاد شده و برای سازمان تحمیل هزینه‌های بیشتری مانند پرداخت اضافه کاری به کارکنان جایگزین به وجود می‌آید (اورتون^{۴۵}، ۲۰۰۵). سرقت: دزدی کارمندان از سازمان یکی دیگر از رفتارهای انحرافی است که در سازمان‌ها به وفور به چشم می‌خورد یک نظرسنجی نشان داده است که ۷۵ درصد کارکنان اعتراف کرده اند که حداقل

یک بار از کارفرمایان خود دزدی کرده اند. این رفتارها باعث ایجاد هزینه‌های مستقیم برای سازمان شده و نیاز به جایگزینی اموال سرقت رفته را طلب می‌کند و تا زمانی که تجهیزات جایگزین نشود می‌تواند بر بهره‌وری سازمان تأثیر بگذارد (اورتون، ۲۰۰۵). خشونت در محل کار: خشونت در محل کار گسترده بوده و می‌تواند عواقب شدیدی را دربرداشته باشد. در یک مطالعه از کارمندان یک دادگاه فدرال ۷۱ درصد از آنها گزارش کرده اند که طی پنج سال گذشته قربانی خشونت در محل کار خود شده اند. اندرسون و پیرسون در مورد حرکت مارپیچی صحبت می‌کنند که یک حادثه کوچک می‌تواند باعث آشکار شدن یک سری از وقایع شده و یک رویداد جدید تری را منجر شود. مثلاً در یک حادثه گزارش شده توسط واشنگتن پست، دو نفر از کارکنان به صورت تصادفی به یکدیگر ضربه زدند سپس برخورد کلامی ایجاد شد و در نهایت به مبارزه فیزیکی انجامید. تحقیقات نشان می‌دهد کارکنان زمانی که احساس کنند مورد ستم واقع شده‌اند یا کسی آنها را سرزنش می‌کند به دنبال انتقام می‌گردند. افرادی که مستعد پرخاشگری هستند و افراد الکلی نیز به ایجاد خشونت در محل کار کمک می‌کنند. خشونت در محل کار می‌تواند به کاهش رضایت از کار، افزایش استرس روانی و بروز رفتارهای انحرافی دیگر در محل کار منجر شود (اورتون، ۲۰۰۵). رفتارهای انحرافی مثبت: رفتارهایی در گروه انحرافات مثبت قرار می‌گیرند که: رفتار در تعارض با معیارهای سازمان باشد، داوطلبانه باشد و انگیزه‌های درست در پشت آن باشد. خبرچینی: خبرچینی در عین اینکه میتواند یک رفتار منفی قلمداد شود، میتواند یک رفتار انحرافی مثبت هم باشد و این بستگی به موضوع فاش شده و شرایط پیرامون دارد. خبرچینی را اینگونه تعریف کردند: فاش کردن یک موضوع غیراخلاقی، غیرشرعی و غیرقانونی در یک سازمان از طرف کارکنان آن، به شخص یا سازمانی که بتواند بر آن کار

تأثیر بگذارد. اولین کسانی که از اقدامات غیرقانونی و غیراخلاقی یک سازمان باخبر می‌شوند کارکنان آن هستند و به احتمال زیاد آخرین کسانی هم که اعتراض می‌کنند کارکنان اند زیرا می‌ترسند، دوستان، پیشرفت و موقعیت شغلی شان را از دست بدهند. عدم وجود راه حل مناسب و نگرانی از اینکه اعتراض آنها سری (مخفی) نماند، از دلایل اصلی عدم اعتراض کارکنان و چشم پوشی از هرگونه موضوع اشتباهی در شرکت است. هرچند خبرچینان به حکم اخلاقیات و وظیفه، بدون توجه به نتایج کارشان و فشارهای سازمان، کار خود را انجام می‌دهند. به عنوان مثال کارمندی متوجه اقدامات غیرقانونی سازمانش می‌شود و آن را داوطلبانه به یک فرد سوم مرتبط گزارش می‌دهد، این یک نمونه انحراف مثبت است. به این دلیل این رفتار انحراف مثبت است زیرا: خارج از قوانین سازمان است، عمدی بوده و هدف خبرچین هدفی قابل احترام و ستایش است. اما همه خبرچینی‌ها نیز انحراف مثبت نیستند. برای مثال بعضی خبرچینان برای انتقام گرفتن از یک مدیر این کار را می‌کنند یا برای اهداف مالی، تخلف سازمان را گزارش می‌دهند. در این صورت در بعضی شرایط خبرچینی مثبت و در برخی موارد اینگونه نیست. رفتار شهروندی سازمانی: پژوهشگران سازمانی به این نتیجه رسیده اند که برخی از کارکنان با انجام مسئولیت‌های فراتر از وظایف تعیین شده در شغلشان به بهبود یا کارایی سازمان خود کمک می‌کنند. به این معنی که آنها همکاری‌های اضافی را انجام می‌دهند که نه لازم است و نه پیش بینی می‌شود. در واقع این رفتارها فراتر از الزامات مشخص شده در شرح شغل می‌باشد. نمونه‌ای از این تلاش‌ها شامل: همکاری با همسالان، انجام وظایف اضافی بدون شکایت، وقت شناسی، کمک به دیگران به صورت داوطلبانه، حفظ منابع و به اشتراک گذاری ایده‌ها. شرکت در مسئولیت‌های اجتماعی: امروزه سازمان به طور چشمگیری در فعالیتهای اجتماعی شرکت می‌کند این

رفتار سازمانی «شرکت در مسئولیت‌های اجتماعی» نامیده می‌شود. برخی از CSR هایی که شرکت‌ها تمایل به همکاری با آنها را دارند عبارتند از: انجمن‌های دوستداران محیط زیست، نهادهای خیریه و برنامه‌های حقوق بشر.

نوآوری: نوآوری موجب افزایش تولید و عملکرد سازمان و در برخی مواقع مانع از آن می‌شود. نوآوری یعنی «اجرای موفقیت آمیز ایده‌های خلاقانه در یک سازمان» تحقیقات پیشین اشاره بر این دارند که نوآوری دست کم در بخش هایی، در تعارض با معیارهای مورد قبول سازمان است و این به دلیل این است که ایده‌های نوآورانه در واقع ایده‌هایی هستند که به ذهن اکثریت خطور نمی‌کنند. بنابراین کارکنانی که ایده نوآورانه دارند در گروه انحراف مثبت قرار می‌گیرند. از طرف دیگر با اینکه نوآوری و خلاقیت در بیشتر موارد منجر به پیشرفت می‌شود، اما همواره نوآوری‌ها در گروه انحراف مثبت جا نمی‌گیرند. با اینکه یک هکر کامپیوتر ایده‌هایی بسیار خلاقانه درباره نرم افزارهای پراکندن ویروس دارد اما این کار در رده انحراف مثبت جای نمی‌گیرد. به این دلیل که هرچند در تعارض با معیارهای سازمان است، اما در راه و هدفی به کار گرفته می‌شود که صحیح و قابل احترام نیست (اپلبام^{۴۶} و همکاران، ۲۰۰۷). انتقاد از مدیران ناشایست: ناسازگاری با رئیس نالایق طبقه‌بندی‌های دیگری نیز در این زمینه صورت گرفته است، از جمله رفتارهای انحرافی معطوف به افراد: انحرافی که در اعضا متمرکز می‌شود، یعنی مراجعان و مشتریان و همکاران؛ مثل رفتار بی‌ادبانه با همکاران، دزدی، بدگویی، ضرب و شتم رفتارهای انحرافی معطوف به سازمان: انحرافی که در سازمان هدایت میشود؛ مثل مضایقه تلاش‌ها، تخریب محصولات و خدمات، استفاده از وسایل سازمان برای مقاصد شخصی (کولبرت^{۴۷} و همکاران، ۲۰۰۴). دو نوع انحراف از محل کار را ارائه کرده اند: بد رفتاری با اشخاص که

شامل بی‌ادبی و خشونت نسبت به همکاران است و دوم انحراف سازمانی که مستقیماً مربوط به سازمان است و شامل کم کاری عمدی و دزدی و اختلاس می‌شود (رابیسون و بنت، ۱۹۹۵). ادبیات موجود در خصوص رفتارهای انحرافی نشان ۶ بعد از رفتارهای انحرافی مورد بررسی قرار می‌گیرد: بعد اول یعنی طفره روی اینترنتی^{۴۸} را می‌توان سوءاستفاده از اینترنت سازمان برای امور شخصی همچون: خواندن مطالب سایتهای خبری، بازی و سرگرمی، چک کردن ایمیل‌های شخصی و به طور کلی وب گردی تعریف کرد (لیم^{۴۹}، ۲۰۰۲). بعد دوم یعنی پرخاشگری^{۵۰} عبارت است از ابراز احساسات فیزیکی و هیجانی فرد برای بیان مخالفت، اعتراض و عصبانیت خود نسبت به همکاران، مشتریان یا سرپرستان که به قصد صدمه زدن به آنها انجام می‌شود (نیومن و بارون^{۵۱}، ۲۰۱۰). بعد سوم یعنی کینه توزی^{۵۲} کارمند عبارت است از هرگونه رفتاری در جهت تلافی بعضی خطاها و آسیب‌های درک شده گذشته مانند: انجام هزینه‌های غیرتجاری، دزدیدن مواد شرکت، درمیان گذاشتن اسرار شرکت با دیگران (جیلینک^{۵۳}، ۲۰۰۶). بعد چهارم یعنی لجبازی و خودسری^{۵۴} یعنی رفتار آشکار کارمند که به طور مستقیم، مغایر با سیاست‌ها و انتظارات سازمان است. چنین افرادی به شکل مداوم و در معرض عموم، رفتاری خصمانه از خود بروز می‌دهند. به عنوان مثال، در یک سازمان تجاری، فروشندگان خودسر قصد دارند به صورت آشکار توجه دیگران را به عدم خوشحالی خود جلب و بر عدم موافقت با سازمان، اعضا و سیاست‌های آن تاکید کنند (راینسون^{۵۵}، ۱۹۹۵). بعد پنجم یعنی مقاومت در برابر اقتدار^{۵۶} بر خلاف لجبازی که رفتاری آشکار است، مقاومت در برابر اقتدار، اغلب درونی تر و بدون اعتراض است که مانند آتش زیر خاکستر عمل می‌کند. افرادی که در برابر قدرت سازمان و مدیریت مقاومت

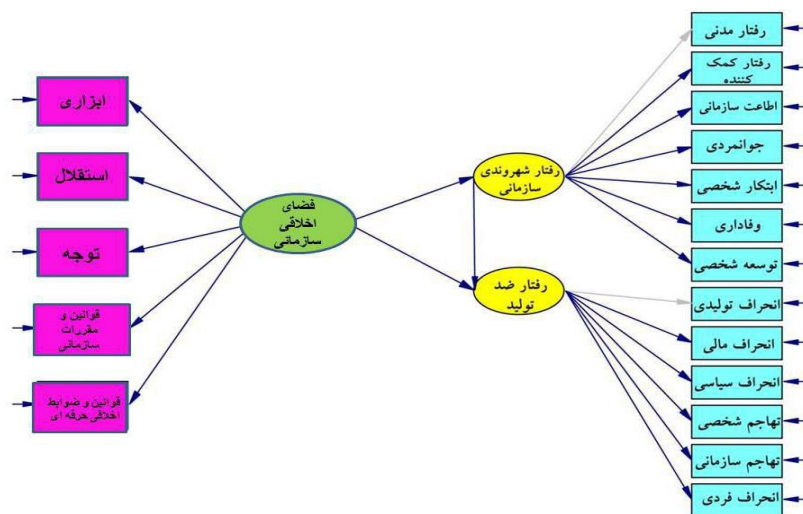
می‌کنند، رفتارهایی چون بیان ایده‌های متفاوت و احترام قائل نشدن برای مرزهای خصوصی سازمان و ... دارند. بعد ششم یعنی اجتناب از کار^{۵۷} رفتارهایی چون سرباززدن، تاخیر یا فراموش کردن کار یا تعهدات و مسئولیت‌های کاری به عنوان این گونه رفتارها شناخته می‌شوند. زود از کار دست کشیدن، ثبت نکردن حساب‌ها و در دسترس نبودن افراد زمانی که همکاران و مدیر به آن نیاز دارد، جزء این دسته از رفتارها است (قلی پور^{۵۸}، ۲۰۰۹).

پیشینه پژوهش

گذری بر پژوهش‌های پیشین، رهیافت این پژوهش را ملموس تر کرده و خلأهای موجود در راستای این پژوهش را شفاف می‌کند. در تحقیقات داخلی واعظی و رحمانی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان تأثیر فضای اخلاقی سازمان بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی در یکی از فروشگاه زنجیره‌ای تهران با نمونه آماری ۱۹۸ نفر از کارکنان انجام دادند به این نتیجه رسیدند که فضای اخلاقی قوانین سازمانی، قوانین حرفه‌ای و توجه، تأثیر منفی بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی داشته و سبب کاهش بروز این رفتارها در سازمان می‌شود؛ فضای اخلاقی ابزاری، تأثیر مثبت بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی داشته و سبب افزایش بروز این رفتارها در سازمان می‌شود ضمن آن که فضای اخلاقی استقلال، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی را نشان نمی‌دهد. براتی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان تأثیر عدالت سازمانی و جو سازمانی بر رفتارهای ضد تولید که در یکی از سازمان‌های شهر اصفهان با نمونه آماری ۱۳۲ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که رفتار ضد تولید نسبت به سازمان با جو سازمانی نوآورانه، جو همکارانه، عدالت توزیعی و عدالت رویه‌ای رابطه منفی داشته و رفتار ضد تولید نسبت به فرد با جو سازمانی همکارانه

و عدالت رویه‌ای رابطه منفی داشت و همچنین جو همکارانه و عدالت رویه‌ای تأثیر مستقیم و عدالت توزیعی تأثیر غیر مستقیم بر رفتارهای ضد تولید داشت. سالاروند و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان رابطه جو سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی تهران که با روش توصیفی از نوع همبستگی با نمونه آماری ۳۱۳ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین جو سازمانی با رفتار شهروندی و تمامی ابعاد آن رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت و همچنین جو سازمانی به میزان ۱۴٪ بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیرگذار بود. هاشمی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان تحلیل مدل پیامدهای جو اخلاقی سازمانی که با روش توصیفی از نوع همبستگی با نمونه آماری ۳۱۳ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که جو اخلاقی سازمان هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم از طریق تعهد سازمانی و اشتیاق شغلی بر رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتار ضد تولید در محیط کار تأثیر می‌گذاشت و در تحقیقات خارجی اکری و اکتوران^{۵۹} (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با سکوت سازمانی که در یک شرکت خصوصی در استانبول با روش توصیفی از نوع همبستگی و نمونه آماری ۴۶۲ انجام دادند به این نتیجه رسیدند که سکوت مطیع و سکوت تدافعی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه منفی داشته و سکوت نوع دوستانه با رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت داشت. چنگ و هسیو^{۶۰} (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان تأثیر تمرکز بر رفتار شهروندی سازمانی و رفتار انحرافی در محیط کار در صنعت هتل داری در کشور تایوان با روش توصیفی از نوع همبستگی و نمونه آماری ۳۱۸ انجام دادند به این نتیجه رسیدند که تمرکز با رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معنادار مثبت داشت و با رفتار انحرافی در محیط کار ارتباط معنادار منفی داشت و همچنین رفتار شهروندی سازمانی با رفتار انحرافی در محیط کار ارتباط معنادار منفی داشت.

الگوی نظری و مفهومی پژوهش



شکل شماره ۲: الگوی نظری و مفهومی پژوهش

تحقیق یعنی کارکنان شرکت ساپکو تعداد مشخصی داشته‌اند و چارچوب نمونه گیری وجود داشته است محقق سعی کرده تا با روش تصادفی ساده و با استفاده از جدول اعداد تصادفی نمونه استخراج گردد. جهت گرد آوری داده‌ها در این تحقیق برای سنجش فضای اخلاقی سازمان از پرسشنامه استاندارد فضای اخلاقی سازمان ویکتور و کولن (۱۹۸۸)، این پرسش نامه شامل ۲۶ سوال می‌باشد که مبتنی بر ابزاری، استقلال، توجه، قوانین و مقررات سازمانی و قوانین و ضوابط اخلاقی حرفه‌ای بود. مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه در این پژوهش شش درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) بود سنجیده شد و پرسش نامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی پودساکف (۲۰۰۰)، این پرسش نامه شامل ۲۴ سوال می‌باشد که مبتنی بر رفتار مدنی، رفتار کمک کننده، اطاعت سازمانی، جوانمردی، ابتکار شخصی، وفاداری و توسعه شخصی بود. مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه در این پژوهش پنج درجه‌ای لیکرت بود و پرسش نامه محقق ساخته رفتارهای ضد تولید سازمانی، این پرسش نامه شامل ۲۹ سوال می‌باشد که مبتنی بر انحراف تولیدی، انحراف مالی، انحراف سیاسی، تهاجم شخصی، تهاجم سازمانی و تهاجم فردی بود. مقیاس پاسخگویی این

فرضیه اصلی: فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید شرکت ساپکو تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- ۱) فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی در شرکت ساپکو تأثیر دارد.
- ۲) رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید در شرکت ساپکو تأثیر دارد.
- ۳) فضای اخلاقی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید در شرکت ساپکو تأثیر دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر تحلیل داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی (مدل سازی معادله ساختاری (می‌باشد. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان شاغل در شرکت ساپکو به تعداد ۳۰۰ نفر در سال ۱۳۹۶ است که با احتساب حجم نمونه از فرمول کوکران، ۱۶۸ نفر برآورد شده است. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. چون تعداد افرادی که در جامعه آماری این

پرسش نامه رفتارهای ضد تولید سازمانی ۰/۸۹ به دست آمد.

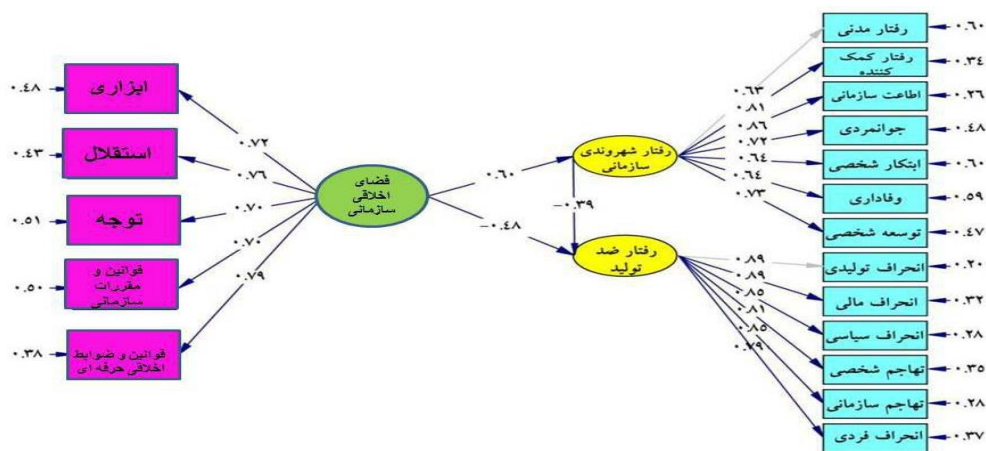
یافته‌ها پژوهش

فرضیه اصلی: فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید شرکت سایکو تأثیر دارد. به منظور آزمون فرضیه اصلی از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است.

با توجه به خروجی لیزرل مقدار نسبت کای دوه درجه آزادی محاسبه شده برابر با ۱/۱۴۷ می‌باشد وجود این نسبت پایین نشان دهنده برازش مناسب مدل است. همچنین مدل ارائه شده مدل مناسب‌تری می‌باشد با توجه به نتایج ذیل که از خروجی نرم افزار لیزرل بدست آمده‌اند. $0/022 = \text{آر.ام.س.ای.ای و } 0/119 = \text{پی-ولیو و } 132 = \text{درجه آزادی (دی.اف) و } 151/35 = \text{مقدار سطح معنی‌داری استاندارد (} \alpha = 5\% \text{) می‌باشد بنابراین مدل ارائه شده مدل مناسبی می‌باشد.}$

بنابراین فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار ضد تولید تأثیر دارد و این تأثیر معنادار بوده و میزان تأثیر کل آن برابر ۰/۲۵- می‌باشد.

پرسشنامه در این پژوهش پنج درجه‌ای لیکرت بود سنجیده شد. روایی پرسش نامه ها:الف: روایی محتوایی: بدین منظور محقق پس از ساخت پرسشنامه آن را در اختیار 10 نفر از صاحب نظران و اساتید حوزه مدیریت و سازمان قرار داد و مورد تایید قرار گرفت ب: روایی صوری: روایی در اصل به صحت و درستی اندازه‌گیری محقق برمی‌گردد. برای افزایش روایی پرسشنامه، ابتدا ۳۰ پرسشنامه بین تعدادی از مخاطبان در جامعه آماری توزیع و کلیه ابهامات افراد جامعه آماری در رابطه با سؤالات مشخص شد. بدین ترتیب تعدادی از سؤالات، حذف و تعداد دیگری جایگزین آن شد و در نهایت پس از شفاف شدن نقاط ضعف و قوت سؤالات، پرسشنامه نهایی و توزیع گردید. ج: روایی سازه: اعتبار عاملی پرسشنامه برای بررسی اعتبار عاملی پرسشنامه‌های بکار رفته از دو روش تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی در تحقیق حاضر استفاده گردید. پایایی پرسش نامه ها: بدین منظور یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار SPSS 22 میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که عدد بدست آمده برای هر ابزار بدین شرح می‌باشد. برای پرسش نامه فضای اخلاقی سازمان و ویکتور و کولن ۰/۸۸، برای پرسش نامه رفتار شهروندی ۰/۹۴ و برای

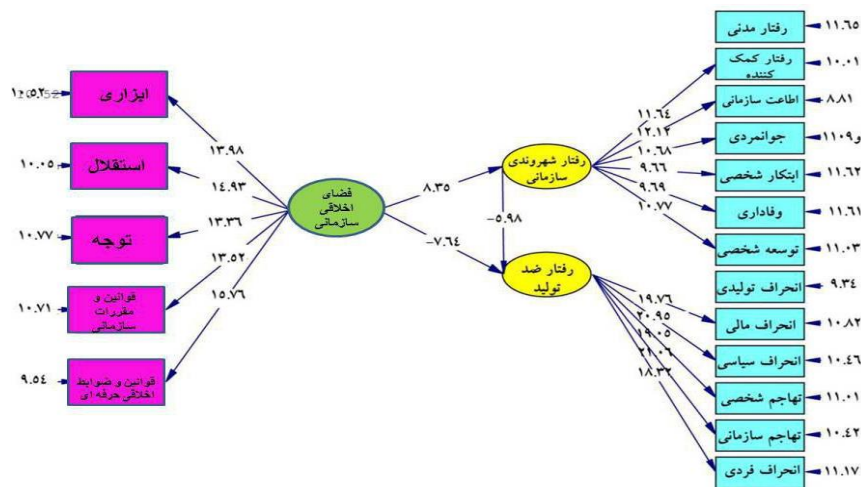


Chi-Square=151.35, df=132, P-value=0.11942, RMSEA=0.022

شکل شماره ۳: مدل اثرات فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید

جدول ۱: بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه‌گیری
نسبت کای دو به دی.اف	۱-۳	۱/۱۴۷	برازش مدل مناسب است
پی ویو	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۱۹	برازش مدل مناسب است
جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵	برازش مدل مناسب است
آ.جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳	برازش مدل مناسب است
ان.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۸	برازش مدل مناسب است
سی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۱/۰۰	برازش مدل مناسب است
آ.ام.س.ای	کمتر از ۰/۱	۰/۰۲۲	برازش مدل مناسب است



Chi-Square=151.35, df=132, P-value=0.11942, RMSEA=0.022

شکل شماره ۴ مقدار معناداری هر یک از ضرایب مدل

جدول شماره ۲: نتیجه بررسی فرضیه اصلی

بررسی اثر	ضریب تاثیر	آماره تی	نتیجه
فضای اخلاقی سازمانی - رفتار شهروندی سازمانی - رفتار ضد تولید	-۰/۲۵	-۵/۹۱	فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار ضد تولید تاثیر دارد.

جدول شماره ۳: نتیجه بررسی فرضیه فرعی اول

بررسی اثر مستقیم	ضریب تاثیر	مقدار آماره تی	نتیجه
فضای اخلاقی سازمانی - رفتار شهروندی سازمانی	۰/۷۰	۹/۱۵	فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر دارد.

بنابراین فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی

سازمانی تاثیر دارد و این تاثیر معنادار بوده و میزان

تاثیر آن برابر ۰/۷۰ می‌باشد.

فرضیات فرعی

فرضیه ۱: فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی

سازمانی در شرکت ساپکو تأثیر دارد.

با توجه به مدل ارائه شده می‌توان نتایج بررسی

فرضیه فرعی ۱ را به شرح جدول ۲ خلاصه کرد.

جدول شماره ۴: نتیجه بررسی فرضیه فرعی دوم

بررسی اثر مستقیم	ضریب تاثیر	آماره تی	نتیجه
رفتار شهروندی سازمانی - رفتار ضد تولید	-۰/۴۴	-۶/۸۸	رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار ضد تولید تاثیر دارد.

فرضیه ۲: رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید در شرکت سایکو تاثیر دارد.

با توجه به مدل ارائه شده می‌توان نتایج بررسی فرضیه فرعی ۲ را به شرح جدول ۴ خلاصه کرد و بنابراین رفتار شهروندی سازمانی بطور مستقیم بر رفتار ضد تولید تاثیر دارد و این تاثیر معنادار بوده و میزان تاثیر کل آن برابر ۰/۴۴- می‌باشد.

فرضیه ۳: فضای اخلاقی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید در شرکت سایکو تاثیر دارد.

با توجه به مدل ارائه شده می‌توان نتایج بررسی فرضیه فرعی ۳ را به شرح جدول ۵ خلاصه کرد. بنابراین فضای اخلاقی سازمانی بطور مستقیم بر رفتار ضد تولید تاثیر دارد و این تاثیر معنادار بوده و میزان تاثیر کل آن برابر ۰/۵۸- می‌باشد.

نتیجه‌گیری

بحث و نتیجه‌گیری فرضیه اصلی: یافته‌های پژوهش در خصوص فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر اینکه «فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتارهای ضد تولید در شرکت سایکو تاثیر دارد» نشان داد فضای اخلاقی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار ضد تولید تاثیر دارد و میزان ضریب تاثیر ۰/۲۵- می‌باشد. لذا مدیران ارشد سازمان به منظور پیشگیری از رفتارهای ضد تولید بایستی افزایش فضای اخلاقی سازمانی را مورد توجه قرار داده و بهبود بخشند. نتایج این فرضیه با تحقیقات

داخلی (بهراری فر و جواهری کامل، ۱۳۸۹؛ واعظی و رحمانی، ۱۳۹۱؛ براتی و همکاران، ۱۳۹۲؛ سالاروند و همکاران، ۱۳۹۵ و هاشمی و همکاران، ۱۳۹۵) و تحقیقات خارجی (بیکر و همکاران، ۲۰۰۶) مبنی بر تاثیر مثبت فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی و تاثیر منفی بر رفتار ضد تولید همخوانی دارد. دلیل کلی این تاثیر این است که اگر در یک سازمان، کارکنان و مدیران دارای یک فضای اخلاقی سازمانی مناسب داشته باشند سازمان را از خود دانسته و نسبت به مسائل آن حساس می‌شوند. چنین کارکنانی علاقه زیادی به مشارکت و قبول مسئولیت در زندگی سازمانی داشته و با کمک مشتاقانه به دیگران، به ویژه آنان که مشکلاتی مرتبط با کار دارند، سبب می‌شوند تا عملکرد کلی سازمان بهبود یابد. از طرفی چون رفتارهای ضد تولید بر سازمان آسیب رسان است، آن دسته از کارکنانی که در رفتارهای شهروندی سازمانی درگیر هستند، تمایل دارند که در رفتارهای ضد تولید درگیر نشوند. در نهایت، به نظر می‌رسد مدیران می‌توانند با مدیریت فضای اخلاقی سازمان، بر رفتارهای افراد سازمان اثر گذاشته و سبب کاهش رفتارهای غیر اخلاقی، ضد شهروندی و رفتارهای ضد تولید شوند. مهم آن است که مدیران بدانند انتظار بروز رفتارهای اخلاقی، شهروندی رفتارهای ضد تولید توسط کارکنان در شرایطی که خود و سازمان شان، غیر اخلاقی عمل می‌کنند کاملاً بیهوده است. رفتارهای حاکم بر سازمان‌ها کاملاً دو طرفه است، به این معنی که

جدول شماره ۵: نتیجه بررسی فرضیه فرعی سوم

بررسی اثر مستقیم	ضریب تاثیر	آماره تی	نتیجه
فضای اخلاقی سازمانی - رفتار ضد تولید	-۰/۵۸	-۸/۳۵	فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار ضد تولید تاثیر دارد.

بد رفتاری از یک طرف، نمی تواند رفتارهای مثبت از طرف دیگر را به همراه داشته باشد. پس اگر سازمان‌ها مایل اند به بهبود فضای رفتاری خود کمک کنند پیش از توصیه کردن به کارکنان شان، باید ابتدا به خود توصیه کنند که درست، انسانی و اخلاقی عمل کنند. هر قدر، سازمان انتظار بروز رفتارهای شهروندی و اخلاقی بیشتری داشته باشد باید به همان میزان، تعهد خود را در قبال بروز رفتارهای اخلاقی نسبت به کارکنان و کل سازمان ارتقاء دهد. رفتار کارکنان، بازتاب رفتار مدیران است، اگر چنین باشد، تغییر در این بازتاب، مستلزم تغییر در رفتار اولیه است. تئوری فضای اخلاقی، بیان کننده این واقعیت است که می توان به جای وضع قوانین و دستورات انضباطی و کنترل‌های یک جانبه مدیریتی و اجبارها و محدودیت‌ها که غالباً بدون نتیجه است، نسبت به مدیریت فضای اخلاقی سازمان، همت گماشت و از این طریق است که نوعی پایبندی از سر آگاهی و مسئولیت نسبت به کارکنان به وجود خواهد آمد و رفتارهای ضد تولید، جای خود را به رفتارهای شهروندی خواهند داد.

بحث و نتیجه‌گیری فرضیه اول: یافته‌های پژوهش درخصوص فرضیه فرعی اول تحقیق مبنی بر اینکه « فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد » نشان داد که فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد و بر اساس نتایج استخراج شده از مدل معادلات ساختاری ضریب اثر مستقیم اعتماد سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی ۰/۷۰ بوده و ضریب معناداری حاصل از آماره تی ۹/۱۵ می باشد که نشان گر تأثیر مثبت و قوی فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی می باشد. این نتیجه‌گیری با نتایج حاصل از با تحقیقات داخلی (مهرداد و مهدی زادگان، ۱۳۸۹؛ واعظی و رحمانی، ۱۳۹۱؛ شیخ الاسلامی کندلوسی و جعفر زاده، ۱۳۹۴؛ سالاروند و همکاران، ۱۳۹۵ و هاشمی و همکاران، ۱۳۹۵) و تحقیقات خارجی (بیکر و همکاران،

۲۰۰۶) مبنی بر تأثیر مثبت و قوی فضای اخلاقی سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی تطابق دارد. در تفسیر و تبیین این فرضیه باید گفت که در این فضای اخلاقی، به دلیل وجود اصول و قوانین مدون و صریح سازمانی، که رفتارهای درست و غلط را به خوبی مشخص می کند و رعایت کامل این اصول توسط افراد سازمان، رفتارهای غیر اخلاقی کمتری مشاهده می شود. رفتارهای ضد شهروندی، همان گونه که ذکر شده است رفتارهایی هستند که افراد به صورت داوطلبانه در مقابل اصول و قوانین سازمان ایستادگی می کنند و از آنها تبعیت نمی کنند. در سازمان‌هایی با این نوع فضای اخلاقی، به دلیل اینکه اصول و قوانین سازمانی به طور کامل توسط افراد، پذیرفته شده و افراد به آن‌ها عمل می کنند این رفتارها کمتر مشاهده می شود. از طرفی، توجه سازمان به رفتارهایی که بر اساس اصول و قوانین سازمانی می باشد و اعطای پاداش به این نوع رفتارها، باعث افزایش رفتارهای اخلاقی و قانونی در سازمان می شود. افراد سازمان نیز در این فضا، رعایت اصول و قوانین سازمانی را به کسب سود و منفعت فردی ترجیح داده و قانونی تر رفتار می کنند. همان طور که ملاحظه می شود، فضای اخلاقی " قوانین و مقررات سازمانی " سبب کاهش رفتارهای ضد شهروندی سازمانی می شود یعنی سازمان می تواند با تقویت این فضای اخلاقی از طریق تدوین قوانین درست و کاربردی و البته قابل اجرا، و تشویق کارکنان به تبعیت از این قوانین و کنترل رفتار کارکنان و جلوگیری از رفتارهایی که بر خلاف قوانین سازمانی است، این فضای اخلاقی را تقویت و سبب کاهش رفتارهای ضد شهروندی سازمانی گردد.

بحث و نتیجه‌گیری فرضیه دوم: یافته‌های پژوهش درخصوص فرضیه فرعی دوم تحقیق مبنی بر اینکه رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار ضد تولید تأثیر دارد نشان داد که رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار انحرافی سازمانی تأثیر مستقیم داشته و بر اساس نتایج استخراج شده از مدل معادلات ساختاری ضریب اثر مستقیم

امر باعث می‌شود کارکنان در محیط سازمان رفتارهای از خود نشان دهند که باعث نشود این رفتاری قابل قبول از بین نرود و کارکنان رفتاری از خود نشان نمی‌دهند که باعث آسیب رساندن به سازمان شود و از قوانین و مقررات سازمان عدول کنند و باعث می‌شود رفتار ضد تولید در سازمان کاهش پیدا کند.

منابع و مآخذ

- Acaray, Ali. Akturan, Abdülkadir (2015). The Relationship between Organizational Citizenship Behaviour and Organizational Silence. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 207 (2015) 472 – 482.
- Appelbaum, H. Laconi. Matousek. (2007). "Positive and negative deviant workplace behaviors: Causes, impacts and solutions". *Corporate governance international journal of business in society*, Vol 7, No 5, p:586-598.
- Barati, Hajar. Araizi, Hamidreza Berati, Azar. Sherangi, Kamran. Ranjbar, Hamid Reza (1392) The Effect of Organizational Justice and Organizational Climate on Anti-Production Behaviors. *Journal of Management of Organizational Culture*, Vol. 11, No. 4, pp. 181-197.
- Bolino, M., & Turnley, W. (2003). Going the extra mile: Cultivating and managing employee citizenship behavior. *Academy of Management Executive*, 17 (3), 60-71.
- Bolino, M., & Turnley, W. (2003). Going the extra mile: Cultivating and managing employee citizenship behavior. *Academy of Management Executive*, 17 (3), 60-71.
- Brightman, B. K., and Moran, J. W. (1999). "Building Organizational citizenship", *Management Decision*, 37, No. 9, pp. 678.
- Bulutlar, Fusum., Unleroz, Ela (2008) , "The effects of ethical climate on bullying behaviour in the workplace", *Journal of Business Ethics*, No. 85, PP: 237-295.
- Carlos Alberto .Blanco. Antonio. de Aragon Uva. Ana Julia. Gordiano. (2012). "aim fire character assassination in cuba", p: 12.
- Castro & Armario and Ruiz (2004). the influence of employee OCB customer loyalty, *Journal of Service Industry Management*, 15 (1), 27-53.
- 1-1. Chang-Hua Yen, Hsiu-Yu Teng. (2013). The effect of centralization on organizational citizenship behavior and deviant workplace behavior in the hospitality industry. *Tourism Management Volume* 36, June 2013,
- Chu, cheng. I (2001). Examining organizational Citizenship behavior among nurses using price and Mueller s model. A thesis submitted in

رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار انحرافی سازمانی ۰/۴۴ - بوده و ضریب معناداری حاصل از آماره تی ۶/۸۸ - می‌باشد که نشانگر تأثیر مستقیم و قوی رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار انحرافی سازمانی می‌باشد. یافته‌های با تحقیق (دلال، ۲۰۰۵) مبنی بر تأثیر گذاری مستقیم و منفی رفتار شهروندی بر رفتار انحرافی می‌باشد همسو است. رفتار شهروندی سازمانی مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با این وجود توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شوند. رفتار شهروندی سازمانی، مفهوم سازی متداول از عملکرد فراتر از رفتاری است که به قصد آسیب رساندن به سازمان و بهره‌وری آن با افراد درون سازمان و یا هردوی آن‌ها است. به همین دلیل است که کارکنان سازمان با رفتار شهروندی سازمانی خود در سازمان باعث ایجاد تعهد به سازمان می‌شود و از رفتار ضد تولید در سازمان جلوگیری می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری فرضیه سوم: یافته‌های پژوهش درخصوص فرضیه فرعی سوم تحقیق مبنی بر اینکه فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار ضد تولید تأثیر دارد نشان داد که فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار ضد تولید تأثیر داشته و بر اساس نتایج استخراج شده از مدل معادلات ساختاری ضریب اثر مستقیم ۰/۵۸ - بوده و ضریب معناداری حاصل از آماره تی ۸/۳۵ - می‌باشد که نشانگر تأثیر مستقیم و قوی فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار انحرافی می‌باشد. نتیجه‌گیری فوق موافق با نتایج تحقیق (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۶ و واعظی و رحمانی، ۱۳۹۱) مبنی بر تأثیر گذاری مستقیم و منفی فضای اخلاقی سازمانی بر رفتار انحرافی می‌باشد. در واقع می‌توان گفت که ابعاد متفاوت فضای اخلاقی، ممکن است نشانه‌های متفاوتی را برای اعضای یک گروه کاری مبنی بر اینکه چه رفتاری قابل قبول و چه رفتاری غیر قابل قبول است فراهم کنند. و همین

- Ethics in Science and Technology, Year 11, No. 4, pp. 49-58.
- Jaramillo, Jay Prakash Mulki, James S. Boles (2012). "Bringing meaning to the sales job: The effect of ethical climate and customer demandingne" *Journal of Business Research* doi:10.1016/j.jbusres.2012.03.013, PP: 1-7.
- Jelinek, R. &. (2006). The ABC's of ACB: Unveiling a clear and present danger in the sales force. *Industrial Marketing Management*, 35 (4), 457-467.
- Jeon, J. H. (2009). The impact of organizational justice and job security on organizational commitment exploring the mediating effect of trust in top management. A dissertation, faculty of the graduate school of the university of Minnesota.38.
- Kernodle, Thomas A (2007). Antecedents and consequences of organizational citizenship behavior: A hierarchical linear modeling study. A tesis to the faculty of the college of Business Adminstration of Tours University international in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of philosophy business administration.
- Lim, V. (2002). The It way of loafing on the job: Cyberloafing, neutralizing and organizational Justice. *Journal of organizational Behavior*, p 75-94.
- Litzky Barrie E., Eddlestone Kimberly A., Kidder Deborah L. (2006). "The Good, the Bad, and the Misguided: How Managers Inadvertently Encourage Deviant Behaviors", *Academy of Management Perspectives*. 91-103.
- Luria, Gli., Yagil, Dana (2008). "Procedural justice, ethical climate and service outcomes in restaurants" , *International Journal of Hospitality Management*, No. 27, PP:276-283.
- Mahdad, Ali, Mehdi Zadegan, Iran. (1389). Comparison of Organizational Citizenship Behavior and Anti-Production Behaviors among Iranian and Malaysian Automobile Manufacturers, *Quarterly Journal of New Findings in Psychology*, Vol. 4, No. 12, pp. 79-79.
- Martin, K. D., Cullen, J. B. (2006). "Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analysis review", *Journal of Business Ethics*, No. 69, pp:175-194.
- Morrison, E. W. (1994). Role definitions and organizational citizenship behavior: the importance of the employee's perspective. *Academy of Management Journal*, 37 (6), 1543.
- Murphy, K.R., Barkley, R.A., & Bush, T. (2002). Young adults with attention deficit hyperactivity disorder: subtype differences in comorbidity, educational, and clinical history partial fulfillment of the requirments for the Doctor of Philosphy degree in hospital and Health Adminstration in the Graduate of The University of Iowa Rights and Responsibilities Journal, 4.149.270.
- Colbert A.E., Mount M.K., Harter J.K., Witt L.A., Barrick M.R. (2004). "Interactive Effects of Personality and Perception of the Work Situation on Workplace Deviance", *Journal of Applied Psychology*. 89/4:599-609.
- Colbert A.E., Mount M.K., Harter J.K., Witt L.A., Barrick M.R. (2004). "Interactive Effects of Personality and Perception of the Work Situation on Workplace Deviance", *Journal of Applied Psychology*. 89/4:599-609.
- Cullen, J. B., Parboteeah, K. P., Victor, B. (2003). "The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis" , *Journal of Business Ethics*, No. 46, PP: 127-141.
- Deconinck, James B. (2010). " The influence of ethical climate on marketing employees job attitudes and behavior ", *Journal of Business Research*, No.63, PP:384-391.
- Erundu, E. A., A. Sharland & J.O. Okpara, (2004). " Corporate ethics in Nigeria: A test of concept of an ethical climate", *Journal of Business Ethics*, No. 51, PP: 394- 357.
- Everton, J. Jolton, A. Mastrangelo, M. (2005). "Be nice and fair or else: understanding reasons for employees deviant behaviors". p: 119-123.
- Galperin Bella L., Burke Ronald J. (2006). "Uncovering the Relationship Between Workaholism and Workplace Destructive and Constructive Deviance: an Exploratory Study", *International Journal of Human Resource Management*. 17/2:331-347.
- Garg, Pooja and Renu Rastogi (2006). Climate progile and OCBs of teachers in public and private schools of India, *International Journal of Educational Management*, Vol.20 NO.7 pp.529.541.
- Gholipour, A. S. (2009). The Explanation of anti-citizenship behaviors in the workplaces. *International Business Research*, 2 (4), p 76.
- Hairdresser, Davood; Radamand, Mahboubeh (1388) Investigating the role of organization and management in the development of deviant work behaviors. *Public Administration Publication No. Golparvar, Mohsen Khaksar, Sarvyeh* (1387). Anti-production behaviors from the viewpoint of supervisors and managers of industries and organizations. *Journal of Ethics in Science and Technology*, Year 3, Issue 3 and 24, 18-26.
- Hashemi, Ismail, Marzai, Zaynab, Bashlideh, Kiumars, Nami, Abdolreza (1394). An Analysis of the Consequences of Organizational Ethical Climate. *Journal of*

یادداشت‌ها

- ¹ Martin & Cullen
- ² Bulutlar
- ³ Vardaman
- ⁴ Peterson
- ⁵ Deconinck
- ⁶ Steven
- ⁷ Brightman and Moran
- ⁸ Castro
- ⁹ Murphy
- ¹⁰ Bolino & Turnley
- ¹¹ Jeon
- ¹² Luria & Yagil
- ¹³ Eröndü
- ¹⁴ Jaramillo
- ¹⁵ Inrole behavior
- ¹⁶ Extrarole behavior
- ¹⁷ Vigoda
- ¹⁸ Wech
- ¹⁹ Organ
- ²⁰ Morrison
- ²¹ Wolffe
- ²² Rousseau
- ²³ Psychological contracts
- ²⁴ Helping behavior
- ²⁵ Sportsmanship
- ²⁶ Organizational loyalty
- ²⁷ Organizational compliance
- ²⁸ Individual initiative
- ²⁹ Civic virtue
- ³⁰ Self development
- ³¹ Motowidlo & Motowidlo
- ³² George & Brief
- ³³ Jones
- ³⁴ Garg and Renu
- ³⁵ Kernodle
- ³⁶ Chu cheng
- ³⁷ Litzky
- ³⁸ Colbert
- ³⁹ Destructive Deviant Behavior
- ⁴⁰ Constructive Deviant Behavior
- ⁴¹ Galperin & Burke
- ⁴² Counter productive behavior
- ⁴³ Rishipal. & kumar
- ⁴⁴ Carlos
- ⁴⁵ Everton
- ⁴⁶ Appelbaum
- ⁴⁷ Colbert
- ⁴⁸ Cyberloafing
- ⁴⁹ Lim
- ⁵⁰ Aggression
- ⁵¹ Neuman & barron
- ⁵² Malice
- ⁵³ Jelinek
- ⁵⁴ Defiance
- ⁵⁵ Robinson
- ⁵⁶ Resistance
- ⁵⁷ Avoidance
- ⁵⁸ Gholipour
- ⁵⁹ Acaray & Akturan
- ⁶⁰ Chang & Hsiu

- . *Journal of Nervous and Mental Diseases*, 190, 147-157.
- Neuman, J. H., & Baron, R. A. (2010). Workplace violence and workplace aggression: evidence concerning specific forms, potential causes, and preferred targets. *Journal of Management*, 24, 391-419.
- Organ, d.w. (1988), "organizational citizenship behavior the good soldier syndrome", Lexington book, Lexington, MA.
- Peterson, Dane, K., (2002). "The relationship between unethical behavior and the dimensions of ethical climate questionnaire", *Journal of Business Ethics*, No.41, PP:313-326.
- Podsakoff, P. M.; MacKenzie, S. B.; Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26, 513-563.
- Rishipal. kumar Chand. (2012). "Counterproductive work behavior and locus of control among managers ". Vol 2, No 12,
- Robinson Sandra L., Bennett Rebecca J. (1995). "A Typology of Deviant Workplace Behaviors: a Multidimensional Scaling Study", *Academy of Management Journal*. 38/2: 555-572.
- Salarwand, Abbas, Inside, Hossein, A. Dadi, Sajjad Shaham, Glasa (1395). The Relationship between Organizational Climate and Organizational Citizenship Behavior in Staff of Tehran University of Medical Sciences. *Health Management*, Year 7, Issue No. 1-55.
- Steven H. Appelbaum, Kyle J . Deguire and Marthieu Lay (2002) "The relationship of ethical climate to deviant workplace behavior", Emerald Group Publishing Limited, No. 5, pp: 43-55.
- Vaeazi, Reza. Rahmani, Fatemeh (1391) The Effect of Organizational Ethics on Organizational Anti-Citizenship Behaviors. *Journal of Organizational Behavior Studies*. Vol. 1, No. 2, pp. 30-50.
- Vardaman James M, Maria B. Gondo, David G. Allen, (2012). "Ethical climate and pro-social rule breaking in the workplace" *Human Resource Management Review* doi:10.1016/j.hrmr.2012.05.001 ,PP:1-11.
- Vigoda, A. Gadot, E. (2006). "Compulsory citizenship behavior in organizations: Theorizing some dark sides of the good soldier syndrome". *Journal for the Theory of Social Behavior*, 36 (1), 77-93.
- Wech, B. (2002), "Trust context: effect on organizational citizenship behavior, supervisory fairness, and job satisfaction beyond the influence of leader-member exchange", *Business and Society*, Vol.41, No.3, pp.353.