

رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت سازمانی

مطالعه موردی: شرکت بهره برداری راه آهن شهری تهران و حومه

فاطمه رحمانی پناه^۱، سودابه جلیلی^۲

^۱کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

^۲عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد تهران غرب استادیار دانشگاه آزاد اسلامی

نام نویسنده مسئول:

فاطمه رحمانی پناه

چکیده

هدف از این مطالعه شناسایی رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت سازمانی (مترو) است، پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و همبستگی است، روش بکار گرفته شده در این پژوهش تحلیلی-پیمایشی است. جامعه این مطالعه شامل کارشناسان، مدیران مترو در تهران (با مدرک لیسانس به بالا) می باشند که تعداد آنان ۲۹۰ نفر می باشد. با توجه به تعداد محدود جامعه، نمونه مورد مطالعه بر اساس جدول مورگان ۱۶۵ نفر بصورت تصادفی ساده (به دلیل همگنی اعضای جامعه) انتخاب می شوند و پرسشنامه میان این افراد توزیع گردید. برای جمع آوری داده های مربوط به مبانی نظری و استخراج عوامل و شاخص های اولیه از منابع کتابخانه ای و اینترنتی شامل کتب، مقالات و مطالعات موردی استفاده شد. جهت گردآوری اطلاعات و داده های مورد نیاز به منظور بررسی فرضیه های پژوهش از پرسش نامه استفاده شد. در آمار استنباطی ابتدا با توجه به ابعاد مورد نظر تعیین و شاخص ها استخراج گردید، پس از بررسی پایایی و روایی پرسشنامه، نرمال بودن داده ها با استفاده از آزمون کلموگروف اسمیرنوف بررسی می شود، سپس با استفاده از آزمون پیرسون و مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار SPSS و lisrel به بررسی فرضیات پرداختیم. بر اساس نتایج به دست آمده تمام فرضیات پذیرفته شدند.

واژگان کلیدی: اخلاق حرفه ای، سکوت سازمانی، مترو

مقدمه

اکثر سازمان‌ها جهت بهره‌وری و توسعه بیشتر، نیازمند استفاده و کاربرد صحیح از این نیروی بسیار مهم و حیاتی بوده و جهت تقویت خلاقیت و انگیزه کارکنان چارهای جز توجه به نظرات و ایده‌های آنان، یا ایجاد راه‌هایی برای رفع نگرانی‌هایشان ندارند. عدم بیان عقیده از طرف کارکنان در سازمان‌ها باعث ایجاد پدیده‌ای به نام سکوت سازمانی می‌شود (السی، ۲۰۱۴: ۲۱). از طرفی در دوره‌های مختلف تاریخ بشر، رعایت اخلاق و رفتار در جامعه از جمله مهم‌ترین بحران‌های زندگی اجتماعی انسان به شمار آمده است. با رشد زندگی اجتماعی، مسئله اخلاق هم‌شکل گسترده‌تر و پیچیده‌تری به خود گرفته است و تعریف اخلاقی روابط انسان‌ها در جامعه مشکل‌تر شده است و تشخیص مصادیق اخلاقی از غیر اخلاقی دشوارتر گردیده است. اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد. بسیاری از شرکت‌های موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده، و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ‌کند (اوتمان، ۲۰۱۴: ۳۷). از این رو، کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند؛ وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام می‌نهیم، اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید؛ مانند: اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن. در این مبحث سخن از مجموعه‌ای از باید و نبایدهایی است که خطاب به حرفه‌مندان یک رشته و در ارتباط با مسئولیت‌های حرفه‌ای آن‌ها می‌باشد. تعاریف مختلفی از اخلاق حرفه‌ای وجود دارد و به طور کلی می‌توان گفت اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند (یونگ، ۲۰۱۴: ۱۰۱). با توجه به اهمیت موضوع در این فصل به بیان مساله، اهمیت و ضرورت و اهداف مطالعه پرداخته می‌شود.

بیان مسئله

صاحب‌نظران سکوت سازمانی را به عنوان پدیده‌ای جمعی میدانند. هنگامی که بیشتر اعضای سازمان ساکت ماندن در مورد موضوعات سازمانی را انتخاب می‌کنند سکوت یک رفتار جمعی می‌شود که به عنوان سکوت سازمانی شناخته می‌شود. تعاریف اولیه در مورد سکوت کارکنان وفاداری کارکنان را برجسته می‌کرد و سکوت را نشانه عدم وجود مشکل و مخالفت فرض می‌کرد اما محققان امروزه ثابت کرده‌اند که جو سکوت می‌تواند بر خلاف پیامدهای سازمانی مطلوب باشد. بنابراین سکوت همیشه دال بر رفتاری منفعلانه و در تضاد با آوا نیست (دنینز، ۲۰۱۳: ۳۴). اخلاق حرفه‌ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود یا به نوعی می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای نوعی تعهد اخلاقی و وجدان کاری نسبت به هر نوع کار، وظیفه و مسئولیت است. اخلاقی بودن در حرفه حاصل دانستن، خواستن، توانستن و نگرش است. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از: دارای هویت علم و دانش بودن، داشتن نقشی کاربردی، ارائه صیغه‌ای حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی دارای زبان روشن انگیزشی، ارائه روی آوردی میان رشته‌ای. صداقت علمی، انطباق با قراردادهای قابل اعتماد، محرمانه بودن اطلاعات، سروکار داشتن با موضوعات انسانی، انصاف در تحلیل اطلاعات و مشورت حرفه‌ای، پاسخگویی حرفه‌ای، تصمیم در مواقع تعارض منفعت (توماس، ۲۰۱۷: ۷۶). بسیاری از کارکنان شرکت بهره‌بردار مترو از این موضوع شکوه می‌کنند که سازمان از ارتباطات، تسهیم اطلاعات و دانش آشکار و پنهان حمایت نمی‌کنند و اینها همه می‌تواند دلیلی بر شکست اهداف و برنامه‌های مدیران در سازمان متروی تهران باشد. یکی از موانع مهم در موفقیت برنامه‌ها و اهداف سازمان، خودداری از بیان ایده‌ها، نظرات و اطلاعات راجع به مشکلات سازمانی و یا بعبارتی سکوت سازمانی می‌باشد. از طرفی عملکرد کارکنان به عنوان یک پدیده پیچیده شناسایی و پیشنهاد شده است که در عملکردشان، اجزای اخلاقی، شناختی و عاطفی در نظر گرفته شوند؛ همچنین تعهد و رعایت اصول اخلاقی در انجام وظایف تقدم دارد و رعایت مراقبت اخلاقی جزء ضروری حرفه هر یک از کارکنان می‌باشد. کارکنان روزانه در فعالیتهای خود با مسائل و موضوعات اخلاقی مواجه هستند؛ به همین دلیل امروزه کارکنان بیشتر در معرض خطر تضاد اخلاقی قرار دارند. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع سوال اصلی این گونه بیان می‌شود که آیا اخلاق حرفه‌ای با سکوت سازمانی دارای ارتباط معنادار می‌باشد؟

با توجه به اهمیت موضوع در این زمینه در این مطالعه اهداف تحقیق به شرح ذیل می‌باشد.

اهداف پژوهش

هدف اصلی:

شناسایی و تبیین رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت سازمانی دارای رابطه معنادار می باشد.

اهداف فرعی:

شناسایی و تبیین رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت تدافعی (خاموش).

شناسایی و تبیین رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت مطیع (بی فایده).

شناسایی و تبیین رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت نوع دوستانه.

شناسایی و تبیین رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت فرصت طلبانه.

شناسایی و تبیین رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت محجوب

فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی:

اخلاق حرفه ای با سکوت سازمانی دارای رابطه معنادار می باشد.

فرضیات فرعی:

اخلاق حرفه ای با سکوت تدافعی (خاموش) دارای رابطه معنادار می باشد.

اخلاق حرفه ای با سکوت مطیع (بی فایده) دارای رابطه معنادار می باشد.

اخلاق حرفه ای با سکوت نوع دوستانه دارای رابطه معنادار می باشد.

اخلاق حرفه ای با سکوت فرصت طلبانه دارای رابطه معنادار می باشد.

اخلاق حرفه ای با سکوت محجوب دارای رابطه معنادار می باشد.

ضرورت های پژوهش

امروزه مسئولیت های اخلاقی به مناسبات بین شخصی و سازمانی و گروهی نیز کشیده شده است. اخلاق حرفه ای را مجموع های از کنش ها و واکنش های اخلاقی پذیرفته شده که از سوی سازمان ها یا مجامع حرفه ای مقرر می شود تا مطلوب ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه ای فراهم آورد تعریف می کند. درباره ویژگی های افرادی که اخلاق حرفه ای دارند مسئولیت پذیری، برتری جویی و رقابت طلبی، صادق بودن، احترام به دیگران، عدالت و انصاف، همدردی با دیگران وفاداری را ذکر می کند. رفتار اخلاقی در سازمان منوط به شناخت ارزش ها و ضد ارزش هاست (پیونگ، ۲۰۱۴: ۱۱۰). سکوت سازمانی پدیده ای رایج و شایع در اغلب سازمانها می باشد؛ اما با این حال تحقیقات چندان گسترده ای پیرامون آن صورت نگرفته است. از طرفی رعایت موازین اخلاقی در سازمان مورد مطالعه عاملی مؤثر برای بهتر شدن عملکرد کارکنان در ارائه خدمات با کیفیت خواهد بود و نیز با توجه به اهمیت مسأله اخلاقی در فعالیت های کارکنان و همچنین نظر به این که کارکنان شرکت بهره

برداری مترو نسبت به سایر حرفه ها با بسیاری از حوادث سروکار بیشتری دارند و در عملکرد روزانه خود با موقعیت های اخلاقی پیچیده ای مواجه اند، تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه اخلاق حرفه ای با سکوت سازمانی انجام می شود.

پیشینه پژوهش

اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای مجموعه ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه ها را تعیین می کند در حقیقت، اخلاق حرفه ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۲). اخلاق حرفه ای مجموعه ای از کنش ها و واکنش های اخلاقی پذیرفته شده است که از سوی سازمان ها و مجامع حرفه ای مقرر می شود تا مطلوب ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه ای فراهم آورد.

مبانی اخلاق حرفه ای و انتظارات اجتماعی عبارتند از:

۱. صداقت و راستگویی
 ۲. انصاف و برابری
 ۳. امانت داری
 ۴. وفاداری و احساس مسئولیت اجتماعی
- اخلاق حرفه ای نوعی تعهد اخلاقی و وجدان کاری نسبت به هر نوع کار، وظیفه و مسئولیت است. اخلاقی بودن در حرفه حاصل دانستن، خواستن، توانستن و نگرش است.

مراحل کاربردی نمودن اخلاق در رفتار افراد و گروه ها به قرار ذیل می باشد:

۱. موفقیت از اخلاق حرفه ای سرچشمه می گیرد
۲. اخلاق حرفه ای از اعتماد آفرینی ایجاد می شود
۳. اعتماد آفرینی از پیش بینی رفتار ایجاد می شود
۴. پیش بینی رفتار از مستمر بودن و قانونمند بودن رفتار سرچشمه می گیرد
۵. مستمر بودن و قانونمندی از مسئولیت ناشی می شود
۶. مسئولیت از قانون و باورهای فرد شکل می گیرد (یونگ، ۲۰۱۴: ۲۰۱۳).

در واقع می توان گفت این باورها و اعتقادات شخصی است که فرد را مسئولیت پذیر و قانونمند می نماید و نتیجه قانونمند بودن فرد، این است که می توان رفتار وی را پیش بینی نمود. پیش بینی پذیری رفتار نیز منجر به اعتماد آفرینی خواهد شد و این همان اخلاق حرفه ای است که بر پایه باورها و اعتقادات فردی شکل گرفته است. از این رو، هدف آموزش اخلاق حرفه ای انتقال اطلاعات و یافته های علمی نیست. بلکه تصحیح و تقویت انگیزش، ارتقاء مهارت، افزایش توان و تحول نگرش از اهداف عمده آموزش اخلاق حرفه ای است. اخلاق حرفه ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است هر جامعه ای نیازمند آن است تا ویژگی های اخلاقی حرفه ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و غیره تعریف و برای تحقق آن فرهنگ سازی کنند (برهانی، ۲۰۱۲: ۵).

امروزه بسیاری از کشورها به این بلوغ فکری رسیده اند که بی اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن موسسه و سازمان می انجامد به همین دلیل بسیاری از موسسات و سازمانهای موفق، برای تدوین استراتژی اخلاقی

احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند، از این رو کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند. لذا یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمامی حرفه‌ها است تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل جامعه و حرفه خود بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند.

ویژگیهای اخلاق حرفه‌ای در افراد مربوط به حوزه فردی بوده اما وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام بر می‌داریم اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید مانند اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن در اینجا برای نمونه چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه غیراخلاقی باشد اما از پرستاران بخواهیم اخلاقی باشند. امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در موسسات را داشته و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک کارآ دانسته‌اند. در اخلاق حرفه‌ای مسئولیتهای اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است، در حالیکه حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق شایسته و کارآ از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک کارآست و این اصول موجب بوجود آمدن یک موسسه یا سازمان کارآ می‌شود (فدر، ۲۰۰۵: ۸۳).

مفهوم اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل است.

الف - اخلاق کار (work ethics): اخلاق کار متعهد شدن انرژی ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه به هر نحو.

ب - اخلاق حرفه‌ای (professional ethics): یکی از شعبه‌های دانش اخلاقی است که می‌کوشد به مسائل و ارزش‌های اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن قواعد، ضوابط و اصول خاصی در محیط حرفه‌ای متصور می‌گردد به عبارت دیگر وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند بدون آنکه الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازات‌های قانون دچار شوند (برینسفیلد، ۲۰۱۳: ۵۶).

مقایسه اخلاق فردی و اخلاق شغلی:

اخلاق فردی مسئولیت پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود صرفاً به منزله یک فرد انسانی، ولی اخلاق شغلی مسئولیت‌پذیری یک فرد است در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی خود به مثابه صاحب یک حرفه، شغل یا پست سازمانی.

ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

در تعاریف اولیه از اخلاق حرفه‌ای ۲ ویژگی دیده می‌شود:

الف - وجود نگرش اصالت فرد و فردگرایی ب - محدود بودن مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل، که به نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل‌گری به اخلاق حرفه‌ای است. زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب و کار بس فراتر از شغل فردی اشخاص است. اما در تعاریف امروزی از اخلاق حرفه‌ای تلقی (شما حق دارید و من تکلیف) مبنای هرگونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنا از رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارتند از:

- دارای هویت علم و دانش بودن
- داشتن نقش کاربردی
- ارائه پیشنهادی حرفه‌ای
- بومی و وابسته بودن به فرهنگ
- وابستگی به یک نظام اخلاقی
- ارائه دانش انسانی دارای زبان صریح و بیانی روشن و انگیزشی (سینار، ۲۰۱۳: ۹۰).

سکوت سازمانی

سکوت سازمانی می‌تواند اثرات مضر را بر فرآیند تصمیم‌گیری و تغییر داشته باشد. این امر توسط ممانعت و جلوگیری از ارائه بدیل‌های متفاوت، بازخورد منفی و یا اطلاعات صحیح ایجاد می‌شود.

موریسون و میلیکن نشان می‌دهند که سکوت، پیامد عقاید و نگرش‌های مدیر می‌باشد. ترس مدیر از بازخورد منفی، باورهای ضمنی مدیر در مورد ماهیت انسان بر این اساس که افراد طبیعتاً تنبل هستند، ویژگی‌های خاص مدیران همچون سابقه مالی یا فرهنگ سازمانی منجر به ایجاد و توسعه سکوت در سازمان‌ها می‌شود. آنها همچنین نشان دادند که نتایج سکوت سازمانی می‌تواند شامل ناسازگاری شناخته شده و بنابراین انگیزش، تعهد و رضایت شغلی پایین است.

سکوت سازمانی، با محدود کردن اثربخشی تصمیم‌گیری‌های سازمانی و فرآیندهای تغییر در ارتباط است. مشکلی که هم اکنون گریبانگیر سازمان‌هاست، آن است که بیشتر سازمانها از اظهار نظر خیلی کم کارکنان ناراحتند. در چنین شرایطی کیفیت تصمیم‌گیری و انجام تغییر، کاهش می‌یابد. همچنین سکوت سازمانی به وسیله ممانعت از بازخورد منفی مانع تغییرات و توسعه سازمانی موثر می‌شود، از این رو سازمان توانایی بررسی و تصحیح خطاها را ندارد. بنابراین بدون بازخوردهای منفی، خطاها بیشتر شده و حتی شدیدتر می‌شوند. به دلیل آن که فعالیت‌های اصلاحی در زمان ضرورت انجام نمی‌گیرند پس می‌توان گفت موضوع سکوت سازمانی و یافتن راه‌های رفع آن از اهمیت شایانی در مباحث سازمانی معاصر برخوردار است و توجه جدی مدیران سازمان را می‌طلبد.

جو سکوت می‌تواند بر توانایی سازمان در جهت کشف خطاها و یادگیری تاثیر بگذارد. بنابراین، اثربخشی سازمانی به طور منفی تحت تاثیر قرار می‌گیرد. سکوت کارکنان همچنین می‌تواند ایجاد کننده استرس، بدبینی، عدم رضایت و عقب نشینی در کارکنان گردد.

از آنجا که رفتار سازمانی نوین با پیچیدگی‌هایی روزافزون مواجه است، آشنایی بیشتر مدیران و کارکنان سازمان‌ها با این پیچیدگی‌ها و شناختن راه‌های مناسب برای مقابله با آنها ضروری است. باید توجه داشت که محیط همواره با بی‌رحمی تمام در میان رقبای موجود در یک زمینه کاری خاص، دست به گزینش می‌زند و مواردی که نتوانند به خواسته‌های محیطی پاسخ بهتری بدهند و اعتماد محیط کاری خود را جلب نمایند حکم خروج را از چرخه رقابت امضا می‌کنند.

در بسیاری از سازمان‌های معاصر، کارکنان از ارائه نظرات و نگرانی‌هایشان در مورد مشکلات سازمانی امتناع می‌ورزند که این پدیده جمعی سازمانی را سکوت سازمانی می‌نامیم و شایسته است که مورد توجه جدی محققان قرار گیرد.

زمانی که یک سیستم جو سکوت را تقویت می‌کند، دیدگاه‌ها، عقیده‌ها و ترجیحات متنوع و اهدافی که در سازمان وجود دارند احتمالاً مشوق اظهار نظر نخواهند بود؛ از این رو چنین سیستمی وارد فرآیندی می‌شود که نخواهد توانست اهداف خود را به طور مناسب تحقق ببخشد و به دنبال تلاش برای یادگیری از تجربیات نیست. در حقیقت چنین سیستمی در راهی گرفتار می‌گردد که اثرات منفی سکوت بر تصمیم‌گیری سازمانی و فرآیندهای تغییر در آن تقویت خواهد شد (عمادی، ۱۳۹۵: ۴۵).

انگیزه‌های سکوت و صدای سازمانی

۱- رفتار دیگر خواهانه؛ که اساس این رفتار همکاری است.

۲- رفتار خود حفاظتی؛ که اساس این رفتار مبتنی بر ترس است.

۳- رفتار عدم مشارکت؛ که اساس این رفتار کناره‌گیری است.

رفتار دیگر خواهانه باعث ایجاد نوعی سکوت به نام "نوع دوستانه" می‌گردد که سکوت به دلیل همکاری با سایرین است. رفتار خود حفاظتی سبب ایجاد "سکوت تدافعی" می‌شود که سکوت و نگفتن حقایق به دلیل ترس و حمایت از خود است. و در نهایت رفتار عدم مشارکت "سکوت مطیعانه" را ایجاد خواهد کرد که نوعی از سکوت به دلیل خودکارآمدی پایین است.

۲. پیشینه تجربی

علی یاسینی (۱۳۹۵) به بررسی ارتباط سکوت سازمانی و رفتاری شهروندی سازمانی در سازمانهای آموزشی شهر ایلام پرداختند، یافته‌ها حاکی از آن است که بین سکوت سازمانی و مؤلفه خصوصیات سازمان و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد،

همچنین بین سکوت سازمانی و مؤلفه خصوصیات سازمان و مؤلفه پذیرش عمومی از رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد و رابطه مؤلفه های خصوصیات شخصی با رفتار شهروندی سازمانی معنادار نبوده است. منجنسی (۲۰۱۵) به بررسی پیش بینی کننده ها و پیامدهای ترس و رفتار سکوت سازمانی پرداختند، نتایج نشان داد که جو سکوت سازمانی، رفتار سکوت کارکنان را شکل می دهد. ولی رفتار سکوت کارکنان فقط با استرس رابطه مثبت و معنادار دارد و هیچ ارتباطی میان رفتار سکوت کارکنان و رضایت شغلی پیدا نشد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع هدف به صورت کمی - توصیفی کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات از نوع پیمایشی می باشد. جامعه این مطالعه شامل کارشناسان، مدیران مترو در تهران (با مدرک لیسانس به بالا) می باشند که تعداد آنان ۲۹۰ نفر می باشد. با توجه به تعداد محدود جامعه، نمونه مورد مطالعه بر اساس جدول مورگان ۱۶۵ نفر بصورت تصادفی ساده (به دلیل همگنی اعضای جامعه) انتخاب می شوند و پرسشنامه میان این افراد توزیع می گردد. ابزار گردآوری داده پرسش نامه محقق ساخته دارای روایی و پایایی شامل دو بخش می باشد، بخش اول مربوط به مشخصات جمعیت شناختی شامل: جنس، سن، تحصیلات، سابقه فعالیت و بخش دوم مربوط به بررسی زیر شاخص ها بود. هر یک از زیر شاخص ها به عنوان متغیر مستقل و وابسته می باشد که بر اساس طیف لیکرت طراحی شده اند. در مطالعه حاضر برای تعیین نرمال بودن داده ها از نرم افزار spss و lisrel استفاده شده است. برای بررسی همبستگی بین متغیرها و هر کدام از ابعاد، مدل سازی معادلات ساختاری مورد استفاده قرار گرفته است.

یافته های پژوهش

ویژگی های جمعیت شناختی و زمینه ای (آمار توصیفی)

آمار توصیفی:

بر اساس نتایج بیشترین فراوانی معادل ۵۹,۷۵ درصد مربوط به افراد متأهل است، بیشترین فراوانی معادل ۸۷,۵ درصد مربوط به مردان است، اکثر پاسخ دهندگان در رده سنی ۴۰-۵۰ سال قرار دارند. درصد فراوانی تجمعی نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط به رده سنی لیسانس می باشد. حدود ۵۷,۵٪ از پاسخ دهندگان ۱۰-۱۵ سال سابقه فعالیت دارند.

آمار استنباطی

بررسی نرمال بودن داده ها

به جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده می شود. این آزمون در حالت تک نمونه ای به مقایسه تابع توزیع تجمعی مشاهده شده با تابع توزیع تجمعی مورد انتظار در یک متغیر در سطح سنجش ترتیبی می پردازد. به عبارت دیگر در این آزمون، توزیع یک صفت در یک نمونه با توزیعی که برای آن جامعه مفروض است را مورد مقایسه قرار می دهد. در تفسیر نتایج آزمون، چنانچه مقدار سطح معنی داری (Sig) از سطح احتمال خطا ($\alpha = 0.05$) بیشتر باشد، در آن صورت توزیع مورد نظر، توزیع نرمال است. اما چنانچه مقدار سطح معنی داری (Sig) از سطح احتمال خطا ($\alpha = 0.05$) کوچکتر باشد آنگاه توزیع فوق نرمال نخواهد بود.

جدول ۲- بررسی نرمال بودن توزیع داده ها با آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

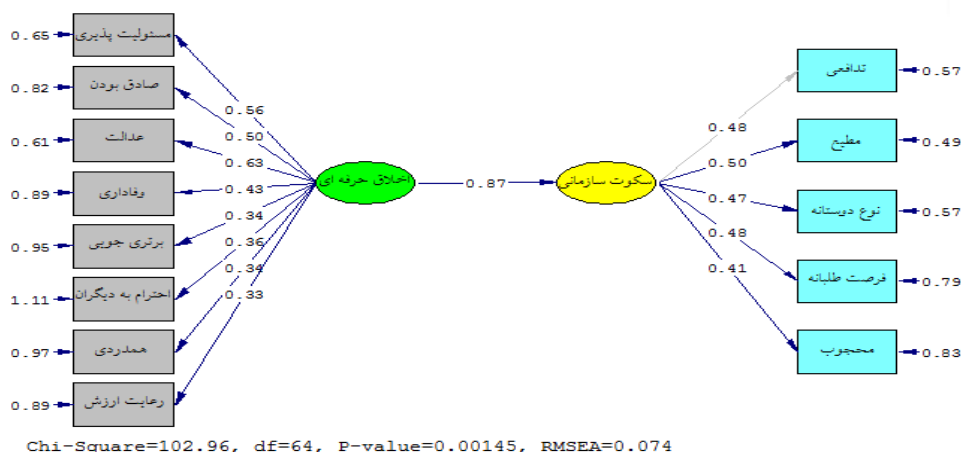
مقدار کولموگروف	Sig	سطح احتمال خطا	نتیجه
۱/۲۱۴	۰/۲۴۰	۰/۰۵	نرمال
۱/۴۱۸	۰/۲۱۷	۰/۰۵	نرمال
۱/۷۰۲	۰/۳۰۲	۰/۰۵	نرمال

سکوت مطیع	۱/۳۵۶	۰/۱۹۰	۰/۰۵	نرمال
سکوت نوع دوستانه	۱/۵۵۲	۰/۲۱۹	۰/۰۵	نرمال
سکوت فرصت طلبانه	۱/۲۸۱	۰/۴۲۸	۰/۰۵	نرمال
سکوت محجوب	۱/۳۹۱	۰/۱۲۸	۰/۰۵	نرمال
مسئولیت پذیری	۱/۳۹۷	۰/۳۴۶	۰/۰۵	نرمال
صادق بودن	۱/۶۳۰	۰/۱۵۵	۰/۰۵	نرمال
عدالت و انصاف	۱/۵۴۹	۰/۱۹۰	۰/۰۵	نرمال
وفاداری	۱/۵۱۱	۰/۲۱۱	۰/۰۵	نرمال
برتری جویی	۱/۶۲۱	۰/۴۳۹	۰/۰۵	نرمال
احترام به دیگران	۱/۳۶۰	۰/۳۲۷	۰/۰۵	نرمال
همدردی	۱/۴۹۴	۰/۲۴۳	۰/۰۵	نرمال
رعایت ارزش و هنجارها	۱/۵۵۸	۰/۱۶۲	۰/۰۵	نرمال

در جدول فوق با توجه به مقدار آماره اسمیرنوف کلموگروف حاصل شده همچنین مقدار سطح معنی داری می توان استنباط نمود که توزیع مورد انتظار با توزیع مشاهده شده برای تمام متغیرها تفاوت معنی داری ندارد و بنابراین توزیع این متغیرها نرمال است. بنابراین می توان از آماره های پارامتریک برای آزمون فرضیه های تحقیق استفاده نمود.

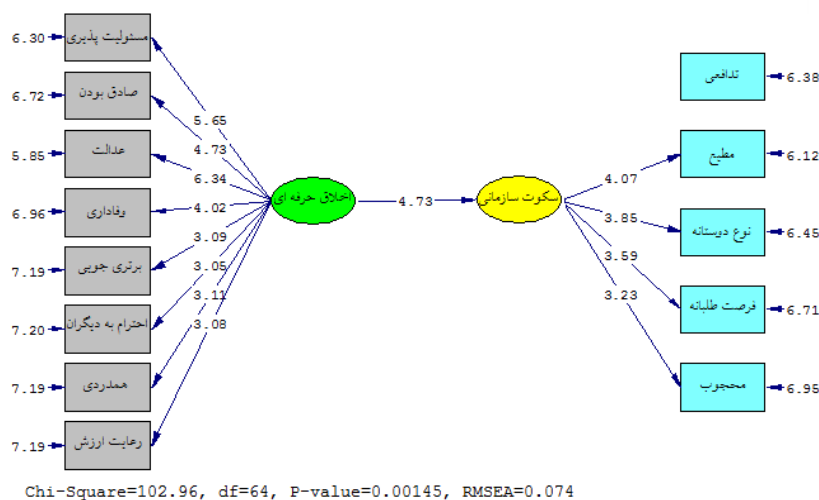
آزمون فرضیه ها با استفاده از روابط ساختاریافته خطی

پس از تعیین مدل های اندازه گیری به منظور ارزیابی مدل مفهومی تحقیق و همچنین اطمینان یافتن از وجود یا عدم وجود رابطه علی میان متغیرهای تحقیق و بررسی تناسب داده های مشاهده شده با مدل مفهومی تحقیق، فرضیه های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری نیز آزمون شدند. نتایج آزمون فرضیه ها در نمودار منعکس شده اند.



شکل ۲. اندازه گیری مدل کلی و نتایج فرضیه ها در حالت استاندارد

نمودار بالا مدل معادلات ساختاری تحقیق را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می دهد.



شکل ۳. اندازه گیری مدل کلی و نتایج فرضیه ها در حالت معنی داری

نمودار بالا مدل معادلات ساختاری تحقیق را در حالت معناداری ضرایب (t-value) نشان می دهد. این مدل در واقع تمامی معادلات اندازه گیری (بارهای عاملی) و معادلات ساختاری را با استفاده از آماره t، آزمون می کند. بر طبق این مدل، تمامی ضرایب مسیر و بارهای عاملی در حالت استاندارد در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می باشند. اگر مقدار آماره t خارج از بازه ۱/۹۶- تا ۱/۹۶+ قرار گیرد، مدل در حالت معناداری، نشان می دهد که تمامی بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هستند. مقادیر محاسبه شده t برای هر یک از بارهای عاملی هر نشانگر با سازه یا متغیر پنهان خود بالای ۱/۹۶ است. لذا می توان همسویی سوالات پرسشنامه برای اندازه گیری مفاهیم را در این مرحله معتبر نشان داد. در واقع نتایج جدول فوق نشان می دهد آنچه محقق توسط سوالات پرسشنامه قصد سنجش آنها را داشته است توسط این ابزار محقق شده است. لذا روابط بین سازه ها یا متغیرهای پنهان قابل استناد است. برای آنکه نشان دهیم این مقادیر به دست آمده تا چه حد با واقعیت های موجود در مدل تطابق دارد باید شاخص های برازش مورد مطالعه قرار گیرد.

تفسیر و تعبیر مدل

جدول ۳. تفسیر و تعبیر مدل معادلات ساختاری

نام شاخص	برآوردهای مدل اصلی	حد مجاز
(کای دو بر درجه‌ی آزادی)	1.608	کمتر از ۳
GFI (نیکویی برازش)	0.96	بالا تر از ۰/۹
RMSEA (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)	0.074	کمتر از ۰/۰۹
CFI (برازندگی تعدیل یافته)	0.96	بالا تر از ۰/۹
NFI (برازندگی نرم شده)	0.92	بالا تر از ۰/۹
NNFI (برازندگی نرم نشده)	0.93	بالا تر از ۰/۹
IFI (برازندگی فزاینده)	0.95	بالا تر از ۰/۹

به‌طور کلی در کار با برنامه لیزرل، هر یک از شاخص‌های به‌دست‌آمده برای مدل به‌تنهایی دلیل برازندگی مدل قطعیت وجود ندارد و در برخی منابع برای نسبت آماره کای دو به درجه آزادی‌اش، مقدار زیر ۳ قابل قبول است که در مدل این تحقیق این مقدار ۱,۶۰۸ محاسبه شده است. معیار GFI نشان دهنده اندازه‌ای از مقدار نسبی واریانس‌ها و کواریانس‌ها می باشد که توسط مدل تبیین می شود. این معیار بین صفر تا یک متغیر می باشند که هرچه به عدد یک نزدیکتر باشد، نیکویی برازش مدل با داده‌های مشاهده شده بیشتر است. مقدار GFI گزارش شده برای مدل مقدار ۰,۹۶ است. ریشه دوم میانگین مجذور پس‌ماندها یعنی تفاوت بین عناصر ماتریس مشاهده شده در گروه نمونه و عناصر ماتریس‌های برآورد یا پیش‌بینی شده با فرض درست بودن مدل مورد نظر است. برای بررسی اینکه یک مدل به خصوص در مقایسه با سایر مدل‌های ممکن، از لحاظ تبیین مجموعه‌ای از داده‌های مشاهده شده تا چه حد خوب عمل می‌کند از مقادیر شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)، شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI) و شاخص برازندگی تطبیقی استفاده شده است. مقادیر بالای ۰/۹ این شاخص‌ها حاکی از برازش بسیار مناسب مدل طراحی شده در مقایسه با سایر مدل‌های ممکنه است. در نهایت برای بررسی اینکه مدل مورد نظر چگونه برازندگی و صرفه جویی را با هم ترکیب می‌کند از شاخص بسیار توانمند ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA استفاده شده است. شاخص RMSEA، ریشه میانگین مجذورات تقریب می باشد. در این پژوهش برای مدل تحقیق (۰,۰۷۴) برآورد شده است. همانطور که مشخصه‌های برازندگی در مدل و جدول فوق نشان می دهد، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سوالات با سازه‌های نظری است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس نتایج به دست آمده بر اساس مدلسازی معادلات ساختاری هر آنچه روابط اجتماعی مطلوب میان کارکنان مترو وجود داشته و شاخصه‌های اخلاقی بیشتری را کارکنان مد نظر قرار دهند سکوت سازمانی افزایش می یابد و اثرات مضر که از وجود مشکل و مخالفت می باشد کاهش می یابد و همواره پیامد عقاید و نگرش‌های مدیر مورد نظر کارکنان می باشد. بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

پیشنهاد مبتنی بر فرضیات:

- پیشنهاد مبتنی بر فرضیه اصلی: اخلاق حرفه ای با سکوت سازمانی دارای رابطه معنادار می باشد.
 - پیشنهاد می شود وظایف کاری با احتیاط و مراقبت کامل انجام داده شود.
 - پیشنهاد می شود سازمان کارکنانش را از مأموریت، اهداف، برنامه ها و پیشرفت هایش مطلع سازد.
 - پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی شماره ۱- اخلاق حرفه ای با سکوت تدافعی (خاموش) دارای رابطه معنادار می باشد.
 - پیشنهاد می شود تصمیم گیری هایتان از تعصب و جزم اندیشی به دور باشد.
 - پیشنهاد می شود سعی کنید در انجام وظایف کاریتان ابتکار عمل به خرج دهید.
 - پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی شماره ۲- اخلاق حرفه ای با سکوت مطیع (بی فایده) دارای رابطه معنادار می باشد.
 - پیشنهاد می شود در محیط کارتان صادقانه رفتار کنید.
 - پیشنهاد می شود در محیط کار نسبت به همکاران ایثار و گذشت داشته باشید.
 - پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی شماره ۳- اخلاق حرفه ای با سکوت نوع دوستانه دارای رابطه معنادار می باشد.
 - پیشنهاد می شود در سازمان ارتباطات و تبادل اطلاعات کاری بین کارکنان و مدیران عالی سازمان به نحو مناسبی باشد.
 - پیشنهاد می شود در سازمان در رابطه با تغییرات سازمانی اطلاع رسانی کافی صورت گیرد.
 - پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی شماره ۴- اخلاق حرفه ای با سکوت فرصت طلبانه دارای رابطه معنادار می باشد.
 - پیشنهاد می شود در پستی که هم اکنون مشغول هستید همواره برای کسب مرتبه و جایگاه بالاتر تلاش کنید.
 - پیشنهاد می شود در محیط کار و شغلی فعلی رقابت سالم داشته و از دیگران پیشی بگیرید.
 - پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی شماره ۵- اخلاق حرفه ای با سکوت محبوب دارای رابطه معنادار می باشد.
 - پیشنهاد می شود در اتفاقاتی که برای همکاران می افتد احساس مشترک داشته و همدردی داشته باشید.
 - پیشنهاد می شود اعتقادات و باورهای خود را در انجام کارها و فعالیت ها محترم شمرده و به مرحله عمل رسانید.
- پیشنهادهای برای مطالعات آتی
- پیشنهاد می گردد این مطالعه در دیگر جوامع انجام شود.
 - پیشنهاد می گردد در مطالعات آتی به بلوغ سازمانی و فرهنگ کارکنان نیز توجه شود.
 - پیشنهاد می شود به بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی با سکوت سازمانی پرداخته شود.
 - پیشنهاد می شود به بررسی تاثیر ارتباطات غیررسمی بر سکوت سازمانی پرداخته شود.
 - پیشنهاد می شود متغیر رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی متغیر میانجی قرار داده شوند و نتایج با نتایج مطالعه حاضر مقایسه شود.

فهرست منابع:

یاسینی، ع، (۱۳۹۵)، ارتباط سکوت سازمانی و رفتاری شهروندی سازمانی در سازمانهای آموزشی شهر ایلام، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی

croitor, e, (2014), Ethics of Responsibility? Some Postmodern Views, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 149, 5 September 2014, Pages 253-260

Dankoski, M. E., Bickel, J., & Gusic, M. E. (2014). Discussing the undiscussable with the powerful: why and how faculty must learn to counteract organizational silence. *Academic Medicine*, 89(12), 1610-1613.

Deniz, N., Noyan, A. & Ertosun, Ö. G. (۲۰۱۳). The relationship between employee silence and organizational commitment in a private healthcare company. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 70-77

KILIÇLAR A., ve M. Harbalıoğlu (2014). “Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Antalya’daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma.” *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6/1, 328-346.

Mengenci, C. (۲۰۱۵). Antecedents and Consequences of Organizational Fear and Silence Behavior: Evidence Service Sector from Turkey. *International Business Research*

Whiteside, D. B., & Barclay, L. J. (۲۰۱۳). Echoes of silence: employee silence as a mediator between overall justice and employee outcomes. *Journal of business ethics*, 660-669

yeung, s, (2014), Examining the Need of Ethics Course in China Hospitality Industry, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 144, 20 August 2014, Pages 212-217