

شناسایی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان (مطالعه موردی)

علی گلی^۱، علی خوزین^۲، مجید اشرفی^۳، آرش نادریان^۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان انجام شد. این مطالعه ترکیبی (کیفی و کمی) از نوع مقطعی بود. جامعه پژوهش در بخش کیفی ۳۰ نفر از خبرگان و در بخش کمی ۱۰۰ نفر از کارکنان حسابداری بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های محقق‌ساخته مسئولیت اجتماعی (۳۶ گوی‌های) و اخلاق حرفه‌ای (۷۲ گوی‌های) استفاده شد. روایی صوری و محتوایی ابزارها توسط متخصصان تأیید و پایایی پرسشنامه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای با روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۰ و ۰/۸۵ محاسبه شد. داده‌ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی به کمک نرم‌افزار SPSS-16 تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که مسئولیت اجتماعی دارای چهار مؤلفه توسعه مسئولیت، آگاهی جامعه نسبت به مسئولیت، افزایش تبلیغ برای مسئولیت و جلب اعتماد برای مسئولیت و اخلاق حرفه‌ای دارای شش مؤلفه مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، عدالت، تعهد کاری، صداقت و صبر و شکیبایی می‌باشد. نتایج حاکی از آن بود که مؤلفه توسعه مسئولیت بیشترین تأثیر را بر مسئولیت اجتماعی و مؤلفه مسئولیت‌پذیری بیشترین تأثیر را بر اخلاق حرفه‌ای داشتند. چهار مؤلفه مسئولیت اجتماعی توانستند ۷۲/۳۴ درصد از مسئولیت اجتماعی و شش مؤلفه اخلاق حرفه‌ای توانستند ۷۹/۸۰ درصد از اخلاق حرفه‌ای را تبیین کنند.

کلید واژه‌ها: مسئولیت اجتماعی، اخلاق حرفه‌ای، کارکنان.

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۶/۲

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۲/۱۰

۱- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

ali.goli1234@yahoo.com

۲- استادیار، گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول)

khozein@yahoo.com

۳- استادیار، گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

ashrafi@aliabadiu.ac.ir

۴- استادیار، گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

naderian@aliabadiu.ac.ir

مقدمه

نیروی انسانی متخصص و معهد نقش مهمی در بقای سازمان‌ها دارد؛ به نحوی که نیروی انسانی را مهمترین و اصلی‌ترین عامل توسعه جوامع معرفی می‌کنند. در سازمان‌های امروزی از کارکنان انتظار می‌رود تا علاوه بر ابتکار و نوآوری، علاقه‌مند و ملزم به انجام وظایف باشند (فرزانه، واعظی، مرادی و ملکی‌پور، ۱۳۹۳). در روزگار کنونی کمتر کسی می‌تواند با نگاه مکانیستی به مدیریت سازمان‌ها بنگرد، به‌ویژه در دهه‌ها اخیر و مخصوصاً ورود به هزاره سوم عواملی همچون آگاهی، اندیشه و آزادی‌های انسان‌گرایی و توجه به نقش نیروی انسانی در سازمان به طور فزاینده‌ای مورد تاکید قرار گرفته است. امروزه در پرتو تحولات اجتماعی و پیدایش تئوری‌های نوین مدیریت، ارزش‌های نوین جهانی مطرح شده است، لذا دیدگاه جهان‌شناختی و انسان‌شناختی مدیران تغییر یافته و جایگاه انسان نسبت به قبل اعتلا و ارتقا یافته است. در نتیجه سازمان‌های مختلف به دنبال تربیتی انسان‌هایی هستند که بتوانند در جامعه جهانی به دور از تعصب و کوتاه‌نگری زندگی کنند، به اخلاقیات و ارزش‌های متعالی معتقد باشند و به حقوق و آزادی دیگران احترام بگذارند (سرمدی و شالباف، ۱۳۸۶). امروزه بر نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای^۱ در سازمان‌ها تاکید می‌شود و متخصصان مدیریت اصول اخلاقی شایسته را در سازمان از پیش شرط‌های مدیریت موفق می‌دانند (قلاوندی و احمدیان، ۱۳۹۶). در فرهنگ معین اخلاق به معنی خلق و خوی‌ها، طبیعت باطنی، سرشت درونی و نیز به‌عنوان یکی از شعب حکمت عملی خوانده و افزوده شده است. اخلاق دانش بد و خوب خوی‌ها و تدبیر انسان است برای نفس خود یا یک شخص خاص. اخلاق دو مقوله درونی بودن و سروکار داشتن با ارزش‌ها در اخلاق نهفته است. اخلاق بیشتر امری اجتماعی است تا فردی و در واقع بستر مناسب اجتماعی است که شرایط رشد و توسعه اخلاقی خاص یا به عبارتی وابستگی و پایبندی به ارزشی خاص را فراهم می‌کند. بنابراین می‌توان گفت که مفهوم فلسفی اخلاق به این موضوع برمی‌گردد که چه رفتارهایی درست و چه رفتارهایی نادرست است و به تعبیر دیگر ارزش‌گذاری و سنجش درستی و یا نادرستی رفتارها و عملکردها می‌باشد (خجسته و احمدی، ۱۳۸۷). پس موفقیت سازمان‌ها در گرو ایجاد و به کارگیری اخلاق است. اخلاق به طور ساده و خلاصه شامل شناخت صحیح از

^۱. professional ethics

ناصحیح و بر اساس آن انجام صحیح و ترک ناصحیح می‌باشد (چوکپراجاکچت و سامریتفول^۱، ۲۰۱۸). اخلاق حرفه‌ای به چگونگی رفتار، ادب و عمل شخص هنگام انجام کار حرفه‌ای می‌پردازد. این کار می‌تواند مشاوره، پژوهش، تدریس، نویسندگی، طبابت یا هر شغل دیگری باشد. اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت اخلاق حرفه‌ای فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن تعیین ارزش‌های سازمان می‌باشد (نییکا^۲، ۲۰۰۹). اخلاق حرفه‌ای بیان‌کننده باورهای یک گروه حرفه‌ای در مورد این است که چه چیزی درست و مرتبط با استانداردهای همان حرفه است. هر یک از حرفه‌های مرتبط با انسان، حوزه‌ها و ابعاد مختلفی دارند که برخی مشترک و برخی دیگر مختص آن حرفه هستند. علی‌رغم این تفاوت به نظر می‌رسد اصول اساسی اخلاق حرفه‌ای در تمامی حرفه‌ها یکسان باشد (کیانی، نوایی‌نژاد و احمدی، ۱۳۸۷). اخلاق تعدیل‌کننده خواسته‌ها، تقویت‌کننده و پرورش‌دهنده بعد معنوی انسان، ضامن اجرای قوانین و حافظ ایمان انسان است و اخلاق حرفه‌ای عبارت است از بیان اصول، قواعد و قوانین اخلاقی که هر فرد به مقتضای شغلی که دارد باید آنها را رعایت کند (نیک‌پی و رسولی، ۱۳۹۴). بی‌توجهی سازمان‌ها به اخلاق حرفه‌ای و ضعف در رعایت آن در برخورد با نیروی انسانی سازمان و ذی‌نفعان می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان ایجاد کند و مشروعیت سازمان و اقدامات آن را مورد شک و شبهه قرار دهد (لیندر^۳، ۲۰۱۸). بخش بسیار مهمی از اخلاق در زندگی اجتماعی انسان‌ها، اخلاق حرفه‌ای است که به دلیل ارزشمندی و نقش‌آفرینی فراوان امروزه بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته و هر روز بر اهمیتش افزوده می‌شود. آن شاخه‌ای از اخلاق کاربردی که ما را با شئون و تکلیف‌های اخلاقی در حرفه‌ها آشنا می‌کند. به بیان دیگر رعایت اصول اخلاقی در رشته‌ها و حرفه‌های گوناگون به‌عنوان اخلاق حرفه‌ای که زیرمجموعه‌ای از اخلاق کاربردی است، شناخته می‌شود. همچنین برخی اخلاق حرفه‌ای را مجموعه‌ای از گزاره‌های اخلاقی، بایدها و نبایدهای موجود در یک حرفه و مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده می‌دانند که از سوی سازمان‌ها و مجامع حرفه‌ای مقرر می‌شود تا مطلوب‌ترین روابط ممکن را برای اعضای

1. Chokprajakchat & Sumretphol

2. Nyika

3. Linder

خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد (مؤمنی، ۱۳۹۴). کارکنان ترجیح می‌دهند که در سازمان‌های حرفه‌ای فعالیت کنند. چون یک محیط اخلاقی ناشی از حرفه‌ای بودن باعث کاهش عوامل ناخوشایند در کار گروهی و افزایش رضایت شغلی و روابط مناسب بین همکاران می‌شود. پس اخلاق حرفه‌ای بر نگرش کارکنان نسبت به شغل تأثیر مثبت دارد (یورن و ارناز^۱، ۲۰۱۴).

یکی دیگر از عوامل موفقیت سازمان‌ها، مسئولیت اجتماعی^۲ است. امروزه گسترش نظام شهرنشینی و پیچیده شدن هر چه بیشتر روابط در قالب نقش‌های متعدد باعث شده است تا مسئولیت‌پذیری اجتماعی به یک موضوع جامعه‌شناختی مهم تبدیل گردد. موضوعی که در حوزه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و زیستی قابل توجه و بررسی است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیانگر احساس و عملی است که افراد در چارچوب موقعیت‌های و نقش‌های خود به طور آگاهانه و آزادانه نسبت به امور گوناگون اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و غیره از خود بروز می‌دهند (طالبی و خوشبین، ۱۳۹۱). مسئولیت یا مسئولیت‌پذیری اشاره به حس وظیفه‌شناسی و پاسخگو و متعهد بودن اشاره دارد (هولدورف و گرینوالد^۳، ۲۰۱۸). مسئولیت‌پذیری به معنای افزایش مقاومت فرد در برابر شرایط است تا به جای پیروی از فشارهای بیرونی از الزامات درونی تبعیت کند (پوق، لوزان و الیت^۴، ۲۰۱۸). مشارکت در زندگی جمعی مستلزم پذیرش مسئولیت در قبال یکدیگر و فهم تنوع و تعدد باورها و ارزش‌ها و تحمل آنها می‌باشد (دمنتی و گروگولوا^۵، ۲۰۱۶). مسئولیت اجتماعی تعهد و مسئولیت‌مدیریت در قبال جامعه و افراد آن به هنگام تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای مدیریتی است. مدیران باید تصمیم‌گیری خود نسبت به مسائلی چون آموزش، محتوای آموزشی، شیوه آموزش، آلودگی محیط زیست، تبعیض، فقر، بیکاری، تورم و غیره از خود مسئولیت نشان دهند. آنها نباید صرفاً منابع سازمان خود را در نظر بگیرند. سازمان به‌عنوان یک زیرسیستم در قبال جامعه و آثاری که کار کردها و عملکردهای سازمانی بر جامعه و افراد آن باقی می‌گذارد، مسئولیت دارد (میرکمالی، ۱۳۸۲).

^۱. Yuren & Arnaz

^۲. social responsibility

^۳. Holdorf & Greenwald

^۴. Pugh, Luzon & Ellett

^۵. Dementiy & Grogoleva

مسئولیت‌پذیری امری ذاتی نیست، بلکه از طریق یادگیری و تجربه آموخته می‌شود و افراد مسئولیت‌پذیر قابل اعتماد و اطمینان هستند و نسبت به خود، دیگران و خدا احساس تعهد می‌کنند (امر، سولیمان، مولا^۱، ۲۰۱۶). مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل ویژگی‌هایی مانند رعایت قوانین و هنجارها، به تأخیر انداختن خواسته‌ها، تفکر قبل از عمل و سازماندهی و اولویت‌بندی تکالیف می‌باشد و باعث می‌شود که فرد این توانایی را کسب کند که به تفکرات و احساسات خود نظم بخشد و خود را مسئول انتخاب‌هایی که می‌کند و پیامدهای فردی و اجتماعی آنها بداند (رابینسون و ایلرت^۲، ۲۰۱۸). بر اساس رویکرد مسئولیت اجتماعی، مدیران علاوه بر آنکه باید منافع و حقوق سازمان خود را تأمین کنند، باید به‌عنوان یک امر اخلاقی در راه تأمین رفاه، آسایش، نیازها و علائم مردم جامعه نیز مشارکت داشته باشند. همچنین نباید تصمیمات و رفتارهای مدیریتی آنها منجر به وارد کردن خسارت، زیان و آسیب به جامعه و افراد آن شود. به طور مثال اگر مدیریت آموزشی نتواند برنامه‌های آموزش نیروی انسانی را بر اساس نیازهای جامعه طراحی کند سبب بیکاری، اتلاف نیروها و هدر دادن سرمایه‌های ملی می‌شود و در این صورت مدیر به مسئولیت اجتماعی خود عمل نکرده است (میرکمالی، ۱۳۸۲).

پژوهش‌هایی درباره مولفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای انجام شدند که در ادامه مهم‌ترین آن‌ها به طور خلاصه شرح داده می‌شوند. حییبی، وظیفه‌دوست و جعفری (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی با عنوان مولفه‌های ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی به این نتیجه رسیدند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای پنج مؤلفه بشردوستانه، اقتصادی، قانونی، اخلاقی و فناوری است. خیاط مقدم و طباطبایی‌نسب (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی درباره مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت گزارش کردند که اخلاق حرفه‌ای دارای مولفه‌های معنویت، درون‌شخصی (فردی)، برون‌شخصی (بین‌فردی)، درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بود. شریفیان و خلیلی (۱۳۹۴) ضمن پژوهشی درباره مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های ورزشی از دیدگاه دانشجویان به این نتیجه رسیدند که به‌ترتیب مسئولیت‌های قانونی، اخلاقی، اقتصادی و بشردوستانه دارای بیشترین تأثیر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بودند. حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان ارائه مولفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و

¹. Omer, Suliman & Moola

². Robnson & Eilert

وضعیت موجود آن در ایران گزارش کردند که مهمترین مولفه‌های بعد اجتماعی از نظر انتظارات ذی‌نفعان شامل اخلاق کسب و کار، فساد و رشوه‌خواری و مشارکت در توسعه جامعه می‌باشند. طالبی و خوشبین (۱۳۹۱) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که میزان مسئولیت‌پذیری جوانان در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، جامعه‌ای و فرهنگی متفاوت است؛ به طوری که مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان در حد متوسط و کمترین مسئولیت‌پذیری آنها در بعد سیاسی بود. ایمانی‌پور (۱۳۹۱) ضمن پژوهشی با عنوان اصول اخلاق حرفه‌ای در آموزش گزارش کرد که اصول توانمندسازی دانشجویان، ارتباط بی‌طرفانه با دانشجویان، رازداری، احترام به همکاران، احترام به موسسه، تسلط به محتوی، ارزشیابی معتبر دانشجویان و تسلط به اصول آموزشی از مهمترین اصول یا مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای در آموزش بودند. سرمدی و شالباف (۱۳۸۶) ضمن بررسی اخلاق حرفه‌ای در مدیریت کیفیت فراگیر گزارش کرد که مولفه‌های مهم اخلاق حرفه‌ای شامل صداقت و صراحت، حفظ حریم شخصی، رازداری و امانت، پایبندی به قراردادها و وفای به عهد هستند. مرزوقی، سابرامانیام، کوپر و دلاپورتاس^۱ (۲۰۱۷) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که مهمترین مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای شامل معنویت، نگرش مثبت، حمایت همکاران و حمایت مدیران بودند. در پژوهشی دیگر چام، شین، چوی و کیم^۲ (۲۰۱۳) گزارش کردند که مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای در کار شامل مسئولیت سرپرستی، داشتن کارهای چندگانه، ارائه گزارش عملکرد فرد توسط خودش، مرکز کنترل و محیط کار می‌باشد. در پژوهشی دیگر اورات^۳ (۲۰۰۹) گزارش کردند که مسئولیت اجتماعی دارای دو بعد اصول، ارزش و نگرش مدیریت و شاخص‌های عملکردی افشا می‌باشد. مولفه‌های بعد اجتماعی شامل حقوق بشر، رویه‌های کار، مشمولیت محصول و جامعه تعیین شد. بالا و یونگ^۴ (۲۰۰۸) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که مسئولیت اقتصادی مهمترین مسئولیت و مسئولیت بشردوستانه کم‌اهمیت‌ترین مسئولیت بود.

امروزه مسئولان سازمان‌ها معتقدند که منابع انسانی ارزشمندترین دارایی سازمان است. در نتیجه منابع انسانی مهمترین منبع راهبردی سازمان‌هاست و برنامه‌ریزی راهبردی در جهت جذب و

^۱ Marzuki, Subramaniam, Cooper & Dellaportas

^۲ Chum, Shin, Choi & Kim

^۳ Everaert

^۴ Bala & Yeung

نگهداری کارکنانی توانمند و متخصص از اولویت خاصی در سازمان‌ها برخوردار می‌باشد (ابوه و اجیبولاد^۱، ۲۰۱۷). بررسی‌ها حاکی از آن است که پژوهش‌هایی درباره مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای انجام شده است، اما پژوهش‌های اندکی با هدف شناسایی مولفه‌های آن‌ها انجام شده است. همچنین نتایج پژوهش‌هایی که با هدف شناسایی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای با هم متفاوت می‌باشد که در این پژوهش تلاش می‌شود بر اساس پیشینه مولفه‌های مؤثر در آنها به صورت منسجم اقدام به شناسایی مولفه‌های آن‌ها کرد. همچنین مدیران و کارکنان برای موفقیت سازمان باید از ویژگی مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای برخوردار باشند و برای بهبود ویژگی‌های مذکور ابتدا باید مولفه‌های آن‌ها را شناسایی و سپس اقدام به بهبود آنها کرد. در نتیجه پژوهش حاضر با هدف شناسایی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان انجام شد.

سؤالات تحقیق

- ۱- مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای چیست و رتبه‌بندی آنها چگونه است؟
- ۲- مولفه‌های مسئولیت اجتماعی چیست و رتبه‌بندی آنها چگونه است؟

روش تحقیق

این مطالعه ترکیبی (کیفی و کمی) از نوع مقطعی بود. جامعه پژوهش در بخش کیفی ۳۰ نفر از خبرگان و در بخش کمی ۱۰۰ نفر از کارکنان حسابداری بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در این روش نمونه‌گیری هدف انتخاب نمونه‌هایی است که دارای بیشترین اطلاعات باشند. ملاک‌های ورود به مطالعه در بخش کیفی شامل حداقل تحصیلات کارشناسی، برخورداری از سلامت جسمی، عدم مصرف داروهای روانپزشکی، تمایل جهت شرکت در پژوهش و عدم وقوع رخداد‌های تنش‌زا در سه ماه گذشته و ملاک‌های ورود به مطالعه در بخش کمی شامل حداقل تحصیلات کاردانی، برخورداری از سلامت جسمی، عدم مصرف داروهای روانپزشکی، تمایل جهت شرکت در پژوهش و عدم وقوع رخداد‌های تنش‌زا در سه ماه گذشته بود. همچنین ملاک‌های خروج از مطالعه در هر دو بخش کیفی و کمی شامل انصراف از ادامه همکاری و یا پاسخگویی نامناسب و تکمیل ناقص پرسشنامه‌ها بود. برای نمونه‌ها در هر دو بخش

^۱. Oboh & Ajibolade

کیفی و کمی اصل رازداری، محرمانه ماندن اطلاعات شخصی، اهمیت و ضرورت پژوهش و تحلیل داده‌ها به صورت کلی بیان و رضایت‌نامه شرکت آگاهانه در پژوهش از آنان اخذ شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از دو پرسشنامه محقق‌ساخته شامل مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای استفاده شد. برای تهیه پرسشنامه‌ها پس از مرور منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی، گفتگو با تعدادی از صاحب‌نظران در زمینه مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای و بررسی مدل‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای، مولفه‌های مهم هر یک شناسایی و فهرست شد و از پاسخگویان خواسته شد تا اهمیت آنها را ارزیابی کنند. برای مسئولیت اجتماعی ۳۶ گویه در چهار مؤلفه توسعه مسئولیت، آگاهی جامعه نسبت به مسئولیت، افزایش تبلیغ برای مسئولیت و جلب اعتماد برای مسئولیت (هر مؤلفه ۹ گویه) و برای اخلاق حرفه‌ای ۷۲ گویه در شش مؤلفه مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، عدالت، تعهد کاری، صداقت و صبر و شکیبایی (هر مؤلفه ۱۲ گویه) شناسایی شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها توسط متخصصان تأیید و پایایی پرسشنامه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای با روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۰ و ۰/۸۵ محاسبه شد. پس از تکمیل پرسشنامه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای توسط پاسخگویان، داده‌ها وارد رایانه و با روش تحلیل عاملی اکتشافی به کمک نرم‌افزار SPSS-16 تحلیل شدند.

یافته‌ها

پاسخگویان بخش کمی ۱۰۰ از کارکنان با میانگین سنی ۳۸/۶۱ سال بودند که ویژگی‌های دموگرافیک کارکنان به تفکیک وضعیت‌های تحصیلات و تأهل در جدول ۱ ارائه شد.

جدول ۱. ویژگی‌های دموگرافیک کارکنان به تفکیک وضعیت‌های تحصیلات و تأهل

متغیرها	سطح متغیرها	فراوانی	درصد فراوانی
تحصیلات	دیپلم	۱۵	۱۵٪
	کاردانی	۲۷	۲۷٪
	کارشناسی	۴۲	۴۲٪
تأهل	کارشناسی ارشد	۱۶	۱۶٪
	متأهل	۹۲	۹۲٪
	مجرد	۸	۸٪

بر اساس نتایج جدول ۱، تحصیلات ۱۵ نفر دیپلم (۱۵٪)، ۲۷ نفر کاردانی (۲۷٪)، ۴۲ نفر کارشناسی (۴۲٪) و ۱۶ نفر کارشناسی ارشد (۱۶٪) بود. همچنین از میان کارکنان ۹۲ نفر متأهل

(۹۲٪) و ۸ نفر مجرد (۸٪) بودند. برای بررسی مناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی از ضریب KMO و آماره بارتلت استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شد.

جدول ۲. مقدار ضریب KMO و آزمون بارتلت

ضریب KMO	آماره بارتلت	معناداری
۰/۸۶۰	۴۹۵۲/۶۳۷	۰/۰۰۱

بر اساس نتایج جدول ۲، ضریب KMO برابر با ۰/۸۶۰ است و مقدار آماره بارتلت برابر با ۴۹۵۲/۶۳۷ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار می‌باشد. بنابراین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند. برای شناسایی مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای، تعداد گویه‌ها، بار عاملی، رتبه‌بندی آنها و درصد واریانس تبیین شده در کارکنان از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شد.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی برای شناسایی و رتبه‌بندی مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای، تعداد گویه‌ها و میزان بار عاملی آنها

و درصد واریانس تبیین شده در کارکنان

مولفه‌ها	تعداد گویه‌ها	بار عاملی	رتبه	درصد واریانس تبیین شده
مسئولیت‌پذیری	۱۲ گویه	۰/۷۸۵	اول	
پاسخگویی	۱۲ گویه	۰/۷۴۳	دوم	
عدالت	۱۲ گویه	۰/۷۲۰	سوم	۷۹/۸۰٪
تعهد کاری	۱۲ گویه	۰/۶۹۱	چهارم	
صداقت	۱۲ گویه	۰/۶۵۴	پنجم	
صبر و شکیبایی	۱۲ گویه	۰/۶۱۸	ششم	

بر اساس نتایج جدول ۳، اخلاق حرفه‌ای دارای شش مؤلفه مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، عدالت، تعهد کاری، صداقت و صبر و شکیبایی است که هر مؤلفه دارای ۱۲ گویه می‌باشد. همچنین مشخص شد که مؤلفه مسئولیت‌پذیری دارای بیشترین بار عاملی (۰/۷۸۵) و مؤلفه صبر و شکیبایی دارای کمترین بار عاملی (۰/۶۱۸) است و شش مؤلفه مذکور توانستند ۷۹/۸۰ درصد از کل تغییرات اخلاق حرفه‌ای کارکنان را تبیین کنند. برای شناسایی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی، تعداد گویه‌ها، بار عاملی، رتبه‌بندی آنها و درصد واریانس تبیین شده در کارکنان از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شد.

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی برای شناسایی و رتبه‌بندی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی، تعداد گویه‌ها و میزان بار عاملی آنها و درصد واریانس تبیین شده در کارکنان

مولفه‌ها	تعداد گویه‌ها	بار عاملی	رتبه	درصد واریانس تبیین شده
توسعه مسئولیت	۹ گویه	۰/۷۹۳	اول	
آگاهی جامعه نسبت به مسئولیت	۹ گویه	۰/۷۱۲	دوم	۷۲/۳۴٪
افزایش تبلیغ برای مسئولیت	۹ گویه	۰/۶۸۴	سوم	
جلب اعتماد برای مسئولیت	۹ گویه	۰/۵۷۹	چهارم	

بر اساس نتایج جدول ۴، مسئولیت اجتماعی دارای چهار مؤلفه توسعه مسئولیت، آگاهی جامعه نسبت به مسئولیت، افزایش تبلیغ برای مسئولیت و جلب اعتماد برای مسئولیت است که هر مؤلفه دارای ۹ گویه می‌باشد. همچنین مشخص شد که مؤلفه توسعه مسئولیت دارای بیشترین بار عاملی (۰/۷۹۳) و مؤلفه جلب اعتماد برای مسئولیت دارای کمترین بار عاملی (۰/۵۷۹) است و چهار مؤلفه مذکور توانستند ۷۲/۳۴ درصد از کل تغییرات مسئولیت اجتماعی کارکنان را تبیین کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

زیربنای هر سازمانی نیروی انسانی آن است و برای موفقیت سازمان‌ها باید از شایسته‌ترین افراد در مناسب‌ترین موقعیت‌های شغلی استفاده کرد و برای تحول سازمان، بهبود عملکرد و توسعه کارکنان آن باید به شایستگی کارکنان از جمله مدیران سازمان‌ها پرداخت (جوکار، فلاح و صفاریان، ۱۳۹۷). همچنین کارایی و توسعه هر سازمان تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی آن سازمان بستگی دارد و هر چقدر سازمان‌ها بزرگ‌تر باشند، مشکلات آن نیز بیشتر خواهد شد. در دنیای امروز نیروی انسانی کلید موفقیت سازمان‌ها است. زیرا گرداننده اصلی سازمان‌ها، انسان‌ها یا کارکنان آن سازمان‌ها می‌باشند (خدابنده، پورصادق و عسگری، ۱۳۹۷). امروزه بر نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها تاکید می‌شود و متخصصان مدیریت اصول اخلاقی شایسته را در سازمان از پیش شرط‌های مدیریت موفق می‌دانند (قلاوندی و احمدیان، ۱۳۹۶). مسئولان سازمان‌ها معتقدند که منابع انسانی ارزشمندترین دارایی سازمان است. در نتیجه منابع انسانی مهمترین منبع راهبردی سازمان‌هاست و برنامه‌ریزی راهبردی در جهت جذب و نگهداری کارکنانی توانمند و متخصص از اولویت خاصی در سازمان‌ها برخوردار می‌باشد (ابوه و اجیبولاد، ۲۰۱۷). در نتیجه پژوهش حاضر با هدف شناسایی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان انجام شد.

نتایج حاکی از آن بود که اخلاق حرفه‌ای کارکنان دارای شش مؤلفه مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، عدالت، تعهد کاری، صداقت و صبر و شکیبایی بود و به ترتیب بیشترین تأثیر را بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان داشتند و در مجموع چهار مؤلفه مذکور توانستند ۷۹/۸۰ درصد از تغییرات اخلاق حرفه‌ای کارکنان را تبیین کنند. نتایج این پژوهش از جهاتی با نتایج پژوهش‌های خیاط مقدم و طباطبایی‌نسب (۱۳۹۵)، ایمانی‌پور (۱۳۹۱)، سرمدی و شالباف (۱۳۸۶)، مرزوکی و همکاران (۲۰۱۷) و چام و همکاران (۲۰۱۳) همسو بود. برای مثال خیاط مقدم و طباطبایی‌نسب

(۱۳۹۵) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که اخلاق حرفه‌ای دارای مولفه‌های معنویت، درون‌شخصی (فردی)، برون‌شخصی (بین‌فردی)، درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بود. همچنین سرمدی و شالباف (۱۳۸۶) مولفه‌های مهم اخلاق حرفه‌ای را شامل صداقت و صراحت، حفظ حریم شخصی، رازداری و امانت، پایبندی به قراردادها و وفای به عهد معرفی کردند. در پژوهشی دیگر مرزوقی و همکاران (۲۰۱۷) مهم‌ترین مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای را شامل معنویت، نگرش مثبت، حمایت همکاران و حمایت مدیران معرفی کردند. یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های سازمان‌های کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌ها است تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغلی و حرفه خود را رعایت کنند. اخلاق حرفه‌ای علمی ارزشی است. به این معنا که دستورالعمل‌های اخلاقی در حرفه‌های گوناگون به نحوی به سوی تکامل و سعادت انسانی است و با خواسته‌های متعالی انسان مرتبط می‌باشد. اعمال کدهای اخلاقی در یک سازمان علاوه بر نتایج مثبت مادی و اجتماعی که به دنبال دارد، به منظور حفظ حرمت و هویت انسانی و تقویت آن جهت تکامل بشر به کار گرفته می‌شود و از سوی دیگر ارزشی بودن اخلاق حرفه‌ای موجب تعادل و توافق دو بعد مادری و غیرمادی انسان می‌گردد. بنابراین اخلاق حرفه‌ای علاوه بر بایدها و نبایدهای ارتباطی که مطرح می‌سازد و اهداف سازمانی را دنبال می‌نماید به ایجاد حریم امن انسانی و تقویت انسانیت و اخلاق متعالی انسانی همت می‌گمارد. در دنیای رقابتی امروز که ضداارزش‌های سابق به صورت خواسته یا ناخواسته تبدیل به ارزش و یا الاقل الزامی برای بقا شدند، رعایت اصول اخلاقی و حرفه‌ای تا حدودی سخت به نظر می‌رسد. گاهی اوقات میان منافع و اخلاق ناهماهنگی‌هایی پیش می‌آید و آنجا است که انتخاب یکی و یا ایجاد هماهنگی میان آنها نیاز به تصمیمات مهم دارد.

همچنین نتایج حاکی از آن بود که مسئولیت اجتماعی کارکنان دارای چهار مؤلفه توسعه مسئولیت، آگاهی جامعه نسبت به مسئولیت، افزایش تبلیغ برای مسئولیت و جلب اعتماد برای مسئولیت بود و به ترتیب بیشترین تأثیر را بر مسئولیت اجتماعی کارکنان داشتند و در مجموع چهار مؤلفه مذکور توانستند ۷۲/۳۴ درصد از تغییرات مسئولیت اجتماعی کارکنان را تبیین کنند. نتایج این پژوهش از جهاتی با نتایج پژوهش‌های حبیبی و همکاران (۱۳۹۵)، شریفیان و خلیلی (۱۳۹۴)، حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۲)، طالبی و خوشبین (۱۳۹۱)، اورات (۲۰۰۹) و بالا و

یونگ (۲۰۰۸) همسو بود. برای مثال حبیبی و همکاران (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای پنج مؤلفه بشردوستانه، اقتصادی، قانونی، اخلاقی و فناوری بود. در پژوهشی دیگر اورات (۲۰۰۹) گزارش کرد که مسئولیت اجتماعی دارای دو بعد اصول، ارزش و نگرش مدیریت و شاخص‌های عملکردی افشا می‌باشد. همچنین مولفه‌های بعد اجتماعی شامل حقوق بشر، رویه‌های کار، مشمولیت محصول و جامعه تعیین شد. مسئولیت یا مسئولیت‌پذیری به تعهد، وظیفه و تعلق افراد و گروه‌ها اشاره دارد و مورد توجه محققان علوم اجتماعی می‌باشد. به نظر بسیاری از جامعه‌شناسان از مسائل جوامع مدرن می‌توان به فردگرایی افراطی و کاهش اخلاق جمعی و اختلال در مسئولیت اشاره کرد. به نظر این رگوه مشارکت جمعی، احساس تعلق، تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی امروزه در چالش با نوع مخرب فردگرایی قرار گرفته است. به نظر می‌رسد اختلال در مسئولیت و تعهدات اجتماعی با محیط اقتصادی - اجتماعی پیوند جدی دارد. این مساله در اجتماعات با بافت‌های جمعیتی، اقتصادی، اجتماعی و قومی غیرمتجانس بیشتر نمود می‌یابد. همچنین چگونگی مسئولیت اجتماعی افراد تحت تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی قرار دارد. با استفاده از مبانی نظری می‌توان گفت که چند عامل اساسی در این زمینه تأثیر تعیین‌کننده‌ای دارند که این عوامل شامل پایگاه اقتصادی - اجتماعی، قومیت، اعتماد اجتماعی، عام‌گرایی، دینداری و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی است. علاوه بر آن امروزه سازمان‌ها علاوه بر انجام وظایف سنتی خود به انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمانی نیز مکلف شده‌اند که هدف این فعالیت‌ها، پاسخگویی به انتظارات جامعه است. در این دوران مدیریت مؤثر مدیریتی است که از محدوده اندیشه سازمان خود را رها ساخته و به جامعه و محیط‌های وسیع‌تری می‌اندیشد. چون که نه سازمان‌ها می‌توانند خود را از جامعه جدا کنند و نه جامعه می‌تواند بدون سازمان‌ها تداوم یابد. اساساً سازمان بر اساس یک خواسته اجتماعی بوجود می‌آید یا به تعبیر دیگر شکل‌گیری سازمان به خاطر وجود مشتریان است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر سازمان به درستی به این مسئولیت اجتماعی خود عمل نماید مشتریان خود را از دست می‌دهد. از همین روی جامعه از سازمان‌ها این انتظار را دارد که در زمینه‌های مختلف نسبت به مشتریان احساس مسئولیت کنند.

با توجه به نقش و اهمیت راهبردی اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی در موفقیت سازمان پیشنهاد می‌شود تا مدیران ابعاد عمومی و همچنین ابعاد اختصاصی اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت

اجتماعی را در حین کار مورد تاکید قرار داده و خود به‌عنوان الگوی سایرین پیش‌قدم رعایت عملی آنها باشند. همچنین آموزش‌های ضمن خدمت نیز می‌تواند جهت آشنایی کارکنان با اصول و مبانی اخلاقی و اجتماعی در محیط کاری و گسترش اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی در سازمان مد نظر قرار گیرند. همچنین طراحی برنامه‌هایی برای تبیین و آموزش اصول اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی با هدف بهبود فرآورده‌های سازمانی پیشنهاد مناسبی می‌باشد. به‌عنوان آخرین پیشنهاد می‌توان به در نظر گرفتن مولفه‌های مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای برای استخدام کارکنان اشاره کرد. بدون شک استفاده از این راهکار می‌تواند در بهبود کیفیت خدمات و بالطبع موفقیت سازمان نقش مهمی داشته باشد.

منابع

- ایمانی پور، معصومه. (اصول اخلاق حرفه‌ای در آموزش. **مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی**، ۵(۶)، ۳۸-۲۵. جوکار، علی؛ فلاح، وحید و صفاریان، سعید. بررسی رابطه شایستگی مدیران با توسعه سازمانی (مطالعه موردی). **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، ۱۱(۱)، ۵۴-۴۱.
- حبیبی، نوید؛ وظیفه‌دوست، حسین و جعفری، پریش. (۱۳۹۵) مولفه‌های ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی. **فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی**، ۲۲(۲)، ۱۳۵-۱۲۵.
- حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت‌اله. (۱۳۹۲). ارائه مولفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران. **فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی**، ۱(۲)، ۲۳۴-۲۰۹.
- خجسته، حسن و احمدی، ظهیر. (۱۳۸۷). اصول اخلاق حرفه‌ای خبرنگاران و رسانه‌های ارتباط جمعی در مدیریت بحران (زلزله). **مجله پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)**، ۱۵(۵۶)، ۶۸-۴۷.
- خدابنده، سعید؛ پورصادق، ناصر و عسگری، ناصر. (۱۳۹۷). طراحی الگوی سکوت سازمانی مبتنی بر رویکرد نظریه‌پردازی داده‌بنیاد. **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، ۱۱(۱)، ۶۹-۵۵.
- خیاط مقدم، سعید و طباطبایی‌نسب، سیده‌مهديه. (۱۳۹۵). مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت. **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**، ۱۱(۱)، ۱۳۶-۱۲۷.
- سرمدی، محمدرضا و شالباف، عذرا. (۱۳۸۶). اخلاق حرفه‌ای در مدیریت کیفیت فراگیر. **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**، ۲(۳ و ۴)، ۱۱۰-۹۹.
- شریفیان، اسماعیل و خلیلی، سمیه. (۱۳۹۴). مقایسه مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های ورزشی از دیدگاه دانشجویان تربیت بدنی. **پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی**، ۱۱(۲۲)، ۴۸-۳۹.
- طالبی، ابوتراب و خوشبین، یوسف. (۱۳۹۱). مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان. **فصلنامه علوم اجتماعی**، ۵۹، ۲۴۰-۲۰۷.

فرزانه، محمد؛ واعظی، مظفرالدین؛ مرادی، کیوان و ملکی پور، احمد. (۱۳۹۳). بررسی رابطه صلاحیت‌های حرفه‌ای با دل‌بستگی شغلی معلمان مقطع متوسطه شهرستان شیروان. **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، ۲۸(۲)، ۱۱۵-۱۳۷.

قلاوندی، حسن و احمدیان، زکریا. (۱۳۹۶). الگوی علی روابط اخلاق حرفه‌ای، سلامت سازمانی و کیفیت زندگی کاری در نظام آموزش عالی. **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، ۱۱(۴)، ۱۵۸-۱۴۳.

کیانی، اردشیر؛ نوابی‌نژاد، شکوه و احمدی، خدابخش. (۱۳۸۷). ویژگی‌های شخصیتی و رعایت اخلاق حرفه‌ای در مشاوران و روان‌شناسان. **مجله اندیشه و رفتار**، ۲(۸)، ۹۰-۷۶.

مؤمنی، ناصر. (۱۳۹۴). تحلیل نقش انسان‌شناسی در اخلاق حرفه‌ای. **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**، ۱۰(۴)، ۲۶-۱۷.

میرکمالی، سیدمحمد. (۱۳۸۲). اخلاق و مسئولیت اجتماعی در مدیریت آموزشی. **مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی**، ۳۳(۱)، ۲۲۱-۲۰۱.

نیک‌پی، ایرج و رسولی، سمانه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه اخلاق حرفه‌ای و رضایت از سیستم جبران خدمات بر کیفیت زندگی مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر خرم‌آباد. **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، ۲۹(۲)، ۱۱۸-۹۷.

- Bala, R., & Yeung, M. (2009). Chinese consumers perception of corporate social responsibility (CSR). **Journal of Business Ethics**, 88 119-132.
- Chokprajakchat, S., & Sumretphol, N. (2017). Implementation of the code of professional ethics for Thai civil servants. **Kasetsart Journal of Social Sciences**, 38(2), 129-135.
- Dementiy, L. I., & Grogoleva, O. Y. (2016). The structure of responsibility of preschool and primary school age children. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 233, 372-376.
- Everaert, P. (2009). **Discovering patterns in corporate social responsibility (CSR) reporting: A transparent framework based on the Global Reporting Initiative's (GRI) sustainability reporting guidelines**. WORKING PAPER, Faculty of Economics and Business Administration, Belgium: Ghent University.
- Holdorf, W. E., & Greenwald, J. M. (2018). Toward a taxonomy and unified construct of responsibility. **Personality and Individual Differences**, 132, 115-125.
- Linder, S. H. (2018). Resolving disputes among inter-professional codes of ethics. **Ethics, Medicine and Public Health**, 4, 27-33.
- Marzuki, M., Subramaniam, N., Cooper, B., & Dellaportas, S. (2017). Accounting academics' teaching self-efficacy - and ethics integration in accounting courses: A Malaysian study. **Asian Review of Accounting**, 25(1), 1-39.
- Nyika, A. (2009). Professional ethics: An overview from health research ethics point of view. **Acta Tropica**, 112(1), 84-90.
- Oboh, C. S., & Ajibolade, S. O. (2017). Strategic management accounting and decision making: A survey of the Nigerian Banks. **Future Business Journal**,

- 3(2), 119-137.
- Omer, T. A., Suliman, W. A., & Moola, S. (2016). Roles and responsibilities of nurse preceptors: Perception of preceptors and preceptees. **Nurse Education in Practice**, 16(1), 54-59.
- Pugh, K., Luzon, O., & Ellett, L. (2018). Responsibility beliefs and persecutory delusions. **Psychiatry Research**, 259, 340-344.
- Robinson, S., & Eilert, M. (2018). The role of message specificity in corporate social responsibility communication. **Journal of Business Research**, 90, 260-268.
- Yuren, T., & Arnaz, J. A. (2014). Professional ethics and employability in higher education policies in Mexico: An analysis of the discourse. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 139, 182-188.