

BEJ

مجله اخلاق زیستی

دوره دهم، شماره سی و پنجم، ۱۳۹۹

Journal Homepage: <http://journals.sbm.ac.ir/be>



مقاله پژوهشی

تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه

فرزاد رستمی^{*۱}، حسن قلاوندی^۲، شهلا اصلانی^۳

۱. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

۳. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: امروزه با توجه به پیچیدگی و رقابتی‌بودن محیط کار، سازمانی موفق است که نیروی کار متعهدتر و مسئولیت‌پذیرتری داشته باشد. در سازمان‌ها عواملی وجود دارد که باعث پاسخگویی بیشتر کارکنان در برابر وظیفه‌شان می‌شود که به این پدیده مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌گویند. با توجه به اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان یک متغیر بسیار مهم در سازمان‌ها، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی انجام گرفته است.

مواد و روش‌ها: این تحقیق از حیث هدف کاربردی و از حیث روش اجرا توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان دانشگاه ارومیه به تعداد ۶۰۰ نفر تشکیل داده که از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و با استفاده از جدول مورگان ۲۳۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌های آماری از پرسشنامه‌های اخلاق حرفه‌ای کادویر (۲۰۰۳ م)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۲۰۰۰ م) و جامعه‌پذیری سازمانی تائورمینا (۲۰۰۹ م) استفاده شده است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS 16 و روش‌های میانگین، انحراف استاندارد، ضریب همبستگی پیرسون، چولگی و کشیدگی و نرم‌افزار LISREL 8.80 تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد اخلاق حرفه‌ای به میزان ۰/۴۱ بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و به میزان ۰/۹۰ بر جامعه‌پذیری سازمانی اثر مستقیم دارد ($p \leq 0/01$). همچنین جامعه‌پذیری سازمانی به میزان ۰/۴۶ بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثر مستقیم دارد ($p \leq 0/01$) و اثر غیر مستقیم اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۰/۴۱ به دست آمده است ($p \leq 0/01$).

ملاحظات اخلاقی: مشارکت‌کنندگان پس از اطلاع از اهداف پژوهش، پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند. **نتیجه‌گیری:** بر اساس نتایج پژوهش، اخلاق حرفه‌ای و جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثر مستقیم دارند و می‌توان نتیجه گرفت که اخلاق حرفه‌ای و جامعه‌پذیری سازمانی از متغیرهای مهم و مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان اند.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۶/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۰/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۳/۰۳

واژگان کلیدی:

اخلاق حرفه‌ای

جامعه‌پذیری سازمانی

مسئولیت‌پذیری اجتماعی

کارکنان دانشگاه ارومیه

* نویسنده مسئول: فرزاد رستمی

آدرس پستی: ایران، ارومیه، دانشگاه ارومیه،

دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

تلفن: ۰۹۱۴ ۲۶۰ ۴۷۱۴

نمابر:

پست الکترونیک:

Rostami.farzad71@gmail.com

۱. مقدمه

امروزه سازمان‌ها در محیط پویا و رقابتی قرار گرفته‌اند که برای تداوم حیات و رقابت و پاسخگویی به نیازهای درونی و بیرونی به نیروی کار فعال، مسئولیت‌پذیر و متعهد نیازمندند (۱). بنابراین یکی از متغیرهایی که عامل محرک و استمرار حیات سازمان‌ها است، مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان می‌باشد. در این میان، سیستم دانشگاهی خود به عنوان یک سازمان، زیرمجموعه و جزء سیستم آموزش عالی و سیستم اجتماعی است (۲) که برای اینکه بتواند بقای خود را در این محیط پرمخاطره تحکیم بخشد، نیازمند ایجاد و گسترش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان کارکنان خود می‌باشد، چراکه رعایت این امر باعث دلگرمی درون سازمان و به تبع آن افزایش کیفیت و خدمات و در نهایت جلب رضایت ارباب رجوع و تثبیت بقای دانشگاه‌ها خواهد شد (۳). مفهوم مسئولیت‌پذیری نوعی احساس التزام به عمل، یا واکنش فردی در موقعیت‌های گوناگون، به دلیل تقید به سایرین در فرد ایجاد می‌کند. فرد مسئولیت‌پذیر کسی است که در قبال رفتار خودش پاسخگو باشد، یعنی مسئولیت سود و زیان وظیفه یا تکالیفی را که بر عهده گرفته است، بپذیرد (۴). رابرتسون و بارلینگ (Robertson & Barling) بیان می‌کنند که کارکنان در موفق‌شدن برنامه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان نقش اصلی را ایفا می‌کنند، زیرا کارکنان‌اند که راهبردها را ابداع می‌کنند، تصمیم می‌گیرند و برنامه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان را به اجرا می‌گذارند. در واقع نوع نگرش کارکنان درباره مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، مهم‌تر از برنامه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان است (۵). در صورتی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به درستی رعایت و اجرا شود، باعث ایجاد ارزشی ویژه برای سازمان می‌شود که نه فقط در ایجاد دیدگاهی مثبت نسبت به سازمان در میان ذی‌نفعان، بلکه باعث افزایش عملکرد شغلی و بهره‌وری کارکنان نیز می‌شود (۶). کاردبات و سروین (Cardebat &

Sirven) معتقدند که عدم توجه به مسئولیت اجتماعی باعث از بین رفتن ارزش‌های انسانی مثل محبت، عدالت، دوستی و سخاوت می‌شود. در واقع بقای بلندمدت در دنیای رقابتی نتیجه مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی می‌باشد (۷). سرعت و استیلای فراگیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، حوزه‌ای را متجلی ساخته است که دربرگیرنده موضوعات متعددی از قبیل توسعه پایدار، برابری اجتماعی و رشد پایدار سازمان می‌باشد. در همین راستا، اخلاقیات در سازمان‌ها نیز، زیربنای اساسی موفقیت و پیشرفت سازمان‌ها را تشکیل می‌دهد (۸). از نظر دمتریو و تراسو (Demetriou & Thrassou) شواهد بیانگر این امر است که بین اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان رابطه تنگاتنگی وجود دارد (۹). در این راستا، سازمان‌ها از یکسو خواهان موفقیت، بقا و حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب هستند و از سوی دیگر موفقیت‌شان را مرهون نحوه برقراری ارتباط و تعامل درست با محیط می‌دانند. موضوع اخلاق حرفه‌ای از همین تعامل سرچشمه می‌گیرد و ماهیت آن به چگونگی سامان‌دهی رفتار ارتباطی سازمان به عنوان شخصیتی حقوقی با محیط برمی‌گردد (۱۰). داونپورت (Davenport) و همکاران بیان می‌کنند که رعایت اخلاقیات در سازمان‌های آموزشی یکی از عوامل اصلی عملکرد موفقیت‌آمیز در یک محیط رقابتی است (۱۱). در واقع موضوع اخلاق تشخیص خوب از بد است (۱۲). کادوزیر (Cadozier) درباره ویژگی‌های افراد برخوردار از اخلاق حرفه‌ای، این موارد را بیان می‌کند: «مسئولیت‌پذیری، برتری‌جویی و رفاقت‌طلبی، صادق بودن، احترام به دیگران، رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، عدالت و انصاف، همدردی با دیگران و وفاداری» (۱۳). مفهوم اخلاق حرفه‌ای به مجموعه‌ای از قوانین اخلاقی گفته می‌شود که از ماهیت حرفه یا شغل به دست می‌آید (۱۴). به عبارت دیگر، اخلاق حرفه‌ای به مسائل، اصول و ارزش‌های اخلاقی حاکم بر یک سازمان حرفه‌ای می‌پردازد

(۱۵). تداوم حیات سازمان‌ها از یکسو منوط به ارائه کیفیت خدمات بهتر و از سوی دیگر کسب اعتماد و اعتباری است که در گرو پایبندی کارکنان به اصول و موازین اخلاقی است. حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، قادر است به میزان چشم‌گیری سازمان را در جهت کاهش تنش‌ها و موفقیت در تحقق اثربخش اهداف یاری نماید و سازمان را پاسخگو سازد (۱۶). در واقع با توجه به نقش و فعالیت انسان‌ها در سازمان، خلأهایی در مورد اخلاق حرفه‌ای کارکنان احساس می‌شود که طرح‌ریزی در این زمینه می‌تواند بر فعالیت انسان‌ها تأثیر قابل توجهی داشته و باعث عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان شده و سازمان را به اهداف خود نزدیک‌تر سازد (۱۷). از نظر چوم (Chum) بی‌توجهی سازمان‌ها به اخلاق حرفه‌ای و ضعف در رعایت اصول اخلاقی در برخورد با نیروی انسانی سازمان و جامعه بیرونی، می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان ایجاد کند و مشروعیت سازمان و اقدامات آن را زیر سؤال ببرد (۱۸). در این خصوص مهم‌ترین دوره‌ای که فرد در آن با ارزش‌های مورد قبول سازمان خویش آشنا می‌شود، دوره اولیه ورود فرد به سازمان یا در واقع همان دوره آموزش بدو استخدام یا جامعه‌پذیری فردی است. در فرآیند جامعه‌پذیری، فرد دانش و اطلاعات و مهارت‌های لازم را برای ایفای نقش‌های سازمانی را یاد می‌گیرد. در واقع فرآیند سازگاری دوجانبه بین سازمان و کارکنان جدید اتفاق می‌افتد (۱۹). جامعه‌پذیری نیروی تازه استخدام‌شده برای سازمان اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا تأثیرات پذیرفته‌شده در چند ماه اول بر رفتار و عملکرد کارکنان ماندگار خواهد بود (۲۰). در واقع افراد تازه وارد باید یاد بگیرند که چگونه محیط جدید را درک کنند و با آن سازگار باشند (۲۱). از نظر تائورمینا (Taormina) جامعه‌پذیری سازمانی به فرآیندی گفته می‌شود که به وسیله آن یک فرد به عنوان یک عضو ویژه سازمانی به یادگیری ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای مورد نیاز می‌پردازد تا به عنوان عضوی مسئول و توانا از جامعه سازمانی خود به ایفای نقش

بپردازد و زمینه بهره‌وری را به وجود آورند (۲۲). این نکته مهم باید در نظر گرفته شود که جامعه‌پذیری منحصر به کارکنان تازه وارد نیست، بلکه کارکنان سازمان بعد از هر دفعه تجدید ساختار یا تغییر شغل در داخل سازمان، احتیاج به جامعه‌پذیری دارند. اینکه کارمندان چگونه درباره تغییرات سازمانی و تغییرات شغل خویش آموزش ببینند، برای کاربردها و وضعیت‌های جدید آن‌ها الزامی است (۲۳). والکر (Walker) بر اساس مطالعات انجام‌شده بیان می‌کند کارکنانی که در سازمان‌ها نتوانند با فرآیندهای درون سازمانی، انطباق پیدا کنند و یا به تعبیری دیگر جامعه‌پذیری سازمانی در آن‌ها به صورت صحیح انجام نگیرد، در آن‌ها احساس وفاداری و تعهد به سازمان بوجود نمی‌آید که این خود منجر به عدم مسئولیت‌پذیری کارکنان در سازمان می‌شود که نتیجه آن عدم کارایی و اثربخشی فردی و در نهایت عدم پیشرفت و موفقیت سازمان است (۲۴). بنابراین وجود سطح بالای مسئولیت‌پذیری در بین کارکنان باعث برآورده شدن اهداف سازمان و نیازهای اعضای جامعه شده و همبستگی و انسجام اجتماعی را سبب می‌شود. به طور کلی اهمیت مطالعه مسئولیت‌پذیری کارکنان را می‌توان این‌گونه بیان کرد که مسئولیت‌پذیری اعضای سازمان را به کارکنان فعال تبدیل نموده، زیرا که عاملی مهم در به کارگیری انگیزه‌ها و توجه و حفظ کیفیت خاص کارکنان می‌باشد و سطح بالای رضایت شغلی و بهره‌وری در کارکنان باعث می‌شود (۲۵). با وجود طرح‌های مسئولیت‌پذیری مؤثر سازمان نیز، فرصت مناسب برای پیشرفت و استمرار توسعه و افزایش رقابت را به دست می‌آورد، چراکه در شرایط خاص کشور و مشکلات اقتصادی و اجتماعی متعدد آن بررسی و پژوهش از یکسو و ترغیب کارکنان به مسئولیت‌اجتماعی از طرف دیگر می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات فوق داشته باشد، زیرا که افراد در گروه و سازمان‌ها و مؤسسات مختلف جامعه خود را نسبت به رویدادها، اتفاقات و بحران‌های مختلف مسؤول دانسته و هر

یک در حدود مسئولیت و حیطه کاری خویش در حل بحران‌های فوق تلاش خواهند کرد (۲۶).

در رابطه با متغیرهای این پژوهش تحقیقاتی انجام شده است. طالبی و سیفی‌کمار در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که بین اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (۲۷). رحیمی گل زرد و غفاری در پژوهش خود نشان دادند که اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر دارد (۲). تابان، علی‌پور، ویسه و پناه نشان دادند که ارزش‌های اخلاقی، از طریق توسعه دامنه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان بر تعالی منابع انسانی تأثیر می‌گذارد (۸). علی‌زاده در پژوهش خود وجود رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تأیید کرد (۲۸). بوند (Bond) در تحقیق خود به رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت‌پذیری اشاره کرد (۲۹). لینگ (Ling) در پژوهش خود به این نتایج دست یافت که رهبری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان و عملکرد سازمانی تأثیرگذار است (۳۰). طاهری، داودی و جعفری نشان دادند که بین اخلاق حرفه‌ای و جامعه‌پذیری سازمانی رابطه مستقیمی وجود دارد (۳۱). اصلانی در پایان‌نامه خود نشان داد که اخلاق حرفه‌ای بر جامعه‌پذیری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد (۲۵). یالابیک (Yalabik) نشان داد که بین جامعه‌پذیری سازمانی با تعهد حرفه‌ای رابطه وجود دارد (۳۲). طبق نتایج پژوهش ناندا (Nanda) و همکاران افزایش جامعه‌پذیری با افزایش تعهد حرفه‌ای همراه است (۳۳). مرادی کردکندی در پژوهش خود، به معناداربودن رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی دست یافت (۳۴). حقیقتان و همکاران نشان دادند که بین جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارتباط وجود دارد (۲۶). رجبی فرجاد و اکرمی اثر مستقیم و مثبت جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان را تأیید کردند (۳۵). لاهورن (Lowhorn) در پژوهش خود به رابطه بین

جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان اشاره کرد (۳۶). میتوس (Mitus) در پژوهش خود نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان تأثیر دارد (۳۷).

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد وقتی که در سازمان‌ها مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها و دانش‌های مشترکی در میان کارکنان نهادینه می‌شود، این عامل منجر به توانمندسازی کارکنان می‌گردد و بر کسب و کار و فرآیندهای درون‌سازمانی و برون‌سازمانی تأثیرات چشم‌گیری می‌گذارد. مسئولیت‌پذیری یک ضرورت مهم می‌باشد که با بسیاری از شاخص‌ها و مؤلفه‌های سازمان‌ها در تعامل است و با تأثیرپذیرفتن از متغیرهای اجتماعی در فرآیند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد. کارکنان به عنوان چرخ‌دنده‌های سازمان که آن را به حرکت درمی‌آورند، اگر مسئولیت‌پذیر باشند، نسبت به اهداف سازمان تعهد داشته و تمام توان و تلاش خود را برای موفقیت و پیشبرد هرچه بیشتر اهداف سازمان صرف خواهند کرد. با توجه به رابطه مثبت و معنی‌دار بین اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و جامعه‌پذیری سازمانی، دانشگاه‌ها و مدیران بایستی برای ارتقای فردی و سازمانی توجه خاصی به این متغیرها داشته باشند و با رعایت کردن و مبنا قرار دادن استانداردها و اصول اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌هایشان بسترهای لازم را در جهت ارتقای مسئولیت‌پذیری و جامعه‌پذیری کارکنان به وجود آورند، زیرا که بی‌توجهی و غفلت از این عوامل مهم می‌تواند پیامدهای جبران‌ناپذیری برای سازمان به همراه داشته باشد، لذا با توجه به اهمیت این موضوع و عدم بررسی رابطه بین این متغیرها در دانشگاه ارومیه، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان با توجه به نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در بین کارکنان دانشگاه ارومیه چه تأثیری دارد؟

روش انتخاب نمونه تصادفی طبقه‌ای بود تا از هر دانشکده به تناسب حجم جامعه، نمونه انتخاب شود. برای جمع‌آوری اطلاعات از سه پرسشنامه زیر استفاده شد:

۱-۳. پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای: برای جمع‌آوری داده‌های اخلاق حرفه‌ای از پرسشنامه کادوزیر (۲۰۰۳ م.) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۱۶ گویه و هشت مؤلفه مسئولیت‌پذیری (۱-۲)، صادق بودن (۳-۴)، عدالت (۵-۶)، وفاداری (۷-۸)، رقابت (۹-۱۰)، احترام (۱۱-۱۲)، همدردی (۱۳-۱۴) و رعایت (۱۵-۱۶) می‌باشد. مقیاس نمره‌گذاری این پرسشنامه بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵ درجه‌بندی شده است. محمدی و همکاران (۳۸) پایایی این پرسشنامه را ۰/۸۳ گزارش کرده‌اند. در پژوهش حاضر مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی پرسشنامه برای مقیاس کل اخلاق حرفه‌ای ۰/۹۳ و برای ابعاد مسئولیت‌پذیری ۰/۸۴، صادق بودن ۰/۷۹، عدالت ۰/۸۳، وفاداری ۰/۹۱، رقابت ۰/۸۸، احترام ۰/۸۲، همدردی ۰/۹۳ و رعایت ۰/۹۱ به دست آمد.

۲-۳. پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی: برای جمع‌آوری داده‌های جامعه‌پذیری سازمانی از پرسشنامه تائورمینا (۲۰۰۹ م.) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۲۰ گویه و چهار مؤلفه آموزش (۱-۵)، تفاهم (۶-۱۰)، حمایت کارکنان (۱۱-۱۵) و چشم‌انداز آینده سازمان (۱۶-۲۰) می‌باشد. مقیاس نمره‌گذاری این پرسشنامه براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵ درجه‌بندی شده است. پایایی این پرسشنامه در تحقیقات مشابه داخلی از جمله احدی و همکاران (۳۹) ۰/۹۳ گزارش شده است. در پژوهش حاضر مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی پرسشنامه برای مقیاس کل جامعه‌پذیری سازمانی ۰/۹۲ و برای ابعاد آموزش ۰/۸۴، تفاهم ۰/۷۹، حمایت کارکنان ۰/۸۹ و چشم‌انداز آینده سازمان ۰/۸۶ به دست آمد.

۱-۱. مدل مفهومی پژوهش: شکل ۱ به عنوان مدل مفهومی تحقیق برای نشان دادن تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی طراحی شده است.

۲-۱. فرضیات پژوهش: بر مبنای مدل مفهومی تحقیق فرضیات زیر بررسی می‌شود:

- اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان دانشگاه ارومیه تأثیر مستقیم دارد.
- اخلاق حرفه‌ای بر جامعه‌پذیری سازمانی کارکنان دانشگاه ارومیه تأثیر مستقیم دارد.
- جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان دانشگاه ارومیه تأثیر مستقیم دارد.
- اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه تأثیر دارد.

۲. ملاحظات اخلاقی

پیش از توزیع پرسشنامه‌ها آزمودنی‌ها از موضوع و هدف پژوهش مطلع شدند و رضایت شفاهی آنان کسب شد. آن‌ها برای شرکت یا عدم شرکت در پژوهش کاملاً آزاد بودند و به ایشان اطمینان خاطر داده شد که اطلاعات خصوصی و شخصی‌شان محرمانه خواهد ماند.

۳. مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پژوهش در زمره پژوهش‌های همبستگی از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان دانشگاه ارومیه در سال ۹۹-۱۳۹۸ به تعداد ۶۰۰ نفر بود. بر اساس جدول مورگان نمونه مطلوب برای پژوهش ۲۳۴ نفر بود که با توجه به احتمال ریزش آزمودنی‌ها ۲۵۰ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شد و در نهایت ۲۴۲ پرسشنامه کامل جمع‌آوری گردید.

۳-۳. پرسشنامه مسؤولیت‌پذیری اجتماعی: برای

جمع‌آوری داده‌های جامعه‌پذیری سازمانی از پرسشنامه کارول (۲۰۰۰ م.) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۲۰ گویه و چهار مؤلفه قانونی (۱-۵)، اقتصادی (۶-۱۰)، اخلاقی (۱۱-۱۵) و اجتماعی (۱۶-۲۰) می‌باشد. مقیاس نمره‌گذاری این پرسشنامه بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵ درجه‌بندی شده است. در پژوهش رحیمی‌کلور و همکاران (۲) مقدار ضریب پایایی پرسشنامه ۰/۷۲ گزارش شده است. در پژوهش حاضر نیز مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی پرسشنامه برای مقیاس کل مسؤولیت‌پذیری اجتماعی ۰/۸۹ و برای ابعاد قانونی ۰/۸۲، اقتصادی ۰/۷۷، اخلاقی ۰/۸۹ و اجتماعی ۰/۹۱ به دست آمد.

برای سنجش روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از نظر سه نفر از اساتید حوزه مربوطه استفاده شد. همچنین روایی سازه با استفاده از تحلیل عامل تأییدی انجام گرفت. در این روش گویه‌هایی که بار عاملی کمتر از ۰/۵ دارند، حذف می‌شوند. در این تحلیل تمامی بارهای عاملی بیشتر از ۰/۵ می‌باشند. برای پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب پایایی کل پرسشنامه ۰/۹۱ است که نشان‌دهنده پایایی مطلوب پرسشنامه است. متغیرهای پژوهش و ضریب آلفای کرونباخ آن‌ها در جدول ۱ نشان داده می‌شود. در این مطالعه برای ارزیابی مدل فرضی، ابتدا با استفاده از روش بیشینه احتمال، به برآورد شاخص‌ها پرداخته شد. شاخص‌های برآورد شده شامل ضرایب اثر مستقیم، اثر غیر مستقیم و اثر کل می‌باشد. از ویژگی‌های تحلیل مسیر امکان مقایسه اثرات کل، مستقیم و غیر مستقیم متغیرها بر یکدیگر می‌باشد و با توجه به این ضرایب، تأیید یا عدم تأیید فرضیه‌های پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در نهایت مشخصه‌های برازندگی مدل و نمودار مدل برازش‌شده پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بر جامعه‌پذیری سازمانی و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی آورده می‌شود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آماره‌ها میانگین و انحراف

استاندارد و برای تعیین روابط بین متغیرهای پژوهش در قالب یک مدل علی بر اساس پیشینه نظری، از آزمون‌های استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر) با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS 16 و LISREL 8.80 استفاده شد.

۴. یافته‌ها

در این پژوهش تعداد ۲۳۴ نفر از کارکنان دانشگاه ارومیه مشارکت داشتند. نتایج یافته‌های توصیفی نشان داد که ۳۲/۹ درصد شرکت‌کنندگان زن (۷۷ نفر) و ۶۷/۱ درصد از شرکت‌کنندگان مرد (۱۵۷ نفر) بودند. ۸/۱۱ درصد (۱۹ نفر) دارای تحصیلات دیپلم، ۳۵/۴۷ درصد (۸۳ نفر) لیسانس، ۴۷/۸۶ درصد (۱۱۲ نفر) فوق‌لیسانس و ۸/۵۶ درصد (۲۰ نفر) دکتری بودند. از لحاظ سابقه خدمت حدود ۳۲/۰۶ درصد (۷۵ نفر) دارای سابقه ۵ تا ۱۵ سال، ۵۶/۴۱ درصد (۱۳۲ نفر) سابقه ۱۶ تا ۲۵ سال و ۱۱/۵۳ درصد (۲۷ نفر) سابقه ۲۵ سال به بالا را داشتند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در جدول ۲ آورده شده است. در به کارگیری روش آماری، ابتدا با استفاده از شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد به بررسی نحوه پراکندگی داده‌ها پرداخته و با استفاده از شاخص‌های چولگی و کشیدگی به بررسی نرمالیت‌بودن متغیرهای پژوهش پرداختیم که نتایج در جدول ۳ ارائه شده است. با توجه به نتایج دست‌آمده از جدول ۳، مقادیر به دست آمده از میانگین و انحراف استاندارد متغیرها، نشانگر پراکندگی مناسب داده‌ها و شاخص چولگی و کشیدگی حاکی از طبیعی بودن توزیع متغیرهای پژوهش می‌باشند و برای تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش از روش تحلیل مسیر استفاده شد.

برای پاسخگویی به سؤالات پژوهش، ماتریس همبستگی ترسیم می‌شود تا در صورت وجود معناداری بین متغیرها، به تعیین ضریب تأثیر آن‌ها بپردازیم. اطلاعات مربوط به همبستگی بین اخلاق حرفه‌ای بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی به همراه ابعادشان در جدول ۴ ارائه

برازش مناسب این شاخص‌ها می‌باشند. همچنین مجذور میانگین مربعات خطای تقریب (RMSEA)، در این پژوهش برابر با ۰/۰۷ می‌باشد که نشانگر مطلوبیت این مدل می‌باشد. در نهایت، شکل ۲، نمودار برازش‌شده مدل پژوهش و ضرایب آن را نشان می‌دهد.

۵. بحث

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه ارومیه انجام شد. نتایج تحلیل داده‌ها برای بررسی فرضیه اول پژوهش نشان داد که اخلاق حرفه‌ای بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثر مستقیم و مثبت دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های طالبی و سیفی‌کمار (۲۷)، رحیمی و همکاران (۲)، علی‌زاده (۲۸)، شاهین‌مهر و حسنی (۴۰)، مهاجران و شهودی (۴۱) و بوند (۲۹) مبنی بر رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی همسو است. در تبیین تأیید این رابطه می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای به عنوان یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن ایجاد ارزش‌های اخلاقی در سازمان است که این ارزش‌ها با ایجاد یک نگرش راهبردی، مسئولیت‌پذیر بودن کارکنان را در برابر همه عناصر محیطی اعم از داخلی و خارجی سازمان را به وجود می‌آورد که در موفقیت سازمان نقش مهمی دارد. این عامل با ایجاد جو و فضای مطلوب سازمانی، بر نوع نگرش، باور و رفتار کارکنان تأثیر می‌گذارد و زمینه را برای مسئولیت‌پذیری و پاسخگو بودن کارکنان فراهم می‌آورد. به عبارت دیگر زمانی که کارکنان خود را ملزم به رعایت اخلاقیات در سازمان بدانند، نه تنها در برابر مسئولیت و نقش‌شان، بلکه در برابر ارباب رجوع و مراجعان، خود را مسؤول می‌دانند. اخلاق حرفه‌ای مکانیسمی برای پاسخگو کردن کارکنان است تا در همه حال دین خود را به سازمان ادا کنند. بر این اساس می‌توان گفت که کارکنان

شده است. با توجه به نتایج نشان داده‌شده در جدول ۴ روشن می‌گردد که بین اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($p \leq 0/01$, $r = 0/89$)، بین جامعه‌پذیری سازمانی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ($p \leq 0/01$, $r = 0/92$) و بین اخلاق حرفه‌ای با جامعه‌پذیری سازمانی ($p \leq 0/01$, $r = 0/84$) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین در بین ابعاد، بیشترین همبستگی بین ابعاد عدالت و قانونی ($p \leq 0/01$, $r = 0/95$) و کمترین همبستگی بین ابعاد عدالت و حمایت ($p \leq 0/01$, $r = 0/70$) وجود دارد.

در این قسمت، الگوی مفهومی پیشنهادشده از طریق تحلیل مسیر به روش بیشینه احتمال آزمون شد. ضرایب استاندارد شده اثرات مستقیم، اثرات غیر مستقیم و اثرات کل متغیرها بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و جامعه‌پذیری سازمانی در جدول ۵ گزارش شده است. نتایج به دست‌آمده نشان می‌دهند، مؤلفه مسئولیت با میزان ۱/۲۷ دارای بیشترین و مؤلفه همدردی با میزان ۰/۹۵ دارای کمترین تأثیرات بر متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بوده‌اند. همچنین برای بررسی برازش الگو، از شاخص‌های برازشی که گیفن و همکاران (Gefen et, al) (۲۰۰۰ م.) پیشنهاد نموده‌اند، استفاده شد. این شاخص‌ها شامل موارد زیر هستند. شاخص نسبت مجذور خی به درجه آزادی ($X^2/d.f$) که مقادیر کمتر از ۳ قابل پذیرش هستند، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص نیکویی برازش (GFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۹ نشانگر برازش مناسب مدل هستند و شاخص تعدیل‌شده نیکویی برازش (AGFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۸۰ نشانگر برازش مناسب مدل هستند، مجذور میانگین مربعات خطای تقریب (RMSEA) که مقادیر کمتر از ۰/۰۸ نشانگر برازش مناسب مدل هستند. در اینجا با توجه به جدول ۶ مقدار شاخص نسبت مجذور خی به درجه آزادی ($X^2/d.f$) برابر با ۲/۰۲ است که در زیر ۳ قرار دارد. مقدار شاخص برازش تطبیقی (CFI)، برابر با ۰/۹۸ و مقدار شاخص نیکویی برازش (GFI)، برابر با ۰/۹۹ است که بالاتر از ۰/۹ می‌باشند که نشان‌دهنده

اخلاقی در برابر نقش و مسؤولیتی که بر عهده دارند، نوعی تعهد و الزام درونی در خود به وجود می‌آورند و به مشکلات سازمان توجه می‌کنند و با ابراز نظرهای درست و مسؤولانه به مدیران و در نهایت به موفقیت سازمان کمک می‌کنند. با توجه به آنچه گفته شد به مدیران توصیه می‌شود که جو اخلاقی مناسب و مطلوبی در سازمان به وجود آورند تا کارکنان در برابر انتظارات درونی و بیرونی سازمان خود را مسؤول بدانند و با تشویق کارکنان اخلاقی سایر کارکنان را به رعایت این مهم ترغیب کنند.

بررسی نتایج تحلیل داده‌ها برای بررسی فرضیه دوم نشان داد که اخلاق حرفه‌ای بر جامعه‌پذیری سازمانی تأثیر مثبت و مستقیمی دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های طاهری و همکاران (۳۱) و اصلانی (۲۵) مبنی بر رابطه بین اخلاق حرفه‌ای بر جامعه‌پذیری سازمانی همسو است. از آنجایی که اصول اخلاقی به صورت کل و اخلاق حرفه‌ای به صورت خاص، اکتسابی و قابلیت ارتقا دارد، با مد نظر قراردادن اصول اخلاقی در تدوین برنامه راهبردی سازمان و ایجاد فرصت‌های یادگیری و بالندگی با سازوکارهای جامعه‌پذیری و آموزش ضمن خدمت، می‌توان نسبت به انتقال ارزش‌های اخلاقی به کارکنان، به ویژه کارکنان تازه وارد اطمینان حاصل کرد. با در نظر گرفتن رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با جامعه‌پذیری سازمانی در بین سازمان‌های اخلاقی از جمله دانشگاه، اخلاق حرفه‌ای یکی از مهم‌ترین پدیده‌های قدرتمند سازمانی می‌باشد که می‌توان به وسیله آن جامعه‌پذیری را در وجود کارکنان (دانشگاه) نهادینه کرد. در واقع اخلاق حرفه‌ای کارکنان را ملزم به رعایت نوعی ارزش‌ها، هنجارها در سازمان می‌کند که با پذیرش این هنجارها زمینه لازم را جهت جامعه‌پذیری در سازمان اخلاقی فراهم می‌کند. جامعه‌پذیری عامل مهمی است که باعث می‌شود کارکنان، ارزش‌ها و هنجارها را در سازمان رعایت کرده و به عنوان عضوی از جامعه سازمانی پذیرفته شوند که منجر به دید مطلوب و مناسب کارکنان نسبت به

همدیگر و در نهایت بینش مثبت نسبت به سازمان و تلاش جهت رسیدن به اهداف آن می‌شود. در حقیقت جامعه‌پذیری یک امر اساسی در توانمندسازی کارکنان است که اصول و گزاره‌های اخلاقی در آن باید مد نظر قرار گیرد تا مطلوب‌ترین همنوایی و همسازی ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌ها بین فرد و سازمان به وجود آید. عدم توجه به جامعه‌پذیری بدون توجه به اصول اخلاقی بر نحوه کار و فعالیت کارکنان خصوصاً پرسنل جدید و تازه وارد تأثیر منفی و حیاتی می‌گذارد، زیرا نیروها و افرادی که به طور اخلاقی جامعه‌پذیر نشده‌اند، سطوح بالای از انتظارات برآورده‌نشده را از خود بروز می‌دهند که این امر در نهایت با نگرش‌ها و رفتارهای منفی مانند کم‌کاری و کوتاهی در انجام وظیفه همراه خواهد بود. به نظر می‌رسد هرچه معیارهای اخلاق حرفه‌ای در آموزش کارکنان رعایت شود، میزان پذیرش ارزش‌ها و جامعه‌پذیری مطلوب کارکنان در سازمان تضمین می‌شود. بنابراین به مدیران توصیه می‌شود که به تدوین آداب‌نامه، آیین‌نامه و منشور اخلاقی در سازمان اهتمام ورزند تا کارکنان از همان بدو ورود به سازمان اخلاق حرفه‌ای را در چارچوب وظایف خود بگنجانند و زمینه مناسب را جهت جامعه‌پذیری مناسب در کارکنان فراهم کنند.

بررسی نتایج تحلیل داده‌ها برای بررسی فرضیه سوم نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر مثبت و مستقیمی دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های مرادی (۳۴)، رجیبی و اکرمی (۳۵)، سلطانزاده و همکاران (۴۲)، حقیقیان و همکاران (۲۶)، پیتس (۴۳)، لاهورن (۳۶) و میتوس (۳۷) مبنی بر رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی همسو است. جامعه‌پذیری سازمانی پدیده‌ای است که بر رفتارها، باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و ادراکات کارکنان از سازمان تأثیر می‌گذارد و به نوعی کارکنان را ملزم به رعایت قوانین و مقررات در سازمان می‌کند و در نهایت باعث مسؤولیت‌پذیری کارکنان در برابر خواسته‌های درونی و بیرونی سازمان می‌شود. جامعه‌پذیری سازمانی

پدیده‌ای است که باعث می‌شود کارکنان در چارچوب مورد انتظار سازمان حرکت کرده و در راستای رسیدن به اهداف و موفقیت سازمان تلاش کنند. با افزایش میزان جامعه‌پذیری سازمانی، کارکنان خود را ملزم به انجام کار درست در سازمان می‌دانند که منجر به پاسخگویی و مسئولیت‌پذیر شدن کارکنان در سازمان می‌شود، به طوری که عدم وجود این مهم در کارکنان باعث عدم انگیزه شغلی، عدم تلاش، بهره‌وری پایین و در نهایت به ترک سازمان می‌انجامد. با توجه به هزینه و وقت‌گیر بودن جذب کارکنان جدید، سازمان‌ها باید با سازوکارهای مناسب همچون برگزاری دوره‌ها و آموزش‌های ضمن خدمت سعی در ایجاد و شکل‌گیری جامعه‌پذیری مطلوبی در کارکنان کنند. در واقع زمانی که سازمان بتواند با برنامه‌های درست، جامعه‌پذیری مطلوبی را در کارکنان ایجاد کند، می‌توان شاهد شکل‌گیری و افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کارکنان بود که در کل به بهبود گرایش‌های مثبت، احساس غرور، پاسخگویی و بازدهی بیشتر کارکنان می‌انجامد که این امر باعث می‌شود کارکنان در برابر مسائل و مشکلات سازمان حساسیت از خود نشان داده و با تلاش و همچنین بیان ایده‌ها و نظرهای خود به مدیران و در نهایت به موفقیت سازمان کمک کنند، لذا پیشنهاد می‌شود مدیران تلاش کنند با برگزاری دوره‌ها، کارگاه‌ها و سمینارها در ضمن خدمت، جامعه‌پذیری مطلوب و مناسبی در میان کارکنان شکل دهند تا زمینه را برای مسئولیت‌پذیری کارکنان فراهم آورند.

بررسی نتایج تحلیل داده‌ها برای بررسی فرضیه چهارم نشان داد که اخلاق حرفه‌ای از طریق جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر غیر مستقیم دارد. این نتیجه با توجه به تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر جامعه‌پذیری و همچنین تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی قابل توجیه و تبیین است.

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد زیر مطرح می‌گردد:

- با توجه به اینکه ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه بود، می‌توان از روش‌های دیگر جمع‌آوری اطلاعات خصوصاً ترکیب روش‌های کمی با کیفی استفاده کرد.
- جامعه آماری این تحقیق دانشگاه بوده است که می‌توان در سایر سازمان‌ها نیز این متغیرها بررسی شود.
- جهت افزایش میزان مسئولیت‌پذیری کارکنان، به مدیران توصیه می‌شود با ایجاد دوره‌های آموزش ضمن خدمت زمینه لازم را جهت جامعه‌پذیری مطلوب کارکنان فراهم نمایند.
- به مدیران توصیه می‌شود کارکنان اخلاقی در سازمان را شناسایی کنند و با تشویق آنان، رغبت سایر کارکنان را به رعایت این عامل مهم برانگیزانند.
- در این تحقیق محدودیت‌هایی تأثیرگذار بوده‌اند که از جمله آن‌ها:
- عدم احتمال پاسخگویی صادقانه و صحیح بعضی از افراد به دلیل وجود فضای محافظه‌کارانه در محیط‌های سازمانی و یا به دلیل عدم درک اهمیت ضرورت تحقیق.
- این مطالعه در یک بازه زمانی خاص انجام شده است و ممکن است با گذشت زمان متغیرهای دیگری بر این مطالعه تأثیر بگذارند.

۶. نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که اخلاق حرفه‌ای و جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثر مستقیم و معناداری دارد و از طرف دیگر جامعه‌پذیری سازمانی بین اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نقش میانجی دارد. همچنین بررسی شاخص‌های برازش مدل مفهومی این پژوهش بیانگر آن بود که مدل مفهومی پژوهش دارای برازش مطلوب و مناسبی است. با توجه به نتایج به دست آمده این امر واضح و مبرهن است که بی‌اعتنایی کارکنان به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و عدم جامعه‌پذیری سازمانی، به از بین رفتن سازمان می‌انجامد. در این رابطه، سازمان‌ها باید به تدوین

استراتژی اخلاقی و اخلاقی کردن فرایندهای درونی سازمان احساس نیاز کرده و با تلاش برای کشف و مرتفع کردن چالش‌های اخلاقی در سازمان، به آموزش اخلاق حرفه‌ای به عنوان عامل بستر ساز و مؤثر بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی و جامعه‌پذیری کارکنان توجه ویژه‌ای داشته باشند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که مدیران سازمان‌ها جهت افزایش میزان مسؤولیت‌پذیری کارکنان نسبت به راهکارهای لازم در زمان جذب کارکنان جدیدالورود و با برگزاری دوره‌های مناسب حین خدمت زمینه لازم را جهت افزایش میزان جامعه‌پذیری کارکنان ایجاد نمایند. همچنین با تأکید بر بعد اخلاق در سازمان و تشویق و ترغیب کارکنان اخلاقی مقدمات لازم را جهت ایجاد این مهم در سازمان فراهم نمایند.

۷. تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کارکنانی که در این پژوهش مشارکت داشتند، نهایت تقدیر و تشکر را دارند.

۸. سهم نویسندگان

تمامی بخش‌های مقاله شامل نگارش، تجزیه و تحلیل داده‌ها و آماده‌سازی مقاله توسط فرزاد رستمی، شهلا اصلانی و حسن قلاوندی به صورت مشترک انجام شده است.

۹. تضاد منافع

هیچ‌گونه تضاد منافی از سوی نویسندگان مقاله گزارش نگردید.

جدول ۱: وضعیت پایایی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
اخلاق حرفه‌ای	۱۶	۰/۹۴
جامعه‌پذیری سازمانی	۲۰	۰/۸۶
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۲۰	۰/۹۲
کل پرسشنامه	۵۶	۰/۹۱

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناسی شرکت‌کنندگان

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
سن	۲۰-۳۰	۶۱	تحصیلات	دیپلم	۱۹
	۳۱-۴۰	۸۹		لیسانس	۸۳
	۴۱-۵۰	۶۳		فوق لیسانس	۱۱۲
	بیشتر از ۵۰	۲۲		دکتری	۲۰
جنسیت	مرد	۱۵۷	سابقه	۱۵ تا ۵ سال	۷۵
	زن	۷۷		۲۵ تا ۱۶ سال	۱۳۲
۲۵ سال بالا	۲۷	۱۱/۵۳			

جدول ۳: میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

سازه	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشدگی
اخلاق حرفه‌ای	مسئولیت	۴/۲	۰/۵۲	-۱/۳۲	۱/۳۵
	صداقت	۴/۴	۰/۵۶	-۱/۹۳	۱/۷۱
	عدالت	۳/۶۰	۰/۵۲	-۱/۱۱	۱/۱۴
	وفاداری	۳/۹۶	۰/۶۸	-۱/۲۷	۱/۳۵
	برتری	۳/۹۰	۰/۶۶	-۱/۴۶	۱/۱۸
	احترام	۳/۹۰	۰/۶۹	-۱/۱۷	۱/۱۵
	همدردی	۴/۶	۰/۶۳	-۱/۹۸	۱/۹۴
	ارزش‌ها	۳/۹۹	۰/۵۹	-۱/۹۲	۱/۷۶
مسئولیت‌پذیری	قانونی	۳/۷۶	۰/۶۱	-۱/۹۶	۱/۸۳
	اقتصادی	۳/۸۹	۰/۶۳	-۱/۹۸	۱/۹۴
	اخلاقی	۳/۹۲	۰/۶۸	-۰/۹۸	۱/۱۲
	اجتماعی	۳/۹۷	۰/۶۹	-۱/۰۶	۱/۱۴

آموزش	۳/۹۰	۰/۶۶	-۱/۴۶	۱/۱۸
تفاهم	۳/۹۳	۰/۵۷	-۱/۸۹	۱/۵۴
حمایت	۱/۴	۰/۵۷	-۱/۸۳	۱/۷۷
چشم‌انداز	۳/۸۹	۰/۵۶	-۱/۷۸	۱/۹۱

جامعه‌پذیری

جدول ۴: ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

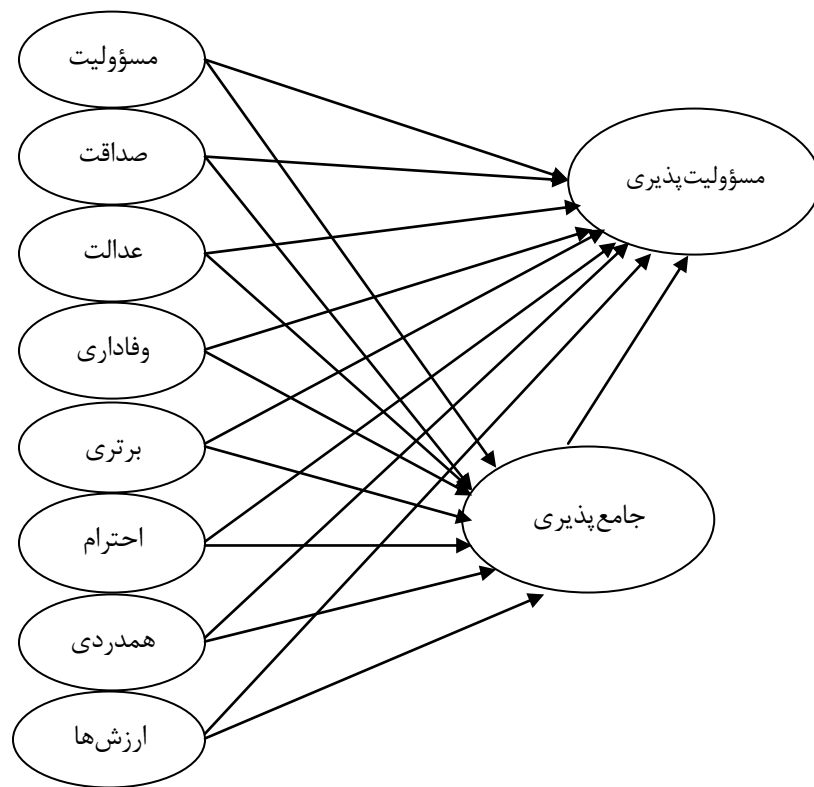
متغیر	۱. مسئولیت	۲. صداقت	۳. عدالت	۴. وفاداری	۵. برتری	۶. احترام	۷. همدردی	۸. ارزش‌ها	۹. اخلاق حرفه‌ای	۱۰. آموزش	۱۱. تفاهم	۱۲. حمایت	۱۳. چشم‌انداز	۱۴. جامعه‌پذیری	۱۵. قانونی	۱۶. اقتصادی	۱۷. اخلاقی	۱۸. اجتماعی	۱۹. مسئولیت‌پذیری
۱	۱																		
۲	۰/۸۴	۱																	
۳	۰/۷۷	۰/۸۰	۱																
۴	۰/۷۹	۰/۸۲	۰/۷۹	۱															
۵	۰/۸۴	۰/۸۷	۰/۸۳	۰/۸۲	۱														
۶	۰/۷۷	۰/۷۳	۰/۸۷	۰/۷۹	۰/۷۹	۱													
۷	۰/۸۹	۰/۸۱	۰/۸۵	۰/۷۶	۰/۷۵	۰/۷۷	۱												
۸	۰/۷۴	۰/۷۷	۰/۷۱	۰/۸۵	۰/۸۴	۰/۸۷	۰/۸۱	۱											
۹	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۹۲	۰/۹۴	۰/۸۹	۰/۸۸	۰/۹۲	۰/۸۷	۱										
۱۰	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۷۸	۰/۷۷	۰/۸۴	۰/۷۵	۰/۹۱	۰/۹۵	۰/۸۸	۱									
۱۱	۰/۸۶	۰/۷۸	۰/۸۳	۰/۸۸	۰/۸۱	۰/۸۹	۰/۷۴	۰/۸۲	۰/۸۹	۰/۸۰	۱								
۱۲	۰/۷۷	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۷۹	۰/۷۷	۰/۷۳	۰/۷۷	۰/۷۷	۰/۷۵	۰/۷۹	۰/۷۷	۱							
۱۳	۰/۸۳	۰/۷۶	۰/۸۱	۰/۸۸	۰/۸۷	۰/۸۴	۰/۸۹	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۷۹	۰/۹۲	۰/۸۹	۱						
۱۴	۰/۷۴	۰/۷۷	۰/۷۹	۰/۷۳	۰/۸۵	۰/۸۹	۰/۷۷	۰/۷۲	۰/۸۹	۰/۷۳	۰/۸۶	۰/۷۵	۰/۹۳	۱					
۱۵	۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۹۵	۰/۸۹	۰/۹۱	۰/۸۷	۰/۸۳	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۸۸	۰/۹۲	۰/۹۰	۱				
۱۶	۰/۸۹	۰/۸۷	۰/۸۷	۰/۸۳	۰/۸۹	۰/۷۳	۰/۷۹	۰/۷۵	۰/۷۹	۰/۹۰	۰/۷۹	۰/۷۷	۰/۸۷	۰/۸۸	۰/۸۹	۱			
۱۷	۰/۷۷	۰/۷۳	۰/۷۷	۰/۷۵	۰/۸۳	۰/۷۶	۰/۸۶	۰/۹۱	۰/۸۷	۰/۷۷	۰/۸۹	۰/۷۵	۰/۸۳	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۹۳	۱		
۱۸	۰/۷۷	۰/۸۷	۰/۸۱	۰/۸۶	۰/۸۸	۰/۷۹	۰/۸۱	۰/۸۸	۰/۷۸	۰/۷۷	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۷۷	۰/۷۳	۰/۸۳	۰/۸۱	۰/۸۹	۱	
۱۹	۰/۸۴	۰/۷۹	۰/۸۸	۰/۸۵	۰/۸۱	۰/۸۳	۰/۷۷	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۸۴	۰/۷۵	۰/۸۸	۰/۸۹	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۸۷	۰/۸۸	۰/۹۳	۱

جدول ۵: ضرایب استاندارد شده اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای مطالعه بر مسئولیت پذیری اجتماعی و جامعه پذیری سازمانی

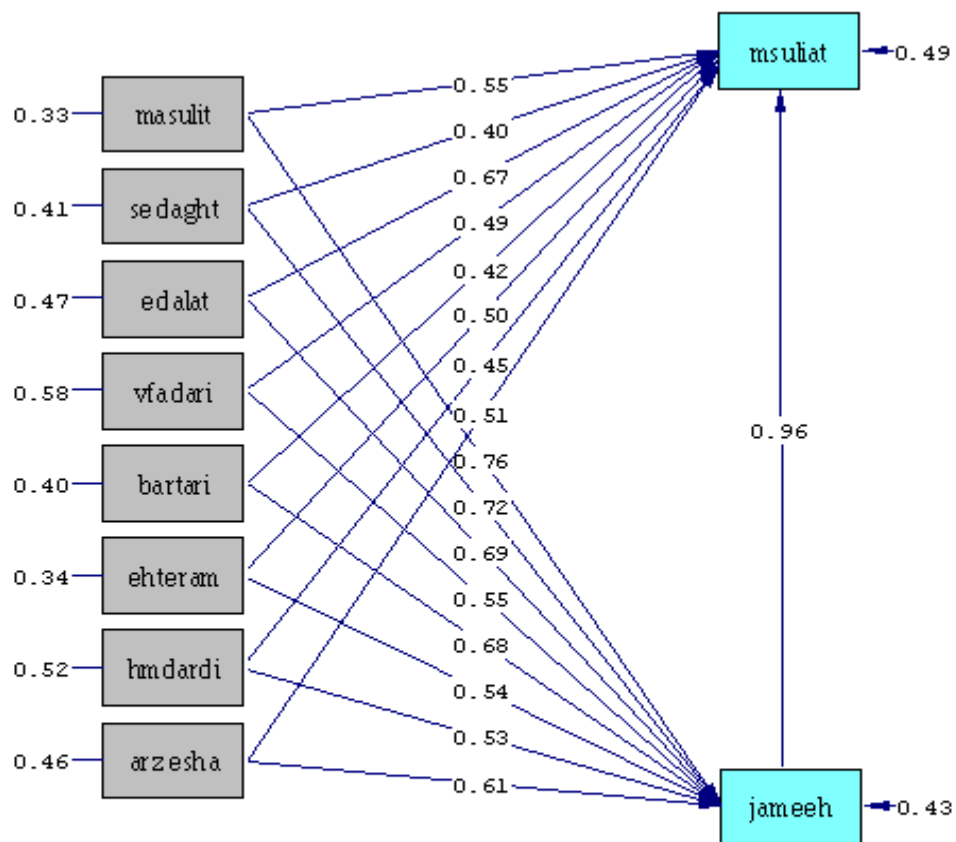
اثرات کل	اثرات غیر مستقیم	اثرات مستقیم	متغیرها
			بر مسئولیت پذیری اجتماعی از طریق
۱/۲۷	۰/۷۲	۰/۵۵	مسئولیت
۱/۰۹	۰/۶۹	۰/۴۰	صداقت
۱/۳۳	۰/۶۶	۰/۶۷	عدالت
۱/۰۱	۰/۵۲	۰/۴۹	وفاداری
۱/۰۷	۰/۶۵	۰/۴۲	برتری
۱/۰۱	۰/۵۱	۰/۵۰	احترام
۰/۹۵	۰/۵۰	۰/۴۵	همدردی
۱/۰۹	۰/۵۸	۰/۵۱	ارزش‌ها
۰/۹۶	-	۰/۹۶	جامعه‌پذیری سازمانی
اثرات کل	اثرات غیر مستقیم	اثرات مستقیم	بر جامعه‌پذیری سازمانی از طریق
۰/۷۶	-	۰/۷۶	صداقت
۰/۷۲	-	۰/۷۲	عدالت
۰/۶۹	-	۰/۶۹	وفاداری
۰/۵۵	-	۰/۵۵	برتری
۰/۶۸	-	۰/۶۸	احترام
۰/۵۴	-	۰/۵۴	همدردی
۰/۵۳	-	۰/۵۳	ارزش‌ها
۰/۶۱	-	۰/۶۱	صداقت

جدول ۶: مشخصه‌های نیکویی برازندگی مدل

مشخصه	برآورد
مجذور خی (X^2)	۱۹۲/۲۷
درجه آزادی (d.f)	۹۵
نسبت مجذور خی به درجه آزادی ($X^2/d.f$)	۲/۰۲
ارزش p	۰/۰۰
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹۸
شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۹
شاخص تعدیل شده نیکویی برازش (AGFI)	۰/۹۶
جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰۷



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



Chi-Square=192,27 df=95, P-value=0.00000, RMSEA=0.079

شکل ۲: نمودار برازش شده مدل پژوهش

References

- Schneider A, Church BK. The effect of auditors internal control opinions on loan decisions. *Journal of Accounting and Public Policy* 2008; 27(1): 1-18.
- Rahimi Klor H, Gol Zard A, Ghaffari Mojalaj H. Analysis of the Relationship of Work Conscience on Social Responsibility: The Mediating Role of Professional Ethics. *Ethics Quarterly in Science and Technology* 2018; 13(1): 100-107. [Persian]
- Kazemi S. Investigating the relationship between social capital and social responsibility with organizational socialization among Urmia University Staff. Master Thesis. Urmia: Urmia University; 2016. [Persian]
- Fazlollahi Ghomshi S, Afrasiabi N. The role of cultural Intelligence and Social Capital in Teachers Social responsibility. *Journal of Knowledge* 2018; 27(12): 47-57. [Persian]
- Robertson JL, Barling J. Greening Organizations through Leaders' influence on employees' pro-environmental behavior. *Journal of Organizational Behavior* 2012; 34(2): 176-194.
- Nasimi MA, Zare A. The Relationship between Organizational Social Responsibility Support and Employee Job Performance with the Role of Organization Identification and Customer Orientation. *Quarterly Journal of Human Management Development and Support* 2020; 15(55): 104-129. [Persian]
- Cardebat JM, Sirven N. What corporate social responsibility reporting adds to financial return? *Journal of Economics and International Finance* 2010; 2(2): 20-27.
- Taban M, Alipour R, Veyseh SM, Panah Y. The Impact of Moral Values and Social Responsibility on the Excellence of Human Resources. *Journal of Bioethics* 2018; 8(29): 19-30. [Persian]
- Demetriou M, Thrassou A, Papasolomou I. Beyond teaching CSR and ethics in tertiary education: the case of the University of Nicosia, Cyprus (EU). *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development* 2018; 14(1-2): 97-122.
- Rahmani H, Rajab Dori H. Investigating the Impact of Professional Ethics on Organizational Performance in Industrial Managers of Fars Province. *Value and Behavioral Accountant* 2018; 1(2): 53-76. [Persian]
- Davenport M, Thompson JR, Templeton NR. The Teaching of the Code of Ethics and Standard Practices for Texas Educator Preparation Programs. *NCPEA International Journal of Educational Leadership Preparation* 2015; 10(2): 82-95.
- Majzubi S, Sohrabi H, Shahoei R, Sohrabi M. Awareness of professional ethics in mid wifery. *Scientific Journal of Nursing, Midwifery and Paramedical Faculty* 2018; 3(4): 58-66. [Persian]
- Cadozier V. The moral profession: A study of moral development and professional ethics of faculty. *Journal of Education* 2002; 17(3): 22-39.
- Karami M, Qalavandi H, Qalaei A. The Relationship between Professional Ethics, Ethical Leadership and Social Responsibility in Schools. *Journal of School Management* 2017; 5(1): 93-112. [Persian]
- Naderi F, Ayati M, Khamesan A. The Role of Professional Competence and Ethics in Primary School Teachers' Attitude toward Personalization of Learning. *Journal of Bioethics* 2020; 10(35): 1-11. [Persian]
- Moeini Kia M, Kazemi S, Omidvar A, Deoband A. The Impact of Professional Ethics on Organizational Accountability with the Mediating Role of Teamwork. *Journal of Bioethics* 2019; 31(10): 36-45. [Persian]
- Poursadegh N, Bahavarnia V, Zolfaghari Zafarani R. Model of professional ethics development through identifying the factors affecting it. *Quarterly Journal of Human Resource Management in the Oil Industry* 2019; 10(40): 36-64. [Persian]
- Chum J, Shin Y, Choi JN, Kim MS. How does corporate ethics contribute to firm financial performance? The mediating role of collective organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Journal of Management* 2013; 39(4): 853-877.
- Askari A. The Relationship between Moral Intelligence and Meaning Intelligence with Organizational Commitment: The Mediating Variable Role of Organizational Socialization. *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology* 2019; 14(2): 66-73. [Persian]
- Bigliardi B, Petroni A. Organizational socialization, career aspirations and turnover intentions among design engineers. *Leadership and Organization Development Journal* 2005; 26(6): 424-441.

21. Mozaffari MM, Qelich M. Causal model of the relationship between professional commitment, organizational socialization and disclosure of secrets of Qazvin management students. *Iranian Journal of Social Development Studies* 2017; 9(3): 7-18. [Persian]
22. Taormina R. Organizational socialization: The missing link between employee needs and organizational culture. *Journal of Managerial Psychology* 2009; 24(7): 650-676.
23. Shabani A, Azarian M, Rajaeipour S, Dehghan Sefid Kooh M. Investigating the Relationship between Organizational Socialization and Job Performance of Librarians in Isfahan State University Libraries. *Journal of Library and Information Science* 2019; 9(2): 201-184. [Persian]
24. Walker M. Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness, and citizenship in sport. *Sport Management Review* 2010; 13(8): 198-210.
25. Aslani SH. Investigating the Impact of Organizational Socialization and Social Capital on Social Responsibility with the Mediating Role of Organizational Commitment and Professional Ethics among Urmia University Staff. Master Thesis. Urmia: Urmia University; 2017. [Persian]
26. Haghighatian M, Hashemian Far A, Moradi G. Investigating the Impact of Organizational Socialization on Employees' Social Responsibility (Case Study of Kermanshah Oil Company). *Quarterly Journal of Applied Sociology* 2013; 24(3): 71-96. [Persian]
27. Talebi B, Seifi Kumar Sofla A. The Relationship between Professional Ethics and Social Responsibility and Organizational Performance with the Mediating Role of Environmental Performance in the General Directorate of Economic Affairs and Finance of East Azerbaijan. *Quarterly Journal of Accounting and Management Perspective* 2019; 2(18): 81-79. [Persian]
28. Alizadeh S. Focal analysis of the relationship between the components of professional ethics and the dimensions of social responsibility. *Journal of Ethics in Science and Technology* 2019; 14(1): 117-123. [Persian]
29. Bond JW. Professional ethics and corporate social responsibility. *Journal of Process Safety and Environmental Protection* 2009; 87(3): 184-190.
30. Ling YH. Influence of corporate social responsibility on organizational performance. *Journal of Information and Knowledge Management Systems* 2019; 3(49): 327-352.
31. Taheri E, Mohammad Davoodi AH, Jafari P. The relationship between professional ethics and organizational socialization among the staff of the Deputy Minister of Education of the Ministry of Health, Treatment and Medical Education. *Journal of Medicine and Cultivation* 2017; 26(4): 258-271. [Persian]
32. Yalabik ZY. Organizational Socialization Approach to Mergers and Acquisition Integration: Helpfulness to Organizational Commitment. Ph.D. Thesis. Champaign County: University of Illinois; 2011.
33. Nanda FM, Arumega F, Andreas A. The relationship of Professional Commitment of Auditing Student and Anticipatory Socialization toward Whistleblowing Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 2016; 219: 507-512.
34. Moradi Kurd Kandy Z. The Relationship between Organizational Socialization and Social Responsibility of Secondary Teachers in Shahin Dej County. *Quarterly of Journal Ormazd* 2019; 49: 61-77. [Persian]
35. Rajabi Farjad H, Akrami M. Investigating the Relationship between Organizational Socialization and Social Responsibility (Case Study: Mashhad Municipality Cultural Organization Staff). *Scientific and Promotional Quarterly of Khorasan Cultural and Social Studies* 2018; 12(3): 87-118. [Persian]
36. Lowhorn GL. The effect of supportive organizational leadership organizational socialization, and satisfaction whit supervisionon turnover as mediated by organizational commitment and join satisfscction in factuality. Thesis Ph.D Education Management, Faculty, Departement of Business. Wirginia Beach: Regent University; 2009.
37. Mitus JS. Organizational Socialization from a Content Perspective and its Effect on the Affective Commitment of Newly Hired Rehabilitation Counselors. *Journal of Rehabilitation* 2006; 72(2): 12-20.
38. Mohammadi N, Siadat A, Rajaeipour S. Determining and Designing of the structural model of the relationship between organizational virtuousness and organizational justice with role of professional ethics among faculty board members and staffs of Payam Noor University in Khuzestan Province.

Quarterly Journal of Career Organizational Counseling 2019; 11(41): 79-108. [Persian]

39. Ahadi B, Seyed Ameri Mir H, Rasool Azar G. Perspectives of components of organizational socialization based on explaining the characteristics of servant leadership (Case study; General Directorate of Sports and Youth of West Azerbaijan Province). *Applied Research in Educational Management* 2019; 8(29): 33-43. [Persian]

40. Shahin Mehr B, Hassani M. Modeling the Relationships between Professional Ethics and Social Responsibility with Organizational Accountability. *Quarterly Journal of Ethics in Behavioral Sciences* 2015; 10(1): 39-29. [Persian]

41. Mohajeran B, shohudi M. Modeling the Relationship between Professional Ethics and Spirituality at Work with Social Responsibility among Nurses in Kermanshah Public Hospitals. *Quarterly Journal of Nursing Management* 2014; 3(3): 29-20. [Persian]

42. Sultanzadeh V, Qalavandi H, Seyed Abbaszadeh MM. Simple and Combined Relationships between Organizational Socialization and Social Responsibility among Urmia University Staff. *A New Approach in Educational Management* 2015; 6(1): 190-167. [Persian]

43. Pitts R. Organizational Socialization of physicians into a large medical group practice, Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy. Minneapolis: Walden University; 2010.

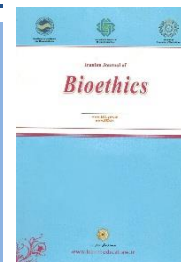


BEJ

Bioethics Journal

2020; 10(35): e22

Journal Homepage: <http://journals.sbm.ac.ir/en-be>



ORIGINAL RESEARCH

The Impact of Professional Ethics on Social Responsibility with the Mediating Role of Organizational Socialization among Urmia University Staff

Farzad Rostami^{1*}, Hasan Ghalavani², Shahla Aslani³

1. MSc, Faculty of Literature and Humanities, Urmia, Iran.

2. Associate Professor, Faculty of Literature and Humanities, Urmia, Iran.

3. MSc, Faculty of Literature and Humanities, Urmia, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article history:

Received: 10 September 2020

Accepted: 21 December 2020

Published online: 24 May 2021

Keywords:

Professional Ethics

Organizational Socialization

Social Responsibility

Urmia University Employees

ABSTRACT

Background and Aim: Today, due to the complexity and competitive nature of workplaces, a successful organization is one which has a more committed and responsible workforce. In organizations, there are factors that make employees more accountable, this phenomenon is called social responsibility. Given the importance of social responsibility as a very important variable in organizations; the purpose of this study is to investigate the effect of professional ethics on employees' social responsibility with the mediating role of organizational socialization.

Materials and Methods: This research is considered practical in terms of purpose and descriptive-procedural in terms of implementation method. The statistical population of the study consisted of all 600 employees of Urmia University. 234 people were selected as the sample using a stratified random sampling method and the morgan table. In order to collect statistical data, the standard professional ethics questionnaires Kadozir (2003), Social responsibility of Carol (2000) and the organizational socialization Taurmina (2009) were used. Data were analyzed using SPSS 16 software, mean methods, standard deviation, Pearson correlation coefficient, Skewness and stretching and LISREL 8.80 software.

Findings: The results of the research show that professional ethics has a direct effect of ($\beta=0.41$) on social responsibility and of ($\beta=0.90$, $P\leq 0.01$) on organizational socialization. Also, organizational socialization has a direct effect of ($\beta=0.46$, $P\leq 0.01$) on social responsibility and the indirect effect of professional ethics on social responsibility is ($\beta=0.41$, $P\leq 0.01$).

Ethical Considerations: Participants completed the questionnaires after being informed of the research objectives.

Conclusion: Based on the results of research, professional ethics and organizational socialization have a direct effect on social responsibility. Therefore, it can be concluded that professional ethics and organizational socialization may be taken into account as one of the important factors on social responsibility.

* Corresponding Author: Farzad Rostami

Address: Faculty of Literature and Humanities, Urmia, Iran.

Postal Box: 5719848375

Tel: 09142604714

Email: Rostami.farzad71@gmail.com

© Copyright (2018) Medical Ethics and Law Research Center, Shahid Beheshti University of Medical Sciences, Tehran, Iran.

Cite this article as: Rostami F, Ghalavani H, Aslani SH. The Impact of Professional Ethics on Social Responsibility with the Mediating Role of Organizational Socialization among Urmia University Staff. *Bioethics Journal* 2020; 10(35): e22.

This open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 License (CC BY-NC 4.0).