

## ارائه الگوی نقش اخلاق حرفه‌ای در ایجاد مزیت استراتژیک در نظام اداری

امید فرزین، دکتر روح الله سمیعی \*

گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۱۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۱۹)

مقاله پژوهشی

### چکیده

**زمینه:** نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت معطوف به آینده سازمان غیرقابل انکار است. دوری از اخلاق حرفه‌ای سازمان‌ها را سخت آسیب‌پذیر و متضرر می‌سازد و دستیابی به اخلاق حرفه‌ای موجب مزیت استراتژیک می‌شود. هدف از پژوهش حاضر ارائه الگوی نقش اخلاق حرفه‌ای در ایجاد مزیت استراتژیک در نظام اداری بخش عمومی می‌باشد.

**روش:** پژوهش حاضر از نوع آمیخته بود. در بخش کیفی جامعه شامل مدیران و معاونین ادارات سازمان امور مالیاتی استان‌های شمال کشور بود که از میان آنها ۲۰ نفر با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. تحلیل با استفاده از تکنیک دلفی فازی انجام شد. در بخش کمی از همان جامعه بخش کیفی تعداد ۱۶۵ نفر با روش تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پرسشنامه‌ها محقق ساخته بود. در نهایت داده‌ها با روش تحلیل عاملی و مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم افزار *PLS* مورد تحلیل قرار گرفتند.

**یافته‌ها:** یافته‌های تحقیق نشان داد که بین اخلاق حرفه‌ای و مزیت استراتژیک رابطه خطی معنی‌داری وجود دارد هرچه اخلاق حرفه‌ای بیشتر می‌شود مزیت استراتژیک بیشتر می‌شود. اخلاق حرفه‌ای با میانجیگری مدیریت دانش و مسئولیت اجتماعی، مزیت استراتژیک را در سازمان بیشتر می‌کند.

**نتیجه‌گیری:** بنابراین سازمان‌ها با رعایت کردن و مینا قراردادن استانداردها و اصول اخلاق حرفه‌ای سازمان در جهت ارتقای مسئولیت اجتماعی و مدیریت دانش، بسترهای لازم را فراهم نمایند. ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و مدیریت دانش با مزیت استراتژیک از طریق تدوین استراتژی‌های اجتماعی که بر فرصت‌ها، منابع و امکانات، مهارت‌ها و شایستگی‌های سازمانی اثر می‌گذارد و تأثیر می‌پذیرند، بیان می‌گردد. بقاء، موفقیت و در نتیجه مزیت استراتژیک آنها به قابلیت‌ها و شایستگی‌هایی بستگی دارد که یکی از این قابلیت‌های مهم سازمانی مدیریت دانش است.

**کلید واژگان:** اخلاق حرفه‌ای، مدیریت دانش، مسئولیت اجتماعی، مزیت استراتژیک، نظام اداری

### سر آغاز

اخلاق حرفه‌ای به معنای بایدها و نبایدهای ارزشی فلسفی و ملاک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار شخص نسبت به خود، دیگران و جامعه و همچنین مسئولیت تعهدی که شخص در حرفه خود نسبت به دیگران و جامعه دارد، می‌باشد. اخلاق حرفه‌ای بیان اصول، قواعد و قوانین اخلاقی<sup>۴</sup> است که هر فرد به مقتضای شغلی دارد و باید آنها را رعایت کند. در طراحی مدل اخلاق حرفه‌ای در پزشکان از بین این مؤلفه‌ها، مؤلفه‌های مدیریت زمان، هوش هیجانی، دانش اخلاقی و حساسیت اخلاقی دستاورد نوین این پژوهش و همچنین مؤلفه رازداری، یعنی الکترونیکی شدن پرونده‌های بیماران افزوده شد. (۲-۳) در مطالعه ای، عوامل مؤثر در هشت گروه اصلی؛ پرهیز از قضاوت انتقادی،

امروزه در علم مدیریت بحث روابط انسانی<sup>۱</sup> از مهم‌ترین مسائل به‌شمار می‌رود، و تحقق اخلاق در سطوح فردی و سازمانی یکی از اصلی‌ترین آرمان‌های جامعه و نیازمند رویکرد راهبردی می‌باشد. با چنین نگرشی روابط سازمان با محیط، فرصت‌هایی بالقوه و حتمی برای سازمان خواهند بود که بر اساس اصول فراگیر اخلاقی<sup>۲</sup>، تبدیل به مزیت استراتژیک برای سازمان می‌گردد (۱).

اصول اخلاق حرفه‌ای<sup>۳</sup> دارای ارزش والایی است و نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت معطوف به آینده سازمان غیرقابل انکار است. دوری از اخلاق حرفه‌ای سازمان‌ها را سخت آسیب‌پذیر و متضرر می‌سازد و دستیابی به اخلاق حرفه‌ای موجب مزیت استراتژیک می‌شود.

نویسنده مسئول: نشانی الکترونیکی: roholahsami29@gmail.com



مشکلات ناشی از فساد و رفتارهای خلاف اخلاق در جوامع گوناگون است (۸-۱۱). مسائل امروز سازمان‌ها با راه‌حل‌های دیروز قابل حل نیستند و پیش‌بینی آینده، مشکلات آتی را حل نمی‌کنند. باید برای پیشرفت آینده اقداماتی انجام داد. امروزه مهم‌ترین دغدغه اکثر سازمان‌ها، تدوین و پیاده‌سازی استراتژی‌هایی است که موفقیت و بقای آنها را در شرایط متحول و پیچیده محیطی، تضمین نماید. با رشد سریع فن‌آوری، شیوه کار و زندگی انسان نیز به سرعت تغییر کرده و هم‌راستا با این تغییرها، موضوع‌های اخلاقی روز به روز بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. یکی از شاخه‌های دانش اخلاق که به‌تازگی در ایران جایگاهی پیدا کرده، حوزه اخلاق حرفه‌ای است. اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به‌عنوان یک ابزار استراتژیک مهم و عامل حیاتی برای خلق مزیت استراتژیک در محیط‌های پیچیده سازمان‌ها باشد. در این راستا، تلاش برای نیل به اخلاق حرفه‌ای به یکی از ضرورت‌های اساسی سازمان امور مالیاتی در کشور تبدیل شده است. در این تحقیق به ارائه الگوی نقش اخلاق حرفه‌ای در ایجاد مزیت استراتژیک در سازمان امور مالیاتی پرداخته شده است.

## روش

پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت اکتشافی و از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها از نوع آمیخته می‌باشد. مرحله نخست شامل تحقیق کیفی - اکتشافی بود. جامعه در این بخش شامل مدیران و معاونین ادارات سازمان امور مالیاتی استان‌های شمال کشور بود که از میان آنها ۲۰ نفر با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. تحلیل با استفاده از تکنیک دلفی فازی انجام شد.

در مرحله دوم رویکردی کمی با روش توصیفی - همبستگی اتخاذ شد. جامعه آماری شامل مدیران و معاونین ادارات سازمان امور مالیاتی استان‌های شمال کشور به تعداد ۲۵۰ نفر بود (استان گلستان ۷۲ نفر، استان مازندران ۹۵ نفر، استان گیلان ۸۳ نفر). برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان استفاده شد که حجم نمونه تعداد ۱۵۲ نفر تعیین شده است ولی با توجه به اینکه ممکن است برخی از پرسشنامه‌ها برگشت داده نشود لذا تعداد ۱۶۵ نفر با روش تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. در نهایت ۱۶۳ نفر به پرسشنامه‌ها محقق ساخته پاسخ دادند. ویژگی‌های جمعیتی نمونه در جدول ۱ ارائه شده. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بخش کیفی بود. در نهایت داده‌های بخش کمی با روش تحلیل عاملی و مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم افزار *PLS* مورد تحلیل قرار گرفت.

عدم تبعیض، عدالت کاری، حفظ اسرار، رعایت حرمت<sup>۵</sup>، مسؤلیت‌پذیری<sup>۶</sup> و ارزشیابی هماهنگ طبقه‌بندی شد. جایگاه اخلاق حرفه‌ای کارکنان شامل ۲۴ مؤلفه مرتبط با اخلاق حرفه‌ای می‌باشد. این مؤلفه‌ها شامل شفاف‌سازی<sup>۷</sup>، بهره‌وری، عدالت<sup>۸</sup> و عدم تبعیض، توجه به معلولین، آگاهی به اهداف سازمانی، مبارزه با فساد، رعایت منشور اخلاقی، اعتماد متقابل، شایسته‌سالاری<sup>۹</sup>، تعهد سازمانی<sup>۱۰</sup>، کار تیمی یا گروهی، توجه به پیشنهادها، قانون‌مداری، حفظ حریم شخصی<sup>۱۱</sup>، رسیدگی به شکایات، گزینش و ارزشیابی، بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی، سوء استفاده از جایگاه شغلی، رعایت موازین و شئون اسلامی، حفظ کرامت انسانی، خلاقیت و نوآوری، مسؤلیت‌پذیری، انگیزه و آموزش بودند (۴).

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که مدیریت امروز در رابطه با مسؤلیت اجتماعی<sup>۱۲</sup> با آنها مواجه است؛ تقابل بین عملکرد اقتصادی (که به‌وسیله درآمد، هزینه‌ها و سودها) اندازه‌گیری می‌شود و عملکرد اجتماعی (که در قالب تعهدات سازمان نسبت به افراد داخل و خارج از آن بیان می‌گردد) است. به بیانی دیگر، باید بین عملکردهای اقتصادی و اجتماعی سازمان نوعی توازن و تعادل برقرار گردد. به نظر می‌رسد لازمه موفقیت مدیر در سازمان برای فائق آمدن بر این چالش، به‌کارگیری مدیریت اخلاق در سازمان باشد. چرا که اخلاق حرفه‌ای بر پایه اعتمادآفرینی شکل می‌گیرد و ضعف در سیستم اخلاقیات و گرایش به سمت عدم اعتماد منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارات سازمانی می‌گردد که در نهایت، مدیریت را به سمت کنترل گذشته‌نگر سوق خواهد داد. به این ترتیب، انرژی مثبت سازمان به انرژی منفی تبدیل می‌شود (۵). بنابراین، معرفتی که می‌تواند به عنوان کاتالیزوری برای عقلانی کردن سازمان مبتنی بر نگرش انسان‌گرایانه عمل کند، اخلاق حرفه‌ای است. اخلاق حرفه‌ای در حقیقت یک فرآیند تفکر عقلانی<sup>۱۴</sup> است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را، چه موقع و چگونه باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پایبند بود (۶). هدف از اخلاق حرفه‌ای، تعیین مسؤلیت‌های اخلاقی<sup>۱۵</sup> است که فرد در شغل خود ضمن پذیرش، در اجرای آنها اهتمام داشته باشد (۷). یکی از مزایای مدیریت مبتنی بر اخلاقیات بهبود مزیت استراتژیک برای سازمان است. طبق گزارش مجله فورچون، ۶۳ درصد مدیران عالی شرکت‌های برتر بر این اعتقادند که رعایت اخلاقیات، موجب افزایش تصویر مثبت و شهرت سازمان شده و منبعی برای مزیت استراتژیک به‌شمار می‌آید.

امروزه موضوع اخلاق و رفتارهای اخلاقی بسیار مورد توجه قرار گرفته است و این نگرش روشن وجود دارد و جامعه درصد کسب آن است که مسئولان دولتی، مدیران، کارکنان و سازمان‌ها طبق اخلاق و ضوابط پسندیده رفتار نمایند، زیرا یکی از مهم‌ترین موضوع‌هایی که زمینه‌ساز بروز مشکلات متعدد برای سازمان‌ها در سطح جهان شده است،

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

ویژگی نمونه	جنسیت		سن			سابقه خدمت			تحصیلات		
	مرد	زن	کمتر از ۳۰ سال	بین ۳۰ تا ۴۵ سال	بیش از ۴۵ سال	کمتر از ۱۰ سال	بین ۱۱ تا ۲۱ سال	بیش از ۲۱ سال	کارشناسی ارشد	کارشناسی	دکتوری
اعضای هیأت علمی	۱۳	۴	۰	۱۰	۷	۳	۹	۵	۰	۰	۱۷
مدیران کل	۳	۰	۰	۰	۳	۰	۱	۲	۰	۰	۳
مدیران و معاونین	۱۳۹	۲۴	۰	۷۵	۸۸	۱۹	۶۵	۷۹	۱۲	۱۳۰	۲۱

حاصل برساند. دلفی به دلیل داشتن تعاملات، چندگانه بین خبرگان، از غنای بالایی نسبت به روش‌هایی نظیر پیمایش برخوردار است. جداول ذیل از میزان نمرات کسب شده بین ۱ تا ۱۰ برای بدینانه و خوش‌بینانه که با توجه به نظر ۲۰ نفر از خبرگان در مورد میزان درجه اهمیت ابعاد و شاخص‌های به‌دست آمده است.

یافته‌ها

بخش کیفی: شناسایی ابعاد و شاخص‌های متغیرهای تحقیق

روش دلفی، ایجادکننده یک فرآیند ارتباط گروهی است، به شیوه‌ای که این فرآیند شامل اجزای مستقلی است، اما می‌توان مسایل پیچیده را به

جدول ۲: ابعاد و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای و مزیت استراتژیک بر اساس روش دلفی فازی

ابعاد	شاخص‌ها		مقدار بدینانه		مقدار خوش بینانه		میانگین هندسی		مقدار معنی‌داری
	کمترین	بیشترین	کمترین	بیشترین	$I_m^i$	$U_m^i$			
ابعاد و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای									
هوش هیجانی	۳	۸	۷	۹	۵/۹۲	۸/۱۱	۱۱/۲۴	۱. خوش اخلاقی	
	۳	۸	۸	۱۰	۴/۶۲	۹/۰۳	۹/۱۱	۲. اعتماد به نفس	
	۳	۸	۷	۱۰	۴/۹۵	۸/۹۱	۸/۱۱	۳. مهارت‌های ارتباطی قوی	
وظیفه‌شناسی	۲	۸	۸	۱۰	۵/۲۸	۸/۵۸	۱۰/۹۶	۱. از سرپرست پیروی کردن	
	۲	۸	۸	۱۰	۵/۲۸	۸/۵۸	۱۰/۹۶	۲. انجام وظیفه محوله	
	۴	۸	۸	۱۰	۵/۶۸	۹/۵۸	۹/۱۴	۳. رعایت ضوابط و مقررات	
درستی و شرافت	۳	۹	۷	۹	۵/۵۱	۷/۹۶	۱۲/۳۸	۱. پذیرفتن مسئولیت کار خود	
	۳	۸	۷	۹	۵/۸۳	۷/۹۱	۱۱/۲۳	۲. رعایت تساوی در رسیدگی به کار ارباب رجوع	
	۳	۸	۸	۱۰	۴/۹۹	۸/۹۷	۹/۴۹	۳. رفتار صافانه	
نوع‌دوستی	۳	۹	۷	۹	۵/۸۰	۷/۹۶	۱۲/۰۴	۱. توجه نشان دادن به خواسته‌های ارباب‌رجوع	
	۳	۸	۷	۹	۵/۹۲	۸/۱۱	۱۱/۲۴	۲. ارجحیت دادن منافع ارباب‌رجوع بر منافع خود	
	۳	۹	۷	۱۰	۵/۵۲	۸/۰۵	۱۰/۰۹	۳. پیشنهاد کمک به همکار	
انتقادپذیری	۳	۸	۸	۱۰	۵/۴۶	۸/۵۸	۱۰/۲۱	۱. گوش کردن به نظرات مخالف	
	۳	۸	۸	۱۰	۵/۳۹	۸/۶۳	۱۰/۰۹	۲. اصلاح رفتار غلط پس از متوجه شدن	
	۲	۸	۸	۱۰	۴/۵۶	۹/۱۷	۹/۷۲	۳. پذیرش نکته نظرات همکاران	
ابعاد و شاخص‌های مزیت استراتژیک									
توانمندی کارکنان	۳	۸	۷	۹	۵/۹۲	۷/۹۶	۱۱/۳۶	۱. مهارت‌ها	
	۲	۸	۸	۱۰	۴/۹۹	۸/۹۷	۱۰/۳۳	۲. روحیه رقابت‌پذیری	
	۲	۸	۸	۱۰	۴/۵۶	۹/۱۷	۹/۷۲	۳. تصمیم‌گیری در زمان واقعی	
نوآوری	۲	۸	۷	۹	۵/۷۲	۸/۱۱	۱۲/۱۶	۱. پاسخ سریع به تغییر	
	۳	۸	۷	۹	۵/۹۲	۸/۰۶	۱۱/۲۸	۲. خلاقیت	
	۲	۸	۸	۱۰	۵/۲۸	۸/۵۸	۱۰/۹۶	۳. کیفیت متمایز	
بهره‌وری	۲	۹	۸	۱۰	۵/۳۴	۸/۶۷	۱۲/۶۴	۱. اثربخشی	
	۳	۸	۷	۹	۵/۹۲	۸/۰۶	۱۱/۲۸	۲. کارایی	
	۳	۸	۷	۱۰	۵/۹۳	۸/۱۰	۹/۰۸	۳. آموزش	
رضایت‌مندی ارباب‌رجوع	۳	۹	۷	۹	۵/۷۲	۷/۹۶	۱۲/۸۵	۱. درک ارباب رجوع	
	۳	۸	۷	۹	۵/۸۳	۸/۰۶	۱۱/۱۲	۲. قانون مدار بودن	
	۳	۹	۷	۱۰	۵/۷۷	۸/۰۱	۱۰/۴۵	۳. پاسخگویی	



استفاده از آزمون بارتلت می‌توان از کفایت نمونه‌گیری اطمینان حاصل کرد. با توجه به عدد  $KMO$  (بزرگتر از ۰.۷) و عدد معناداری آزمون بارتلت ( $sig < 0.05$ ) می‌توان گفت که داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب است و از شرایط مورد نیاز برخوردار است.

### آزمون فرضیات تحقیق

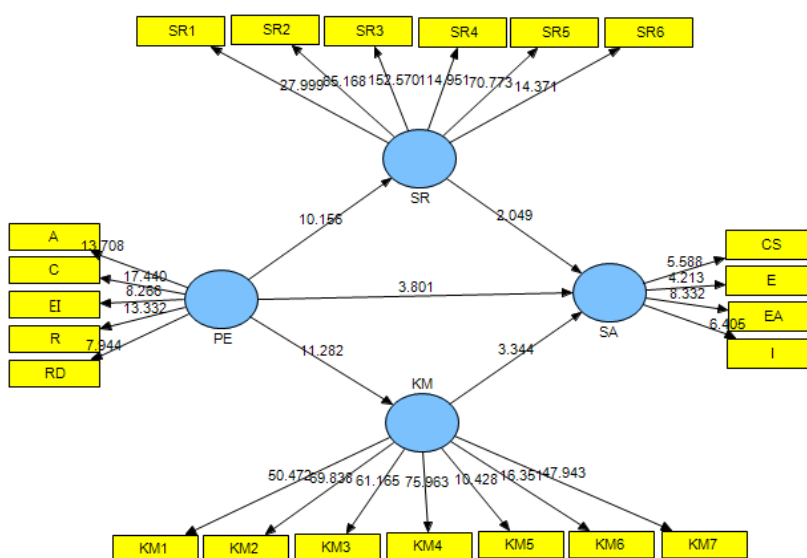
در این قسمت به بررسی آزمون فرضیات فرعی تحقیق با استفاده از نرم افزار PLS پرداخته شد.

### بخش کمی: بررسی مدل نظری تحقیق

برای آزمون صحت مدل نظری تحقیق و محاسبه ضرایب تأثیر از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به‌وسیله نرم افزار PLS استفاده شده است.

### تحلیل عاملی

در انجام تحلیل عاملی، ابتدا باید از این مسأله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد یا نه؟ از سوی دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌هایی که پایه تحلیل قرار می‌گیرد، در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت استفاده شده است. به عبارت دیگر با



نگاره ۱: مدل ساختاری فرضیه تحقیق همراه با ضرایب معناداری

جدول ۳: نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

فرضیه	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	علامت اختصاری	ضریب مسیر (β)	معناداری (T-Value)	نتیجه آزمون
اول	اخلاق حرفه‌ای ← مسئولیت‌های اجتماعی	PE --- SR	۰/۴۵۸	۱۰/۱۵۵	تایید فرضیه اول
دوم	اخلاق حرفه‌ای ← مدیریت دانش	PE --- KM	۰/۵۲۴	۱۱/۲۸۲	تایید فرضیه دوم
سوم	اخلاق حرفه‌ای ← مزیت استراتژیک	PE --- SA	۰/۲۸۴	۳/۸۰۱	تایید فرضیه سوم
چهارم	مسئولیت‌های اجتماعی ← مزیت استراتژیک	SR --- SA	۰/۱۵۲	۲/۰۴۹	تایید فرضیه چهارم
پنجم	مدیریت دانش ← مزیت استراتژیک	KM --- SA	۰/۱۷۹	۳/۳۴۴	تایید فرضیه پنجم

برای بررسی برازش مدل کلی از معیار  $GOF$  استفاده می‌شود که سه مقدار ۰.۰۱، ۰.۲۵ و ۰.۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای  $GOF$  معرفی شده است.

برازش مدل کلی معیار نیکی برازش

جدول ۴: میزان Commuality و R2 متغیرهای تحقیق

متغیرهای مکنون	علامت اختصاری	Commuality	R <sup>2</sup>
اخلاق حرفه‌ای	PE	۰/۴۰۳	۰/۰۰۰
مسئولیت‌های اجتماعی	SR	۰/۸۰۹	۰/۲۰۸
مدیریت دانش	KM	۰/۶۹۶	۰/۲۷۴
مزیت استراتژیک	SA	۰/۴۰۷	۰/۲۴۶

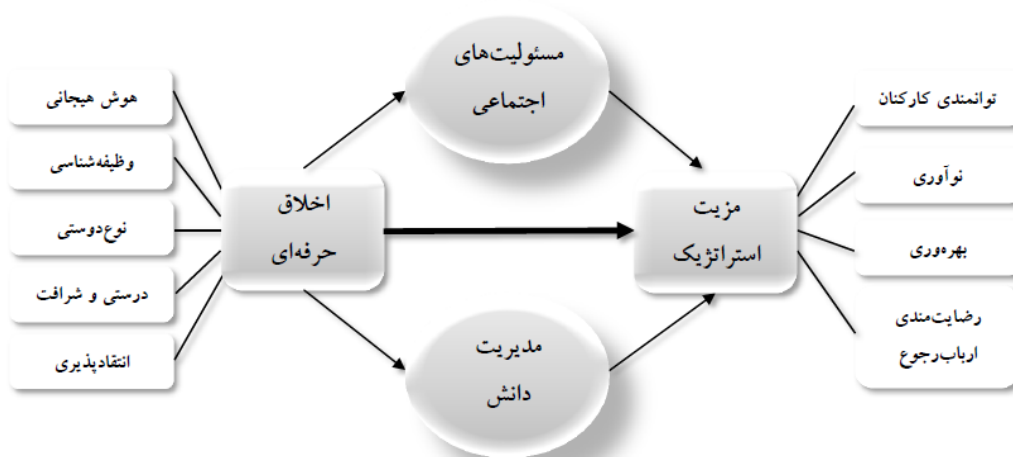
جدول ۵: نتایج برازش مدل کلی

GOF	R <sup>2</sup>	Commuality
۰/۳۷۵	۰/۲۴۳	۰/۵۷۹

لگوی نهایی تحقیق

الگوی مفهومی حاصل از این پژوهش در مورد ابعاد و شاخص‌های متغیرهای مورد بررسی در نگاره شماره ۲ آورده شده است.

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۳۷۵، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.



نگاره ۲: الگوی مفهومی تحقیق

و ارتقاء یابد. این امر به‌خصوص در سازمان امور مالیاتی که مالیات یکی از بهترین و توانمندترین ابزار اقتصادی با کارکردهای گوناگون است که باعث تنظیم اقتصاد جامعه می‌شود، اهمیت مضاعفی دارد؛ زیرا در این سازمان ارتباط مؤدیان و کارکنان سازمان به‌دلیل تعدد مراجعات و رابطه مالی سازمان و مؤدیان دارای نمود بیشتری است. بنابراین، سازمان امور مالیاتی می‌بایست در زمینه اخلاق حرفه‌ای میان کارکنان تلاش بیشتری نمایند. فردی که دارای اخلاق حرفه‌ای می‌باشد سعی بر آن دارد که وظایف خود را در قالب اخلاقیات انجام دهد و از هر عملی از قبیل کم‌کاری و سهل‌انگاری دوری می‌کند. رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای از سوی سازمان امور مالیاتی آنها را یاری خواهد داد تا تنش‌های حرفه‌ای را به حداقل رساند. نتیجه به‌دست آمده با دیدگاه

بحث

نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که به‌طور کلی الگوی مطلوب اخلاق حرفه‌ای دارای ۵ بُعد و ۱۵ شاخص و الگوی مطلوب مزیت استراتژیک دارای ۴ بُعد و ۱۲ شاخص می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد بین اخلاق حرفه‌ای با مزیت استراتژیک در نظام اداری بخش عمومی کشور رابطه معنی‌داری وجود دارد. اخلاق حرفه‌ای بر همه جنبه‌های سازمان، به‌خصوص وفاداری مشتریان به استفاده از خدمات سازمان تأثیر می‌گذارد. به همین جهت، مهم‌ترین وظیفه هر مدیری، شکل‌دهی و هدایت ارزش‌های اساسی اخلاق و رفتار حرفه‌ای است. هر چقدر سازمان در استراتژی‌ها و رویه‌های سازمانی به اخلاق حرفه‌ای توجه بیشتری بنماید می‌توان انتظار داشت توجه مشتریان به آن سازمان رشد



سازمان نسبت به تدوین منشور اخلاقی، تهیه و تدوین کد اخلاقی و رفتار حرفه‌ای اقدامات لازم را مبذول دارند و برای بازنگری و تکمیل آن از هیچ کوششی دریغ نکنند. مدیران سازمان‌ها با ترتیب دادن جلسات و برنامه‌هایی مسئولیت‌ها و وظایف سازمان‌شان را در برابر جامعه به کارکنان گوشزد نمایند. نظارت بیشتر به لحاظ دارا بودن تخصص لازم حرفه‌ای برای جذب کارکنان در سازمان امور مالیاتی و همچنین برگزاری کلاس‌های آموزشی تخصصی برای کارکنان شاغل.

با توجه به اهمیت بُعد درستی و شرافت، سازمان امور مالیاتی می‌بایست با بسترسازی مناسب در خصوص عوامل فرهنگی مؤثر بر رعایت اخلاق حرفه‌ای بتواند تعهد کارکنان به رعایت تساوی در رسیدگی به کار ارباب‌رجوع را ارتقاء ببخشد. این امر به‌خصوص در رفتارهایی از جمله وجود یک الگوی مشخص برای انجام دادن همه فعالیت‌های سازمان امور مالیاتی، قانون و ضابطه‌مداری به‌جای رابطه‌مداری، ارجحیت منافع سازمانی بر شخصی نمود بیشتری می‌یابد. پیشنهاد می‌شود سازمان امور مالیاتی با طراحی و انتشار بورشورهای مخصوص، همه قوانین و مقررات در حوزه‌های کاری مختلف سازمان را به اطلاع مؤدیان برساند. این امر می‌تواند ضمن یکسان‌سازی فرآیندها در همه ادارات از اعمال سلیقه‌های مسؤلان ادارات بکاهد و ارباب‌رجوع و سازمان را نسبت به حقوق و وظایف خود آگاه سازد.

بر اساس نتایج تحقیق با توجه به اهمیت بُعد نوع‌دوستی به مدیران سازمان امور مالیاتی پیشنهاد می‌شود با ارائه تمهیداتی در سازمان، افرادی را در سازمان استخدام کنند که مقید به اصول اخلاقی مورد تأیید سازمان و جامعه مانند ارجحیت دادن منافع ارباب‌رجوع بر منافع خود و توجه نشان دادن به خواسته‌های ارباب‌رجوع باشند. در کنار مفید بودن بُعد نوع‌دوستی حاصل از این پژوهش، پیشنهاد می‌شود از برخی روش‌های آموزش اخلاق حرفه‌ای در بین کارکنان سازمان امور مالیاتی شامل ارائه هم‌اندیشی توسط کارکنان، آموزش نحوه برخورد با مؤدیان مالیاتی و پیشنهاد کمک به همکار، روش آموزش مدل‌های اخلاق حرفه‌ای به صورت کارگاهی و آموزش اخلاق به صورت داستان نیز بهره گرفته شود.

تشویق مدیران و اعضای سازمان به داشتن روحیه انتقادپذیری در سازمان از طریق ایجاد فضایی که افراد از پذیرفتن شکست، هراسی نداشته و انتقاد را به منزله ابزار بهبود عملکرد و ایجاد مزیت استراتژیک در نظر بگیرند؛ پیشنهاد دیگر این پژوهش است. مدیران با ترتیب دادن جلساتی، فرصت‌هایی را برای اظهار نظر درباره مسائل اخلاقی به کارکنان اختصاص دهند. مدیران با نشان دادن سعه‌صدر، در کارکنان این احساس را به‌وجود آورند که می‌توانند در کارشان، آزادانه اظهارنظر نمایند و پاسخ‌گو باشند.

توجه به نیازهای آموزشی پرسنل و برنامه‌ریزی در راستای رفع نیازهای حرفه و همچنین برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی و بازآموزی در خصوص نوآوری، خلاقیت و کیفیت متمایز جهت پاسخ سریع به تغییرات توسط اساتید مجرب و برجسته.

متخصصان مدیریت استراتژیک در راهبردی خواندن نقش اخلاق حرفه‌ای در سازمان همسو می‌باشد. فرد آر دیوید در مدیریت استراتژیک اذعان می‌دارد که: «در سازمان اصول اخلاقی خوب از پیش‌شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است و اصول اخلاقی خوب یعنی شرکت خوب».

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی اثر میانجی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و مزیت استراتژیک دارد. اخلاق حرفه‌ای از طریق نهادینه‌سازی مجموعه‌ای از باید و نبایدها در افراد، زمینه‌ساز شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری در آنان است. در واقع، افراد تنها در قبال خود مسئول نبوده و باید در قبال دیگران نیز احساس مسئولیت کنند. بنابراین می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که سازمان‌ها با رعایت کردن و مینا قرار دادن استانداردها و اصول اخلاق حرفه‌ای در سازمان در جهت ارتقای مسئولیت اجتماعی، بسترهای لازم را فراهم نمایند. ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و مزیت استراتژیک از طریق تدوین استراتژی‌های اجتماعی که بر فرصت‌ها، منابع و امکانات، مهارت‌ها و شایستگی‌های سازمانی اثر می‌گذارند و تأثیر می‌پذیرند، بیان می‌گردد. مزیت استراتژیکی که ناشی از مسئولیت‌های اجتماعی می‌باشد از طریق تأثیر مستقیم بر ایجاد انگیزه و توانمندی در کارکنان، بهره‌وری و نوآوری، بهبود در شهرت و تصویر سازمان از طریق جلب رضایت ارباب‌رجوع و عملکرد بهتر با اجرای مسئولیت اجتماعی صورت می‌پذیرد. نتایج مذکور می‌تواند از جهتی همسو با پژوهش‌های پیشین باشد (۱۲-۱۴).

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت دانش نیز اثر میانجی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و مزیت استراتژیک دارد. در دنیای رقابتی امروز، سازمان‌ها با تغییرات سریع و شگفت‌آوری مواجه هستند. بقاء، موفقیت و در نتیجه مزیت استراتژیک آنها به قابلیت‌ها و شایستگی‌هایی بستگی دارد که بایستی برای سازگاری با این تغییرات توسعه دهند. یکی از این قابلیت‌های مهم سازمانی مدیریت دانش است. رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای از سوی نیروی انسانی به هر چه بهتر پیاده‌سازی شدن مدیریت دانش کمک می‌نماید. و مدیریت دانش یکی از متغیرهایی است می‌تواند به‌وسیله جو اخلاقی سازمان پیش‌بینی شود. نتیجه به‌دست آمده با نتایج به‌دست آمده از تحقیقات دیگر قابل قیاس است (۱۵-۱۸).

بر اساس نتایج پیشنهاد می‌شود مدیران و برنامه‌ریزان سازمان‌ها در برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌ها از الگوی اخلاق حرفه‌ای با هدف ایجاد مزیت استراتژیک استفاده نمایند. همچنین با توجه به اهمیت بُعد اخلاق حرفه‌ای پیشنهاد می‌شود که مسؤلان سازمان امور مالیاتی برای ایجاد مزیت استراتژیک سازمان به دنبال ارتقای ابعاد و شاخص‌های مربوط به هر یک باشند. ارائه خدمات باید با تعهد نسبت به باور اخلاق حرفه‌ای و ابعاد و شاخص‌های آن انجام گیرد. این امر توجه جدی و دقیق در اولویت به‌کارگیری ابعاد و شاخص‌ها را می‌طلبد.

با توجه به نتایج تحقیق ابعاد وظیفه‌شناسی و هوش هیجانی کارکنان از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. در این مورد پیشنهاد می‌شود مدیران

9. Meritocracy	شایسته سالاری
10. Organizational commitment	تعهد سازمانی
11. Privacy	حفظ حریم شخصی
12. Social responsibility	مسئولیت اجتماعی
13. Social performance	عملکرد اجتماعی
14. Process of rational thinking	فرایند تفکر عقلانی
15. Ethical responsibility	مسئولیت اخلاقی

## References

1. Khayat-Moghadam S, Tabatabaee-nasab SM. (2016). Components of professional ethics in management. *Ethics in Science and Technology*; 11 (1):127-136. (In Persian).
2. Riazatkesh E, Khayat-Moghadam S, Rezaeefar H. (2018). Predicting knowledge management through professional ethics. *Ethics in Science and Technology*; 13 (1):48-55. (In Persian).
3. Salimi M. (2016). Professional ethics elements of general physical education teachers in colleges. *Ethics in Science and Technology*; 11 (2):51-60. (In Persian).
4. Hasanpour A, Nazari K, Akbari P. (2018). Designing a model of factors affecting the teaching ethics at Payame Noor University in the west of the country. *Journal of Sociology of Education*; 6: 87-101. (In Persian).
5. Daudisa T, Vevere V. (2020). Importance of professional ethics and corporate social responsibility within business studies curriculum within context global economy. *SHS Web of Conferences*; 74.
6. Azmat F. (2018). Exploring professional ethics of immigrant entrepreneurs: do home country contextual factors play a role? *European Management Journal*; 28: 377-386.
7. Moradi-Deliskani M, Mohammadimehr M. (2020). Investigating the relationship between professional ethics and teaching quality among professors of Army University of Medical Sciences. *Journal of Education Strategies in Medical Sciences*; 13(3): 143-150. (In Persian).
8. Taheri-Attar G, Pourahmadi M, Harati M. (2019). Analyzing the effect of professional ethics on job performance and organizational trust mediated by ethical climate. *Journal of Development Management*; 11(21). (In Persian).
9. Sadat-Saeedi M, Faghihi A, Seifi M, Nateghi F. (2018). Investigating the professional ethics of employees and providing a favorable model for its development. *Journal of Educational Leadership and Management*; 12(2): 107-124. (In Persian).
10. Edalatkhah H, Sadeghyeh S, Azadkhani M, Kaimallahi M. (2020). Awareness and observance of indicators of professional behavior in clinical professors. *Journal of Medical Ethics*; 14(45): 1-13. (In Persian).

پیشنهاد دیگر درک ارباب رجوع، پاسخ گو و قانون مدار بودن و رسیدگی به انتقادات و شکایات می‌باشد. بدون شک داشتن این ویژگی‌ها و بررسی انتقادات و شکایات و انجام تغییرات صحیح نقش مهمی در کاهش رفتارهای غیراخلاقی خواهند داشت.

بنابراین توصیه می‌گردد که توجه به این ابعاد و شاخص‌های مهم و کلیدی از رأس سازمان امور مالیاتی شروع شده و به‌عنوان ارزش‌های بنیادین و ریشه‌ای، در رفتارهای خود و سازمان نهادینه نمایند. در واقع، زمانی که اخلاق حرفه‌ای در سازمان امور مالیاتی تجلی و نمود پیدا کند، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر ایجاد مزیت استراتژیک سازمان خواهد داشت.

## نتیجه گیری

وجود اخلاق حرفه‌ای در یک سازمان اقتصادی نتایج مثبت مادی و معنوی به دنبال خواهد داشت، و اخلاق حرفه‌ای علاوه بر باید و نیاید‌های ارتباطی که برای سازمان مطرح می‌سازد و اهداف خرد و کلان را دنبال می‌نماید، به ایجاد حریم امن جامعه مخاطب سازمان‌های امور مالیاتی از جمله مؤدیان مالیاتی و سایر افراد جامعه همت می‌گمارد. با این حال در دنیای رقابتی امروز سازمان‌ها، که ارزش‌ها و هنجارها رنگ عوض کرده‌اند، و از طرفی میان منافع فردی و سازمانی و اخلاق، تداخلاتی پیش آمده است، رعایت اخلاق حرفه‌ای کار دشواری به نظر می‌رسد که نیازمند آگاهی، همت، و تصمیمات صحیح مدیران عالی سازمان امور مالیاتی می‌باشد.

سازمان‌ها با رعایت کردن و مبنا قرار دادن استانداردها و اصول اخلاق - حرفه‌ای سازمان در جهت ارتقای مسئولیت اجتماعی و مدیریت دانش، بستری لازم را فراهم نمایند. ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و مدیریت دانش با مزیت استراتژیک از طریق تدوین استراتژی‌های اجتماعی که بر فرصت‌ها، منابع و امکانات، مهارت‌ها و شایستگی‌های سازمانی اثر می‌گذارند و تأثیر می‌پذیرند، بیان می‌گردد. بقاء، موفقیت و در نتیجه مزیت استراتژیک آنها به قابلیت‌ها و شایستگی‌هایی بستگی دارد که یکی از این قابلیت‌های مهم سازمانی مدیریت دانش است.

## ملاحظه های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون: سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ انتشار چندانگانه و ... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

## واژه نامه

1. Human relationship	روابط انسانی
2. Ethical pervasive principles	اصول فراگیر اخلاقی
3. Professional ethics	اخلاق حرفه ای
4. Ethical acts	قوانین اخلاقی
5. Respect	رعایت حرمت
6. Responsibility	مسئولیت پذیری
7. Clarification	شفاف سازی
8. Justice	عدالت



15. Feiz D, Zareei A, Mohsenzadeh Y. (2018). Investigating the relationship between knowledge management and the formation of strategic thinking with explaining the mediating role of intellectual capital in knowledge-based companies. *Strategic Management Research*; 24(70): 15-44. (In Persian).
16. Brady D. (2017). Aspects of professional ethics in the real world. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*; 15(4): 362-365.
17. Burt M. (2016). The work ethic values of protestant British, Catholic Irish and Muslim Turkish managers, Netherlands. *Journal of Business Ethics*; 31: 321-339.
18. Bozan K. (2016). Patient-centered information system to enhance patient experience for the elderly and provide strategic advantage for the provider. *Procedia Computer Science*; 98:407 – 412.
11. Haghgoo M, Daneshfard K, Taiebi SJ. (2017). Investigating the dimensions and requirements of principles of professional ethics in the health sector: a comparative study. *Journal of Paramedical School of Tehran University of Medical Sciences*; 11(5): 549-559. (In Persian) .
12. Rodriguez JV, Juricic Z. (2018). Perceptions and attitudes of community pharmacists toward professional ethics and ethical dilemmas in the workplace. *Research in Social and Administrative Pharmacy*; 14(5): 441-450.
13. Hersh M. (2017). Professional ethics and social responsibility: military work and peace building. *IFAC- apers online*; 50(1): 10529-10602.
14. 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.