

رابطه بین فلسفه اخلاقی و آمادگی برای تغییر با نقش میانجی مسئولیت اخلاقی

دکتر محمدرضا اردلان*

گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا همدان

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۵/۱۸، تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۷/۳۰)

چکیده

زمینه: آمادگی برای تغییر به عنوان ضامن بقاء و توسعه سازمان ها می تواند به طور موثری در پرتوی فلسفه اخلاقی و مسئولیت اخلاقی توسعه یابد، با درک این مهم پژوهش با هدف بررسی رابطه بین فلسفه اخلاقی و آمادگی برای تغییر با نقش میانجی مسئولیت اخلاقی انجام گرفته است.

روش: روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان دانشگاه بوعلی سینا همدان می باشد، که ۱۶۵ نفر از کارکنان با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب با حجم هر طبقه به عنوان نمونه آماری جهت مطالعه انتخاب شدند. برای گردآوری داده های پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد فلسفه اخلاقی، آمادگی برای تغییر و مسئولیت اخلاقی استفاده شد. داده های پژوهش پس از جمع آوری با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر تحلیل شدند.

یافته ها: نتایج بررسی نشان داد که رابطه بین فلسفه اخلاقی و آمادگی برای تغییر (عاطفی، رفتاری و شناختی) با نقش میانجی مسئولیت اخلاقی مثبت و معنی دار بود.

نتیجه گیری: در نتیجه برای بهبود آمادگی برای تغییر در دانشگاه ها می بایست به فلسفه اخلاقی و مسئولیت اخلاقی توجه کنند.

کلیدواژه‌ها: فلسفه اخلاقی، مسئولیت اخلاقی، آمادگی برای تغییر.

سر آغاز

تغییر ممکن است بزرگ یا کوچک باشد، اما با پیشرفت، تنوع، دگرگونی و اصلاح بعضی چیزها مرتبط است (۵). منشاء تغییر در دو بعد درونی و فشارهای بیرونی با توسعه یا نیاز کسب و کار برای پاسخ دادن به چالش ها همراه است (۶). به طور بالقوه ای تغییر در سازمان منجر به بی نظمی و هرج و مرج می شود (۷). یکی از الزامات اساسی برای تغییرات سازمانی، آمادگی برای تغییر^۱ است (۵) آمادگی به عنوان باور، قصد، نگرش و رفتار عطف به وجود تغییری که مورد نیاز است و ظرفیت سازمان برای دستیابی به موفقیت تعریف شده است (۸). آمادگی یکی از مهم ترین عوامل دخیل در حمایت اولیه کارکنان از طرح های تغییر می باشد (۹). اساس آمادگی به عنوان یک ساختار منحصر به فرد در درون چندین مدل نظری نهادینه شده است که از طریق آنها روند تغییر آشکار می شود (۱۰).

با ورود به هزاره سوم عواملی همچون آگاهی، اندیشه، توجه به نیروی انسانی در سازمان به طور فزاینده ای مورد تاکید قرار گرفته و به طور کلی حرکت از تئوری های کلاسیک به سمت تئوری های نوین در عرصه مدیریت، نوید بخش بهینه سازی سازمان ها از بعد نگاه به انسان و جایگاه اوست (۱). بر این اساس نگرش های کارکنان در سازمان های مختلف از جمله نظام های آموزشی به دلیل نتایج قابل ملاحظه ای که می تواند بر بهبود رفتارهای سازمانی داشته باشد، طی چند دهه گذشته مورد توجه محققان و صاحب نظران مدیریت رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی بوده است (۲).

تغییرات سازمانی^۱ به عنوان حرکت از یک مرحله به مرحله دیگر تعریف شده است یا با درهم شکستن ساختارهای موجود و ساختن موارد جدید مرتبط است (۳). همچنین پژوهشگران تغییر را به عنوان انتقال بین دو نقطه از زمان با توانایی کلیدی برای مقایسه سازمان قبل و بعد از دگرگونی و تحول تعریف کرده اند (۴).

نویسنده مسول: نشانی الکترونیکی: mr.ardalan@basu.ac.ir

آمادگی برای تغییر حدی است که فرد یا افراد از لحاظ شناختی متمایل به پذیرش و اتخاذ طرحی خاص هستند که به طور هدفمند وضع موجود را تغییر دهد (۱۱). آمادگی برای تغییر بیشتر از فهم و معتقد بودن به تغییر است (۱۲). آمادگی فردی، تغییر باورها، نگرش‌ها و نیت مرتبط، تاحدی که برای تغییر نیاز است و ادراک فرد و سازمان از ظرفیتشان برای اینکه تغییر موثری ایجاد کنند را در بر می‌گیرد. آمادگی یک حالت ذهنی و شناختی پیشرونده برای رفتارهای مقاومتی یا حمایتی است (۱۰). این سازه یک عنصر ثابت در افراد یا نظام‌ها نیست، بلکه ممکن است با توجه به شرایط درونی یا بیرونی، نوع تغییری که معرفی می‌شود و یا مشخصات پذیرندگان بالقوه و عاملان تغییر متفاوت باشد. بنابراین مداخله برای افزایش آمادگی نیاز است (۱۳). زمانی فرد برای تغییر آمادگی دارد که تغییر را درک و باور کند، زیرا او نیاز به تغییر را پذیرفته است (۱۴).

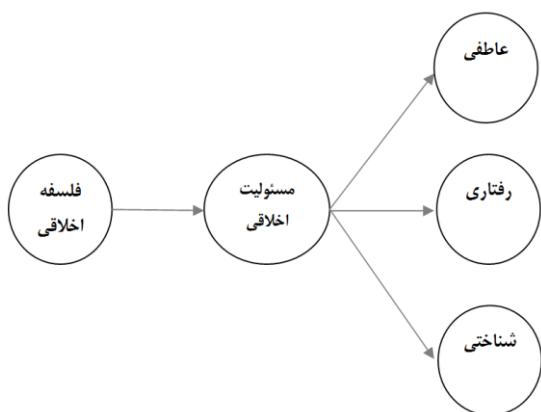
مطالعات مختلف نشان می‌دهد که عوامل مختلفی همچون باورها، نگرش‌ها و اهداف کارکنان، حمایت مدیر، توان فردی و رهبری فعال^۲، دانش شغلی و مهارت، روابط اجتماعی^۴ در مکان کاری، فرهنگ سازمانی و روابط رهبری مدیران، خودکارآمدی^۵، آزادی در تصمیم‌گیری، تعهد سازمانی، روابط اجتماعی در مکان کاری، اعتماد به همکاران، حمایت مدیریت و توانایی شخصی، اعتماد به ناظران، تعهد مدیران ارشد به تغییرات، شایستگی عامل تغییر، تعهد شغلی، عوامل فردی (رفتار خلاق و هوش عملی)، عوامل فرایندی (مشارکت در تصمیم‌گیری و کیفیت ارتباطات) و عوامل زمینه‌ای (اعتماد به مدیریت و تاریخ تغییر) می‌توانند بر آمادگی برای تغییر اثر گذار باشد (۹، ۱۰، ۱۲، ۱۴-۲۲). در نتیجه از عواملی که به طور بالقوه می‌تواند تاثیر معنی داری بر آمادگی برای تغییر داشته باشد فلسفه اخلاقی^۶ و مسئولیت اخلاقی^۷ است.

روند کسب و کارهای اخیر تاکید می‌کند که از سازمان‌ها انتظار می‌رود فراتر از سود محوری فعالیت کنند و افزایش رفاه جامعه را در الویت قرار دهند (۲۳). این بدان معنی است که بخش کسب و کار نباید فقط تابع تولید کالا و ساخت سود باشند بلکه فعالیت خود را حول محور جامعه و پذیرش مسئولیت در این زمینه باید تنظیم کنند (۲۴). طرفداران مسئولیت اجتماعی^۸ استدلال می‌کنند سازمان‌های بزرگ نه تنها برای پاسخگویی به نیازهای سهامداران، بلکه برای تامین نیازهای ذینفعان از جمله جامعه، مشتریان، تامین کنندگان، و کارمندان باید مسئولیت اجتماعی را به عنوان کلید راهبردی در سازمان گسترش دهند (۲۵). مسئولیت اجتماعی که با نام‌هایی همچون وجدان سازمان، عملکرد اجتماعی، کسب و کار مسئول و پایدار، مسئولیت شهروندی، پاسخگویی اجتماعی سازمان، شناخته می‌شود (۲۶). به معنای مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند انجام دهد، در واقع تعهد و تکلیف مدیریت به انجام کارهایی که حافظ و ارتقا دهنده رفاه جامعه و علایق سازمان باشد (۲۷). یکی از ابعاد کلیدی مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت اخلاقی می‌باشد (۲۸). که به عنوان انتظارات جامعه از سازمان مبنی بر این که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته

باشد و به آنها احترام بگذارد توصیف می‌شود و فراتر از چارچوب قوانین مکتوب می‌باشد (۲۹)، به این معنا که بیشتر جنبه نانوشته دارند. مسئولیت‌های اخلاقی پایبندی به اصول اخلاقی، انجام کارهای درست، عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم را در بر می‌گیرد (۳۰). مظهر مسئولیت‌های اخلاقی، استانداردها، هنجارها و یا انتظارات است که منعکس کننده برای همه افراد جامعه، چه مصرف کننده، کارکنان، سهام داران مبنی بر عادلانه رفتار شدن با آنهاست (۳۱). برای اصطلاح مسئولیت اخلاقی تعاریف گوناگونی ارائه شده است، برخی مسئولیت اخلاقی را به معنای قابلیت مدح و ذم دانسته‌اند و برخی دیگر مسئولیت اخلاقی را به معنای توانایی و قابلیت توضیح و تفسیر یک رفتار و یا یک صفت می‌دانند، عده‌ای نیز آن را به عنوان پاسخگو بودن فرد، زمانی که بتواند اهداف خود را آزادانه انتخاب کند و بر اساس آن رفتار بنماید دانسته‌اند چرا که معتقدند که فرد تنها در این صورت در برابر عمل خود مسئول است. می‌توان گفت تعریف‌های پیش گفته به نوعی پیامدهای مسئولیت اخلاقی است که در تعریف مسئولیت اخلاقی گنجانده شده است. تعریف مسئولیت اخلاقی و تفکیک آن از سایر مسئولیت‌های انسان با توجه به منش و هدف مسئولیت اخلاقی امکان پذیر است. مسئولیت اخلاقی همانند هر مسئولیتی مبتنی بر وظایف اخلاقی است؛ زیرا مسئولیت همیشه با وظیفه برابر می‌نشیند. پس می‌توان گفت: مسئولیت اخلاقی، تعهد در برابر وظایف اخلاقی است (۳۲).

در مقابل امروزه سازمان‌ها پی برده‌اند که اخلاق خوب به منزله تجارت خوب است، بنابراین باید کار بیشتری روی ضوابط عالی رفتار اخلاقی^۹ انجام گیرد (۳۳). در این بین فلسفه اخلاق، رشته‌ای علمی، فلسفی و نوپاست که تعاریف مختلف و گوناگونی برای آن ارائه شده است (۳۴). برخی آن را چنین تعریف کرده‌اند: علمی است که به تبیین اصول، مبانی و مبادی علم اخلاق می‌پردازد و مبادی تصوری و تصدیقی علم اخلاق و گزاره‌های اخلاقی را مورد پردازش قرار می‌دهد. برخی در تعریف آن گفته‌اند: فلسفه اخلاق، شناخت برترین است؛ این که خوبی چیست، بدی کدام است، دادگری چیست و ستمگری کدام است؟ (۳۵) به تعبیر دیگر، فلسفه اخلاق، علمی است که در آن از چیستی خوبی و بدی و از وظایف و تکالیف اخلاقی^{۱۰} و این که این تکالیف برای چه مقصودی باید انجام گیرد و هدف و غایت این وظائف و تکالیف چیست، بحث می‌کند (۳۶). بنابراین، فلسفه اخلاق، علمی است که از مبادی تصدیقی علم اخلاق به منظور تشخیص معیارهای خوبی و بدی و به دست آوردن ملاک ارزشی رفتار انسان‌ها بحث می‌کند؛ به این معنا که انسان تکالیف و رفتارهای اخلاقی را برای چه هدف و غایتی باید انجام بدهد یا آن را ترک کند، و هدف و مقصد این رفتارها چیست؟ هدف فلسفه اخلاق، شناخت ملاک‌های خوبی و بدی افعال است تا انسان‌ها رفتارشان را بر اساس آن و با انگیزه و هدفی که از آن دارند بسنجند (۳۷). پژوهشگران ابعاد فلسفه اخلاقی را به شرح زیر معرفی کرده‌اند.

قانون جاویدان^{۱۱}: این دیدگاه که به قانون طلایی نیز مشهور است، بدین گونه خلاصه می‌شود که «با دیگران آن گونه رفتار کن که دوست داری دیگران با تو رفتار کنند». و با معیارهایی نظیر اینکه به طور کلی قابل



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش

روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری مورد نظر شامل ۷۴۴ نفر از مدیران و کارکنان دانشگاه بوعلی سینا همدان است که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب با حجم، ۱۶۵ نفر به طور تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای تعیین حجم نمونه مورد نظر با توجه به حجم جامعه آماری از فرمول جامعه محدود کوکران استفاده شده است.

پرسشنامه فلسفه اخلاقی: برای سنجش فلسفه اخلاقی از پرسشنامه استاندارد بهره گرفته شد (۳۸). پرسشنامه مذکور شامل ۱۷ گویه که از پنج مولفه (قانون جاویدان، منفعت گرایی یا تئوری فرجام گرایی، وظیفه گرایی یا آغازگرایی، عدالت و آزادی فردی) تشکیل شده است. پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ محاسبه گردید که حاکی از پایایی مناسب آن است. برای بررسی روایی این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که شاخص های برازش $GFI=0/91$; $RMSEA=0/08$; $CFI=0/91$; $AGFI=0/81$ نشانگر

برازش مناسب این پرسشنامه برای سنجش فلسفه اخلاقی است. پرسشنامه مسئولیت اخلاقی: برای سنجش مسئولیت اخلاقی نیز از پرسشنامه استاندارد بهره گرفته شده است (۳۹). پرسشنامه مذکور شامل ۱۵ گویه با طیف پنج درجه ای لیکرت طراحی شده است. پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ محاسبه گردید که نشانگر پایایی مناسب آن است. برای بررسی روایی این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده گردید که شاخص های برازش $GFI=0/92$; $RMSEA=0/06$; $CFI=0/93$; $AGFI=0/84$ نشانگر

برازش مناسب این پرسشنامه برای سنجش مسئولیت اخلاقی است. پرسشنامه آمادگی برای تغییر: برای سنجش آمادگی برای تغییر از پرسشنامه استاندارد بهره گرفته شد (۴۰). پرسشنامه مذکور شامل ۹ گویه که از سه مؤلفه (عاطفی، رفتاری و شناختی) تشکیل شده است. پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۴ محاسبه گردید که حاکی از پایایی مناسب آن است. برای بررسی روایی این پرسشنامه

قبول باشد، برای خود فرد و افراد نزدیک به وی و همه افراد پذیرفتنی باشد تعریف می شود (۳۸).

منفعت گرایی یا تئوری فرجام گرایی^{۱۲}: اخلاقی بودن یک رفتار، براساس میزان مطلوبیت و منافع حاصل از آن بیان می شود. معیارهای آن شامل بهره وری، نتایج و پیامدها، ایجاد حداکثر منافع و حداقل ضرر و ایجاد حداکثر سود ممکن است (۳۶)

وظیفه گرایی یا آغازگرایی^{۱۳}: بر اساس این دیدگاه هر عمل به نیت شخص تصمیم گیرنده بستگی دارد. با معیار هایی چون عرفی بودن، منصفانه بودن، انجام وظایف و پایبندی به قوانین اخلاقی تعریف می شود (۳۶).

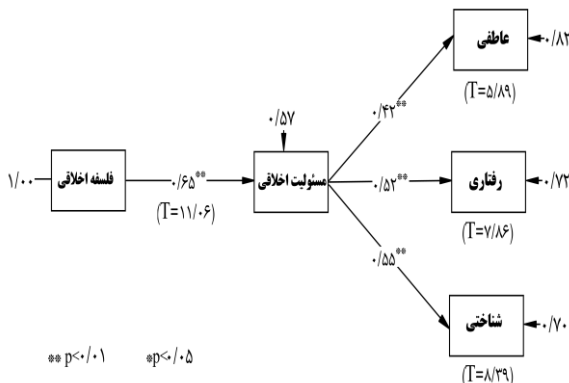
عدالت^{۱۴}: در این تئوری یک عمل را در صورتی که منجر به افزایش همکاری بین اعضای جامعه شود، می توان درست و عادلانه و مناسب (و بنابراین اخلاقی) نامید. و بر اساس معیار هایی آن رفتار عادلانه و رفتار درست سنجیده می شود (۳۸).

آزادی فردی^{۱۵}: بر اساس این دیدگاه هر عملی که آزادی فردی را نقض کند، غیراخلاقی است؛ حتی اگر منافع و رفاه بیشتری برای دیگران ایجاد کند. معیارهای آن عبارتند تامین منافع سازمان، تامین منافع شخصی و تامین منابع مدیران سازمان (۳۸).

بر اساس آنچه که مطرح شد سازمان ها بویژه دانشگاه ها با توجه به شرایط و مقتضیات خود، باید ساز و کارهای مناسب را جهت شناسایی عوامل اثر گذار بر آمادگی برای تغییر شناسایی و کلیه امکانات خود را برای آن آماده نمایند. با توجه به اینکه سازمان ها و به خصوص دانشگاه ها عرصه فعالیت انسانی هستند، لذا سرنوشت آنها نیز با تغییر گره خورده است. همواره دانشگاه ها به تغییر در سطوح مختلف مبادرت می ورزند، اما جای شگفتی است که برنامه های تغییر نتایج مطلوبی را به بار نمی آورند، غافل از اینکه برای اجرای موفقیت آمیز تغییر باید عوامل بسیاری از جمله آمادگی کارکنان برای تغییر را در نظر گرفت، چرا که آمادگی کارکنان سازه ای روانشناختی است که تابعی از خصوصیات فردی، متغیرهای محیط کاری و ویژگی های سازمانی می باشد و توجه به آن می تواند اجرا و نتیجه تغییر را بیمه کند. با توجه به آن چه گفته شد این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال اساسی است که آیا بین فلسفه اخلاقی و مسئولیت اخلاقی با آمادگی برای تغییر رابطه معنی داری وجود دارد؟

برای نیل به هدف اصلی پژوهش و به منظور پیش بینی احتمالی وجود رابطه بین متغیرهای پژوهش با توجه به پیشینه نظری و تجربی پژوهش، الگویی طراحی شده است و تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مذکور بر آمادگی برای تغییر، با ارزیابی روابط میان متغیرها و معنادار بودن روابط هر کدام و برآورد ضریب برازش الگو، مورد بررسی قرار می گیرد. الگوی مفهومی پژوهش حاضر در نگاره ۱ نمایش داده شده است.

طبق اطلاعات نگاره ۲ رابطه فلسفه اخلاقی و مسئولیت اخلاقی (۰/۶۵) با آماره تی ۱۱/۰۶ در سطح معنی داری ۰/۰۱ مثبت و معنادار است. رابطه فلسفه اخلاقی با نقش میانجی مسئولیت اخلاقی با بعد عاطفی (۰/۲۷) با آماره تی ۳/۵۱ در سطح معنی داری ۰/۰۱ مثبت و معنادار است. رابطه فلسفه اخلاقی با نقش میانجی مسئولیت اخلاقی با بعد رفتاری (۰/۳۳) با آماره تی ۴/۱۲ در سطح معنی داری ۰/۰۱ مثبت و معنادار است. رابطه فلسفه اخلاقی با نقش میانجی مسئولیت اخلاقی با بعد شناختی (۰/۳۵) با آماره تی ۴/۴۶ در سطح معنی داری ۰/۰۱ مثبت و معنادار است.



نگاره ۲: الگوی آزمون شده پژوهش

در جدول ۳، مقادیر به دست آمده در پژوهش حاضر و حد قابل پذیرش هر یک از شاخص های برازش گزارش شده اند. با توجه به این جدول تمامی شاخص های برازش در حد مطلوبی قرار دارند و می توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده برازش مناسبی با داده های گردآوری شده دارد.

جدول ۳. مشخصه های برازندگی انطباق

X^2/df	RMSEA	CFI	GFI	AGFI
مقدار بدست آمده				
۲/۹۱	۰/۰۸	۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۸۴
حد قابل پذیرش				
کمتر از ۳	کمتر از ۰/۱	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹	بیشتر از ۰/۸۰

بحث

تجزیه تحلیل فرضیه های پژوهش نشان داد که فلسفه اخلاقی با نقش میانجی مسئولیت اخلاقی با آمادگی برای تغییر رابطه مثبت و معنی داری دارد. نتایج حاصل از مطالعات نشان می دهد که بین فلسفه اخلاقی و بروز رفتارهای های فرانشی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (۳۶). و رابطه بین رفتار اخلاقی و آمادگی برای تغییر مثبت و معنی دار می باشد (۲۲). همچنین مطالعات نشان می دهد رابطه اخلاق کسب و کار با شهروند شرکتی با نقش میانجی مسئولیت پذیری اجتماعی مثبت و معنی دار می باشد (۴۲). این نتایج می تواند موید یافته های این

از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که شاخص های برازش $GFI=0/94$; $RMSEA=0/05$; $CFI=0/95$; $AGFI=0/89$ نشانگر برازش مناسب این پرسشنامه برای سنجش آمادگی برای تغییر است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS ۱۶ و LISREL در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. در سطح توصیفی از آماره های نظیر میانگین، انحراف استاندارد، کجی و کشیدگی و در سطح استنباطی از آزمون های ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردیده است، همچنین برای تعیین رابطه بین متغیرهای پژوهش از تحلیل مسیر بر اساس نرم افزار آماری LISREL استفاده شده است.

یافته ها

پژوهشگران پیشنهاد می کنند که در مدل یابی علی، توزیع متغیرها باید نرمال باشد. بر این اساس قدر مطلق چولگی و کشیدگی متغیرها به ترتیب نباید از ۳ و ۱۰ بیشتر باشد (۴۱). با توجه به جدول شماره ۱ قدر مطلق چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها کمتر از مقادیر مطرح شده می باشد. بنابراین این فرض مدل یابی علی یعنی نرمال بودن تک متغیری برقرار است. در جدول شماره ۲ ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه شده اند.

جدول ۱. شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
فلسفه اخلاقی	۳/۱۹	۰/۶۴	-۰/۱۳	۰/۳۰
مسئولیت اخلاقی	۳/۲۳	۰/۵۷	-۰/۲۶	۰/۲۷
عاطفی	۳/۱۷	۰/۷۷	-۰/۳۰	-۰/۱۹
رفتاری	۳/۳۷	۰/۸۱	-۰/۴۳	۰/۲۶
شناختی	۳/۳۴	۰/۷۹	-۰/۳۰	۰/۴۱

با توجه به جدول ۲، رابطه بین فلسفه اخلاقی و مسئولیت اخلاقی با ابعاد عاطفی، رفتاری و شناختی در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. آزمون الگوی نظری پژوهش و برازش آن با داده های گردآوری شده، با روش بیشینه احتمال و با استفاده از نرم افزار لیزرل نسخه ۸/۸ انجام شد. در نگاره ۲ الگوی آزمون شده پژوهش ارائه شده است.

جدول ۲: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	
فلسفه اخلاقی	۱					
مسئولیت اخلاقی	۰/۵۹**	۱				
عاطفی	۰/۶۳**	۰/۳۳**	۱			
رفتاری	۰/۷۲**	۰/۴۵**	۰/۷۵**	۱		
شناختی	۰/۷۰**	۰/۴۸**	۰/۶۹**	۰/۷۸**	۱	
		* $p < 0/05$			** $p < 0/01$	

اهداف اجتماعات علمی و هنجارهای شناخته شده آن است. بر این اساس اهمیت نظام آموزشی سطح سوم و به ویژه قرابت آن با اصول و ارزش های جامعه و نیز ارتباط تنگاتنگ آن با منابع انسانی فرهیخته و فرایند انتقال آموزش به منابع انسانی بر کسی پوشیده نیست. با درک این مهم که چالش های پیش روی نظام آموزش عالی، از قبیل کاهش نرخ اشتغال دانش آموختگان، افزایش تعداد دانشجویان، تقاضا برای اثربخشی بیشتر آموزش ها، جهانی شدن و به تبع افزایش رقابت و بازار محوری، ضرورت آمادگی برای تغییر را در نظام آموزش عالی را بیش از پیش افزایش داده است. با توجه به عمده ویژگی که می توان برای شرایط فعلی دانشگاه ها متصور شد، تغییرات بسیار سریع، گسترده، عمیق و پیچیده محیط حاکم بر فضای آن ها است. دانشگاه ها برای بقا باید قادر به سازگاری با شرایط متغیر علمی و محیط باشند. بنابراین باید هرچه سریع تر جای خود را به سازمان هایی چابک دهند و نیازمند آمادگی برای تغییر در تمامی سطوح سازمان و کارکنان خود می باشند. که این مهم نیازمند بستری اخلاقی و تعهد و الزامات اخلاقی است تا به درستی بتواند راه و مسیر خود را طی کند.

ملاحظه های اخلاقی

به منظور رعایت ملاحظات اخلاقی آزمودنی ها که داشتند و محرمانه ماندن اطلاعات، اصل راز داری رعایت شد. همچنین موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ انتشار چندگانه و ... در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته اند.

سپاسگزاری

پژوهشگر بر خود لازم می داند که از کلیه مسئولان و کارکنان دانشگاه بوعلی سینا که صمیمانه پژوهشگر را در انجام این پژوهش نیز مدد رسانده اند، نهایت سپاس و قدردانی را به عمل آورد.

واژه نامه

- | | |
|--|----------------------------------|
| 1. Organizational Changes | تغییرات سازمانی |
| 2. Preparing for Change | آمادگی برای تغییر |
| 3. Active Leadership | رهبری فعال |
| 4. Community Relations | روابط اجتماعی |
| 5. Efficacy | خودکارآمدی |
| 6. Moral Philosophy | فلسفه اخلاقی |
| 7. Moral Responsibility | مسئولیت اخلاقی |
| 8. Social Responsibility | مسئولیت اجتماعی |
| 9. Ethical Behavior | رفتار اخلاقی |
| 10. Moral duty | تکالیف اخلاقی |
| 11. Eternal Law | قانون جاویدان |
| 12. Profit-oriented or outcome-oriented theory | منفعت گرایی یا تئوری فرجام گرایی |
| 13. Start-oriented or task-oriented | وظیفه گرایی یا آغاز گرایی |
| 14. Justice | عدالت |
| 15. Individual Freedom | آزادی فردی |

پژوهش باشد. بر اساس نتایج به پژوهش می توان بیان کرد که فلسفه اخلاقی، پاسخ های مناسبی برای سئوال های برخاسته از گزاره های اخلاقی جست جو می کند و پرسش هایی از قبیل چیستی فعل اخلاقی و معیار و ملاک ارزش اخلاقی را روشن می کند. فلسفه اخلاقی زمینه ای را فراهم می آورد که افراد در تعاملات خود با همکاران منصفانه رفتار کنند و به صورت فردی قابل پذیرش باشند، چرا که رفتارهایی را از خود بروز می دهند که دوست دارند دیگران با آنها انجام دهند، افراد سعی بر انجام رفتارهایی دارند که بیشترین بهره وری و کارایی را برای سازمان داشته باشد، به شدت وظیفه مدار هستند و آزادی فردی و گروهی را رعایت می کنند. در این بین باتوجه به معنی داری نقش میانجی مسئولیت اخلاقی در ارتباط بین فلسفه اخلاقی و آمادگی برای تغییر می توان شاهد بود که فلسفه اخلاقی زمینه افزایش مسئولیت اخلاقی را فراهم آورد که بهبود گرایش مثبت، احساس غرور و بازدهی بیشتر از طریق نیروی کار متعهدتر را به همراه خواهد داشت و با توجه به شرایط بوجود آمده می توان شاهد آمادگی بیشتر کارکنان برای تغییر بود.

در سال های اخیر، اهمیت فلسفه اخلاقی و مسئولیت اخلاقی در مطالعات حوزه مدیریت رشد کرده است، و انتظارات در مورد شیوه های تعامل سازمان با انسان در سراسر جامعه افزایش یافته است. که این مهم زمینه ای را فراهم کرده است که سازمان ها بویژه دانشگاه ها ضرورت توجه به تغییر را در تمامی سطوح خود احساس کنند. پرداختن به آمادگی برای تغییر در پرتوی مطالعات رفتار سازمانی بویژه فلسفه اخلاقی و مسئولیت اخلاقی می تواند گامی موثر در راستای شناخت و ایجاد دانش نظری و تجربی در این حوزه باشد که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس به پژوهشگران بعدی پیشنهاد می شود برای افزایش تعمیم پذیری یافته ها، این تحقیق را در سازمان های دیگر و با نمونه های دیگر مورد بررسی قرار دهند، همچنین پیشنهاد می شود که به شناسایی عوامل اثر گذار بر آمادگی برای تغییر در دانشگاه ها با توجه به بافت و زمینه موجود بپردازند و در نهایت ممکن است فرهنگ سازمانی دانشگاه ها بر متغیرهای مورد مطالعه تأثیر داشته باشد. پیشنهاد می گردد که رابطه ی فرهنگ سازمانی را با متغیرهای پژوهش مورد تحقیق قرار گیرد.

نتیجه گیری

پویایی های رقابت جهانی، پیشرفت های تکنولوژیکی، ساختار بندی مجدد سازمان ها و شرکت ها و شرایط اقتصادی بی ثبات همگی تغییراتی هستند که سازمان های امروزی را تحت پوشش قرار می دهند و آن را برای سازمان ها، مهم تر از سایر موارد جلوه داده اند. تغییر سازمانی به سبب نیروها و فشارهایی محیط بیرونی و داخلی سازمان ها به یک پدیده فراگیر در سازمان های تبدیل شده است. در این بین دانشگاه ها نهادی حیاتی در فرایند توسعه هر کشور می باشند که توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه به واسطه تأثیرات این نهاد ها تسهیل می گردد. عملکرد مطلوب نظام آموزش عالی، پیش نیاز نیل به

14. Madsen SR., Miller D, John CR. (2005). Readiness for organizational change: Do organizational commitment and social relationships in the workplace make a difference? *Human Resource Development Quarterly*; 16(2): 213-233.
15. Armenakis A A., Harris S G, Mossholder KW. (1993). Creating readiness for organizational change. *Human Relations*; 46(6): 681-703.
16. Hanpachern C, Morgan G A, Griego O V. (1998). An extension of the theory of margin: A framework for assessing readiness for change. *Human Resource Development Quarterly*; 9(4); 339.
17. Cunningham C E, Woodward C A, Shannon H S, MacIntosh J, Lendrum B, Rosenbloom D, Brown J. (2002). Readiness for organizational change: A longitudinal study of workplace, psychological and behavioural correlates. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*; 75(4): 377-392.
18. Miller D, Madsen SR, John CR. (2006). Readiness for change: Implications on employees' relationship with management, job knowledge and skills, and job demands. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*; 11(1): 3-12.
19. Ertürk A. (2008). A trust-based approach to promote employees' openness to organizational change in Turkey. *International Journal of Manpower*; 29(5): 462-483.
20. Cinite I, Duxbury L E, Higgins C. (2009). Measurement of perceived organizational readiness for change in the public sector. *British Journal of Management*; 20(2): 265-277.
21. Shah N. (2009). Determinants of employee readiness for organizational change [Ph.D Thesis]. London: Brunel University Brunel Business School.
22. Soumyaja D, Kamlanabhan T J, Bhattacharyya S. (2015). Antecedents of employee readiness for change: Mediating effect of commitment to change. *Management Studies and Economic Systems*; 2(1): 11-25.
23. Galavandi H, Kabiri A., Soltanzadeh V. (2014). The relationship between social responsibility and teamwork Urmia University staff. *Journal of Applied Sociology*; 25(1): 111-120. (In Persian).
24. Nicolau JL. (2008). Corporate social responsibility worth-creating activities. *Annals of Tourism Research*; 35(4); 990-1006.
25. Holmqvist M. (2009). Corporate social responsibility as corporate social control: The case of work-site health promotion, *Scandinavian Journal of Management*; 25: 68-72.
26. Pop O, Dina GC, Martin C. (2011). Promoting the corporate social responsibility for a green economy

References

1. Salimi S B., Boland Raftar H., Bakhshalizadeh D. (2016). Study of ethical philosophy in regard to gender differences. *Ethics in Science and Technology*; 10 (3): 93-102. (In Persian).
2. Hasani M, Abbasi S, Galavandi H. (2017). Perceived human resource practices & its relation with positive attitudes toward work & organizational ethics. *Ethics in Science and Technology*; 11 (4): 90-100. (In Persian).
3. Weeks WA, Roberts J, Chonko LB, Jones E. (2004). Organizational readiness for change, individual fear of change, and sales manager performance: An empirical investigation. *Journal of Personal Selling & Sales Management*; 24(1): 7-17.
4. Abdel-Ghany MMM. (2014). Readiness for change, change beliefs and resistance to change of extension personnel in the new valley governorate about mobile extension. *Annals of Agricultural Sciences*; 59(2): 297-303.
5. Shah N, Irani Z. (2009). Impact of employees psychological and financial predictors for readiness to organizational change. UK: European and Mediterranean Conference on Information Systems.
6. Gupta M P. (2012). Change in educational sector: A need of hour. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*; 2 (11): 29-34.
7. Abrahamson E. (2000). Change without pain. *Harvard Business Review*; 78(4): 75-81.
8. Susanto A B. (2008). Organizational readiness for change: A case study on change readiness in a manufacturing company in Indonesia. Jakarta: Managing Partner.
9. Rafferty AE., Simons R H. (2006). An examination of the antecedents of readiness for fine-tuning and corporate transformation changes. *Journal of Business and Psychology*; 20(3): 325-350.
10. Holt D T, Armenakis A A, Feild H S, Harris S G. (2007). Readiness for organizational change: the systematic development of a scale. *Journal of Applied Behavioral Science*; 43(2): 232-255.
11. Rafferty A E., Jimmieson N L., Armenakis A A. (2013). Change readiness a multilevel review. *Journal of Management*; 39(1): 110-135.
12. Bernerth J. (2004). Expanding our understanding of the change message. *Human Resource Development Review*; 3(1); 36-52.
13. Backer TE. (1995). Assessing and enhancing readiness for change: Implications for technology transfer. *NIDA Research Monograph*; 155: 21-41.

- practices in sport management. *Procedia Social and Behavioral Sciences*; 16:1405–1417.
40. Bouckennooghe D, Devos G. (2007). Psychological change climate as a catalyst of readiness for change: A dominance analysis. Belgium: Ghent University, Faculty of Economics and Business Administration.
 41. Kline RB (2011). Principles and practice of structural equation modeling. 2nd Ed. New York: The Guilford Press.
 42. Ahmadi F, Alvedari H, Tore N, Moradi M.(2016). Relationship between Business ethics and Corporate citizenship: Mediate role of social responsibility & corporate governance. *Ethics in Science and Technology*; 11 (2):85-94.
 27. Soltanzadeh V, Galavandi H, Abbaszadeh MM. (2015). Simple and compound relations between organizational socialization and social responsibility. *New Approaches in Management in Education*; 6(1): 167-189. (In Persian).
 28. Barbara LS. (2004). Online learning: a strategy for social responsibility in educational access. *Internet and Higher Education*; 17: 299–310.
 29. Vasilescu R, Barna C, Epure M, Baicu C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia Social and Behavioral Sciences*; 2 : 4177–4182.
 30. Walker M., Parent MM. (2010). Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness, and citizenship in sport. *Sport Management Review* ; 13 : 198–213.
 31. Filizöz B, Fisne M. (2011). Corporate social responsibility: a study of striking corporate social responsibility practices in sport management. *Procedia Social and Behavioral Sciences* ; 24: 1405–1417.
 32. Shayaripour AR. (2012). Sociological foundations of moral responsibility in Islamic ethics. *Moral Knowledge*; 3(4): 25-38. (In Persian).
 33. Salimi S B., Bolandraftar H., Bakhshalizadeh D. (2015). The tendency to moral philosophy with respect to gender differences. *Ethics in Science and Technology*; 10(3): 93-103. (In Persian).
 34. Chun J S, Shin Y, Choi JN, Kim MS. (2013). How does corporate ethics contribute to firm financial performance? The mediating role of collective organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Journal of Management*; 39(4): 853-877.
 35. Loo R. (2003). Are women more ethical than men findings from three independent studies? *Women in Management Review*; 18(4):169-181.
 36. Enbesati A.(2013). The relationship between moral philosophy and extra-role behavior Gilan Province Gas Company employees.[MA Thesis]. Rasht: Islamic Azad University. (In Persian).
 37. Zaki H.(2005). Moral philosophy. *Quarterly Culture of Jihad*; 41-42. (In Persian).
 38. Kujala J, Lamsa A, Penttila K. (2009). Managers' moral decision-making and changes over time: A multidimensional approach . Greece: 22nd EBEN Annual Conference Athens.
 39. Carol A. (2002). Corporate moral responsibility: A study of striking corporate social responsibility and innovative jobs, *Procedia Social and Behavioral Sciences*; 15 : 1020–1023.