

رابطه بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران

دکتر سعید خیاط مقدم*، مهدی یوسفی، ناهید حبیبی

گروه مدیریت دولتی، دانشکده حسابداری مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد

(تاریخ دریافت: ۹۷/۱۲/۲، تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۳)

چکیده

زمینه: پاسخگویی، مسئله‌ای مهم و چالش‌آور در نظام‌های اداری و سیاسی بیشتر کشورها بوده و هست و عدم پاسخگویی مناسب و به‌موقع به کارکنان منجر به ایجاد جو بی‌اعتمادی و سردی کارکنان نسبت به سازمان می‌شود. در همین راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی تدوین شد.

روش: این پژوهش کاربردی با روش، توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تمامی کارکنان شعب بانک صادرات شهر مشهد به تعداد ۱۴۰۰ نفر می‌باشند که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۱۰ نفر به عنوان نمونه وارد فرایند تحلیل شده اند روش نمونه‌گیری تصادفی-طبقه‌ای است؛ ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌های نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران می‌باشد که روایی آن‌ها از نوع محتوا بوده و بر طبق نظر صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفت جهت سنجش پایایی پرسشنامه‌ها از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون با نرم‌افزار SPSS و تکنیک معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار LISREL استفاده گردید.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که بین متغیر مستقل نهادینه‌سازی اخلاق و ابعاد آن (نهادینه‌سازی صریح اخلاق و نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق) با متغیر وابسته پاسخگویی مدیران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. میزان ضریب آلفای کرونباخ برای نهادینه‌سازی اخلاق ۰/۸۷ و برای پاسخگویی مدیران ۰/۸۱ می‌باشد.

نتیجه‌گیری: نتایج حاکی از آن است که نهادینه‌سازی اخلاق و توجه به شاخص‌های اخلاقی باعث می‌شود که مدیران حس مسئولیت‌پذیری بیشتری نسبت به کارکنان خود داشته باشند که متقابلاً پاسخگویی بیشتر و مناسبتری خواهند داشت.

کلیدواژگان: نهادینه‌سازی صریح اخلاق، نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق، پاسخگویی مدیران

سرآغاز

این ابزارها عبارتند از: کدهای اخلاق^۵، کدهای رفتار^۶، خط مشی‌ها، رویه‌ها و روشهای حل معضلات اخلاقی^(۲). بدون تردید، تغییر و تحولات ناشی از پویاییهای محیطی از چالشهای جدی سازمانهای امروزی است و موفقیت سازمانها به ظرفیت سازگاری و انطباق آنها با عوامل متغیر محیط بستگی دارد. انطباق‌پذیری نشان دهنده ظرفیت سازمانها برای پاسخگویی به تغییرات محیطی می‌باشد، ظرفیت انطباق‌پذیری^۷ سازمانی نیز بیانگر توانایی سازمانها در یادگیری مستمر و پاسخگویی^۸ به تغییرات درون و برون سازمانی است که نقش اساسی

اخلاق^۱ به معنی اعتماد^۲، صداقت^۳، درستی، عدالت، فضائل شهروندی و خدمت به جامعه است که به صورت منشور اخلاقی^۴ و قوانین رفتار حرفه‌ای یا به درون سازمان نهادده است (۱). مدیریت اخلاق عبارت است از شناسایی و اولویت بندی ارزشها برای هدایت رفتارها در سازمان. سازمانها با ایجاد یک برنامه مدیریت اخلاق میتوانند اخلاقیات را در محیط کار مدیریت کنند. امروزه مدیریت اخلاق یکی از زمینه‌های علمی مدیریت به شمار می‌رود که دارای رویکرد برنامه‌ای و چندین ابزار علمی است.

نویسنده مسئول: نشانی الکترونیکی: skhayatmoghadam@gmail.com

مدیریت تأثیر گذار سازمانها پی برده اند. پاسخگویی، بدنه و پیکره اساسی تئوری سازمانی میباشد و به عنوان نیروی جاذب بین سیستمهای اجتماعی عمل میکند (۱۲).

نخستین و مهم‌ترین مینا و پیش‌زمینه پاسخگویی نظارت است به‌گونه‌ای که بدون وجود نظارت پاسخگویی معنا پیدا نمی‌کند و عملاً تا نظارتی نباشد نمی‌توان افراد و نهادها را به پاسخگویی فراخواند. دومین مینای پاسخگویی، شفافیت است. (۱۳). پاسخگویی در حوزه‌های متفاوت، استانداردهای مجزایی دارد که مربوط به پاسخگویی اجتماعی است. در این استاندارد طبق عملکرد شرکت‌ها و سازمان‌ها در خصوص رعایت حقوق انسانی کارکنان با استانداردهای مشخص شده در ۹ حوزه‌ی زیر منظور می‌شود: رعایت حقوق کارکنان و کودکان، تحمیل نکردن شغل به افراد، سلامتی و ایمنی، آزادی مذاکره و در نظر گرفتن حق چانه‌زنی جمعی برای کارکنان، نبود تبعیض، رعایت نظم و نبود تنبیه بدنی، روحی، رعایت ساعات کاری محدود برای کارکنان، جبران خدمات، نظام‌های مدیریتی مبتنی بر استانداردهای کارآمدی و اثربخشی. همچنین سلسله استاندارد پاسخگویی سراغ داریم که بر مبنای ارزیابی گزارش‌های مرتبط با ۳ حوزه‌ی زیر بررسی می‌شود:

- آیا گزارش‌های مربوط به تحقق اهداف، فعالیت‌های سازمان را در همه‌ی حوزه‌هایی که مورد توجه ذینفعان سازمان است زیر پوشش قرار می‌دهد؟

- آیا اطلاعات مربوط به ارزیابی و فهم عملکرد سازمان در همه حوزه‌ها به‌صورت دقیق و کافی است؟

- آیا پاسخگویی کامل در مقابل در توقعات، نگرانی‌ها و منابع ذی‌ربط سازمان وجود دارد (۱۴).

در یک سازمان اخلاقی، مسئولیت اجتماعی و تعهد و مسئولیت مدیریت در قبال جامعه و افراد جامعه به هنگام تصمیم‌گیری و رفتارهای مدیریتی مورد بحث است. اصول رفتار یا همان فرهنگ اخلاقی^{۱۸}، در خدمت هزاران هدف عملی دیگر نیز هست که می‌تواند به انواع کارکنان، از مناطق و فرهنگ‌های مختلف کمک (۱۵). دو دلیل اساسی که سازمان‌ها به طور فزاینده‌ای به اخلاق، جوکاری اخلاقی و نهادینه‌سازی اخلاق توجه دارند، با مطالعه اخیر فورچون مشخص شد. این مطالعه نشان داد که جو کاری خوب یک عامل حیاتی برای بقای کارکنان در سازمان است و بعد برجسته جوکاری یک سازمان، جو کاری اخلاقی است. دلیل دوم گرایش سازمان‌ها به مطالعه اخلاق و نهادینه‌سازی آن، افزایش مشکلات اخلاقی در کسب و کارشان بود (۱۶). شخصیت اخلاقی^{۱۹} در سطح فردی می‌تواند پیامدهای سطح گروهی را از طریق ساخت میانی رهبری اخلاقی تحت تأثیر قرار دهد. در مجموع اخلاق و فرهنگ اخلاقی در سازمان‌ها از ارزش‌ها، سیاست‌ها و فعالیت‌های افراد ایجاد می‌شود. وقتی سازمان‌ها محیطی ایجاد می‌کنند که رفتار یا عمل افراد خود را به طور ماندگار بر طبق ارزش‌های اخلاقی^{۲۰} و سیاست‌های سازمان تنظیم می‌کند، این سازمانها اخلاق خود را نهادینه‌سازی کرده‌اند (۱۷). از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی سازمان‌ها و یکی از عوامل مهم موفقیت سازمان‌ها مباحث و اصول اخلاقی می‌باشد.

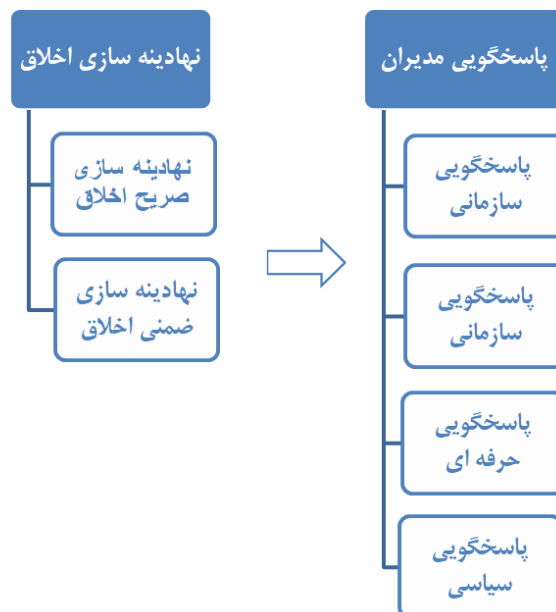
در کارایی^۱، اثر بخشی^{۱۱} و بهره‌وری^{۱۱} سازمانها دارد (۳). یک سیستم پاسخگویی نوعی مبادله است که طی آن بخشی از قدرت خود را به‌نحوی که هر یک از طرفین به دیگری نیاز داشته باشد، مبادله می‌کنند (۴). امروزه دستگاه‌های دولتی با نوعی تعارض و دوگانگی مواجه‌اند: از یک‌سو، در مقابل مردمان و سازمان‌های ملی خود احساس مسئولیت می‌کنند و باید در برابر نیازهای آنان پاسخگو باشند و از سوی دیگر، الزامات بین‌المللی و نیروهای جهانی آنان را وادار به اعمال روش‌ها و شیوه‌هایی می‌کند که در عمل مغایر خواست و انتظارات شهروندان آن‌هاست (۵). این پژوهش از منظری متفاوت به مسئله پاسخگویی در سازمان نگریند که منجر به ارائه راه حل‌های متفاوت گشته. اگرچه تا کنون در تحقیقاتی به رابطه بین اخلاق و پاسخگویی پرداخته شده؛ اما در این میان پژوهشی که رابطه بین نهادینه‌سازی اخلاق^{۱۲} و پاسخگویی مدیران را به صورت یکجا در سازمان بررسی نموده باشد وجود ندارد، در این تحقیق سعی می‌شود تا به این خلأ پاسخ داده شود، ضمن اینکه مدل مفهومی ارائه شده در این پژوهش پاسخی نوآورانه است برای بررسی رابطه بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران در سازمان پاسخگویی در حال گذر از شکل‌های قدیمی مسئولیت به‌طرف سایر شکل‌ها، به‌ویژه سیستم‌های مدیریت کارآمدتر و پاسخگوتر است. هدف اصلی رویکرد مدیریتی پیش از آنکه رعایت قوانین و مقررات باشد، تحقق اهداف، افزایش پاسخگویی به مشتری و بذل توجه به هزینه‌ها و استفاده از منابع محدود به موثرترین شکل است (۶). پاسخگویی شناخت حقوق عمومی است تا اینکه بدانیم چه اعمالی باید انجام گیرد. توجیه کردن، گزارش دادن و تشریح کردن، جنبه‌های مهم پاسخگو هستند (۷). امروزه پیچیده شدن روز افزون سازمان‌ها و افزایش میزان رفتارهای غیراخلاقی^{۱۳} و غیرقانونی در محیط‌های کاری توجه مدیران و رهبران را به ایجاد و حفظ اخلاق حرفه‌ای^{۱۴}، مسئولیت اجتماعی^{۱۵} و پاسخگویی اجتماعی^{۱۶} در همه سازمان‌ها ضروری کرده است (۸). توجه به دیدگاه عمومی به‌عنوان معیار درستکاری اخلاقی و پاسخگویی فردی^{۱۷} در برابر شهروندان و مشارکت گروه‌های ذینفع در تصمیمات اداری را می‌توان تحول بزرگی در روابط قدرت بین شهروندان و نظام اداری دانست (۵). پاسخگویی سه هدف عمده دارد: ابزاری است در جهت نظارت بر قدرت و پیشگیری از سوءاستفاده از اختیارات عمومی، تضمینی است بر کاربرد صحیح منابع ملی، تبعیت از قانون و صیانت از ارزش‌های خدمات عمومی. ابزار موثری برای ارتقاء و بهبود زمامداری و مدیریت خدمات عمومی است (۹). پاسخگویی ابزاری برای بهبود خدمات دولتی: نظارت بر قدرت و تضمین کاربرد صحیح منابع عمومی اغلب جنبه‌های منفی و تنبیهی پاسخگویی را به ذهن تداعی می‌کند. پاسخگویی به‌عنوان ابزار پیشرفت و بهبود مستمر خدمات به جنبه مثبت خدمات دولتی اشاره دارد. این جنبه از پاسخگویی نوعی فرایند یادگیری نیز تلقی می‌شود (۱۰). پاسخگویی به‌گونه‌های؛ سیاسی، قانونی، سازمانی و حرفه‌ای قابل تفکیک است که از دو بعد منبع نظارت (درونی و بیرونی) و میزان استقلال (کم و زیاد) قابل بررسی میباشد (۱۱). مطبوعات علمی و اجتماعی هر دو به اهمیت پاسخگویی در

مقوله پاسخگویی سازمانی به عنوان یکی از موضوعات مطرح در سازمان‌های امروزی، توجهات بسیاری را به خود جلب نموده و واکوی این مفهوم، نیازمند شناسایی و تحت کنترل درآوردن عوامل درون و برون سازمانی بشمار می‌آید. پاسخ‌گویی مدیران می‌تواند در کسب پشتیبانی از تدوین و اجرای خط‌مشی‌های سازمان و همچنین اعتماد کارکنان نقش محوری ایفا کند؛ اگر رفتار رهبر نتواند منجر به ایجاد اعتماد زبردستان به وی شود، بعید است که بتواند یک رابطه سازنده‌ای بین فردی با زبردستان خود برقرار کند، چرا که در شرایط عدم اعتماد، افراد تمایل به جبهه‌گیری، عملکرد تدافعی و جلوگیری از نفوذ دیگران را دارند. یکی از عواملی که منجر به افزایش اعتماد سازمانی می‌گردد، نهادینه شدن اخلاق در فضای سازمان است. نهادینه شدن اخلاق در فضای سازمان منجر به بهبود روابط، افزایش جو تفاهم، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر کارکنان، افزایش چندگانگی و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل، ترویج نگرش ارزشی به افکار نو و افزایش حس همکاری و اعتماد سازمانی را در پی دارد. از طرفی مدیران در انجام وظایف خود نظیر تصمیم‌گیری، ارزشیابی، نظارت، تشویق و تنبیه بدون وجود یک نظام اخلاقی در سازمان نمی‌توانند با قاطعیت عمل کنند، لذا نهادینه‌سازی اخلاقیات در سازمان از مسائل مهم و حیاتی است. بنابراین هدف این مقاله بررسی رابطه بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران می‌باشد که بر همین اساس نیز پس از مطالعه و مروری بر ادبیات تحقیق مدل مفهومی تحقیق به صورت نگاره ۱ طراحی شده است:

؛ اخلاقیات به عنوان سیستمی از ارزش‌ها، باورها، اصول، مبانی، بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که بر اساس آن نیک و بد‌های سازمان مشخص می‌شود و عمل بد از خوب متمایز می‌گردد (۱۸).

در همین راستا با ایجاد مکانیزم‌های اجرایی کارآمد و نهادینه کردن رفتار اخلاقی در سازمان بزرگ می‌توان اصول اخلاقی^{۲۱} و اخلاقیات را در سازمان به‌گونه‌ای تقویت کرد که نمود عینی آن از یک سو موجب کاهش و رفع تبعیض، بی‌عدالتی، نارضایتی و از سوی دیگر موجب افزایش روحیه تعاون و همکاری، تعهد کارکنان، رشد و تعالی فردی و سازمانی، بالندگی سازمان و در نهایت شکوفایی جامعه را در پی خواهد داشت (۱۹).

توسعه سازمانی تلاشی پیگیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی نظام صورت می‌گیرد. هدف از توسعه سازمانی، هم‌بهبودی زندگی (شغلی) فرد و هم‌بهبودی کارکرد سازمان است (۲۰). با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثر بخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه شود. (۲۱). برای آنکه سازمانها بتوانند در محیط خود پایدار بمانند و در بلندمدت نیز قادر باشند با محیط خود سازگار شده و پیوسته توانایی‌های لازم را برای بقای خود ایجاد کرده و گسترش دهند، ضرورت دارد از سلامت سازمانی^{۲۲} برخوردار باشند. برای سالم‌سازی محیط سازمانی، دو سازوکار وجود دارد: یکی سازوکار قانون و دیگری سازوکار اخلاق که فراتر از قانون است و به صورت پایدار و نهادی می‌تواند سالم‌سازی را به صورت فرایند در سازمان حاکم سازد (۲۲).



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش

این پژوهش از نظر نوع روش، توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تمامی کارکنان شعب بانک صادرات شهر مشهد می‌باشند که برابر ۱۴۰۰ نفر می‌باشد. برای نمونه‌گیری از جامعه آماری تحقیق از فرمول کوکران استفاده که در سطح خطای ۵ درصد، حجم نمونه برابر با ۳۰۲ نفر به دست آمد. روش نمونه‌گیری تصادفی-طبقه ای است.

ویژگیهای جمعیت شناختی نمونه: داده‌های مرتبط با جنسیت، نشان داد که ۲۵ درصد از کارکنان را زن‌ها و ۷۵ درصد از کارکنان را مردها تشکیل داده‌اند.

داده‌های در ارتباط با متغیر سن مخاطبان پژوهش، گویای آن است که ۲۰ درصد از مخاطبان زیر سن ۳۰ سال (جوان) می‌باشند و ۳۵ درصد از مخاطبان، افراد بین سنین زیر ۳۱ سال تا ۴۰ سال (میان سال) می‌باشند و ۴۵ درصد از مخاطبان افراد بالای ۴۰ سال می‌باشند.

داده‌های مرتبط با سطح تحصیلات مخاطبان پژوهش، نشان داد که ۱۴ درصد از مخاطبان دارای مدرک کاردانی و پایین‌تر و ۶۲ درصد از مخاطبان دارای لیسانس و ۲۴ درصد از مخاطبان دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر می‌باشند.

داده‌های مرتبط با سابقه کار مخاطبان پژوهش، نشان داد که ۲۱ درصد از مخاطبان دارای سابقه کاری زیر ۱۰ سال هستند، ۴۷ درصد از مخاطبان بین ۱۱ تا ۲۰ سال سابقه کار دارند و ۳۲ درصد از مخاطبان بیش از ۲۰ سال سابقه کار دارند.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد. جهت سنجش متغیر نهادینه‌سازی اخلاق در این پژوهش از پرسشنامه نهادینه سازی اخلاق که دارای ۲ بعد (نهادینه‌سازی صریح اخلاق و نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق) و ۱۶ گویه است، استفاده شده است؛ جهت سنجش متغیر پاسخگویی مدیران در این پژوهش از پرسشنامه ۲۴ سوالی پاسخگویی مدیران که شامل ۴ بعد (پاسخگویی سازمانی، پاسخگویی قانونی، پاسخگویی حرفه‌ای و پاسخگویی سیاسی) است، استفاده شده است. نوع مقیاس بکار رفته در آن‌ها به صورت طیف لیکرت درجه بندی گردیده‌اند که در جدول (۱) پایایی پرسشنامه‌های مذکور نشان داده شده است.

جدول ۱: پایایی پرسشنامه‌های پژوهش

پرسشنامه	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
نهادینه سازی اخلاق	۱۶	۰/۸۷۹
پاسخگویی مدیران	۲۴	۰/۸۱۸

روش تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش به روش کمی است و برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از نرم افزار تحلیل آماری spss و نرم‌افزار Lisrel استفاده شده است.

روش آماری: از آمار استنباطی به کمک نرم‌افزار برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه آماری در مورد هر یک از سوالات استفاده می‌نماید و برای بررسی آزمون فرضیه‌های پژوهش با توجه به فرض نرمال بودن داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم‌افزار SPSS و مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Lisrel استفاده می‌شود.

یافته‌ها

با توجه به اینکه برای استفاده از تکنیک‌های آماری مقتضی ابتدا باید مشخص شود که داده‌های جمع‌آوری شده از توزیع نرمال برخوردار است یا غیرنرمال، نتایج حاصل از آزمون کولموگوروف اسمیرنوف در مورد هریک از متغیرها بررسی می‌گردد و بر اساس نتایج حاصل، آزمون‌های مناسب برای بررسی صحت و سقم سوالات تحقیق اتخاذ می‌گردد.

H₀: داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند.
H₁: داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند.

جدول ۲: توزیع نرمال داده‌های پژوهش

ردیف	شاخص	سطح خطا	تأیید فرض	نتیجه گیری
۱	نهادینه سازی اخلاق	۰/۴۱۳	H ₁	توزیع نرمال
۲	نهادینه‌سازی صریح اخلاق	۰/۴۷۹	H ₁	توزیع نرمال
۳	نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق	۰/۱۲۶	H ₁	توزیع نرمال
۴	پاسخگویی مدیران	۰/۳۶۸	H ₁	توزیع نرمال
۵	پاسخگویی سازمانی	۰/۴۵۷	H ₁	توزیع نرمال
۶	پاسخگویی قانونی	۰/۱۲۸	H ₁	توزیع نرمال
۷	پاسخگویی حرفه‌ای	۰/۵۴۹	H ₁	توزیع نرمال
۸	پاسخگویی سیاسی	۰/۱۹۹	H ₁	توزیع نرمال

با توجه به جدول (۲) مقدار سطح معناداری برای متغیرهای پاسخگویی مدیران و نهادینه‌سازی اخلاق بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است در نتیجه داده‌ها دارای توزیع نرمال و برای تحلیل آن از آزمون‌های پارامتریک استفاده میشود.

جدول ۳: ضرایب استاندارد و اعداد معناداری مدل و آزمون

فرضیه اصلی پژوهش

مسیر	ضریب استاندارد	اعداد معناداری	P value	نتیجه
بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه وجود دارد	۰/۵۰	۸/۲۴	۰/۰۵	تایید

کوچکتر از ۳ باشد. هرچه CFI و AGFI محاسبه شده برای آن، به یک نزدیکتر باشد؛ مدل داده‌ها برازش بهتری دارد و در نهایت اینکه RMSEA که مقدار آن برای مدل‌های خوب باید کمتر از ۰/۰۸ باشد. شاخص‌های ارائه شده و مقایسه آن با مقدار مطلوب برای یک مدل برازش یافته، نشان از برازش مناسب مدل تحقیق دارد. با توجه به جدول (۴) برازش مدل ساختاری پژوهش مورد تأیید می‌باشد.

ارزیابی برازش مدل: اعتبار کلی مدل مفهومی به طور سیستمی با بهره‌گیری از معیارهای چندگانه نیکویی برازش آزمون می‌شود. شاخص‌های مناسب برای اطمینان از نیکویی برازش مدل، شامل X^2 به df (مجدور کای دو به درجه آزادی)، RMSEA (میانگین مجذور خطاهای مدل) و AGFI (شاخص تعدیل شده نیکویی برازش) می‌باشند. مدلی از برازش مناسب برخوردار است که میزان X^2/df آن

جدول ۴: برازش مدل پژوهش

شاخص برازش	معیار مقبولیت	آماره مدل فرضیات اصلی
χ^2 (Chi square)	$\chi^2/df \leq 3$	۲/۰۳
RMSEA	RMSEA < 0/08	۰/۰۲۷
NFI	NFI > 0/90	۰/۹۸
CFI	CFI > 0/95	۰/۹۹

نرم‌افزار LISREL همچنین استفاده گردید. که نتایج حاصل بیانگر این بود که بین متغیر مستقل نهادینه‌سازی اخلاق و ابعاد آن (نهادینه‌سازی صریح اخلاق و نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق) و بر متغیر وابسته پاسخگویی مدیران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. جدول شماره (۵)

یافته‌ها نشان داد که بین متغیر مستقل نهادینه‌سازی اخلاق و ابعاد آن (نهادینه‌سازی صریح اخلاق و نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق) با متغیر وابسته پاسخگویی مدیران رابطه مثبت و معناداری به ترتیب به میزان (۰/۴۵، ۰/۶۱ و ۰/۷۶) وجود دارد. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از با فرض نرمال بودن داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون با نرم‌افزار SPSS و تکنیک معادلات ساختاری با استفاده از

جدول (۵) ضرایب استاندارد و اعداد معناداری مدل و آزمون فرضیه‌های پژوهش

مسیر	ضریب استاندارد	اعداد معناداری	p-value	نتیجه
بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه وجود دارد.	۰/۵۰	۸/۲۴	$P < 0/05$	تأیید
بین نهادینه‌سازی صریح اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه وجود دارد.	۰/۶۱	۲/۶۹	$P < 0/05$	تأیید
بین نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه وجود دارد.	۰/۷۶	۵/۱۲	$P < 0/05$	تأیید

جدول ۶: خلاصه‌ای نتایج فرضیات پژوهش

فرضیه	مسیر	نتیجه
فرضیه اصلی اول	بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه وجود دارد.	تأیید
فرضیه فرعی اول	بین نهادینه‌سازی صریح اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه وجود دارد.	تأیید
فرضیه فرعی دوم	بین نهادینه‌سازی ضمنی اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه وجود دارد.	تأیید

پژوهش به بررسی رابطه‌ی این متغیرها پرداخته شده. یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر این امر هستند که؛ بین نهادینه‌سازی اخلاق و پاسخگویی مدیران رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد، در همین راستا مدیران و کارکنان سازمان‌ها برای ایفای امور سازمانی خود افزون

نقش اخلاق حرفه‌ای بر پاسخگویی از جمله مفاهیم نوین در عرصه مباحث رفتار سازمانی است اما تا کنون بر اساس جستجوهای محقق در کشور، پژوهشی به بررسی رابطه این مفاهیم نپرداخته است. در این

بحث

پاسخگویی مدیران نقش ایفا نماید، لذا پیشنهاد می‌شود که سایر محققین در این زمینه نیز تحقیقاتی انجام دهند.

نتیجه گیری

اخلاقی حرفه ای در نگرش راهبردی، مسئولیت پذیری سازمان در قبال حقوق همه عناصر محیطی اعم از داخلی و خارجی است که نقش راهبردی در موفقیت معطوف به آینده سازمان دارد. نگرش غیر راهبردی، تصویری ناقص، ناروا و حداقلی از اخلاقی حرفه ای است که جامعیت را از آن می‌کاهد و آنرا به سطح مسئولیت اخلاقی فرد، در شغل پایین می‌آورد (۲۹).

نهاده‌سازی اخلاقی در فضای سازمان منجر به بهبود روابط، افزایش جو تفاهم، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر کارکنان، افزایش چندگانگی و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل، ترویج نگرش ارزشی به افکار نو و افزایش حس همکاری و اعتماد سازمانی را در پی دارد. از طرفی مدیران در انجام وظایف خود نظیر تصمیم‌گیری، ارزشیابی، نظارت، تشویق و تنبیه بدون وجود یک نظام اخلاقی در سازمان نمی‌توانند با قاطعیت عمل کنند، لذا نهاده‌سازی اخلاقیات در سازمان از مسائل مهم و حیاتی است. فرهنگ اخلاقی یکی از شعبه‌های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ دهد. به عبارتی، نهاده‌سازی اخلاقی متعهد شدن انرژی ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است که در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه یا فرد برای توسعه می‌باشد. به بیانی دیگر، مقصود از اخلاق مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و بر اساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند، بدون آنکه الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازاتهای قانونی دچار شوند (۱۲). تحولات اجتماعی، محیط، عملکرد سازمان و تغییرات مستمری که در اهداف، وظایف، نوع فعالیت‌ها و تکنولوژی انجام کار صورت می‌گیرد، سازمان را ملزم می‌سازد تا نسبت به برنامه‌ریزی و برآورد نیازهای مداوم منابع انسانی برای دسترسی به اهداف استراتژیک خویش اقدام کند. بنابراین پرداختن به نیروی انسانی به عنوان بزرگترین و مهم‌ترین عاملی که می‌تواند سازمان را در رسیدن به اهدافش یاری دهد به گونه‌ای بسیار کم‌رنج و فرمالیته صورت می‌گیرد (۳۰). علی‌الخصوص در بانک صادرات که به عنوان یک با مسائلی چون حجم بالای کار، مشکلات مادی و روانی کارکنان، ناکارآمدی سیستم اطلاعاتی موجود به دلیل دوباره‌کاری‌ها، تأخیر در پردازش داده‌ها، عدم تناسب با میزان اطلاعات مورد نیاز به دلیل مشخص نبودن دقیق نیازهای مشتریان و نیاز به ارائه سیستمی نوین که بتواند اشکالات فوق را رفع نموده و اطلاعات را سریع، به موقع و با دقت بالا و با توجه به تجزیه و تحلیل خصوصیات سیستم اطلاعاتی مطلوب در چارچوب نظری به مشتریان اطلاعاتی ارائه نماید. نیاز به پاسخگویی بیشتر مدیران را در این بانک بیش از پیش ضروری کرده است؛ در همین راستا نخستین اولویت این بانک جهت کاهش این مشکلات، توجه به سرمایه

بر معیارهای سازمانی و قانونی نیاز به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی دارند، که آنان را در رفتارها و اعمال سازمانی یاری دهند و نوعی هماهنگی و وحدت رویه در حرکت به سوی شیوه مطلوب در اخلاق سازمانی را میسر سازد. زیرا از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی سازمان‌ها و یکی از عوامل مهم موفقیت سازمان‌ها مباحث و اصول اخلاقی می‌باشد. با توجه به نتایج حاصل، نهاده‌سازی اخلاقی و توجه به شاخص‌های اخلاقی در سازمان باعث می‌شود که مدیران حس مسئولیت‌پذیری بیشتری نسبت به کارکنان خود داشته باشند که متقابلاً پاسخگویی بیشتر و مناسب‌تری خواهند داشت؛ چرا که نهاده‌سازی اصول اخلاقی و اخلاقیات در سازمان موجب کاهش و رفع تبعیض، بی‌عدالتی، نارضایتی و از سوی دیگر موجب افزایش روحیه تعاون و همکاری، تعهد کارکنان، رشد و تعالی فردی و سازمانی، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری را در پی خواهد داشت (۲۳). نتایج حاصل با نتایج پژوهش محققانی (۱۲) مبنی بر اینکه بین نهاده‌سازی اخلاق و پاسخگویی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همخوانی دارد و همراستا است. همچنین با نتایج پژوهش (۲۴) مبنی بر اینکه بین اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، شباهت دارد و همراستا است. به طور کلی نتایج این پژوهش با نتایج (۲۵) و با نتایج تحقیق (۲۶) نیز همخوانی دارد و همراستا است. در این پژوهش مشخص شد که بین نهاده‌سازی صریح اخلاق و پاسخگویی مدیران بانک صادرات شهر مشهد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این بدین معنی است که هر چقدر دستورالعمل‌های اخلاقی به صورت صریح در شعب تدوین و اجرا شود، مدیران نیز به همان میزان پاسخگویی بهتری خواهند داشت. چرا که تدوین خط مشی اخلاقی و توجه کافی به قوانین موجود در سازمان از طرف مسئولان و کارمندان، منجر به افزایش حس پاسخگویی می‌شود (۲۷). همچنین پیاده‌سازی جو اخلاقی در سازمان منجر به افزایش حس مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به موقع و مناسب می‌شود (۲۸).

پیدا کردن عوامل مؤثر بر پاسخگویی افراد، به عنوان هدف اصلی در این پژوهش مورد توجه بوده و سعی بر آن بوده است که میزان هر یک از عوامل پس از تجزیه و تحلیل مورد سنجش قرار گیرد و بدین ترتیب گام مهمی در جهت پیاده‌سازی یک سیستم پاسخگویی در سازمان مورد پژوهش برداشته شود.

پیشنهادهای کاربردی

- در پژوهش حاضر جهت جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر فقط از پرسشنامه استفاده گردیده در حالی که استفاده از روش‌های دیگر مثل مصاحبه و یا مشاهده ممکن است نتایج متفاوتی را به دست دهد.

- با توجه به اینکه جامعه این مطالعه صرفاً محدود به بانک صادرات شعب شهر مشهد تشکیل داده‌اند، توصیه می‌شود که در مطالعات آتی با انتخاب جامعه بزرگ‌تر پرداخته شود.

- همچنین بر اساس بررسی‌های محقق برخی از متغیرها همچون رفتارهای سیاسی، رفتارهای شهروندی سازمانی، پایداری مدیران به قرارداد روانشناختی و ... می‌تواند در رابطه بین نهاده‌سازی اخلاق و

- | | |
|---------------------------|-----------------|
| 20. Ethical value | ارزش های اخلاقی |
| 21. Principles ethics | اصول اخلاقی |
| 22. Organizational health | سلامت سازمانی |

References

- Razeghi S, Sabet A, Fili A, Tavakoli A. (2018). Analysis of organizational variables associated with ethical behavior of employees. *Ethics in Science & Technology*; 13(2):98-89. (In Persian).
- Rangriz H, Latifi jalise S. (2018). Consequences of work ethics in organizations using a meta-analysis approach. *Ethics in Science & Technology*; 13(2):9-18. (In Persian).
- Tavasoli D, Ghalavandi H, Abaszade M, Naami A. (2018). Focal analysis of the relationship between the ethical leadership and the organizational adaptability capacity. *Ethics in Science & Technology*; 13(2):79-88. (In Persian).
- Hughes A. (2009). New government management. Translated by: Alwani M, Khalili S, Memarzadeh GH. (2018). Tehran: Institute of Pearl Publications. Pp .34-53. (In Persian).
- Danayefard H, Alwani M. (2009). Introduction to the philosophy of governmental theories. 1sted. Tehran: Saffar-Eshraghi Publishing House. (In Persian).
- Ramezani H. (2016). Investigating the effect of managers 'accountability on employees' trust and political behavior a study in municipality organization of Mashhad. [MA. thesis]. Mashad: Islamic Azad University, Science and Research Branch. (In Persian).
- Mohammadian M. (2016). Accountability management. 1sted. Tabriz: Publications of Faculty of Medical Sciences and Health Services. (In Persian).
- Ghasemzade A, Zavar T, Mahdion R, Rezaei A. (2016). Relation between professional ethics with social responsibility and individual accountability: Mediating role of serving culture. *Ethics in Science & Technology*; 9(2). (In Persian).
- Roustaei A. (2014). Signing a memorandum of understanding collaboration of the general inspection with a Danish counterpart. *Journal of the General Inspection Organization*; 5(64): 1-50. (In Persian).
- Jalili S. (2010). Accountability and effectiveness of regulatory systems. *Public Administration Quarterly*; 1(1): 119-154. (In Persian).
- Mahdavi Seraji M. (2014). The impact of establishing a credit allocation mechanism on improving responsibility in the financial supervision and treasury department. [MA. thesis]. Tehran: Islamic Azad University Central Branch. (In Persian).
- Hasani M, Shahinmehr B. (2016). Structural modeling of relationship between professional

روان‌شناختی و اعتمادآفرینی و تأکید بر پاسخگویی بیشتر در ارائه خدمات نوین بانکی است که به‌عنوان رسالت و مأموریت بانک صادرات برای بانکداران جدید در حال انجام است. در نتیجه، عدم توجه به این ارزش‌ها در مدیریت سازمان‌های می‌تواند به چالش‌های بزرگی برای سازمان‌ها منجر شود. در واقع، بی‌توجهی سازمان‌ها به این مسایل و عدم رعایت اصول اخلاقی از سوی آنها می‌تواند مشروعیت سازمان و فعالیت‌های آن را زیر سؤال ببرد، در نتیجه، سود و موفقیت سازمانی را تحت تأثیر قرار دهد (۳۱). توجه به نهادینه‌سازی اخلاقی و شاخص‌های اخلاقی در شعب بانک صادرات شهر مشهد باعث می‌شود که مدیران حس مسئولیت‌پذیری بیشتری نسبت به کارکنان خود داشته باشند که متقابلاً پاسخگویی بیشتر و مناسبتری خواهند داشت.

ملاحظه های اخلاقی

به منظور رعایت اصول اخلاقی و همچنین محرمانه ماندن اطلاعات و جلب اطمینان خاطر پاس‌خگویان اصل رازداری به عمل آمد و از پاس‌خگویان خواسته شد برای اطمینان خاطر از محرمانه ماندن پاسخ‌ها ی آنان اسامی خود را بر روی پرسشنامه‌های توزیع شده درج نمایند.

سپاسگزاری

ضرورت دارد که از کلیه مدیران و کارکنان شعب بانک صادرات شهر مشهد تشکر نموده و قدردان یاری آنان در پاسخگویی به پرسشنامه‌های توزیع شده بود.

واژه نامه

- | | |
|--------------------------------------|---------------------|
| 1. Ethics | اخلاق |
| 2. Trust | اعتماد |
| 3. Honesty | صداقت |
| 4. Principles of professional ethics | منشور اخلاق حرفه ای |
| 5. Ethical codes | کدهای اخلاقی |
| 6. Behavioral codes | کدهای رفتاری |
| 7. Adaptability capacity | ظرفیت انطباق پذیری |
| 8. Accountability | پاسخگویی |
| 9. Efficiency | کارایی |
| 10. Effectiveness | اثربخشی |
| 11. Productivity | بهره وری |
| 12. Institutionalization of ethics | نهادینه سازی اخلاق |
| 13. Unethical behavior | رفتار غیراخلاقی |
| 14. Professional ethics | اخلاق حرفه ای |
| 15. Social responsibility | مسئولیت اجتماعی |
| 16. Social accountability | پاسخگویی اجتماعی |
| 17. Individual accountability | پاسخگویی فردی |
| 18. Ethical culture | فرهنگ اخلاقی |
| 19. Ethical character | شخصیت اخلاقی |

- mediating ethical leadership case study: Gas Co. Khorasan Razavi Co. [MA. thesis]. Mashhad: Islamic Azad University. (In Persian).
22. Hasanpour A, Abasi T, Hadipour A. (2017). Identifying & prioritizing methods of ethics institutionalization within organization. *Ethics in Science and Technology*; 12 (1):17-23. (In Persian).
 23. Gholami A. (2009). Organizational ethics: problems, obstacles, solutions. *Human Development Monthly*; 6(25): 20-43. (In Persian).
 24. Yilmaz K. (2008). The relationship between organizational trust and organizational commitment in Turkish primary schools. *Journal of Applied Sciences*; 8(12): 2293-2299.
 25. Urbanovič J, Tauginiene L. (2013). Institutional responsibility vs individual responsibility: Ethical issues in the management of research performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*; 7(81):72-78.
 26. Tseng LM, Chung C. (2017). The role of explicit ethics institutionalization and management accountability in influencing newcomer trust. *International Journal of Organizational Analysis*; 25(4): 613-627.
 27. Hoseinpour A, Abasi T, Hadipour A. (2017). Identifying & prioritizing methods of ethics institutionalization within organization. *Ethics in Science and Technology*; 12 (1):17-23. (In Persian).
 28. Baharifar A, Javaheri K. (2010). Investigating the consequences of organizational ethical values. *Two Monthly Police Development*; 7(28): 95-118. (In Persian).
 29. Ghasemzade A, Zavar T, Mahdion R, Rezaei A. (2016). Relation between professional ethics with social responsibility and individual accountability: Mediating role of serving culture. *Ethics in Science & Technology*; 9(2). (In Persian).
 30. Siadat A, Nasresfahani A, Alahyari S. (2012). Ethical leadership in educational organizations. *Cultural Engineering Monthly*; 45(46): 38-46. (In Persian).
 31. Rahmanseresht H, Rafiee M, Kosha M. (2007). Social responsibility Meta organizational ethics. *Tadbir Journal*; 20(4): 22-26. (In Persian).
 - ethic and social responsibility whit organizational accountability. *Ethics in Science and Technology*; 10(1). (In Persian).
 13. Mostafaei Nejad CH. (2012). The relationship between accountability and job satisfaction and understanding organizational policies. [MA. thesis]. Urmia: Islamic Azad University. (In Persian).
 14. Ghasempour M, Mohammadzadeh-Motlagh Y. (2017). Investigating the impact of managers 'responsiveness on employees' political behavior a study on municipality organization. [MA. thesis]. Tehran: Islamic State Research Institute. (In Persian).
 15. Mohammad-Javad M. (2017). Investigating the relationship between employee's ethical behavior on customer loyalty in respect to the role of mediation of trust and customer commitment a study on customers of the bank of Iran's Ghorzal Hassaneh Mehr Iran. [MA. thesis]. Mashhad: Islamic Azad University. (In Persian).
 16. Rajai M. (2016). The relationship between perceived customer ethics and brand branding due to the mediating role of affective commitment to brand in the new economy bank. [MA. thesis]. Mashhad: Islamic Azad University. (In Persian).
 17. Gilipur A, Moradi E. (2015). The effect of institutionalizing ethics on the happiness and vitality of the staff. *Quarterly Journal of Organizational Behavior Studies*; 4(4):120-97. (In Persian).
 18. Alwani M. (2010). The necessity of drafting a charter of organizational ethics. *Journal of Transformation*; 5(19): 59-49. (In Persian).
 19. Gholami A. (2009). Organizational ethics: Problems, barriers and solutions. 6thed. Tehran: Two Human Development Policies. Pp. 43-20. (In Persian).
 20. Amel E. (2016). Investigating the effect of professional ethics on knowledge management dimensions in respect to the role of mediation in organizational innovation. [MA. thesis]. Mashhad: Islamic Azad University. (In Persian).
 21. Akbari H. (2016). Investigating the relationship between employees' psychological health and organizational silence in respect to the role of