

نقش اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی اعضای هیات علمی بر میزان پاسخگویی فردی آنان

فاروقه آرغده*، دکتر ابوالفضل قاسم‌زاده، دکتر تقی زوار

گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

(تاریخ دریافت: ۹۷/۷/۱۴، تاریخ پذیرش: ۹۷/۹/۱۷)

چکیده

زمینه: اخلاق حرفه‌ای در دهه اخیر مورد توجه بسیاری از سازمان‌های ایرانی قرار گرفته است. چرا که ریشه بسیاری از رفتارها و فعالیت‌های مدیران و اساتید را باید در اخلاق و ارزش‌های اخلاقی جست و جو کرد. بر این اساس هدف از انجام این پژوهش، بررسی رابطه اخلاق-حرفه‌ای با پاسخگویی فردی اساتید با نقش میانجی هویت سازمانی بوده است.

روش: پژوهش حاضر توصیفی - همبستگی مبتنی بر مدل معادلات ساختاری می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه-های شهید مدنی آذربایجان و بناب جمعا به تعداد ۲۷۳ نفر بوده که از این تعداد ۱۵۱ نفر به روش تصادفی طبقه‌بندی نسبتی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. به منظور ارزیابی روابط بین متغیرهای مکنون و اندازه‌گیری شده در الگوی مفهومی، از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که بیشترین شدت رابطه علی مربوط به رابطه بین هویت سازمانی و پاسخگویی و پس از آن رابطه علی اخلاق حرفه‌ای بر هویت سازمانی می‌باشد. در پژوهش حاضر رابطه علی اخلاق حرفه‌ای بر هویت سازمانی تأیید شد. در عین حال رابطه علی اخلاق با پاسخگویی معنی‌دار دیده نشد ($P < 0/01$). همچنین طبق یافته پژوهش حاضر، نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی در مدل تأیید شد. با تأیید نقش میانجی هویت سازمانی، اخلاق حرفه‌ای دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معنی‌دار بر پاسخگویی با ضریب ۰/۳۶ می‌باشد.

نتیجه‌گیری: طبق نتایج پژوهش حاضر هویت سازمانی به طور مستقیم و اخلاق حرفه‌ای به طور غیرمستقیم، زمینه تقویت و بهبود پاسخگویی فردی اعضای هیات علمی را در محیط آموزشی فراهم می‌کند.

کلیدواژه‌ها: اخلاق حرفه‌ای، پاسخگویی فردی، هویت سازمانی.

سرآغاز

به دلیل تحولات مداوم و فراپیدجی‌هایی که جهان همواره به طور متناسب با آن روبروست، نظام‌های سیاسی - اجتماعی خصوصا نظام آموزش عالی بیش از دیگر نظام‌ها در معرض نقد و بررسی جامعه و افکار عمومی قرار گرفته‌اند (۱). از طرفی موضوع هویت سازمانی، به دلیل کارکرد اجتماعی، فرهنگی و سازمانی، امروزه به عنوان یک مسئله مهم و اساسی، از جهات مختلفی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است، چرا که آن محوری‌ترین، پایدارترین و برجسته‌ترین چیزی است که در سرتاسر سازمان، برای یک زمان قابل توجهی موجود بوده و آن را از سازمان‌های دیگر متمایز می‌کند (۲).

همچنین افزایش میزان کارهای غیراخلاقی و غیرقانونی در محیط‌های کاری، توجه مدیران و رهبران را به ایجاد و حفظ اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت و پاسخگویی اجتماعی در همه سازمان‌ها ضروری کرده است (۳). وجود یک نظام پاسخگویی موثر و کاربردی یکی از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر در یک نظام کارآمد و جامعه مطالبه‌گر و عدالت‌خواه است. لازمه برخورداری نظام آموزش عالی از مطلوبیت لازم و پاسخ به انتظارات عموم مشتریان، تأکید بر نظام سازمانی پاسخگو و گزینش اساتید پاسخگو می‌باشد تا در طراحی و تدوین برنامه‌ها و اجرای وظایف

نویسنده مسؤل: نشانی الکترونیکی: farghadeh@gmail.com

محوه بتواند راهگشا بوده و ابزار مفیدی جهت نیل به مقاصد نظام آموزش عالی و تقویت روحیه پاسخگویی و حساب پس‌دهی و نهادینه ساختن آن در فرهنگ سازمان و در نهایت خدمت‌رسانی بیشتر به جامعه باشند (۴).

برنامه‌های ارتقا پاسخگویی فردی^۲ اعضای هیات علمی به عنوان بخشی از برنامه‌ی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی بوده و دارای جایگاه خاصی است و توجه به آن به منزله توسعه سرمایه انسانی^۳ تلقی می‌شود. جامعه و دولت‌ها نیز به دلیل تامین بودجه دانشگاه‌ها، به طور فزاینده‌ای در خصوص چگونگی به کار بستن مسئولیت‌ها، کیفیت برنامه‌های آموزشی، نتایج تحقیقاتی، هماهنگی برنامه‌ها با نیازهای جامعه و غیره بر پاسخگویی دانشگاه‌ها تاکید دارند (۵). پاسخگویی بدین معنی است که از یک فرد یا یک گروه که مسئولیت انجام دادن عملی به آنان واگذار شده است، انتظار می‌رود در قبال پیامدهای مثبت و منفی کار خود جوابگو باشند و توضیح دهند که چرا و چگونه این پیامدها اتفاق افتاده است. به سخن دیگر پاسخگویی عبارت است از: عمل مسئول ساختن افراد مشخص، برای اینکه تضمین شود وظایف به موقع و طبق روش‌ها و معیارهای مورد توافق انجام می‌شود (۶). پاسخگویی همانطور که محققان عقیده دارند برای بسیاری از علاقمندان اصلاحات آموزشی^۴ به عنوان یک سکوی پرش در بهبود آموزشی به شمار می‌آید. با این حال، این سیر تحقیقات مکانیسم‌های روانشناختی در سطح فردی تجربه شده که به پاسخگویی (ادراکی) معروف است را مورد ملاحظه قرار نداده اند. به علاوه در حالی که پاسخگویی به عنوان یک سازه سطح فردی توجه متخصصان را به خود جلب کرده‌است، مجموعه تحقیقات در پاسخگویی به عنوان یک سازه در سطح فردی هنوز در رشد نوپای خود می‌باشد (۷). مطالعات اخیر پیشنهاد کرده‌اند که تحقیقات آینده درباره‌ی پاسخگویی می‌بایست تفاوت‌های فردی را در واکنش به پاسخگویی بررسی کنند (۳، ۸ و ۹). از تفاوت‌های فردی که به صورت محدود مورد بررسی پژوهشگران قبلی واقع شده است، اخلاق حرفه‌ای می‌باشد (۳). برخلاف ارتباط ظاهری و منطقی اخلاق حرفه‌ای با سازه‌ی پاسخگویی، این ویژگی آن طور که باید مورد بررسی نگرفته است. از پیامدها و نتایج مثبت و چشمگیری که سازمان‌ها را موفق می‌سازد و پاسخگویی آنها را افزایش می‌دهد بحث همیشه مطرح در ادبیات سازمانی اخلاق حرفه‌ای^۵ می‌باشد، به این صورت که بیان‌کننده‌ی باورهای یک گروه حرفه‌ای در مورد اینکه چه چیزی درست و مرتبط با معیارهای همان حرفه است، می‌باشد. هریک از حرفه‌های مرتبط با انسان، حوزه‌ها و ابعاد مختلفی دارند که برخی مشترک و برخی دیگر، به طور ویژه، به یک حرفه تعلق دارند (۱۰). اخلاق، مسئولیت و پاسخگویی را می‌توان باید‌ها و نیاید‌های ارزشی-فلسفی و ملاک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار نسبت به خود، دیگران و جامعه تعریف کرد (۱۱). در دو دهه گذشته، موضوع‌های مربوط به اخلاق حرفه‌ای پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشته و مطالعه‌های نظاممند در این زمینه، رو به گسترش نهاده است (۳ و ۱۰). می‌توان ویژگی‌های افراد دارای اخلاق حرفه‌ای را این چنین بیان کرد: فرد پاسخگو است و مسئولیت

تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد، سرمشق دیگران است، حساس و اخلاق مند است، برای ادای تمام مسئولیت‌های خویش کوشاست و مسئولیتی که برعهده می‌گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد (۳ و ۱۱).

از دیگر تفاوت‌های فردی که مورد بررسی پژوهشگران پیشین در ارتباط با پاسخگویی اساتید مورد توجه واقع شده است، هويت سازمانی است. بر خلاف ارتباط ظاهری و منطقی هويت سازمانی با سازه پاسخگویی، این ویژگی آن طور که باید مورد بررسی قرار نگرفته است. موضوع هويت سازمانی به دلیل کارکرد فردی، اجتماعی، فرهنگی و سازمانی، امروز، به عنوان یک مساله مهم و اساسی از جهات مختلفی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است، چرا که آن محوری ترین، پایدارترین و برجسته ترین چیزی است (۱ و ۲) که در سرتاسر سازمان، برای یک زمان قابل توجهی موجود بوده و آن را از سازمان‌های دیگر متمایز می‌کند (۲). یکی از طبقه‌بندی‌های کلی کلاسیک درباره هويت، تمایز بین هويت فردی و اجتماعی است (۱۲). در این مقاله تمرکز ما بر هويت اجتماعی به خصوص هويت سازمانی است. وجود رابطه نزدیک بین هويت سازمانی و مسائل و موضوع‌های سازمانی باعث می‌شود که افراد احساس وحدت و پیوستگی نسبت به سازمان داشته باشند و خود را جزئی از مسائل و مشکلات سازمان بدانند. به همین سبب هويت سازمانی یکی از متغیرهای مهم سازمانی است که باید در میان اولویت‌های مطالعاتی سازمانی قرار بگیرد (۱۳). تحقیقات رفتار سازمانی در دو دهه گذشته، تمایل قابل توجهی به مطالعه روی هويت سازمانی داشته است (۱۴) زیرا هويت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها و متغیرهای زمینه‌ای کاری در ارتباط است (۱۵ و ۱۶).

با توجه به مطالب مذکور و این مطلب که محققان (۱۷) معتقدند الگوهای میانجی می‌تواند در درک بهتر فرایندهایی که توسط آن‌ها متغیرهای سازمانی، عملکرد سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد به ما کمک کند؛ همچنین ضرورت وجود متغیرهای میانجی در بررسی پیشایندهای پاسخگویی (۱۸) موضوع مورد بررسی این است که آیا هويت سازمانی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با پاسخگویی فردی اساتید نقش میانجی را ایفا می‌کند؟

روش

روش پژوهش مطالعه حاضر توصیفی از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل یابی معاللات ساختاری بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان و دانشگاه بناب با حجم آماری ۲۷۳ نفر بود که از این تعداد ۲۲۴ نفر مربوط به دانشگاه شهید مدنی آذربایجان و ۴۹ نفر مربوط به دانشگاه بناب بود. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان و با توجه به جامعه آماری، ۱۵۱ نفر در نظر گرفته شد. داده‌های مربوط به ویژگی‌های دموگرافیک نمونه مورد مطالعه نشانگر آن است که از ۱۵۱ نفر نمونه مورد مطالعه ۱۱۹ نفر (معادل ۷۹ درصد) مرد و ۳۲ نفر (معادل ۲۱

متغیرهای نمونه برای انجام تحلیل عاملی است. در پژوهش حاضر از روشهای آمار توصیفی و آمار استنباطی جهت تحلیل داده‌ها بهره گرفته شده است. در بخش آمار استنباطی این مطالعه، روش تحلیل عاملی تأییدی، روش مدل‌یابی معادلات ساختاری برای بررسی روابط بین متغیرها و آزمون مدل ساختاری بکار گرفته شده است.

یافته‌ها

در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی متغیرها جهت بررسی پراکندگی مناسب توزیع داده‌ها ارائه شده است با توجه به این جدول مقادیر آماره‌های میانگین و انحراف استاندارد نشانگر پراکندگی مناسب داده‌ها می‌باشند. طبق اطلاعات بدست آمده از جدول شماره ۱، میانگین متغیرها در پژوهش حاضر بالاتر از میانگین نظری = ۳ دیده می‌شود.

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای مورد پژوهش

شاخص‌ها	اخلاق حرفه‌ای	هویت سازمانی	پاسخگویی
میانگین	۳/۲۲	۳/۴۴	۴/۱۰
انحراف استاندارد	۰/۶۳	۰/۶۵	۰/۵۶

جدول ۲: ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش

شماره	متغیر	۱	۲	۳
۱	اخلاق حرفه‌ای	۱		
۲	هویت سازمانی	۰/۴۳***	۱	
۳	پاسخگویی	۰/۳۸**	۰/۶۰**	۱

همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول ۲ ارائه شده است. چنانچه در جدول ۲ مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی بین متغیر اخلاق حرفه‌ای با هویت سازمانی و پاسخگویی مثبت و معنی‌دار هستند. شدت این همبستگی دو به دو از ۰/۳۸ تا ۰/۴۳ در نوسان است. بیشترین ضریب همبستگی بین هویت سازمانی و پاسخگویی (۰/۶۰ = ۲) می‌باشد. از تحلیل همبستگی میان متغیرهای برون‌زا و درون‌زا می‌توان نتیجه‌گیری کرد که هر گونه افزایش در میزان اخلاق حرفه‌ای همراه با افزایش در هویت سازمانی خواهد بود و هر گونه افزایش در میزان هویت سازمانی همراه با افزایش در میزان پاسخگویی خواهد بود.

به منظور شناخت هر چه بهتر روابط علی و نحوه تاثیرگذاری اخلاق حرفه‌ای بر پیامدهای احتمالی آن، تحلیل مسیر با استفاده از مدل معادلات ساختاری صورت گرفت. یافته‌های حاصل از این تحقیق موید نتایج و یافته‌های حاصل از تحلیل مسیر در مدل ساختاری مربوط به فرضیه‌های پژوهش را نشان می‌دهد. همانطور که در خروجی نرم افزار از تخمین‌های استاندارد و نیز اعداد معنی‌داری مربوط به تحلیل

درصد) هیات علمی زن بودند. همچنین از این تعداد معادل ۲۶ درصد مری، ۹ درصد استادیار، ۷ درصد دانشیار و در نهایت ۳ درصد نیز با رتبه علمی استاد بوده‌اند. از این تعداد ۳۲،۵ درصد دارای سابقه تدریس ۵-۱، ۴۳ درصد سابقه تدریس ۱۰-۶، ۱۳ درصد سابقه تدریس ۱۵-۱۱، ۷ درصد ۲۰-۱۶ و ۵ درصد نیز دارای سابقه تدریس ۳۵-۲۱ سال بوده‌اند. میانگین سابقه تدریس اساتید نمونه پژوهش حاضر ۸/۶۰ با انحراف معیار ۵/۸ بود. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی بود که از هر یک از طبقات متناسب با حجم جامعه آماری هر دانشگاه معین شد. از پرسشنامه‌های برگشتی تعداد ۱۴۹ پرسشنامه قابلیت تحلیل را دارا بود که در پژوهش حاضر از آن‌ها استفاده شد. برای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد استفاده شد. پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای: اخلاق حرفه‌ای با پرسشنامه ۸ سوالی سنجیده شد (۳). این پرسشنامه بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) پاسخ داده می‌شود. طبق مطالعات پیشین آلفای کرونباخ پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای ۰/۸۰ محاسبه گردیده است. آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه در پژوهش حاضر ۰/۸۸ به دست آمد.

پرسشنامه پاسخگویی فردی: برای اندازه‌گیری پاسخگویی فردی از یک مقیاس تک بعدی که دارای ۷ سوال می‌باشد، استفاده شد. این ابزار توسط محققان (۱۹) تهیه شده است. این پرسشنامه بر اساس مقیاس هفت درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) پاسخ داده می‌شود. نمرات هر ۷ گویه مقیاس جمع شده و یک نمره کل برای هر فرد در این مقیاس در نظر گرفته می‌شود. مقدار آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه در تحقیقات متعدد خارجی در دامنه‌ای از ۰/۷۳ تا ۰/۹۱ بدست آمده است (۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱ و ۲۲). در تحقیقات داخلی در دامنه ۰/۶۴ تا ۰/۷۰، بدست آمده است. (۲۳، ۲۴ و ۲۵). همچنین تحقیقات قبلی روایی سازه و تک بعدی بودن این سازه را نیز تأیید کرده‌اند (۱۹ و ۲۰). در پژوهش حاضر برای بررسی پایایی این پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. همسانی درونی آن برای کل مقیاس (ضریب آلفا) ۰/۸۰ بدست آمد.

پرسشنامه هویت سازمانی: هویت سازمانی با پرسشنامه ۶ سوالی سنجیده شد (۲۶). این پرسشنامه بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت (از اصلاً = ۱ تا همیشه = ۵) پاسخ داده می‌شود. آلفای کرونباخ پرسشنامه هویت سازمانی در مطالعات پیشین ۰/۷۱ محاسبه گردیده است (۲۴). آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه در پژوهش حاضر ۰/۸۶ به دست آمد.

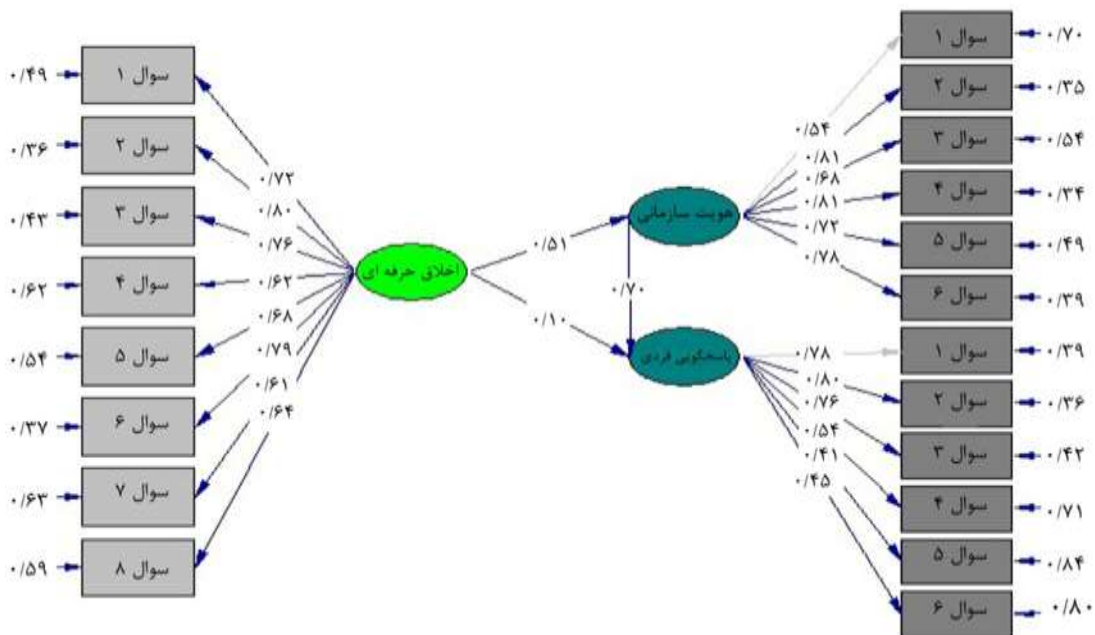
گرچه همه گویه‌های پرسشنامه‌ها از ابزارهای استاندارد هستند لیکن با توجه به این واقعیت که پرسشنامه‌ها متأثر از عوامل فرهنگی و اجتماعی می‌باشند، از رواسازی تحلیل عاملی استفاده شد. این تحلیل به شیوه تحلیل اکتشافی به روش مولفه‌های اصلی (PC) با چرخش واریماکس انجام شده است. مقدار ضریب KMO (ضریب کفایت نمونه‌گیری) برابر با ۰/۸۵ و مقدار خی آزمون کرویت بارلت ۷۸۶/۵ بدست آمد که در سطح ۰/۰۱ معنادار بود و نشانه کفایت نمونه و

اساس این شاخص اگر مقدار RMSEA برابر با ۰/۱۰ یا بیشتر باشد بر برازش ضعیف‌تر دلالت دارد. سایر شاخص‌های CFI, GFI, IFI, NNFI که هر کدام وجهی از برازش مدل ساختاری را نشان می‌دهند در جدول ۳-۴ آمده است. با توجه به شاخص‌های ارزیابی برازندگی کلی مدل (جدول ۳). بویژه نسبت مقدار مجذور کا به درجه آزادی برابر با ۲/۶، شاخص CFI برابر با ۰/۹۳، شاخص GFI برابر با ۰/۸۹، شاخص IFI برابر با ۰/۹۳، شاخص NNFI برابر با ۰/۹۳، شاخص RMSEA برابر با ۰/۰۸ و سایر شاخص‌ها، می‌توان گفت مدل نهایی از برازش خوبی برخوردار است.

مسیر در فرضیه‌های پژوهش مشاهده می‌شود، مقادیر شاخص‌های تناسب حاکی از برازش مناسب مدل است. بر این اساس نتایج حاصل از تحلیل مدل ساختاری نشان داد (جدول ۳): مقدار مجذور خی برای قضاوت در مورد خطی بودن ارتباط سازه‌های مکنون برابر با ۴۳۹/۱۳ در سطح معنی داری $p > 0.01$ بدست آمد. مقدار خی دو بر درجه آزادی ۲/۶ می‌باشد. بر اساس این شاخص عدد حاصل این نسبت، ناپستی بیشتر از ۳ باشد تا الگو تأیید گردد (۲۷). با توجه به اینکه نسبت مجذور خی به درجه آزادی کمتر از ۳ می‌باشد، می‌توان گفت که داده‌های بدست آمده با مدل فرضی مطابقت دارند. مقدار ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب برابر با ۰/۰۸ می‌باشد. بر

جدول ۳: شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری کلی

شاخصها	X ²	df	IFI	RMSEA	NNFI	CFI	GFI
مقدار نهایی	۴۳۹/۱۳	۱۶۷	۰/۹۳	۰/۰۸	۰/۹۳	۰/۸۹	۰/۹۳



نگاره ۱: خروجی نرم افزار بر اساس ضرایب استاندارد

طبق یافته‌های پژوهش حاضر؛ بر اساس معنی دار نبودن ضریب مسیر بین اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی با $(\beta = 0.10, t = 1.28)$ = در سطح $P > 0.01$ چنین نتیجه می‌شود که این فرضیه تأیید نمی‌شود. بر اساس معنی دار بودن ضریب مسیر بین اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی آنان با $(\beta = 0.51, t = 5.44)$ در سطح $P < 0.01$ چنین نتیجه می‌شود که فرضیه بین اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی آنان رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود. بر اساس معنی دار بودن ضریب مسیر بین هویت سازمانی استاتید و

در مدل ساختاری معنی‌داری ضریب مسیر با استفاده از $t(p - value)$ مشخص می‌شود. چنانچه مقدار t بین ۱/۹۶ الی ۲/۵۷ باشد، ارتباط دو سازه در $p < 0.05$ معنی دار است. اگر مقدار t بیشتر از ۲/۵۷ باشد، معنی‌داری ارتباط در سطح $p < 0.01$ می‌باشد. طبق اطلاعات بدست آمده (شکل ۱ و جدول ۴)، بیشترین اثر مربوط به هویت سازمانی بر پاسخگویی با ضریب 0.70 ($t = 6.07$)، $\beta = 0.70$ مشاهده می‌شود و بعد از آن مربوط به اثر اخلاق بر هویت می‌باشد با ضریب 0.51 ($t = 5.44$) ($\beta = 0.51$).

ضریب ۰/۷۰ می باشد. بنابراین نقش میانجی هویت سازمانی اساتید در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی در مدل تأیید می شود. با تأیید نقش میانجی هویت سازمانی، اخلاق حرفه‌ای دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معنی دار بر پاسخگویی با ضریب ۰/۳۶ می باشد. در حالیکه در فرضیه اول مشاهده شد که مسیر مستقیم این مسیر معنی دار نیست.

پاسخگویی آنان با $(\beta = 0.70, t = 6.07)$ در سطح $P < 0.01$ چنین نتیجه می شود که فرضیه بین هویت سازمانی اساتید و پاسخگویی آنان رابطه وجود دارد، تأیید می شود. در مورد فرضیه آخر، اخلاق حرفه‌ای اساتید دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی دار بر هویت سازمانی با ضریب ۰/۵۱ می باشد. همچنین هویت سازمانی دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی دار بر پاسخگویی با

جدول ۴: ضرایب تاثیر متغیرهای مکنون با نقش میانجی هویت سازمانی

مسیر فرضیه ها	ضریب مسیر استاندارد	t	نتیجه
اخلاق حرفه‌ای ← پاسخگویی	۰/۱۰	۱/۲۸	اثر مستقیم ندارد
اخلاق حرفه‌ای ← هویت سازمانی	۰/۵۱	۵/۴۴	اثر مستقیم دارد
هویت سازمانی ← پاسخگویی	۰/۷۰	۶/۰۷	اثر مستقیم دارد
اخلاق حرفه‌ای ← پاسخگویی (از طریق هویت سازمانی)	۰/۳۶	-	اثر غیر مستقیم دارد

بحث

با توجه به نتایج مربوط به عدم معنی دار بودن ضریب مسیر بین اخلاق حرفه‌ای اساتید با پاسخگویی آنان در سطح $P > 0.01$ می توان گفت بین اخلاق حرفه‌ای با پاسخگویی فردی رابطه وجود ندارد. این یافته را می توان با نتایج پژوهش محققان (۲۸) همسو در نظر گرفت. این محققان (۲۸) در پژوهش خود با عنوان "مدل یابی روابط اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی با پاسخگویی سازمانی" نشان دادند که رابطه مثبت و مستقیم بین اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی وجود ندارد. همچنین این یافته را می توان با نتایج پژوهش های دیگر محققان به طور مستقیم (۲۵) و به طور غیرمستقیم (۲۹ و ۳۰) غیر همسو در نظر گرفت. محققان (۲۵) نشان دادند که بین اخلاق اسلامی کار و پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی^۸ همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد و بین خدمتگزاری و پاسخگویی رابطه معنی داری وجود ندارد و اخلاق اسلامی کار از طریق فرهنگ خدمتگزاری^۹ به ارتقای سطح مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی منجر می شود. در تبیین این یافته می توان گفت، اخلاق در هر نظام حرفه‌ای باید منعکس کننده^{۱۰} هنجارهای درونی حرفه و احساس تعهد اخلاقی از سوی خود حرفه‌ای ها و نهادهای تخصصی آنها باشد، نه آن که در قالب بایدها و نبایدهای اخلاقی به آنها تحمیل و قبولانده یا گوشزد شود و تا زمانی که افراد درگیر مسائل فیزیولوژیکی باشند توجه به مسائل دیگر از جمله پاسخگویی کم رنگ تر خواهد شد و معنای اخلاق حرفه‌ای با گذر از مفهوم معیشتی آن به عرصه ظهور آن می رسد.

همچنین بر اساس معنی دار بودن ضریب مسیر بین اخلاق حرفه‌ای اساتید و هویت سازمانی آنان در سطح $P < 0.01$ چنین نتیجه می شود که این فرضیه پژوهشی تأیید می شود. بنابراین می توان گفت بین اخلاق حرفه‌ای با هویت سازمانی رابطه وجود دارد. این یافته را می توان با نتایج پژوهش های مشابه (۲۴) همسو در نظر گرفت. پژوهشگران (۲۴) در

پژوهش خود با عنوان "نقش هویت تیمی و هویت سازمانی بر عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی" نشان دادند که هویت تیمی و هویت سازمانی با عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی رابطه معنی دار دارند. همچنین پژوهشگران (۳) در پژوهش خود با عنوان "نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای با رفتار شهروندی سازمانی"^{۱۱} نشان دادند که بین اخلاق حرفه‌ای و هویت سازمانی رابطه وجود دارد؛ در توجیه این رابطه می توان اظهار کرد که علاوه بر روابط معنی داری که بین اخلاق حرفه‌ای، هویت سازمانی و رفتار شهروندی مشاهده شد به نظر می رسد که طی یک ارتباط زنجیره ای، اخلاق حرفه‌ای ابتدا موجبات تقویت و نیرومند شدن هویت سازمانی را پدید می آورد و سپس هویت، زمینه‌ی افزایش رفتار شهروندی را مهیا می سازد. دیگر پژوهشگران (۳۱) نشان دادند که وجود جو اخلاقی^{۱۲} کاری در میان فروشندگان سازمانی از طریق افزایش میزان هویت یابی فروشندگان با سازمان، تمایل به ترک خدمت^{۱۳} را در آنها کاهش خواهد داد. از سویی نتایج این پژوهش بیانگر آن است که مدیران سازمان ها می توانند از طرق زیر تمایل به ترک خدمت فروشندگان سازمانی را کاهش دهند. تدوین و تصویب هنجارها و قوانین سازمانی و اطلاع رسانی این قوانین به کلیه فروشندگان به صورت مستقیم و غیر مستقیم (از طریق هویت یابی سازمانی) بر تمایل به ترک خدمت کارکنان مؤثر می باشند. البته یافته‌های پژوهش گویای آن است که وجود هنجارهای اخلاقی^{۱۴} از طریق ایجاد و ارتقاء هویت سازمانی تأثیر بیشتری بر کاهش تمایل ترک خدمت کارکنان دارد. درک اخلاق حرفه‌ای به طور مستقیم یا غیرمستقیم هویت سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد و با این که هویت سازمانی هم به صورت مثبت و هم منفی عمل می کند اما با استفاده از اخلاق حرفه‌ای برای درک هویت سازمانی می توان از اثرات منفی هویت سازمانی جلوگیری کرد. اخلاق حرفه‌ای با دارا بودن ویژگی‌هایی چون روحیه‌ی مشارکت، دلبستگی به کار، تعامل، پاسخگو بودن و پذیرش

دانستن) را به همراه دارد، و به تبع آن ها طبیعی است که فرد خود را از آن سازمان بداند و نسبت به سازمان پاسخگو باشد (۳۲). پژوهش فوق با محدودیت هایی از جمله عدم کنترل همه متغیرهای ناخواسته که ممکن بود نتایج تحقیق را تحت تاثیر قرار دهند، حاکم نبودن روحیه پژوهش در بین برخی از اساتید و نیز تازگی متغیرهای مورد بررسی و عدم دسترسی به مبانی نظری گسترده، روبه رو بود. با وجود محدودیت‌های فوق، در این تحقیق یک حوزه مطالعاتی جدید و عالی و در حال رشد گشوده شده است. سازه اخلاق حرفه ای، پاسخگویی فردی و هویت سازمانی سازه هایی هستند که به تازگی در حوزه مدیریت و روانشناسی مطرح می شوند. در این راستا، برخی موضوعات در چهارچوب این مقاله برای تحقیقات آتی قابل شناسایی است. پیشنهادات زیر می تواند بر غنای تحقیقات بعدی در این زمینه بیفزاید. لازم است که در زمینه رابطه اخلاق حرفه ای و پاسخگویی فردی با استفاده از ابزارهای دیگر، پژوهش‌های بیشتری صورت گیرد و نقش دیگر متغیرهای تعدیل گر و میانجی احتمالی مورد توجه بیشتری قرار گیرد. همچنین پیشنهاد می شود رابطه بین هر یک از مؤلفه‌های هویت سازمانی با اخلاق حرفه ای و پاسخگویی فردی دقیقاً مورد تحقیق و بررسی قرار گیرد. علاوه بر این پیشنهاد می شود که مدیران و مسئولان آموزش عالی بسترهای لازم برای نهادینه کردن اخلاقیات را فراهم نمایند و با ایجاد جو اخلاقی مناسب در سازمان میزان پاسخگویی اعضای هیات علمی را در دانشگاه افزایش دهند. با توجه به معنی دار بودن رابطه اخلاق حرفه ای با هویت سازمانی پیشنهاد می شود که مدیران دانشگاهها با بهبود روابط خود با اعضای هیات علمی و کارکنان و با شفاف عمل کردن نسبت به تصمیمات خود زمینه ساز افزایش پاسخگویی اساتید شوند.

نتیجه گیری

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که؛ اخلاق حرفه ای به طور مستقیم باعث افزایش سطح پاسخگویی فردی در اساتید می شود. همچنین، اخلاق حرفه ای باعث تقویت هویت سازمانی می شود و سپس هویت سازمانی زمینه تقویت و بهبود پاسخگویی فردی اساتید را در محیط آموزشی فراهم می کند. بنابراین دانشگاه باید به نقش و تاثیر اخلاق حرفه ای در رابطه بین متغیرهای فوق توجه اساسی کند و زمینه بروز اخلاق حرفه ای به منظور ایجاد بسترهای لازم برای پاسخگویی فردی و هویت سازمانی را در محیط سازمان بهبود بخشد. پس می توان متغیرهای اخلاق حرفه ای و هویت سازمانی را به عنوان بسترهای پاسخگویی فردی اساتید در آموزش عالی در نظر گرفت.

ملاحظه‌های اخلاقی

در پژوهش حاضر جهت رعایت ملاحظات اخلاقی بعد از تهیه پرسشنامه ها، بدون ذکر مشخصات اسمی و ارائه اطمینان لازم مبنی بر حفظ امانت و رعایت اصول اخلاقی در محرمانه نگه داشتن نظرات پاسخ دهندگان،

مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن، می‌تواند موجب احساس هویت قوی‌تر کارکنان با سازمان شود که به نوبه ی خود موجب می‌شود کارکنان برای انجام رفتارهای فراتر از وظایف رسمی تمایل بیشتری داشته باشند (۲۴). در تبیین این یافته می‌توان گفت، وقتی کارکنان در حال کارکردن در یک سازمان اخلاقی باشند به آسانی می‌توانند به اهداف اخلاقی و ارزش‌های مشترک خود با سازمان دست یابند در نتیجه هویت یابی با سازمان را توسعه دهند. همچنین بر اساس معنی‌دار بودن ضریب مسیر بین هویت سازمانی اساتید و پاسخگویی آنان با در سطح $P < 0/01$ چنین نتیجه می‌شود که این فرضیه پژوهشی تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین هویت سازمانی و پاسخگویی فردی رابطه وجود دارد. این یافته را می‌توان با نتایج پژوهش (۲۴) همسو در نظر گرفت. پژوهشگران نشان دادند که رابطه مثبت و معناداری بین پاسخگویی و هویت سازمانی وجود دارد و همچنین سرمایه روان شناختی^{۱۴} و هویت سازمانی، پاسخگویی را پیش بینی می‌کند. حس وابستگی و تعلق قوی کارکنان به سازمان در نتیجه ارتقای هویت سازمانی، می‌تواند باعث شود که افراد نسبت به ماهیت شغل خود نیز احساس قرابت داشته و بر این اساس فعالانه در آن مشارکت داشته باشند. هویت سازمانی به تبع خود می‌تواند پاسخگویی را به همراه داشته باشد (۲۴). در تبیین این یافته می‌توان گفت با توجه به مبانی نظری هویت سازمانی که افراد سازمان اهداف خود را با اهداف سازمان یکپارچه می‌کنند و در این راستا رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می‌دهند. پس به تبع آن پاسخگویی افراد را به همراه خواهد داشت.

در پژوهش حاضر نقش میانجی هویت سازمانی اساتید در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی در مدل تأیید شد. با تأیید نقش میانجی هویت سازمانی، اخلاق حرفه ای دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معنی‌دار بر پاسخگویی با ضریب $0/36$ می‌باشد. در حالیکه در فرضیه اول مشاهده شد که مسیر مستقیم این مسیر معنی دار نیست. البته از پیش چنین پژوهشی انجام نگرفته است تا به مقایسه این یافته با آن پرداخته شود. ولی پژوهش محققان (۲۴)، نقش میانجی هویت سازمانی را با متغیرهای دیگر تأیید کرده اند. نتایج پژوهش پژوهشگران بیانگر نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین هویت تیمی^{۱۵} با عملکرد شغلی^{۱۶} و مسئولیت اجتماعی بود و مطابق با یافته‌های پژوهش، هویت سازمانی به عنوان متغیر میانجی در این رابطه به‌طور مثبت و معناداری نقش آفرینی می‌کند. در تبیین این یافته می‌توان گفت، وقتی هویت سازمانی به صورت غیرمستقیم نقش میانجی را ایفا می‌کند اخلاق حرفه‌ای باعث افزایش پاسخگویی می‌شود. چنان که قبلاً هم اشاره شد رابطه‌ی بین اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی تأیید نشد اما با میانجی‌گری هویت سازمانی که (ادراک یکی بودن در سازمان ها، ارائه ی رفتارهای مشارکت خارج از نقش، هویت خود را در دل سازمان تصور کردن، موفقیت ها و شکست های سازمانی را موفقیت ها و شکست های خود

mediator of organizational identity. [MA Thesis].

Azərbaycan: Şahid Madani University. (In Persian).

- Ghasemzadeh A. (2013). Investigating the fittest fit of the causal-structural model of organizational, individual, occupational and behavioral factors affecting the faculty members' responsiveness of the universities of the West Azarbaijan state universities. [Ph.D. Thesis]. Urmia: Urmia University. (In Persian).
- Rafizadeh Bagherabad A. (2003). Accountability of tools and standards. *Management Studies Quarterly*; 49: 39- 45. (In Persian).
- Hall AT, Ferris GR. (2010). Accountability and extra-role behavior. *Employ Response Rights J*; 23(2):131-144.
- Lerner JS, Tetlock PE. (2004). Accountability for the effects of accountability. *Psychological Bulletin*; 125: 255-275.
- Frink DD, Klimoski RJ, Hopper H, Mitchell TR, Mero NP, Motowidlo SJ. (1997). Two faces of accountability effects. Vancouver, British Columbia, Canada: 55th Annual Meeting of Academy of Management.
- Kiani A, Nvabinejad S, Ahmadi K. (2009). Personality traits and professional ethics in counselors and psychologists. *Journal of Thoughts and Behavior*; 2(8): 83. (In Persian).
- Taghizadeh H, Soltani GR. (2012). The impact of business ethics on corporate social responsibility. *Ethics in Science and Technology*; 5: 104-94. (In Persian).
- Obschonka M, Goethner M, Silbereisen RK, Cantner U. (2012). Social identity and the transition to entrepreneurship: The role of group identification with workplace peers. *Journal of Vocational Behavior*; 80: 137-147.
- Mael F, Ashforth BE. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*; 13: 103-123.
- Allahyari M, Hamidi M, Hematinejad MA, Allahyari F. (2012) Relationship between organizational identity and social factors of a peaceful population with organizational citizenship behavior in sports. *Quarterly Journal of Sport Sciences*; 9: 95-112. (In Persian).
- Riketta M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*; 66: 358-384.
- Ghasemzadeh A, Maleki Sh, Habibi H. (2015). The role of organizational identity and team identity on job performance and social responsibility. *Quarterly Journal of Management of Governmental Organizations*; 2(8): 95-111. (In Persian).
- Ruiz LG, Gil DN, (2014). The effects of interactive control system and team identity on team performance: An experimental study. Available at: <http://dx.doi.org/10.1108/S1479351220140000028014>.

نسبت به توزیع و جمع آوری آن در بین نمونه آماری اقدام شد. همچنین اصول اخلاقی رضایت آگاهانه، امانت‌داری و حق معنوی مولفین آثار مورد توجه قرار گرفت.

سپاسگزاری

در خاتمه محققین این مقاله بر خود لازم می دانند از همکاری مسئولین دانشگاه های شهید مدنی آذربایجان و بناب جهت هماهنگی و همکاری صمیمانه اعضای هیات علمی که با پاسخ های صادقانه خود پژوهشگران را در این تحقیق یاری دادند، تشکر و قدردانی کنند.

واژه نامه

1. Human capital	هویت سازمانی
2. Organizational identity	پاسخگویی فردی
3. Individual accountability	سرمایه انسانی
4. Professional ethics	اصلاحات آموزشی
5. Educational reform	اخلاق حرفه ای
6. Organizational performance	عملکرد سازمانی
7. Social responsibility	اخلاق اسلامی کار
8. Islamic Ethics Work	مسئولیت های اجتماعی
9. Serving culture	فرهنگ خدمتگزاری
10. Citizenship behavior	رفتار شهروندی
11. Ethical climate	جو اخلاقی
12. Turnover	ترک خدمت
13. Ethical norms	هنجارهای اخلاقی
14. Psychological capital	سرمایه روان شناختی
15. Team identity	هویت تیمی
16. Job Performance	عملکرد شغلی

References

- Taghipour Zahir A, Safaee T. (2010). Presentation of a model for responding to the managers of the higher education system in Iran. *Journal of Management Research*; 82: 107-123. (In Persian).
- Vahidi Nasab H, Mohajeran B, Galeyi A, Ghalavandi H. (2018). Relationship ethics and organizational identity of employees. *Journal of Ethics in Science and Technology*; 12(4): 1-10. (In Persian).
- Ghasemzadeh A, Maleki Sh, Brooki Milan S. (2015). Mediating role of organizational identification in the relationship between professional ethics, organizational citizenship behavior, and job deviation behavior. *Medical Ethics and History of Medicine*; 7(4): 66-79. (In Persian).
- Arghdeh F. (2016). Investigating the relationship between ethical-professional and individual responsiveness of faculty members with the role of



25. Heidarizadeh Z, Hassni M, Ghasemzadeh A. (2014). The impact of service culture on individual responsibility and social responsibility of employees with emphasis on Islamic work ethics. *Two monthly Islamic Management Scientific-Research Papers*; 21(2): 151-175. (In Persian).
26. Van Dick R, Van Knippenberg D, Kerschreiter R, Hertel G, Wieseke G. (2008). Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior. *Journal of Vocational Behavior*; 388-399.
27. Klein P (2002). *Easy Factor Analysis*. Translated by: Sadr Sadat SJ, Minaei A. Tehran: Samt Publication. (In Persian).
28. Shahin Mehr B, Hassni M. (2016). Modeling the relationship between professional ethics and social responsibility with organizational accountability. *Ethics in Science and Technology*; 10(1): 1-10. (In Persian).
29. Royayi RA, Mehrdoush H. (2010). Investigating the role of cultural leaders in promoting social responsibility. *Social Sciences Research Journal*; 3: 59-43. (In Persian).
30. Mashbaki A, Khalili Shojaei W. (2011). Investigating the relationship between organizational culture and social responsibility of organizations. *Applied Sociology*; 21(4): 56-37. (In Persian).
31. Rahimnia F, Nikkhahfarokhani Z. (2012). Effect of ethics on organizational identity and desire to quit sales. *Ethics in Science and Technology*; 6(4): 1-11. (In Persian).
32. Mael F, Ashforth BE. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*; 13: 103-123.
18. Hall AT, Zinko R, Perryman A, Ferris GR. (2009). Organizational citizenship behavior: Mediators in the relationship between accountability and job performance and satisfaction. *Journal of Leadership and Organizational Studies*; 15: 381-392.
19. Hochwarter WA, Perrewe PL, Hall AT, Ferris GR. (2005). Negative affectivity as a moderator of from and magnitude of the relationship between felt accountability and job tension. *Journal of Organizational Behavior*; 26: 517-534.
20. Breaux D, Perrewe PL, Hall AT, Frink DD, Hochwarter WA. (2008). Time to try a little tenderness? The detrimental effects of accountability when coupled with abusive supervision. *Journal of Leadership & Organizational Studies*; 15: 111-122.
21. Hall AT, Royle MT, Brymer RA, Perrewe PL, Ferris GR, Hochwarter WA. (2006). Relationship between felt accountability as a stressor and strain reactions: the neutralizing role of autonomy across two studies. *Journal of Occupational Health Psychology*; 11: 87-99.
22. Hochwarter WA, Ferris GR, Gavin MB, Perrewe PL, Hall AT, Frink DD. (2007). Political skill as neutralizer of felt accountability-job tension effects on job performance ratings: A longitudinal investigation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*; 102: 226-239.
23. Tima P. (2012). Investigating the interactive role of accountability and self-efficacy on organizational citizenship satisfaction and behavior. [MA Thesis]. Urmia: Urmia University. (In Persian).
24. Ghasemzadeh A, Maleki Sh, Habibi H. (2015). The role of organizational identity and team identity on job performance and social responsibility. *Quarterly Journal of Management of Governmental Organizations*; 2(8): 95-111. (In Persian).