

بررسی جامعه‌شناختی ارزش‌های حرفه‌ای از دیدگاه کارکنان شرکت گاز شهر خلخال (یک مطالعه کیفی)

دکتر سیدرکن الدین رشیدی آل هاشم^۱، محسن هادی طحان^۲، موسی کریم‌پور^۳

چکیده

ارزش‌های حرفه‌ای اساس عملکرد کارکنان می‌باشند که تعاملات کارکنان با شهروندان، همکاران، سایر افراد حرفه‌ای و عموم مردم را هدایت می‌نمایند. آنها چارچوبی برای تعهد به رفاه شهروندان و راهنمایی برای رفتار اخلاقی در جهت تدارک خدمات بشردوستانه فراهم می‌آورند. وجود تعارض‌های ارزشی رو به افزایش در بین کارکنان سازمان‌ها، رعایت نشدن برخی ارزش‌های حرفه‌ای و پیامدهای آن همچون نارضایتی ارباب رجوع، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی و غیردولتی بوجود آورده است. لذا مطالعه حاضر با هدف تعیین مولفه‌های اساسی ارزش‌های حرفه‌ای از دیدگاه کارکنان شرکت گاز شهر خلخال صورت گرفت. این مطالعه یک پژوهش کیفی از نوع گراندد تئوری است که با مشارکت ۲۵ نفر از کارکنان صورت گرفته است. روش جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته بوده و برای تجزیه و تحلیل و تفسیر داده‌ها، از روش اشتراوس و کوربین استفاده شده است. تحلیل مصاحبه‌ها و دیدگاه شرکت‌کنندگان نشان داد که مولفه‌های اساسی ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان دربرگیرنده ۴ درون‌مایه اصلی؛ بعد شخصی، حرفه‌ای، اجتماعی و سازمانی است. از نتایج دیگر این پژوهش این است که ارزش‌های مربوط به بعد حرفه‌ای، اجتماعی، شخصی و سازمانی به ترتیب با میانگین نمرات، ۲/۶۲، ۲/۶۱، ۲/۴۶ و ۲/۳۲ از با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین ارزش‌های حرفه‌ای آنان بودند. گرچه میانگین نمرات کل مولفه‌های ارزش‌های حرفه‌ای در محدوده به نسبت مهم و مهم‌قرار داشت، اما نیاز به برنامه‌ریزی و آموزش بیشتر به منظور بهبود و گسترش اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای در بین کارکنان سازمان‌ها ضروری است.

واژگان کلیدی: ارزش‌های حرفه‌ای، کدهای اخلاقی، روش کیفی، نظریه زمینه‌ای

تاریخ دریافت ۱۳۹۷/۰۳/۰۲ تاریخ پذیرش ۱۳۹۸/۰۴/۱۸

پرتال جامع علوم انسانی

^۱ استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه امام حسین، تهران، ایران.

^۲ مدرس گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه امام حسین، تهران، ایران.

^۳ کارشناس ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال، خلخال، اردبیل، ایران.

مقدمه

موفقیت و یا عدم موفقیت سازمان‌ها در راستای کاربست اهدافشان در گروهی انسان‌هایی است که در واقع گردانندگان اصلی آن‌ها می‌باشند. بدون توسعه منابع انسانی، سازمان بی‌معناست، پس بررسی و مطالعه رفتار افراد در سازمان‌ها می‌تواند نقش بسیار با اهمیتی در رشد و بالندگی آن‌ها ایفا نماید. برخلاف وجود تفاوت‌های زیاد در فرهنگ سازمانی، چند ویژگی مشترک را در سازمان‌ها می‌توان مشاهده کرد و آن این‌که همه تعریف‌ها، به وجود مجموعه‌ای از ارزش‌های حرفه‌ای که با فرد در داخل سازمان حفظ می‌شوند اشاره می‌کنند (ولیکانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۵۰). ارزش‌های حرفه‌ای استانداردهایی برای عمل هستند که از سوی گروه حرفه‌ای و کارشناس‌ها مورد پذیرش بوده و چارچوبی را برای ارزشیابی ارزش‌ها و عقاید تاثیرگذار بر رفتار فراهم می‌آورند. این ارزش‌ها اساس عملکرد کارکنان می‌باشند که تعاملات کارکنان با شهروندان، همکاران، سایر افراد حرفه‌ای و عموم مردم را هدایت می‌نمایند و چارچوبی برای تعهد به رفاه شهروندان و راهنمایی برای رفتار اخلاقی در جهت تدارک خدمات بشردوستانه فراهم می‌آورند. در حال حاضر تعارض‌های ارزشی رو به افزایش بوده و در عرصه شغل در سازمان‌ها توجه به مولفه‌های بنیادین ارزش‌های حرفه‌ای را ضروری نموده است (حسینی و دیگران ۱۳۹۱: ۷۰). در حال حاضر متأسفانه در جامعه ما، بنا بر نظر اکثر کارشناسان اقتصادی و مسئولین، فرهنگ و اخلاق کار در محیط کار بسیار ضعیف است و کمتر به ارزش‌های حرفه‌ای توجه می‌شود. در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه دینی ما در مدیریت، به ارزش‌های حرفه‌ای توجه کافی نشده است. امروزه در بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، بنگاه را از بین می‌برد. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های موفق برای تدوین راهبردهای اخلاقی احساس نیاز کرده، و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ بر پایه اخلاق رسوخ کند. از این رو، کوشیده‌اند به پژوهش‌هایی درباره ارزش‌ها و اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند. اما چگونه می‌توان ارزش‌های حرفه‌ای را در سازمان‌ها جاری و ساری نمود. یکی از این ابزارها برای کاربست ارزش‌های حرفه‌ای، تدوین، آموزش، اعمال نظارت بر پیروی از کدهای اخلاقی است.

کدهای اخلاقی بیشتر بیان رسمی ارزش‌ها درباره مسایل معین می‌باشند. کدها خط کش درستی رفتارهای حرفه‌ای در موقعیت‌های گوناگون را بیان می‌کنند و بر اساس آن‌ها تعیین می‌شود که آیا از اخلاق حرفه‌ای، تخطی صورت گرفته یا خیر و اگر صورت گرفته چه مجازاتی باید اعمال شود. این امر ویژگی مهم کدهای اخلاقی است که تنها به بیان اصول و کلیات اخلاقی بسنده نکرده و در هر حرفه‌ای با دقت رفتارهای درست و نادرست را تعیین می‌کنند، به طوری که در تشخیص رفتار غیراخلاقی ابهام چندانی باقی نمی‌ماند (لشگربلوکی، ۱۳۸۷: ۲). از نظر باتس و ریچ^۱ «کدهای اخلاقی راهنماهای نظام مندی هستند که سؤالات مربوط به رفتار اخلاقی هنجار را پاسخ داده و چندین عملکرد از جمله هویت حرفه‌ای (عملکرد خارجی)، راهنمای عملکرد اعمال مراقبتی (عملکرد درونی) و نیز نحوه ایجاد انگیزه در کارکنان را ترسیم می‌نمایند». کدهای اخلاق حرفه‌ای، می‌توانند به عنوان یک راهنمای اخلاقی در انجام مسؤولیت‌های حرفه‌ای بر پایه کیفیت مورد استفاده قرار گرفته و به ارائه‌کنندگان خدمات در ایفای وظایف حرفه‌ای خود کمک نمایند. امروزه در سراسر دنیا نگرانی فزاینده‌ای در جامعه درباره نحوه ارائه خدمات به روش اخلاقی بوجود آمده که لازم است جهت رفع این نگرانی‌ها کدهای اخلاق حرفه‌ای مشتمل بر اصول اخلاقی شامل تعهدات و وظایف اخلاقی، پیامدهای عمل، ارزش‌ها، باورها، ویژگی‌های اخلاقی و ویژگی‌های فرهنگی و منطقه‌ای باشند. از آنجایی که کدهای اخلاقی زمینه مناسبی را جهت ارتقای کیفیت ارائه خدمات فراهم می‌آورند، ارائه خدمات با استاندارد مطلوب نه فقط از به وسیله توسعه دانش و فناوری افراد شاغل در یک حرفه بلکه از به وسیله تدوین یک سری استانداردهای اخلاقی و ارزشی، امکان پذیراست که نظرهای افراد در آن حرفه نیز در طراحی کدهای اخلاقی لحاظ شده باشد (فرج‌خدا و دیگران، ۱۳۹۱: ۴۳).

پژوهشگران، پژوهش در طبقه بندی ارزش‌های حرفه‌ای را به سه حیطه عمده تقسیم کرده‌اند: ۱- تعریف مولفه‌های بنیادین قلمروهای ارزش‌های حرفه‌ای و فرضیه آزمایی در ارتباط با ساختار آن‌ها. ۲- ارتباط بین ارزش‌های حرفه‌ای و سایر متغیرهای شخصی، اجتماعی یا سازمانی و ۳- اثر فرهنگ بر ارزش‌های حرفه‌ای (دلخמוש، ۱۳۸۹: ۲۴۹). این پژوهش در زمینه ارزش‌های حرفه‌ای روی آورد ساختاری را اتخاذ کرده است. روی آورد ساختاری در پی آن است که مولفه‌های

^۱-Butts & Rich

۶۰.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

اساسی سازه مشخص را شناسایی کند، چارچوب تعریفی از قلمرو آن‌ها ارائه دهد و به گونه تجربی، تعریف را آزمون کند (همان: ۱۴۸). یکی از مهمترین موضوع‌هایی که زمینه ساز بروز مشکلات متعدد برای سازمان‌ها و مشتریان آن‌ها در سطح جهان شده است، مشکلات ناشی از فساد و کارهای خلاف اخلاق و مشخص نبودن معیارهای ارزش‌های حرفه‌ای در عرصه شغل در سازمان‌ها می‌باشد.

در ایران، بنا بر نظر اکثر کارشناسان اقتصادی و مسئولین، فرهنگ و اخلاق کار بسیار ضعیف است و بایستی فقدان فرهنگ و اخلاق کار مناسب در جامعه به عنوان یک نقص و معضل اقتصادی و اجتماعی تلقی شود و مورد مطالعه قرار گیرد (توسلی و نجار نهندی، ۱۳۸۷: ۴۰). وجود تعارض‌های ارزشی رو به افزایش در بین کارکنان سازمان‌ها، رعایت نشدن برخی ارزش‌های حرفه‌ای و پیامدهای آن همچون نارضایتی ارباب رجوع، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی و غیر دولتی بوجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری و روشن نبودن ارزش‌های حرفه‌ای در بخش دولتی، پژوهشگران را وا داشته تا در جستجوی مبنای نظری در این رابطه بوده و بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن‌ها را فراهم آورند. در جامعه ما، با وجود عناصر مثبت بسیار در فرهنگ ملی و دینی (که در آن به کار ارزش بسیار نهاد می‌شود) در ساختار کلی جامعه ارزش‌هایی غلبه دارند که ارزش‌های کار و در پی آن وجدان کاری را تضعیف می‌کند. شرکت گاز شهرستان خلخال نیز از این قاعده مستثنی نبوده و مسائل مذکور در آن مشاهده می‌شود. با توجه به مسائل مذکور و نیز اهمیت آشنایی، نهادینه سازی و بکارگیری ارزش‌های حرفه‌ای، بر آن شدیم که در این مطالعه، به عنوان مطالعه‌ای مقدماتی برای انجام پژوهشی وسیع‌تر در سطح کشور، به بررسی جامعه‌شناختی ارزش‌های حرفه‌ای از دیدگاه کارکنان شرکت گاز شهر خلخال بپردازیم. بنابراین سوال اصلی پژوهش این است که از دیدگاه کارکنان شرکت گاز شهر خلخال مولفه‌های اساسی ارزش‌های حرفه‌ای آنان کدامند؟

اهمیت و ضرورت پرداختن به ارزش‌های حرفه‌ای را از دیدگاه‌ها و قالب‌های متفاوتی می‌توان مورد بررسی قرار داد. برای نمونه، در زیر، برخی از دلایلی که انجام این پژوهش و شناسایی ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان شرکت گاز خلخال را ضروری ساخته است، اشاره‌ای می‌کنیم:

الف - انجام این پژوهش می‌تواند به روشن کردن ابعاد و مولفه‌ها و ضوابط گوناگون ارزش‌های حرفه‌ای به علت نقش چشمگیری که در تحقق توسعه همه‌جانبه و ارتقای بهره‌وری بر عهده دارد، کمک کند.

ب- با توجه به آن که پیکره نظام اداری هر سازمان را کارکنان آن تشکیل می‌دهند و بی‌توجهی به مشکلات اداری و شغلی آن‌ها باعث رکود و کم‌کاری در سازمان شده، موجبات نارضایتی ارباب رجوع را فراهم می‌آورد و در نهایت پیامدهای آن دامنگیر مدیریت می‌شود، بسیار حائز اهمیت است.

پ - نیروی انسانی متعهد به اهداف و ارزش‌های سازمان، شاخص عمده برتری یک سازمان نسبت به سازمان‌های دیگر است و باعث افزایش اثربخشی و کارایی سازمان شده، به دنبال خود پیشرفت و ترقی جامعه را در مصاف با تغییرات جهانی سبب خواهد شد.

ت - حاکمیت اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای در سازمان، به میزان بسیار چشمگیری سازمان را در جهت کاهش تنش‌ها و موفقیت در کاربست اثر بخش هدف‌یاری می‌نماید و سازمان را پاسخگو می‌سازد.

ث - تعیین مولفه‌های ارزش‌های حرفه‌ای از دیدگاه کارکنان می‌تواند فراهم‌کننده اطلاعات مفیدی برای ارائه راهبردهای موثرتر به منظور یکپارچه‌سازی و بکارگیری ارزش‌های حرفه‌ای در عملکرد حرفه‌ای باشد.

ج - به لحاظ کاربردی نیز ارزش‌های حرفه‌ای و کدهای اخلاقی می‌تواند جهت تنظیم، هدایت و راهنمایی عملکرد کارکنان، ارتقاء عملکرد کارکنان، تسهیل و بسترسازی در جهت ارزشیابی عملکرد کارکنان توسط مدیران و مردم، راهنمایی جهت کمک به کارکنان در امر تصمیم‌گیری، مرجعی قانونی برای ارائه عملکردی منطقی و محتاطانه باشد. با روشن نمودن حوزه انتظارات از عملکرد کارکنان، زمینه حمایت‌های قانونی از کارکنان را فراهم آورد و به عموم جامعه آگاهی دهد که چه انتظاری از کارکنان داشته باشند. در نهایت این ارزش‌ها به رفاه و بهزیستی اجتماعی، عدالت اجتماعی یاری می‌رسانند. هدف از انجام این مطالعه مشخص کردن مولفه‌های اساسی ارزش‌های حرفه‌ای، ارائه تعریفی از چارچوب قلمرو آن‌ها از دیدگاه کارکنان شرکت گاز شهر خلخال است.

مطالعات متعددی در این حوزه انجام شده است که به برخی از آنها اشاره می‌شود. پتی (۱۹۹۱) در قالب اخلاق کار، با تقسیم اخلاق کار به چهار بعد؛ دلبستگی و علاقه به کار (دقیق بودن در کار، صداقت در کار، موثر بودن در کار، افسرده بودن در کار، دلبسته کار بودن)؛ پشتکار و جدیت در کار (وظیفه‌شناسی در کار، آزادی عمل و استقلال در کار، ابتکار در کار، پشتکار و جدیت در کار)؛ روابط سالم و انسانی در محیط کار (ملاحظه‌کاری و مراعات در محل کار، یاری رسان بودن در کار، خوش برخورد بودن در محل کار، قدرشناس بودن در محل کار)؛ روح جمعی و مشارکت در کار (سازگار بودن در محل کار، روح همکاری و مشارکت در محل کار، تبعیت از مقررات در محل کار، تبعیت از مافوق در محل کار) ارزش‌های حرفه‌ای را با ابعاد فردی، حرفه‌ای و اجتماعی مشخص کرده است. مولر و همکارانش (۱۹۹۲) ارزش‌های حرفه‌ای را در قالب تعهد کار مورد بررسی قرار داده‌اند. مولر و همکارانش، با تقسیم تعهد کار به چهار شکل؛ تعهد عمومی کار، تعهد حرفه‌ای کار، تعهد سازمانی کار و تعهد رابطه‌ای کار بر ابعاد اجتماعی (اجتماع عام؛ رعایت حقوق افراد، احساس مسئولیت در قبال دیگران، حرفه‌ای (علاقه به کار، احساس مسئولیت در حرفه‌ای خاص، فعال‌گرایی و...)، سازمانی (وفاداری به ارزش‌ها و هدف‌های سازمان، همذات‌پنداری با سازمان کار و...) و اجتماع خاص (تعامل با همکاران، احساس مسئولین نسبت به همکاران، وفاداری به انتظارات همکاران و...) تاکید کرده‌اند. زیونتس (۲۰۰۶) با مطرح کردن مولفه‌های استقلال حرفه‌ای اخلاق علمی، خودفهمی حرفه‌ای، عینیت‌گرایی، بیطرفی و عدم جانبداری، فراتر رفتن از مفهوم معیشتی به عنوان عوامل پایه‌ای برای اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای، بر ابعاد حرفه‌ای (صداقت، قابل اعتماد بودن، احترام به زیردستان و اطرافیان، دقت، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پرهیز از جزمیت و...)، فردی (تعهد درونی نسبت به خدمت به مردم، موفقیت در حرفه و...)، اجتماعی (رعایت عدالت، عدم جانبداری و...) و مادی (حقوق کافی، مزایا و...) ارزش‌های حرفه‌ای تاکید می‌کند. چلبی (۱۳۸۶) نیز ارزش‌های حرفه‌ای را در قالب ارزش‌های کار مورد بررسی قرار داده است. چلبی با تقسیم ارزش‌های کار به دو دسته؛ ارزش‌های درونی کار و ارزش‌های بیرونی کار، بر ابعاد زیر به عنوان ارزش‌های حرفه‌ای توجه کرده است: بعد فردی (ارزش تحرک کار، ارزش سازندگی، احساس رضایت خاطر، تجربه اندوزی و شناخت)، مادی (کسب درآمد و ثروت)، سیاسی (اقتدار در جامعه)، اجتماعی (شهرت و منزلت) و فرهنگی (معرفت و تجربه اندوزی).

اما از آن جایی که افراد در سازمان‌ها با چهار عامل؛ خود، مشتریان و همکاران، حرفه‌ای و سازمانی در کنش و واکنش هستند، مولفه‌های اساسی ارزش‌های حرفه‌ای باید دارای ابعاد؛ فردی (تحرک عقلی یا تجربه‌اندوزی و شناخت، دیگر دوستی، موفقیت در حرفه، خردورزی، خودتنظیمی و...)، حرفه‌ای (تعهد به داشته‌های تخصصی، دلبستگی و علاقه به کار، دقیق بودن در کار، صداقت و صراحت در کار، مسئولیت‌پذیری در کار و پاسخگویی، موثر بودن در کار، انضباط کاری، کارآیی در کار، حفظ حریم شخصی، احترام به زیردستان و اطرافیان، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پایبندی به قراردادها، وفای به عهد، رازداری و امانداری، شایستگی و صلاحیت حرفه‌ای، خلاقیت و ابتکار در کار و...)، اجتماعی (ملاحظه‌کاری و مراعات در کار، ارتباط خوب با سرپرست، احساس مسئولیت نسبت به همکار، رعایت عدالت و عدم جانبداری، سازگار بودن در کار با همکاران، رعایت حقوق افراد، روح همکاری و مشارکت، یاری رسان بودن در کار، قدر شناس بودن در محل کار و...) و سازمانی (تبعیت از مقررات سازمانی، وفاداری به ارزش‌ها، اهداف و انتظارات سازمانی، تبعیت از مافوق، پاداش‌های اقتصادی، ترفیع، حقوق مناسب و...) باشد. پژوهش ما از مطالعه رضایت و دلبستگی به کار به دنبال دریافت بهره‌وری ناشی از رضایت در محل کار است در حالی که مطالعه‌های پیشینی که طرح کردیم چنین پیامدهایی را در مطالعه خودشان دنبال نمی‌کردند و دیگر این که ما چنین مهمی را باروش کیفی مطالعه کردیم.

با توجه به تفاوت‌های پارادایمی دو روش کمی و کیفی، در بررسی‌های کیفی به جای استفاده از چارچوب نظری جهت تدوین و آزمون فرضیه‌های پژوهش، از چارچوب مفهومی جهت استخراج سوال یا سوال‌های پژوهش، استفاده می‌شود. از نظر ماکسول (۲۰۰۴) چارچوب مفهومی مجموعه مفاهیم به هم مرتبطی را شامل می‌شود که بر مفاهیم و موضوع‌های عمده مورد مطالعه تمرکز دارد و آن‌ها را در قالب یک نظام منسجم و مرتبط معنایی به همدیگر پیوند می‌دهد (محمدپور و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۱۳). در تحقیق حاضر از رویکرد جامعه‌شناسی تفسیری یا تفسیرگرایی اجتماعی برای تدوین چارچوب مفهومی استفاده شده است. بدون تردید، راه‌های تدوین اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای بسیار است؛ اما تدوین و توسعه چارچوب مفهومی، مزیت‌های فراوانی دارد. کار مفهومی دامنه سردرگمی مباحث اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای را روشن می‌کند و نیازی ضرور برای گفتگوهای هدف‌دار است. با تمرکز روی سطوح مشترک مطالعات تجربی و نظری، از بسیاری قبیل و قال‌های نظری و پژوهش‌های بی‌پایان تجربی رها می‌شویم؛ افزون بر اینکه زمینه‌ای برای

اجرای کردن و ارزیابی نیز فراهم می‌شود. مروری بر مبانی نظری پژوهش نشان می‌دهد که هر یک از پژوهشگران در مطالعه و طبقه‌بندی ارزش‌های حرفه‌ای، آن را با ابعاد گوناگون بررسی کرده‌اند. و هر یک بر ابعادی از این سازه تاکید کرده‌اند. ساپر (۱۹۸۹) با تقسیم ارزش‌های حرفه‌ای به ارزش‌های درونی و بیرونی، بر ابعاد فردی (تحرك عقلي، ديگر دوستی، استقلال عمل و...) و سازمانی (پاداش‌های اقتصادی، شرایط کار، همکاران و...) ارزش‌های حرفه‌ای اشاره کرده است. الیزور (۱۹۹۱) بر حسب تحلیل بر پایه سطح، با تقسیم مولفه‌های ارزش‌های حرفه‌ای، به سطح کیفیت پیامد و سطح وابستگی نظام- عملکرد، بر ابعاد فردی و روانشناختی (موقفیت در حرفه، کار معنادار و...)، اجتماعی (ارتباط با سرپرست، تعامل با افراد، همکار سازگار و...)، مادی (حقوق دریافتی، مزایا و...)، سازمانی (پاداش‌ها، ترفیع و...) تاکید کرده است.

روش‌شناسی

این پژوهش بر اساس ماهیت داده‌ها، پژوهشی کیفی از نوع نظریه‌زمینه‌ای است. پژوهش کیفی، مجموعه‌ای از فنون تفسیری است که به دنبال توصیف، رمزگشایی، ترجمه و درک معانی و پدیده‌های محیط اجتماعی هستند (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۵۲). رویکرد کیفی پژوهش ریشه در پارادایم‌های تفسیری و انتقادی دارد. محقق کیفی بر اساس موازین روش‌شناختی به دنبال انجام پژوهشی است که یافته‌ها و نتایج آن برگرفته از ابزارهای آماری یا دیگر روش‌های کمی نباشد. این نوع پژوهش بر پایه تولید اطلاعات است که نسبت به بستر اجتماعی یا پدیده‌های اجتماعی مورد مطالعه از انعطاف‌پذیری و حساسیت زیادی برخوردار است. بر این اساس، پژوهش کیفی متضمن دقت و توجه عمیق به پدیده‌های اجتماعی است. پژوهشگران کیفی بر شیوه زندگی روزمره زندگی اجتماعی تمرکز می‌یابند و تلاش دارند تا آن را به شیوه‌ها و سبک‌های داستان‌وار بررسی و درک نمایند. پژوهش کیفی درصدد درک و فهم فرایندهای اجتماعی در بستر است و به همین لحاظ به بررسی ارتباط بین ذهنی انسان‌ها می‌پردازد. این روش علاقه‌مند به تفسیر و توضیح معانی و مفاهیم مربوط به رویدادها و حوادث اجتماعی برای آن دسته کسانی است که این رویدادها را تجربه نموده‌اند و یا با آن درگیر هستند (ایمان، ۱۳۸۸: ۱۴۹-۱۴۱).

مشارکت‌کنندگان پژوهش را ۳۰ نفر (۵ نفر شهر کلور، ۵ نفر شهر هشتجین و ۲۰ نفر شهر خلخال) از کارکنان شرکت گاز شهرستان خلخال تشکیل می‌دهند. اشباع داده‌ها، تعیین‌کننده حجم نمونه در پژوهش کیفی است، بدین صورت که در هنگام تحلیل داده‌ها، دسته‌بندی‌های مفاهیم کامل و

ارتباط بین دسته بندی ها به خوبی معین می شود و کدهای جدیدی از تحلیل داده ها استخراج نشود. از این رو حجم نمونه را مترادف با اشباع داده ها در نظر می گیرند و در این روش به افراد نمونه، مورد پژوهش اطلاق نمی شود، بلکه به افراد نمونه، شرکت کننده مطلع یا همکار گفته می شود (عابدی، ۱۳۸۹: ۲۱۴). بر این اساس در مجموع از ۲۵ نفر از کارکنان شرکت گاز شهرستان خلخال (۱۸ نفر از خلخال، ۴ نفر از کلور، ۳ نفر از هشتجین) بر اساس تمایل آنان به شرکت در مطالعه، مصاحبه گردید.

در این مطالعه از دو نمونه گیری مبتنی بر هدف و نمونه گیری تئوریک از مطلعین کلیدی تا اشباع داده ها استفاده گردید. از نمونه گیری هدفمند برای انتخاب مشارکت کنندگان و از نمونه گیری نظری برای تشخیص تعداد افراد، تعیین محل داده های مورد نیاز، یافتن مسیر پژوهش، شفافیت و تایید دقیق تر یافته ها، تحلیل مقایسه ای مداوم داده ها و بر پایه نیاز به مطالعه و از ملاک اشباع داده ها برای آگاهی از کفایت نمونه پژوهش استفاده می شود (محمدی و دیگران، ۱۳۸۶: ۴۴۷). در نمونه گیری تئوریک انتخاب هر نمونه بستگی به داده های جمع آوری شده از همان نمونه و نمونه های قبلی دارد (مصباحی و عباس زاده، ۱۳۹۲: ۱۶). در نمونه گیری هدفمند، مشارکت کنندگان به صورت هدفمند و برحسب خصیصه ها و تجربه های مرتبط آنان با پدیده مورد مطالعه گزینش می شوند (ایمان، ۱۳۸۸: ۳۴۹). پاتن (۱۹۸۷) می نویسد قدرت نمونه گیری هدفمند در انتخاب نمونه های غنی از اطلاعات برای مطالعه عمیق است. نمونه های غنی از اطلاعات آن هایی هستند که پژوهشگر می تواند درباره موضوع محوری، مطالب زیادی از آن ها یاد بگیرد (ایمان و دیگران، ۱۳۹۰: ۷۰). مشارکت کنندگان شامل ۲۵ نفر از کارکنان شرکت گاز شهرستان خلخال به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. این ها هم افرادی بودند که به صورت های مختلف و بر اساس اهداف خاص تحقیق و تجربه، تماس نظری، علمی و حرفه ای با امر ارزش ها و اخلاق حرفه ای کارکنان داشتند. ضمن آن که با پدیدار شدن طبقات مفهومی در طی تحلیل داده ها انتخاب شرکت کنندگان بر اساس نمونه گیری نظری انجام شد، تا داده ها در راستای شفافیت و تایید دقیق تر یافته ها جمع آوری گردد. ملاک اشباع داده ها برای آگاهی از کفایت نمونه پژوهش مورد استناد قرار گرفت. نمونه گیری و گردآوری اطلاعات تا زمانی ادامه پیدا نمود که فرآیند تجزیه و تحلیل و اکتشاف به اشباع نظری رسید. به عبارت دیگر، زمانی که فرآیند چرخشی گردآوری، مرتب کردن و تجزیه و تحلیل داده ها و ارتقای نظریه با استفاده از آن ها به حدی رسید که داده های جدید

۶۶.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

تغییری در نظریه تولید شده ایجاد نکردند، اشباع نظری حاصل شده بود و بدین ترتیب، از گردآوری نمونه‌های جدید خودداری شد.

در فرآیند نظریه‌زمینه‌محور، گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها دو روند به هم پیوسته‌اند. داده‌ها به شیوه‌های مختلف گردآوری می‌شوند و از طریق دستورالعمل‌های اجرایی، کدگذاری و تجزیه و تحلیل می‌شوند تا نظریه‌نهایی تولید شود. در این پژوهش نیز از طریق تکنیک‌های مختلف از جمله مصاحبه و گردآوری اسناد و مدارک، داده‌های اولیه فراهم آمده‌اند. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه از نوع عمیق و نیمه‌سازمان‌یافته استفاده شد. مصاحبه کیفی عمیق با شیوه‌های نظریه‌زمینه‌ای، بسیار تناسب دارد. در مصاحبه عمیق، محقق کنترل بیشتری روی ساخت داده‌ها دارد. در واقع مصاحبه، یک گفتگوی جهت‌داده شده است. ماهیت روش نظریه‌زمینه‌ای چنین انعطاف‌پذیری و کنترل ابزار تحلیلی و داده‌ها را ایجاد می‌کند. مصاحبه ژرف می‌تواند به معانی و تفسیرهای مورد نظر کنشگران اجتماعی و تعبیر آن‌ها از تعامل اجتماعی خودشان نزدیک شود (بلیکی، ۱۳۸۴: ۳۰۴). در مصاحبه نیمه‌سازمان‌یافته، سوالات از پیش طراحی شده‌اند، اما در این شیوه هدف کسب اطلاعات بیشتر و عمیق‌تر می‌باشد. بنابراین مصاحبه‌گر می‌تواند ابزار پژوهش را با سطح درک و فهم پاسخگو هماهنگ نماید. در این نوع مصاحبه تعداد پرسش‌های باز و نیمه‌باز نسبت به مصاحبه سازمان‌یافته بیشتر بوده و مصاحبه‌گر در هدایت فرایند مصاحبه آزادی عمل بیشتری دارد و در مواردی که احساس می‌کند توضیح پاسخگو کافی نیست می‌تواند از پاسخگو توضیح بیشتری بخواهد. در این مصاحبه هر پاسخ با سوال‌های چرا و چگونه و... مورد بررسی بیشتر قرار می‌گیرد (ازکیا و دربان آستانه، ۱۳۸۲: ۴۸۳).

جهت انجام این مطالعه، در مورد رعایت ملاحظات اخلاقی، پژوهشگر پیش از شروع، ابتدا نزد هریک از مشارکت‌کنندگان مراجعه و ضمن معرفی خود، توضیح هدف و سوال‌های مصاحبه، از آنان درخواست نمود در صورت تمایل در مطالعه شرکت کنند. در ابتدا از آنان خواسته می‌شد در مورد ارزش‌های حرفه‌ای شغلشان توضیح دهند و در جلسه بعدی، مهمترین ارزش‌های حرفه‌ای که برایشان از اهمیت بیشتری برخوردار است، مشخص کنند. مصاحبه طی مدت ۳۰ تا ۴۵ دقیقه و در دو جلسه انجام شد. در ۳ مصاحبه آخر هیچ‌کدام جدیدی استخراج نگردید و نمونه‌گیری متوقف شد. کلیه مصاحبه‌ها در محل کار کارکنان با هماهنگی قبلی انجام شد. جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

به صورت هم زمان انجام شد. متن مصاحبه‌ها خط به خط خوانده و به روش تحلیل مقایسه‌ای مداوم و مطابق با روش استراس و کوربین^۱ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این مطالعه نیز مراحل مذکور در تحلیل داده‌های کیفی را اجرا کرده و در پایان یک نظریه زمینه‌ای ارائه داده است که ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان را به خوبی نشان می‌دهد. هر مصاحبه قبل از انجام مصاحبه بعدی کدگذاری و تجزیه و تحلیل شد. در کدگذاری باز متن هر مصاحبه چند بار خوانده و جملات اصلی آن استخراج و به صورت کدهایی ثبت شد. سپس کدهایی که به لحاظ مفهومی با یکدیگر مشابه بودند، به صورت دسته‌هایی درآمدند. در کدگذاری محوری، کدها و دسته‌های اولیه که در کدگذاری باز ایجاد شده بودند با یکدیگر مقایسه و ضمن ادغام موارد مشابه، دسته‌هایی که به یکدیگر مربوط می‌شدند حول محور مشترکی قرار گرفتند. تمرکز این مرحله در شرایطی بود که به پدیده مورد نظر منجر می‌شد. آنگاه کدگذاری انتخابی انجام و متغیر اصلی مشخص گردید. در این مرحله، پژوهشگر توجه خود را به این امر معطوف نمود که کدام مقوله یا متغیر بیش از همه در داده‌ها تکرار شده است. برای رسیدن به معیار قابلیت اعتماد (معادل اعتبار و روایی در تحقیقات کمی) از سه تکنیک متعارف و بسیار مرسوم به عمل آمد که عبارتند از: الف) کنترل یا اعتباریابی توسط اعضاء^۲: در این روش، از مشارکت کنندگان خواسته شد تا یافته‌های کلی را ارزیابی کرده و در مورد صحت آن نظر دهند. ب) مقایسه‌های تحلیلی^۳: در این روش به داده‌های خام رجوع گردید تا ساخت بندی نظریه با داده‌های خام مقایسه و ارزیابی گردد. ج) استفاده از تکنیک ممیزی^۴: در این زمینه، چند متخصص در کار نظریه زمینه‌ای، بر مراحل مختلف کدگذاری، مفهوم‌سازی و استخراج مقولات نظارت داشتند.

یافته‌ها

در مجموع ۲۵ کارمند نمونه پژوهش را تشکیل دادند. ۱۸ نفر از کارکنان اداره گاز خلخال، ۳ نفر از شهر هشتجین و ۴ نفر از شهر کلور. همه این کارکنان مرد بودند. ۱۳ نفر دارای مدرک کارشناسی،

^۱- Strauss and Corbin

^۲- Member Check

^۳- Analytical Comparison

^۴- Auditing

۶۸.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

۷ نفر فوق دیپلم، ۵ نفر دیپلم با سابقه کار ۲ تا ۲۸ سال و میانگین سنی ۳۲/۵ سال بودند. تجزیه و تحلیل محتوای مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان در خصوص ارزش‌های حرفه‌ای شغلشان، به استخراج ۴ درون‌مایه اصلی و ۴۰ درون‌مایه فرعی ارزش‌های حرفه‌ای به شرح زیر انجامید (جدول شماره ۴-۱).

الف - بعد شخصی

در این بعد، شغل و حرفه بالقوه دارای ارزش درونی و شناختی است. برای شخص ممکن است شغل به طور ذاتی نوعی تجربه و شناخت باشد، تجربه و شناختی که نوعی پاداش درونی تلقی می‌گردد. از این رو شغل برای آنان دارای ارزش است که موجبات رشد شخصی را فراهم می‌آورد. بدیهی است که عناصر مختلف بعد شخصی کار می‌تواند از فردی به فردی و از شغلی به شغل دیگر متفاوت و متغیر باشد. بعد شخصی ارزش‌های حرفه‌ای با درون‌مایه‌های فرعی: تحرک عقلی یا تجربه اندوختی و شناخت، دیگر دوستی، موفقیت در حرفه، خردورزی، خودتنظیمی و خودکنترلی مشخص شده است. در زیر به نمونه‌ای از گفتارهای کارکنان را که به این درون‌مایه اشاره دارند، اشاره می‌شود:

شرکت‌کننده‌ای در مورد ارزش خودتنظیمی و خودکنترلی گفته است: "در کارم دوست ندارم به من بگویند این کار را بکن اون کار را نکن و دائم بر رفتار من نظارت داشته باشند، بلکه دوست دارم خودم کارهایم را تنظیم کنم و بر اعمالم کنترل داشته باشم".

شرکت‌کننده دیگری در مورد ارزش شناخت و تحرک عقلی گفته است: "کاری که موجب رشد عقلی و شخصیت فرد نشود، ارزشی ندارد".

ب - بعد شغلی

بعد شغلی ارزش‌های حرفه‌ای را جمع به احساس مسئولیت و علاقه نسبت به حرفه‌ای خاص و اجتماع (اجتماع حرفه‌ای) آن است. درون‌مایه‌های فرعی؛ تعهد به داشته‌های تخصصی، دلبستگی و علاقه به کار، دقت بودن در کار، صداقت و صراحت در کار، مسئولیت‌پذیری در کار و پاسخگویی، موثر بودن در کار، انضباط کاری، کارایی در کار، حفظ حریم شخصی، احترام به زیردستان و اطرافیان، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پایبندی به قراردادها، وفای به عهد، رازداری و امانتداری، شایستگی و صلاحیت حرفه‌ای، خلاقیت و ابتکار در حرفه، دال بر درون‌مایه اصلی بعد شغلی

ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان می‌باشند. گزیده‌های زیر این درون‌مایه را مورد حمایت قرار می‌دهند:

"صداقت و صراحت در کارمان حرف اول را می‌زند، و من دوست دارم بی‌شلیه و پيله رفتار کنم."
"اصلاً وجود این اداره و ما کارکنان برای این است که به نیازهای مردم جوابگو باشیم و مسئولیت مان را به نحو احسن انجام بدهیم."

پ- بعد اجتماعی

بعد اجتماعی ارزش‌های حرفه‌ای به ارباب رجوع و همکاران ارتباط دارد. درون‌مایه‌های فرعی؛ ملاحظه‌کاری و مراعات در کار، ارتباط خوب با سرپرست، احساس مسئولیت نسبت به همکار، رعایت انصاف، رفق و مدارا با همکاران، رعایت حقوق افراد، روح همکاری و مشارکت، یاری رسان بودن در کار، قدرشناس بودن در محل کار، درون‌مایه اصلی بعد اجتماعی ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان را توصیف می‌کنند. در زیر گزیده‌هایی از گفته‌های بعضی از مشارکت‌کنندگان در مطالعه در این مورد، آورده شده است:

شرکت‌کننده‌ای در مورد ارزش رعایت حقوق افراد گفته است: "یکی از ارزش‌های حرفه‌ای ما در ارتباط با ارباب رجوع، رعایت حقوق آنان است و ما نباید حق کسی را ضایع کنیم."
"بدون مشارکت و همکاری کارکنان با هم کارها به جلو نمی‌رود و ضرورت همکاری یکی از اصول کاری ماست."

ت- بعد سازمانی

بعد سازمانی ارزش‌های حرفه‌ای مربوط به سازمان، همذات‌پنداری با سازمان و وفاداری به ارزش‌ها، اهداف و انتظارات آن است. بعد سازمانی ارزش‌های حرفه‌ای با درون‌مایه‌های فرعی: تبعیت از مقررات سازمانی، وفاداری به ارزش‌ها، اهداف و انتظارات سازمانی، تبعیت از مافوق، پاداش‌های اقتصادی، ترفیع یا مقام سازمانی، حقوق مناسب، احساس تعلق به سازمان، دموکراسی سازمانی، رعایت سلسله‌مراتب سازمانی، آموزش کارکنان مشخص شده است. گزاره‌های زیر به این درون‌مایه اشاره داشتند:

شرکت‌کننده‌ای در مورد ارزش آموزش کارکنان گفته است: "با توجه به ورود تکنولوژی‌های جدید در ارتباط با کارمان و کارکنان جدید اداره، آموزش کارکنان، یکی از اصول و ارزش‌های حرفه‌ای ماست."

۷۰..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

"از مهمترین ارزش‌های حرفه‌ای ما این است که انتظاراتی که سازمان از ما دارند را به نحو احسن انجام دهیم و اهداف سازمان را در کارهایمان در نظر داشته باشیم".

جدول شماره (۱): ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان

مقوله هسته‌ای	درون‌مایه‌های اصلی	درون‌مایه‌های فرعی	تعداد کدها
ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان	بعد شخصی	تحریک عقلی یا تجربه اندوزی و شناخت، دیگر دوستی، موفقیت در حرفه، خردورزی، خودتنظیمی و خودکنترلی.	۵
	بعد شغلی	تعهد به داشته‌های تخصصی، دلبستگی و علاقه به کار، دقیق بودن در کار، صداقت و صراحت در کار، مسئولیت‌پذیری در کار و پاسخگویی، موثر بودن در کار، انضباط کاری، کارایی در کار، حفظ حریم شخصی، احترام به زیردستان و اطرافیان، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پایبندی به قرارداد ها، وفای به عهد، رازداری و امانتداری، شایستگی و صلاحیت حرفه‌ای، خلاقیت و ابتکار در حرفه	۱۶
کارکنان	بعد اجتماعی	ملاحظه کاری و مراعات در کار، ارتباط خوب با سرپرست، احساس مسئولیت نسبت به همکار، رعایت انصاف، رفق و مدارا با همکاران، رعایت حقوق افراد، روح همکاری و مشارکت، یاری رسان بودن در کار، قدر شناس بودن در محل کار.	۹
	بعد سازمانی	تبعیت از مقررات سازمانی، وفاداری به ارزش‌ها، اهداف و انتظارات سازمانی، تبعیت از مافوق، پاداش‌های اقتصادی، ترفیع یا مقام سازمانی، حقوق مناسب، احساس تعلق به سازمان، دموکراسی سازمانی، رعایت سلسله‌مراتب سازمانی، آموزش کارکنان.	۱۰

یافته‌های دیگر پژوهش این است که ارزش‌های مربوط به بعد حرفه‌ای، اجتماعی، شخصی و سازمانی به ترتیب با میانگین نمرات، ۲/۶۲، ۲/۶۱، ۲/۴۶ و ۲/۳۲ از با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین ارزش‌های حرفه‌ای آنان بودند. با توجه به میانگین و انحراف معیار هر یک از ابعاد ارزش‌های حرفه‌ای، کارکنان نمرات بالاتری را به بعد اجتماعی و نمرات پایین‌تری را به بعد سازمانی داده بودند؛ به عبارت دیگر کارکنان مؤلفه‌های مطرح شده در بعد اجتماعی را حائز اهمیت بیشتر دانسته و در مقابل اهمیت کمتری به مؤلفه‌های مطرح شده در بعد سازمانی داده بودند (جدول شماره ۲).

جدول شماره (۲): میانگین نمرات ابعاد ارزش‌های حرفه‌ای

بعد سازمانی بعد اجتماعی بعد حرفه‌ای بعد شخصی درون‌مایه‌های اصلی	۲۵	۲۵	۲۵	۲۵
تعداد شرکت‌کنندگان	۲۵	۲۵	۲۵	۲۵
میانگین	۲/۴۶	۲/۶۲	۲/۶۱	۲/۳۲
نما	۲	۲	۲	۲
انحراف استاندارد	۰/۷۵۹۳۹	۰/۷۴۶۱۰	۰/۶۶۳۳۲	۰/۵۵۶۷۸
مینیمم	۱	۱	۱	۱
ماکسیمم	۳	۳	۳	۳
میانگین کل	۲/۵۰			

در این مطالعه از ۵ مؤلفه مربوط به بعد شخصی ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان، مؤلفه‌های؛ دیگر دوستی، خردورزی، خودتنظیمی، موفقیت در حرفه و تجربه اندوزی و شناخت، به ترتیب از با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان بودند (جدول شماره ۳).

جدول شماره (۳): تفکیک نمونه بر حسب بعد شخصی ارزش‌های حرفه‌ای

میانگین	زیاد	تاحدودی	کم	درون مایه‌های فرعی
۲/۲۸	۸	۱۶	۱	۳۲- تحرک عقلی یا تجربه اندوزی و شناخت
۲/۵۶	۱۴	۱۱	۰	۳۳- دیگر دوستی
۲/۵۲	۱۳	۱۲	۰	۳۴- موفقیت در حرفه
۲/۵۲	۱۴	۱۰	۱	۳۵- خردورزی
۲/۴۰	۱۴	۱۰	۱	۳۶- خود تنظیمی

از میان ۱۶ مؤلفه مربوط به بعد حرفه‌ای و شغلی ارزش‌های حرفه‌ای، کارکنان، مؤلفه‌های؛ دقیق بودن در کار، صداقت و صراحت در کار، رازداری و امانتداری، مسئولیت‌پذیری در کار و پاسخگویی، احترام به زیردستان و اطرافیان، دلبستگی و علاقه به کار، وفای به عهد، حفظ حریم شخصی، انضباط کاری، پایبندی به قراردادها، شایستگی و صلاحیت حرفه‌ای، تعهد به داشته‌های تخصصی، موثر بودن در کار، کارایی در کار، خلاقیت و ابتکار، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، را به ترتیب به عنوان با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌ها عنوان نمودند (جدول شماره ۴).

جدول شماره (۴): تفکیک نمونه بر حسب بعد حرفه‌ای ارزش‌های حرفه‌ای

میانگین	زیاد	تاحدودی	کم	درون مایه‌های فرعی
۲/۵۲	۱۳	۱۲	۰	۱- تعهد به داشته‌های تخصصی
۲/۶۸	۱۸	۶	۱	۲- دلبستگی و علاقه به کار
۲/۹۲	۲۳	۲	۰	۳- دقیق بودن در کار
۲/۸۴	۲۱	۴	۰	۴- صداقت و صراحت در کار
۲/۷۲	۱۸	۷	۰	۵- مسئولیت‌پذیری در کار و پاسخگویی
۲/۴۴	۱۱	۱۴	۰	۶- موثر بودن در کار
۲/۶۰	۱۵	۱۰	۰	۷- انضباط کاری
۲/۴۴	۱۱	۱۴	۰	۸- کارآیی در کار
۲/۶۴	۱۶	۹	۰	۹- حفظ حریم شخصی
۲/۷۲	۱۸	۷	۰	۱۰- احترام به زیردستان و اطرافیان
۲/۲۸	۹	۱۴	۲	۱۱- گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی
۲/۵۶	۱۵	۹	۱	۱۲- پایبندی به قراردادها
۲/۶۸	۱۷	۸	۰	۱۳- وفای به عهد
۲/۸۰	۲۰	۵	۰	۱۴- رازداری و امانتداری
۲/۵۶	۱۴	۱۱	۰	۱۵- شایستگی و صلاحیت حرفه‌ای
۲/۴۴	۱۱	۱۴	۰	۱۶- خلاقیت و ابتکار

۷۲.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

از ۹ مؤلفه مربوط به بعد اجتماعی ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان، مولفه‌های؛ رعایت حقوق افراد، رعایت انصاف، ارتباط خوب با سرپرست، روح همکاری و مشارکت، یاری رسان بودن در کار، ملاحظه کاری و مراعات در کار، رفق و مدارا با همکاران، احساس مسئولیت نسبت به همکار، قدرشناس بودن در محل کار، به ترتیب از دیدگاه کارکنان، از با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین ارزش‌های حرفه‌ای بعد اجتماعی بودند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود کارکنان، ارزش‌های حرفه‌ای مربوط به ارباب رجوع و شهروندان (دیگران عام) را با اهمیت‌تر از ارزش‌های حرفه‌ای مربوط به همکاران (دیگران خاص)، ارزیابی نموده‌اند (جدول شماره ۵).

جدول شماره (۵): تفکیک نمونه بر حسب بعد اجتماعی ارزش‌های حرفه‌ای

میانگین	زیاد	تاحدودی	کم	درون مایه‌های فرعی
۲/۵۶	۱۵	۹	۱	۱۶- ملاحظه کاری و مراعات در کار
۲/۶۴	۱۷	۷	۱	۱۷- ارتباط خوب با سرپرست
۲/۵۲	۱۴	۱۰	۱	۱۸- احساس مسئولیت نسبت به همکار
۲/۷۶	۱۹	۶	۰	۱۹- رعایت انصاف
۲/۵۶	۱۵	۹	۱	۲۰- رفق و مدارا با همکاران
۲/۸۰	۲۰	۵	۰	۲۱- رعایت حقوق افراد
۲/۶۴	۱۷	۷	۱	۲۲- روح همکاری و مشارکت
۲/۶۰	۱۶	۸	۱	۲۳- یاری رسان بودن در کار
۲/۴۴	۱۲	۱۲	۱	۲۴- قدرشناس بودن در محل کار

از میان ۱۰ درون مایه فرعی بعد سازمانی ارزش‌های حرفه‌ای، به ترتیب کارکنان، مولفه‌های؛ تبعیت از مقررات سازمانی، رعایت سلسله مراتب سازمانی، وفاداری به ارزش‌ها، اهداف و انتظارات سازمانی، احساس تعلق به سازمان، تبعیت از مافوق، پاداش‌های اقتصادی، ترفیع یا مقام سازمانی، دموکراسی سازمانی، حقوق مناسب، آموزش کارکنان، را به عنوان با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌ها عنوان نمودند (جدول شماره ۶).

جدول شماره (۶): تفکیک نمونه بر حسب بعد سازمانی ارزش‌های حرفه‌ای

میانگین	زیاد	تاحدودی	کم	درون مایه‌های فرعی
۲/۶۰	۱۳	۱۱	۱	۲۵- تبعیت از مقررات سازمانی
۲/۴۴	۱۲	۱۲	۱	۲۶- وفاداری به ارزش‌ها، اهداف و انتظارات سازمانی
۲/۳۶	۱۰	۱۴	۱	۲۷- تبعیت از مافوق
۲/۲۸	۹	۱۴	۲	۲۸- پاداش‌های اقتصادی
۲/۲۴	۱۰	۱۱	۴	۲۹- ترفیع یا مقام سازمانی
۲/۱۲	۷	۱۴	۴	۳۰- حقوق مناسب
۲/۴۰	۱۱	۱۳	۱	۳۱- احساس تعلق به سازمان
۲/۲۴	۹	۱۳	۳	۳۷- دموکراسی سازمانی
۲/۴۴	۱۲	۱۲	۱	۳۸- رعایت سلسله مراتب سازمانی
۲/۱۰	۶	۱۴	۵	۴۰- آموزش کارکنان

میانگین نمرات کل مولفه‌های ارزش‌های حرفه‌ای ۲/۵۰ از ۳ بود. که با توجه به درجه بندی مقیاس لیکرت (۱ تا ۳) نشان داد که دیدگاه اکثر کارکنان نسبت به میزان اهمیت مؤلفه‌های ارزش‌های حرفه‌ای در محدوده به نسبت مهم و مهم قرار دارد.

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های نشان داد که ارزش‌های حرفه‌ای، اجتماعی، شخصی و سازمانی از دید افراد مورد مطالعه به ترتیب دارای اهمیت بودند. کارکنان مؤلفه‌های مطرح شده در بعد اجتماعی را حائز اهمیت بیشتر دانسته و در مقابل اهمیت کمتری به مؤلفه‌های مطرح شده در بعد سازمانی داده بودند. در بعد شخصی مؤلفه‌های؛ دیگر دوستی، خردورزی، خودتنظیمی، موفقیت در حرفه و تجربه اندوختی و شناخت، به ترتیب از با اهمیت ترین و کم اهمیت ترین ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان بودند. در بعد حرفه‌ای و شغلی ارزش‌های حرفه‌ای، ده مؤلفه مهم از نظر افراد مورد بررسی، به ترتیب اهمیت عبارت بودند از: دقیق بودن در کار، صداقت و صراحت در کار، رازداری و امانتداری، مسئولیت پذیری در کار و پاسخگویی، احترام به زیردستان و اطرافیان، دلبستگی و علاقه به کار، وفای به عهد، حفظ حریم شخصی، انضباط کاری، پایبندی به قراردادها. از بعد اجتماعی ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان، ده مؤلفه مهم رعایت حقوق افراد، رعایت انصاف، ارتباط خوب با سرپرست، روح همکاری و مشارکت، یاری رسان بودن در کار، ملاحظه کاری و مراعات در کار، رفق و مدارا با همکاران، احساس مسئولیت نسبت به همکار، قدرشناس بودن در محل کار بودند. بر اساس نتایج تحقیق برای افراد مورد مطالعه ارزش‌های حرفه‌ای مربوط به ارباب رجوع و شهروندان (دیگران عام) با اهمیت تر از ارزش‌های حرفه‌ای مربوط به همکاران (دیگران خاص)، ارزیابی شده اند. نتایج هم چنین نشان داد که تبعیت از مقررات سازمانی، رعایت سلسله مراتب سازمانی، وفاداری به ارزش‌ها، اهداف و انتظارات سازمانی، احساس تعلق به سازمان، تبعیت از مافوق، پاداش‌های اقتصادی، ترفیع یا مقام سازمانی، دموکراسی سازمانی، حقوق مناسب، آموزش کارکنان به ترتیب از بعد سازمانی مهم بوده اند.

با توجه به نتایج تحقیق، برای توسعه و گسترش اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای در بین کارکنان سازمان‌ها، می‌توان پیشنهادها و راهکارهای زیر را ارائه داد:

الف- مدیریت سازمان باید با وجود آوردن سیستم‌های تشویقی و انگیزشی، حس مسئولیت پذیری را در کارکنان تقویت نموده و به هرگونه دلسردی، بی‌اعتنایی، کم‌کاری‌های پنهان و آشکار،

برخورد نامطلوب با ارباب رجوع، تمرد و غیبت کارکنان خاتمه دهد. مدیریت سازمان می‌تواند با به وجود آوردن جوی مشارکتی در سازمان، احساس وفاداری به سازمان را در کارکنان تقویت نماید به نحوی که کارکنان منافع سازمان را بر منافع شخصی خود مقدم بدانند و از این طریق موجبات بهره‌وری، کارآیی و اثربخشی سازمان را فراهم سازند.

ب- مدیران سازمان می‌توانند با عملکردهایی همچون؛ ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان، اجرای برنامه‌های جامع اخلاقی، تدوین کدهای رفتاری، آموزش اخلاق و دایر کردن دفتر اخلاقی، اخلاقی کردن هدف‌های سازمان، اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان، اهمیت دادن به اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای در شغل، برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آن‌ها، عنایت خاص به آموزش اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای، تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان و ارزش‌های حرفه‌ای مربوط به یک شغل با مشارکت همه اعضای سازمان، به اشاعه و گسترش اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای در بین کارکنان سازمان‌ها پردازند.

پ- پرهیز از تحویلی‌نگری در مطالعه ارزش‌های حرفه‌ای در سازمان. (تحویلی‌نگری یعنی ارجاع هر پدیدار به امری فروتر از آن و اخذ وجهی از آن شیء به جای کنه و حقیقت آن. رهیافتی که سیستم را خارج از توصیف زیرسیستم‌هایی که آن را تشکیل داده‌اند، توصیف و تبیین می‌کند و ارتباط بین آن‌ها را ملاحظه نمی‌کند. تحویلی‌نگری تصور ناقص و ناروا از اخلاق حرفه‌ای است که آثار زیانبار فراوانی دارد؛ به گونه‌ای که آن را از موانع عمده رشد اخلاق و ارزش‌های حرفه‌ای در سازمان‌ها دانسته‌اند. هر کسی متناسب با تصور خود از یک فعالیت به آن می‌پردازد. تصویری که از مقصد داریم، راه و ابزار ما را تعیین می‌کند. مدیران، متناسب با تصورشان از اخلاق حرفه‌ای به ترویج آن می‌پردازند. تصور ناقص یا ابزار انگارانه مانع ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی می‌شود. برای پیشگیری تحویلی‌نگری در ترسیم مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه‌های کسب و کار و سازمان‌ها، تدوین سند جامع اخلاقی توصیه شده است این سند متضمن اصول اخلاقی، منشور اخلاقی سازمان و عهدنامه اخلاقی کارکنان و مدیران است و در اخلاق پژوهی الگوهای میان رشته‌ای، تحویلی‌نگری را پیشگیری و درمان می‌کنند.) (به نقل از امیری و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۵۴-۱۵۱).

ت- با توجه به اینکه امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد، لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته جمعی و به ویژه ارزش‌های حرفه‌ای جزو برنامه‌های سازمان قرار گیرد.

ث- یکی از اقداماتی عملی که می‌تواند راهگشا باشد همان منشور اخلاقی است. معمولاً در تدوین منشور اخلاقی، آرمان‌ها را در نظر می‌گیرند ولی متأسفانه گاهی اوقات بخشی از این منشورها آن قدر آرمانی هستند و از واقعیت‌ها فاصله می‌گیرند که امکان عملیاتی شدن را ندارند. اگر بخواهیم به ابعاد متعالی برسیم، باید پلکانی عمل کنیم در نتیجه باید وضعیت جامعه، شرایط آن و اهداف را مرحله‌ای پیاده‌سازی کنیم. به عبارتی منشور اخلاقی ضمن دوری از هرگونه آرمان‌گرایی، باید فراگیر، منسجم، شفاف و قابل اجرا باشد و همه‌ذی‌نفعان را نیز در بر بگیرد.

ج- توجه به اصول و کدهای اخلاقی در تدوین برنامه‌های راهبردی سازمان در اجرای آن‌ها نیز مؤثر است. با مدیریت راهبردی و افزایش توانمندی استدلال اخلاقی و تعیبه کدهای اخلاقی استاندارد و از سویی دیگر ایجاد فرصت‌های مساوی یادگیری و بالندگی از جمله خودکنترلی، سازوکارهای مسؤلیت‌پذیری، جامعه‌پذیری و آموزش‌های ضمن خدمت، می‌توان نسبت به انتقال ارزش‌های اخلاقی و حرفه‌ای به کارکنان به ویژه کارکنان تازه وارد اطمینان حاصل کرد. اگر کدهای اخلاقی در فرهنگ سازمانی وجود و حضور داشته باشد، کارکردن شیرین و توأم با رضایت شغلی، احساس رضایتمندی و خودشکوفایی می‌شود. علاوه بر این به پژوهشگران بعدی پیشنهاد می‌شود:

اولاً: مطالعه‌ای دیگر با حجم نمونه کافی در سایر ادارات به صورت نمونه‌گیری تصادفی صورت پذیرد.

ثانیاً: به مطالعه عوامل تاثیرگذار بر ارزش‌های حرفه‌ای، همچون عوامل محیط جهانی، عوامل فردی (ویژگی‌های شخصیتی، باورها، اعتقادات، ارزش‌های مذهبی، خانوادگی...)، سازمانی (عواملی مثل رهبری، مدیریت ارتباط با همکاران، قوانین و مقررات و رویه‌ها جو و فرهنگ سازمانی...) و محیطی (عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و همچنین دیگر سازمان‌ها و عوامل رقابتی بین آن‌ها، محیط شلوغ اداره، بی‌ثباتی اقتصادی، بی‌ثباتی سیاسی، آموزش‌های نادرست اجتماعی مثل مسؤلیت‌گریزی و تنبلی...)، پردازند.

۷۶..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

ثالثاً: پدیدارهایی پیچیده‌ای چون ارزش‌های حرفه‌ای، اساساً چند عاملی‌اند، از این رو توجه به یک تبیین نباید موجب شود که بر عوامل دیگر چشم‌بندیم. رشد ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان، مسأله‌ای چندتباری است و در علوم مختلفی چون مدیریت، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، فلسفه و علم اخلاق ریشه دارند. بنابراین حل‌روشنمندان نیازمند اتخاذ رهیافتی میان‌رشته‌ای است. در جستجوی موانع تعالی ارزش‌های حرفه‌ای کارکنان باید از الگوی‌های پژوهشی تلفیقی از رویکردهای تجربی، تحلیلی و تطبیقی بهره‌گیریم.

منابع

ازکیاء، مصطفی و دربان آستانه، علیرضا (۱۳۸۲)، روش‌های کاربردی تحقیق. تهران: انتشارات کیهان. امیری، علی‌نقی و دیگران (۱۳۸۹) اخلاق حرفه‌ای؛ ضرورتی برای سازمان، فصلنامه معرفت اخلاقی، سال اول، شماره چهارم.

اندرل، جورج (۱۳۸۳) اخلاق کسب و کار، ترجمه: محمد اسماعیل توسلی، مجله اقتصاد اسلامی، سال چهارم. ایمان، محمد تقی (۱۳۸۸) مبانی پارادایمی روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم انسانی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

ایمان، محمد تقی و دیگران (۱۳۹۰) زنان، مزاحمت و واکنش: بررسی تجربه دختران دانشجو درباره مزاحمت‌های خیابانی و واکنش به آن، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره دوازدهم، شماره ۳.

بلیکی، نورمن (۱۳۸۴) طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه: حسن چاوشیان. تهران: نشر نی. دلخوش، محمد تقی (۱۳۸۹) اثرات تجربه کاری بر ارزش‌های حرفه‌ای در دانشجویان، روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی، سال ششم، شماره ۲۳.

عابدی، حیدرعلی (۱۳۸۹) کاربرد روش تحقیق پدیده‌شناسی در علوم بالینی، فصلنامه راهبرد، سال نوزدهم، شماره ۵۴.

فرج‌خدا، تهمینه و دیگران (۱۳۹۱) ضرورت طراحی کدهای اخلاق حرفه‌ای برای ارائه‌دهندگان خدمات سلامت باروری در ایران، فصلنامه اخلاق پزشکی، سال ششم، شماره بیست و دوم.

لشکر بلوکی، مجتبی (۱۳۸۷) چارچوب تدوین ارزش‌ها و اخلاق حرفه‌ای پژوهش‌های علمی و فناوری، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم، شماره‌های ۱ و ۲.

لیندلف، تامس؛ تیلور، برایان (۱۳۸۸) روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، ترجمه: عبدالله گیویان. تهران: همشهری.

محمدپور، احمد و دیگران (۱۳۸۸) بازسازی معنایی تغییرات خانواده به شیوه زمینه‌ای: مطالعه موردی ایلات منگور و گورک، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال پنجم، شماره ۱۹.

بررسی جامعه‌شناختی ارزش‌های حرفه‌ای از ۷۷

محمدی، فرحناز و دیگران (۱۳۸۶) عوامل تسهیلگر و بازدارنده مراقبت خانوادگی از سالمندان آسیب پذیر در منزل: تجربه زنان مراقب، مجله سالمند، سال دوم، شماره ششم.

مصباحی، مریم و عباس زاده، عباس (۱۳۹۲) الگوی سیستمی اخلاق حرفه‌ای در آموزش عالی: تحقیق کیفی، فصلنامه اخلاق زیستی، سال سوم، شماره دهم.

ولیعزیزی، ماشاءاله و دیگران (۱۳۹۲) شناسایی ارزش‌های کارکنان بر اساس نظریه سیستم ارزشی آلپورت، مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، دوره ۱۵، شماره ۶.

