

رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سنندج)

خلیل زندی، دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه بوعلی سینا همدان، ایران

سید محمد موسوی جد، استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه کردستان، ایران*

حامد سیف‌پناهی، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران

آرمان راستاد، دانشجوی کارشناسی مدیریت، دانشگاه کردستان، ایران

چکیده

سازمان‌ها به مثابه یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی دوران کنونی، در قبال جامعه مسؤول هستند و ارتقای مسؤولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها در گرو شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای مسؤولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان است. با این رویکرد هدف از پژوهش حاضر، مطالعه رابطه بین رهبری اخلاقی و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی است. با در نظر گرفتن مبانی نظری، ابعاد رهبری اخلاقی شامل روابط بین فردی، الگو بودن و عمل‌گرایی به عنوان متغیرهای پیش‌بین و متغیر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان متغیر ملاک در نظر گرفته شد. پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش، به صورت توصیفی همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان بخش‌های اداری پنج سازمان دولتی واقع در سایت اداری شهر سنندج بودند. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، نمونه‌ای به حجم ۱۳۱ نفر از کارکنان انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزارهای گردآوری داده‌ها پرسشنامه رهبری اخلاقی (صالح‌نیا، ۱۳۹۱) و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی (احمدی، ۱۳۹۱) بودند که روایی و پایایی آن‌ها مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که رهبری اخلاقی رابطه معناداری با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی داشت ($r = .824; p < .01$). یافته‌ها همچنین نشان داد که دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی رهبر می‌توانستند نقش معناداری در پیش‌بینی مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان داشته باشند.

کلیدواژه‌ها: رهبری اخلاقی، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، سازمان‌های دولتی شهر سنندج.

مقدمه و بیان مسأله

سازمان‌ها مسئولیت‌های بزرگی در زمینه اجتماعی، اقتصادی و محیطی در قبال کارکنان، سهامداران، مشتریان، دولت، تأمین‌کنندگان و تمامی ذی‌نفعان خود دارند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ۴۴). آن‌ها یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی دوران کنونی هستند که دامنه تأثیرشان بر شئون مختلف زندگی انسان‌ها بسیار گسترده است (صلواتی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۰). بنابراین فعالیت آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که اثرات مثبت حاصل از فعالیت خود را به حداکثر و اثرات منفی آن‌ها به حداقل برسانند و به عنوان عضوی تأثیرگذار در جامعه، نگران نیازها و خواسته‌های دراز مدت جامعه بوده و در جهت رفع معضلات آن بکوشند (براتی مارنانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰). در واقع همان‌گونه که هر فردی مسؤول رفتار خود است و چنان‌چه از طرف وی صدمه‌ای به دیگران وارد شود باید پاسخگو باشد، سازمان‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند و باید پاسخگوی تأثیرات اجتماعی نامطلوب خود بوده (مشیکی و خلیلی شجاعی، ۱۳۸۹: ۳۸)، در قبال جامعه مسئولیت‌پذیر باشند.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی^۱ به عنوان گسترده‌ای منظم از راهبردها و فعالیت‌هایی تعریف می‌شود که طی آن سازمان به ایجاد و استمرار روابط مناسب با ذی‌نفعان مختلف و مراقبت از محیط زیست می‌پردازد (دا و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۵۵). اتحادیه اروپا^۲ مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان مفهومی در نظر می‌گیرد که به موجب آن سازمان‌ها در فعالیت‌های خود به دغدغه‌های محیطی و اجتماعی توجه می‌کنند و در تعاملاتشان با ذی‌نفعان، به صورت ارادی و داوطلبانه، مسائل محیطی و اجتماعی را در نظر می‌گیرند (موجودی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۲؛ تیبالز و همکاران، ۲۰۰۳: ۲). با توجه به ضرورت پاسخگویی در قبال جامعه و از آن‌جا که مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند موجب توسعه فرصت‌های پیشرفت

سازمان، افزایش بهره‌وری کارکنان، افزایش مزایای رقابتی، و ارتقای انگیزش درونی کارکنان گردد (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۴)، لذا سازمان‌ها باید به تدوین سیاست‌های سازمانی در جهت ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود مبادرت ورزند (شافعی و عزیز، ۱۳۹۲: ۶).

برای استقرار موفقیت‌آمیز مسئولیت‌پذیری در سازمان، لازم است اصلی‌ترین کوشش‌ها معطوف به پرداختن به رهبری به عنوان عامل تغییر سیستم گردد (داماتو و همکاران، ۲۰۱۰: ۲۲۶) و در این راستا شواهد تجربی حاکی از آن است که سبک رهبری اخلاقی می‌تواند عامل مهمی در جهت ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشد (وو و همکاران، ۲۰۱۴: ۷ و همکاران، ۲۰۱۳). منظور از رهبری اخلاقی، نمایش رفتار مناسب به صورت هنجاری از طریق اعمال شخصی و روابط بین فردی و ترویج این‌گونه رفتارها در میان پیروان از طریق ارتباطات دوجانبه، تشویق و تصمیم‌گیری است (براون و تریونو، ۲۰۰۶؛ نصیری ولیک بنی و همکاران، ۱۳۹۳). رهبری اخلاق‌مدار فرایندی است که بر اساس آن مدیر با نگاهی خیراندیشانه، خوش‌بینانه و مثبت به تمامی ذی‌حقان، به شناسایی و رتبه‌بندی حقوق تمامی آنان می‌پردازد و با استفاده از رویکرد ارتباطی قاطعانه، وظایف مدیریتی را با رعایت اصل حق تقدم ترکیه، تعلیم و تربیت و شمول بر خویش، پیشتر و بیشتر از دیگران و بر اساس سند جامع اخلاقی به اجرا در می‌آورد (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۳).

به هر حال اگر چه کتاب‌ها و مقالات مختلفی در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی تألیف شده است اما تعداد کمی از آن‌ها به جنبه رهبری در مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداخته‌اند و در عین حال تعداد بسیار کمتری از این مطالعات به صورت تجربی و میدانی انجام گرفته‌اند (ون ویلشر، ۲۰۰۹: ۳). در این رابطه وو و همکاران^۳ (۲۰۱۴) اذعان می‌کنند که

⁵ D Amato et al.

⁶ Wu et al.

⁷ Zhu et al.

⁸ Brown & Trevino

⁹ Van Velsor

¹⁰ Wu et al.

¹ Corporate social responsibility (CSR)

² Du et al.

³ European Union

⁴ Tibballs

برای کارکنان و جدیت در توجه به اخلاق در سازمان می‌تواند بر فضای اخلاقی سازمان تأثیرگذار باشد (صالح‌نیا، ۱۳۹۱). با این رویکرد ابتدا رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تعریف شده و در ادامه پیشینه نظری و پژوهشی پیرامون ارتباط آن‌ها مورد بحث قرار می‌گیرد.

رهبری اخلاقی

رهبری اخلاقی، نمایش رفتار مناسب به صورت هنجاری از طریق اعمال شخصی و روابط بین فردی و ترویج این‌گونه رفتارها در میان پیروان از طریق ارتباطات دوجانبه، تشویق و تصمیم‌گیری است (براون و تریونو^۲، ۲۰۰۶؛ نصیری ولیک‌بنی و همکاران، ۱۳۹۳). می‌توان گفت رهبر اخلاقی کسی است که سعی دارد پتانسیل و ابتکارات هر فرد را شناسایی کند و به طور همزمان به محافظت از سلامت جامعه بپردازد و به حفظ حقوق و آزادی آن‌ها نیز کمک کند (محمد داودی و ولایی ملکی، ۱۳۹۱: ۶۲). رهبران اخلاقی صراحتاً بر توجه به استانداردهای اخلاقی از طریق فرایندهای ارتباطی و پاسخگویی تمرکز می‌کنند (صالح‌نیا، ۱۳۹۱: ۳)، به حقوق دیگران احترام می‌گذارند و برای آن‌ها اهمیت قائل می‌شوند (محمد داودی و ولایی ملکی، ۱۳۹۱: ۶۴). به‌طور کلی اندیشمندان و پژوهشگران سازمانی، برای رهبری اخلاقی، به سه مؤلفه روابط بین فردی، الگو بودن، عمل‌گرایی قائل هستند (صالح‌نیا، ۱۳۹۱؛ براون و تریونو^۳، ۲۰۰۶؛ نصیری ولیک‌بنی و همکاران، ۱۳۹۳).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی

مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه‌ای انجام دهد که در آن فعالیت می‌کند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸: ۴۶). در واقع این مفهوم بیانگر تعهد و تکلیف مدیریت به انجام کارهایی است که حافظ و ارتقا دهنده رفاه جامعه و علایق سازمان

اگرچه پژوهش‌های مختلف از ارتباط رهبری اخلاقی با متغیرهایی همچون استقلال شغلی، امنیت شغلی، عدالت مرادده‌ای، اثربخشی مدیریت، رضایت شغلی و رفتارهای شهروندی سازمانی حمایت می‌کنند اما علی‌رغم چنین برون‌دادهای پرباری، توجه کمی به ارتباط بین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان شده است.

با توجه به خلاء پژوهشی بیان شده، دغدغه اصلی پژوهش حاضر مطالعه نقش رهبری اخلاقی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان سازمان‌های دولتی شهر سندج است. اهمیت بررسی این موضوع از آن‌جا ناشی می‌شود که از یک‌سو بر اساس شواهد، مدیران و سازمان‌های ایرانی با مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی تا حدودی بیگانه‌اند (صنوبر و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۹) و از سوی دیگر در ادبیات علمی داخلی، فقر ادبیات موضوع در حوزه رهبری اخلاقی قابل ملاحظه است (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۰). از لحاظ عملی نیز اگرچه شناسایی متغیرهای مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی در همه سازمان‌ها در خور اهمیت است، با این حال با توجه به ضرورت توجه به بافت اداری استان‌های کمتر برخوردار و نیز با توجه به سهولت دسترسی پژوهشگران به سازمان‌های مستقر در سایت اداری شهر سندج، این افراد به عنوان جامعه آماری مورد مطالعه انتخاب شده‌اند.

بررسی پیشینه

سبک‌های رهبری و چگونگی اجرای آن‌ها می‌تواند موجب تقویت یا تضعیف تلاش‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری سازمان گردد (دآماتو و رومه^۱، ۲۰۰۹: ۴۲۵). از آن‌جا که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان درک مشتری مبنی بر افزایش رفتارهای اخلاقی در میان کارکنان تعریف شده است (قلاوندی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۳). لذا به نظر می‌رسد که رهبر اخلاقی با برقراری ارتباطات اخلاقی، ایفای نقش اخلاقی

² Brown & Trevino

³ Brown & Trevino

¹ D Amato and Nigel Roome

نماید. اگر مدیران سازمان‌ها به اهداف اجتماعی خود حرمت نگذارند، آلودگی محیطی، تبعیض و نابسامانی محیط‌شان را فرا خواهد گرفت (صلواتی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۱). در این زمینه ارتباط مثبت بین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان از طریق تئوری ذی‌نفع^۲ قابل تبیین است. تئوری ذی‌نفع ارزش‌ها و اخلاقیات مدیر را در ارتباط با همه ذی‌نفعان سازمان اعم از کارکنان، مشتریان، تأمین‌کنندگان، سهامداران، جامعه و... مورد بررسی قرار می‌دهد. همه این گروه‌ها از لحاظ قانونی یا اخلاقی، سهمی در سازمان دارند. بنابراین بر اساس تئوری ذی‌نفع، رهبران تجاری و سازمانی باید در جهت برآورده کردن علایق کلیه گروه‌های ذی‌نفع برآیند و باور داشته باشند که برقرار روابط سازنده با کلیه گروه‌های ذی‌نفع، عاملی حیاتی در موفقیت سازمان است (ژو و همکاران^۳، ۲۰۱۳). به لحاظ تجربی نیز پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اشکال مختلف رهبری از جمله رهبری اخلاقی می‌توانند بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان اثرگذار باشند. در ادامه به برخی از این پژوهش‌ها اشاره شده است:

- صلواتی و همکاران (۱۳۹۲) طی پژوهشی به بررسی اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت هتل‌داری پرداختند و ارتباط این دو متغیر را با یکدیگر تأیید کردند.

- رویایی و مهردوست (۱۳۸۸) طی پژوهشی به بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی پرداختند و دریافتند که بین نقش مدیران فرهنگی در اهداف اقتصادی، اخلاقی، اجتماعی و زیست محیطی با ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

- وو و همکاران^۴ (۲۰۱۴) طی پژوهشی که در شرکت‌های داخلی چین انجام دادند، نشان دادند که رهبری اخلاقی مدیر از طریق فرهنگ اخلاقی سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر مثبتی می‌گذارد.

باشد (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۳۱). مسئولیت اجتماعی شرکت همچنین دربرگیرنده تعهد سازمان‌ها به بهبود زندگی کارکنان و خانواده‌های آن‌ها است (ایکو^۱، ۲۰۱۳: ۶۳۴). در یک تعریف عام‌تر، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها طریقی است که بنگاه‌ها به وسیله آن رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با ارزش‌ها، فرهنگ، استراتژی‌ها، ساختار تصمیم‌گیری و شیوه‌های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حسابرسی یکپارچه می‌کنند و در نتیجه فرایندها و رویه‌های بهتری را در درون سازمان خود جاری می‌کنند و به این ترتیب ثروت می‌آفرینند و جامعه را بهبود می‌بخشند (صنوبر و حیدریان، ۱۳۹۱: ۷۲).

علی‌رغم این که تعاریف متفاوتی برای مسئولیت اجتماعی تعاونی ارائه شده است اما همه آن‌ها به توانایی سازمان برای پشتیبانی از اقداماتی اشاره دارند که رفاه نیروی کار آن‌ها و نیز جامعه و اجتماع را مورد توجه قرار می‌دهد (موجودی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۱). رویایی و مهردوست (۱۳۸۸: ۴۶) به نقل از کارول (۱۹۹)، مسئولیت اجتماعی هر بنگاه را برآیند چهار مؤلفه نیازهای اقتصادی، رعایت قوانین و مقررات عمومی، رعایت اخلاق کسب و کار، مسئولیت‌های بشر دوستانه می‌دانند. شافعی و عزیزی (۱۳۹۲) نیز به پنج مؤلفه اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، اخلاقی و مسئولیت در قبال جامعه، به عنوان ابعاد بیانگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی قائل هستند.

رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

مسئولیت اجتماعی یک سازمان مشتمل بر وظایفی همچون آلوده نکردن محیط، تبعیض قائل نشدن در استخدام، پرداختن به فعالیت‌های غیر اخلاقی و مطلع کردن مصرف‌کننده از کیفیت محصولات و مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه است (صنوبر و حیدریان، ۱۳۹۱: ۷۴). واضح است که هر تصمیم مدیر می‌تواند طی یک روند سلسله‌وار دیر یا زود سرنوشت تمامی نهادهای جامعه را به مقدار کم یا زیاد دستخوش تغییر

² stakeholder theory

³ Zhu et al.

⁴ Wu et al.

¹ Ekwo

فرضیه‌های پژوهش مطرح و مورد بررسی قرار گرفته‌اند:
فرضیه اول: بین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه دوم: مؤلفه‌های رهبری اخلاقی پیش‌بینی کننده معنادار مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان هستند.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش به صورت توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان بخش‌های اداری پنج سازمان دولتی واقع در سایت اداری شهر سندج، شامل شرکت گاز استان کردستان، شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان، سازمان تأمین اجتماعی استان کردستان، کمیته امداد امام خمینی، سازمان ثبت اسناد و املاک استان کردستان بودند. با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (بر حسب سازمان مورد مطالعه)، تعداد ۱۳۱ نفر از کارکنان به عنوان نمونه انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزارهای گردآوری داده‌ها، پرسشنامه رهبری اخلاقی (صالح‌نیا، ۱۳۹۱) و پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی (احمدی، ۱۳۹۱) بودند. پرسشنامه رهبری اخلاقی مشتمل بر ۱۰ ماده است که رهبری اخلاقی را در قالب سه مؤلفه روابط بین فردی، الگو بودن و عمل‌گرایی اندازه‌گیری می‌نماید. روایی و پایایی این پرسشنامه در پژوهش‌های قبلی مورد تأیید قرار گرفته است (به عنوان نمونه پژوهش: صالح‌نیا، ۱۳۹۱؛ نصیری ولیک بنی و همکاران، ۱۳۹۳). در پژوهش حاضر روایی پرسشنامه رهبری اخلاقی با استناد به نظر متخصصان تأیید شد و پایایی آن بر حسب ضریب آلفای کرونباخ، ۰/۹۲ محاسبه شد که مورد تأیید بود. پرسشنامه دوم پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی بود. نسخه اولیه این پرسشنامه ۲۷ گویه است که در پژوهش شافعی و عزیزی (۱۳۹۲) پس از انجام تحلیل عاملی تأییدی، دو گویه آن حذف شده است. در این پژوهش، پرسشنامه ۲۵ گویه‌ای مورد استفاده قرار گرفت. به طور کلی این پرسشنامه

- ژو و همکاران^۱ (۲۰۱۳) طی پژوهشی نشان دادند که رهبری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیر گذاشته و این امر به نوبه خود موجب بهبود عملکرد و افزایش اعتبار شرکت می‌گردد.

- گراوس و لاروکا (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان "مطالعه تجربی ارزش‌های اخلاقی رهبر، رهبری تحول‌آفرین و تعاملی، و نگرش‌های زیردستان پیرامون مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت" انجام دادند. این پژوهشگران دریافتند که رهبران تحول‌آفرین از طریق پایبندی به ارزش‌هایی همچون نوع‌دوستی، توجه به اصول جهان‌شمول اخلاقی و حقوق جهانی شهروندان، ارتقای باورهای افراد نسبت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان را موجب می‌شوند در حالی که ارزش‌های فایده‌گرایانه^۲ رهبران تعاملی رابطه معناداری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی ندارد.

- دا و همکاران^۳ (۲۰۱۳) طی پژوهشی با عنوان نقش سبک‌های رهبری در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نشان دادند سازمان‌هایی که در آن‌ها سبک رهبری تحول‌آفرین بیشتر به چشم می‌خورد با احتمال بیشتری در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی درگیر می‌شوند اما در سازمان‌هایی که در آن‌ها سبک رهبری تبدالی بیشتر به چشم می‌خورد، چنین رابطه‌ای وجود ندارد.

- والدمن و همکاران^۴ (۲۰۰۶) نشان دادند که کاربست سبک رهبری تحول‌آفرین، احتمال درگیر شدن سازمان‌ها در مسئولیت‌پذیری اجتماعی راهبردی را افزایش می‌دهد.

در مجموع از آن‌جا که پژوهش‌های پیشین به‌ویژه پژوهش‌های انجام گرفته در خارج از ایران، از ارتباط بین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان حمایت می‌کنند (به عنوان نمونه: وو و همکاران، ۲۰۱۴؛ ژو و همکاران، ۲۰۱۳؛ گراوس و لاروکا، ۲۰۱۱)، لذا در ادامه چارچوب مفهومی و

¹ Zhu et al.

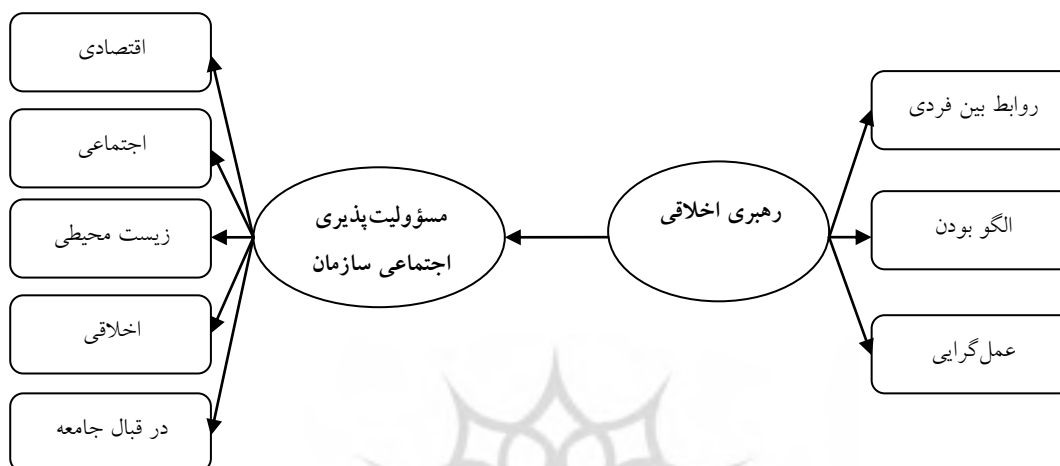
² teleological

³ Du et al.

⁴ Waldman et al.

کروناخ، ۰/۸۴ محاسبه شد که مورد تأیید بود. نهایتاً برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، پس از اطمینان از نرمال بودن توزیع آن‌ها، از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان را در قالب پنج مؤلفه تبعات اقتصادی، تبعات اجتماعی، تبعات زیست محیطی، تبعات اخلاقی و مسئولیت در قبال جامعه اندازه‌گیری می‌کند. روایی پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی با استناد به نظر متخصصان تأیید و پایایی آن بر حسب ضریب آلفای



شکل ۱- چارچوب مفهومی پژوهش

یافته‌های پژوهش

برابر با ۳/۳۴ و ۳/۳۳ بوده است که به طور تصادفی بسیار نزدیک به هم هستند. با در نظر گرفتن طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت، می‌توان گفت میزان کاربست رفتارهای رهبری اخلاقی و نیز میزان توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان‌های مورد مطالعه بین متوسط تا زیاد است.

قبل از بررسی فرضیه‌های پژوهش، یافته‌های توصیفی پیرامون میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش ارائه شده است. همان‌طور که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود میانگین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی به ترتیب

جدول ۱- میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
رهبری اخلاقی	۳/۳۴	۰/۷۳۵	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۳/۳۳	۰/۷۰۵
روابط بین فردی	۳/۲۹	۰/۷۴۸	تبعات اقتصادی	۳/۳۶	۰/۸۰۱
الگو بودن	۳/۳۷	۰/۷۹۵	تبعات اجتماعی	۳/۳۴	۰/۷۹۵
عمل‌گرایی	۳/۳۶	۰/۸۳۸	تبعات زیست محیطی	۳/۲۹	۰/۸۱۷
			تبعات اخلاقی	۳/۴۰	۰/۷۵۲
			در قبال جامعه	۳/۲۸	۰/۷۷۰

به منظور بررسی فرضیه اول پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد

فرضیه اول: بین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

مؤلفه روابط درون فردی، الگو بودن و عمل‌گرایی با تمامی ابعاد مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، مثبت و در سطح ۰/۰۱ معنادار بوده است.

که رابطه مثبت و معناداری بین رهبری اخلاقی و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان وجود دارد ($r = 0.82$; $p < 0.01$). نتایج همچنین نشان می‌دهد که ارتباط بین هر سه

جدول ۲- نتایج آزمون همبستگی پیرسون پیرامون رابطه رهبری اخلاقی با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی

تبعات اقتصادی	تبعات اجتماعی	تبعات زیست محیطی	تبعات اخلاقی	در قبال جامعه	مسؤولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۶۰۵**	۰/۶۸۳**	۰/۶۶۴**	۰/۶۷۶**	۰/۵۹۴**	۰/۷۱۹**
۰/۶۸۹**	۰/۷۳۴**	۰/۷۰۶**	۰/۷۴۴**	۰/۶۳۴**	۰/۷۸۳**
۰/۶۸۰**	۰/۷۵۶**	۰/۷۲۰**	۰/۷۰۹**	۰/۶۴۱**	۰/۷۸۳**
۰/۷۱۷**	۰/۷۸۴**	۰/۷۵۴**	۰/۷۶۷**	۰/۶۷۴**	۰/۸۲۴**

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

تعدیل شده برابر با ۰/۶۸ است. از آن‌جا که مقدار آماره F (۹۱/۹۷) در سطح ۰/۰۱ معنادار است، بنابراین می‌توان گفت ترکیبی از مؤلفه‌های رهبری اخلاقی می‌توانند به طور معناداری پیش‌بینی‌کننده مسؤولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی باشند.

فرضیه دوم: مؤلفه‌های رهبری اخلاقی پیش‌بینی‌کننده معنادار مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان هستند. به منظور مطالعه نقش مؤلفه‌های رهبری اخلاقی در پیش‌بینی مسؤولیت‌پذیری اجتماعی تعاونی از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۸۳ و ضریب تبیین

جدول ۳- نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه پیرامون نقش مؤلفه‌های رهبری اخلاقی در پیش‌بینی مسؤولیت‌پذیری اجتماعی

متغیرهای پیش‌بین	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تعدیل شده	آماره F	آماره معناداری	ضرایب رگرسیونی
						آماره t
روابط بین فردی	۰/۸۲۸	۰/۶۸۵	۰/۶۷۷	۹۱/۹۷	۰/۰۰۰	۱/۹۷
الگو بودن	۰/۸۲۸	۰/۶۸۵	۰/۶۷۷	۹۱/۹۷	۰/۰۰۰	۲/۹۹
عمل‌گرایی	۰/۸۲۸	۰/۶۸۵	۰/۶۷۷	۹۱/۹۷	۰/۰۰۰	۴/۶۴

بتای (۰/۳۱) اثر رگرسیونی بیشتری را بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی دارد. در این میان ضریب بتای مؤلفه روابط بین فردی ۰/۱۷ بود که این مقدار بتا معنی‌دار نیست. بنابراین نتیجه گرفته می‌شود که مؤلفه روابط بین فردی نمی‌تواند به تنهایی پیش‌بینی‌کننده معناداری برای مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان باشد.

تأملی بر ضرایب رگرسیونی متغیرهای پژوهش در جدول ۳ نشان می‌دهد که مقادیر t متناظر با بتای دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی، در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار است؛ بنابراین هر یک از این دو مؤلفه به تنهایی نقش معناداری در ارتقای مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سازمان دارند. مؤلفه عمل‌گرایی با بتای ۰/۴۰، در مقایسه با مؤلفه الگو بودن (با

بحث و نتیجه

هدف از این پژوهش مطالعه نقش رهبری اخلاقی در پیش‌بینی مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمان بود. مهم‌ترین نتایج نشان داد که بین رهبری اخلاقی و ابعاد آن با مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمان و مؤلفه‌هایش روابط معناداری وجود دارد. یافته‌های همچنین بیانگر آن بود که دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی روابط اثرات رگرسیونی معناداری بر مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمان دارند. یافته‌های پژوهش مبنی بر ارتباط بین رهبری اخلاقی و مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمان به طور مستقیم با نتایج پژوهش‌های وو و همکاران (۲۰۱۴) و ژو و همکاران (۲۰۱۳) هم‌خوانی دارد. همچنین یافته‌های پژوهش مؤید نتایج پژوهش‌های دا و همکاران (۲۰۱۳)، گراوس و لاروکا (۲۰۱۱) و والدمن و همکاران (۲۰۰۶) است که ارتباط مثبت بین رهبری تحول‌آفرین با مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شرکت را مورد تأیید قرار دادند. در میان مرتبط‌ترین پژوهش‌های داخلی که نتایج آن‌ها در راستای یافته‌های پژوهش حاضر است، می‌توان به نتایج پژوهش رویایی و مهردوست (۱۳۸۸) اشاره کرد که نشان دادند بین نقش مدیران فرهنگی در اهداف اقتصادی، اخلاقی، اجتماعی و زیست‌محیطی با ارتقاء مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش صلواتی و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر تأیید رابطه معنادار بین اخلاق حرفه‌ای و مسؤلیت‌پذیری اجتماعی نیز از دیگر یافته‌های مرتبط با نتایج پژوهش حاضر است.

به هر حال ارتباط بین رهبری اخلاقی و مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمان می‌تواند از جنبه‌های مختلفی تبیین گردد: اولاً چارچوب ارزشی و اعتقادی سازمان‌های ایرانی برگرفته از نظام کلان اعتقادی مبتنی بر دستورات دین مبین اسلام است. پر واضح است مدیران در چنین سازمان‌هایی می‌توانند با بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی به بینش یکپارچه‌ای در مورد مسؤلیت خود در قبال زیردستان و جامعه بزرگتر دست یابند؛ چرا که در دین اسلام اصالت فرد و اصالت جامعه توأمان

مورد توجه قرار دارد. از این زاویه به نظر می‌رسد رهبران سازمانی می‌توانند ارزش‌های اصیل اخلاقی را در مواجهه با چالش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و اخلاقی مبنای کار خود قرار دهند. به عنوان نمونه، زبردست (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان "نقش رویکرد اخلاق اسلامی^۵ بوم‌شناسانه در ایجاد تعهد به معاهدات بین‌المللی محیط زیست" بیان می‌دارد که دیدگاه اسلامی، با دارا بودن نگاهی یکپارچه به کل نظام هستی، تأکید بر حاکمیت وحدت در تمامی جهان، هشدار به انسان در جهت عدم فساد در زمین و لزوم اصلاح و آبادی آن می‌تواند در پاسخ به مشکلات و چالش‌های بین‌المللی محیط‌زیستی راه‌گشا باشد.

دوماً در بیان ویژگی‌های رهبری اخلاقی به مؤلفه‌هایی همچون عمل‌گرایی و الگو بودن اشاره شده است. بدیهی است چنان‌چه رهبران سازمانی در رفتار و کردار خود به ارزش‌های اصیل اخلاقی همچون صداقت، امانت‌داری، درستکاری، و احترام به جایگاه والای انسان در نظام هستی پایبند باشند، می‌توانند زیردستان را تحت تأثیر قرار داده و خود را به عنوان یک الگوی اخلاقی شایسته به کارکنان بشناسانند. در چنین شرایطی انتظار می‌رود که کارکنان نیز با الگو قرار دادن رفتارهای رهبر، پایبندی به ارزش‌های اصیل را در فعالیت‌های کاری خود و در تعامل با سایر ذی‌نفعان سازمان سرلوحه قرار دهند و بیش از پیش در فعالیت‌های بیانگر مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمان درگیر شوند.

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر آن است که احساسات و نگرش‌های شغلی کارکنان می‌تواند ادراک آن‌ها نسبت به مسؤلیت‌پذیری اجتماعی تعاونی را تحت تأثیر قرار دهد، بنابراین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی، مسؤلیت‌پذیری اجتماعی از دیدگاه سایر ذی‌نفعان سازمان‌ها نیز مورد مطالعه قرار گیرد تا از این طریق بتوان به درک جامعی از مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمانی نائل گردید. در مجموع به مدیران سازمان‌ها به ویژه مدیران سازمان‌های مورد مطالعه توصیه می‌شود از طریق صحبت با زیردستان پیرامون

فصلنامه رفتار سازمانی در آموزش و پرورش، ش ۱ (۲)، ص ۲۲-۵.

صالح‌نیا، م. (۱۳۹۱). «اثر رهبری اخلاقی بر فضای اخلاقی سازمان»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ش ۷ (۲)، ص ۱۳-۱.

صلواتی، ع؛ رستمی نوروزآباد، م. و رحمانی نوروزآباد، س. (۱۳۹۲). «اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت هتل‌داری»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ش ۸ (۲۱)، ص ۱۴۳-۱۰۷.

صنوبر، ن. حیدریان، ب. (۱۳۹۱). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در ایران»، دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ش ۱، ص ۷۱-۸۹.

صنوبر، ن؛ خلیلی، م. و تقفیان، ح. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها»، فصلنامه کوشش‌های مدیریت بازرگانی، ش ۲ (۴)، ص ۵۲-۲۸.

طالقانی، ر؛ نرگسیان، ع. و گودرزی، م. (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (مطالعه موردی: اداره کل مالیات غرب استان تهران)»، دوماهنامه دانشور رفتار، ش ۱۸ (۱)، ص ۲۴۲-۲۲۹.

قلانندی، ح؛ کبیری، ا. و سلطان‌زاده، و. (۱۳۹۳). «رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کار تیمی کارکنان دانشگاه ارومیه»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ش ۲۵ (۱)، ص ۱۲۰-۱۱۱.

محمدداودی، ا. و ولایی‌ملکی، م. (۱۳۹۲). «تحلیل روابط رهبری اخلاقی با سلامت سازمانی؛ مطالعه موردی»، فصلنامه مطالعات منابع انسانی، ش ۳ (۹)، ص ۷۸-۶۱.

مشبکی، ا. و خلیلی‌شجاعی، و. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها

ارزش‌های اجتماعی، نشان دادن صداقت و شفافیت در تعامل با ذی‌نفعان مختلف، پایبندی به استانداردهای اخلاقی، تلاش در جهت تدوین یا بازنگری منشور اخلاقی سازمان، تشویق کارکنان به رعایت منشور اخلاقی سازمان، و در نظر گرفتن خیر و صلاح ذی‌نفعان مختلف، در جهت ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان گام بردارند.

منابع

براتسی، ا؛ سجادی، ح. و کیوان‌آرا، م. (۱۳۹۰). «مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیمارستان‌های شهر اصفهان»، مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران، ش ۵ (۱)، ص ۲۳-۱۰.

حقیقتیان، م؛ هاشمیان‌فر، ع. و مرادی، گ. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان (مورد مطالعه شرکت نفت کرمانشاه)»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی؛ ش ۲۴ (۳)، ص ۹۶-۷۱.

رفیعی، م؛ علی‌احمدی، ع؛ موسوی، م. و کرمانی، م. (۱۳۹۲). «رهبری اخلاق مدار، ثمره پارادایم مدیریت اسلامی»، پژوهش‌نامه اخلاق، ش ۶ (۲۰)، ص ۷۶-۴۹.

رویایی، ر. و مهردوست، ح. (۱۳۸۸). «بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، ش ۳ (۳)، ص ۵۹-۴۳.

زبردست، ل. (۱۳۹۳). «نقش رویکرد اخلاقی اسلامی^۵ بوم‌شناسانه در ایجاد تعهد به معاهدات بین‌المللی محیط زیست»، فصلنامه محیط زیست و توسعه، ش ۵ (۹)، ص ۷۲-۶۳.

شافعی، ر. و عزیزی، ن. (۱۳۹۲). «مطالعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی غرب کشور (طراحی یک الگوی ارزیابی)»،

- Ekwo, US. (2013) "Sustainability Through Collaboration-Based Corporate Social Responsibility". *Building Solutions for Architectural Engineering*, Pennsylvania, United States: *American Society of Civil Engineers*, p 633-642.
- Groves, KS. LaRocca, MA. (2011) "An Empirical Study of Leader Ethical Values, Transformational and Transactional Leadership, and Follower Attitudes Toward Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*; No. 103, p 511-528.
- Tibballs, S. Dalton, J. Wild, D. (2003) *Corporate Social Responsibility (Csr) And Uk Nirex Limited*. The 9th International Conference on Environmental Remediation and Radioactive Waste Management September 21 ° 25, 2003, Examination Schools, Oxford, England; 1-7.
- Van Velsor, EV. (2009) "Introduction: Leadership and Corporate Social Responsibility". *The International Journal of Business in Society*; No. 9 (1), p 1-7.
- Waldman, DA. Siegel, DS. Javidan, M. (2006) "Components of CEO Transformational Leadership and Corporate Social Responsibility". *Journal of Management Studies*; No. 43, p 703-1725.
- Wu, LZ. Kwan, HK. Yim, FH. Chiu, RK. He, X. (2014) "CEO Ethical Leadership and Corporate Social Responsibility: A Moderated Mediation Mode". *Journal of Business Ethics*, No. 125, p 1-13.
- Zhu, Y. Sun, LY. Leung, ASM. (2013) "Corporate Social Responsibility, Firm Reputation, and Firm Performance: The Role of Ethical Leadership". *Asia Pacific Journal of Management*; No. 31, p 1-23.
- (وزارت نیرو به عنوان مورد)، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ش ۲۱ (۴)، ص ۳۷-۵۶. موجودی، ا؛ درزیان‌عزیزی، ه. و قاسمی، پ. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری سازمان به وفاداری مشتریان (بانک پاسارگاد اهواز)»، مجله مدیریت بازاریابی، ش ۲۲، ص ۹۹-۱۱۶.
- نصیری ولیک‌بنی، ف؛ قنبری، س؛ زندی، خ. و سیف‌پناهی، ح. (۱۳۹۳). «تحلیل روابط رهبری اخلاقی، معنویت در کار و فرسودگی شغلی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ش ۹ (۱)، ص ۱-۱۱.
- Brown, ME. Trevino, LK. (2006) "Ethical Leadership: A Review and Future Directions". *The Leadership Quarterly*; No. 17, p 595-616.
- D Aato, A. Eckert, R. Ireland, J. Quinn, L. Velsor, EV. (2010) "Leadership Practices for Corporate Global Responsibility". *Journal of Global Responsibility*; No. 1 (2), p 225-249.
- D Aato, A. Roome, N. (2009) "Toward an Integrated Model of Leadership for Corporate Responsibility and Sustainable Development: a Process Model of Corporate Responsibility Beyond Management Innovation". *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*; No. 9 (4), p 421-434.
- Du, S. Swaen, V. Lindgreen, A. Sen, S. (2013) "The Roles of Leadership Styles in Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*; No. 114 (1), p 155-169.