

بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای در مدیران صنعتی

حسن جعفریانی*

علی یازرلو**

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۲/۱۶

چکیده

اخلاق، یکی از ابعاد سرمایه‌های اجتماعی و نیز سرمایه انسانی است و مشکل مدیران، یافتن توازن درست و منصفانه بین سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی است. هدف از تحقیق حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای مدیران است. با توجه به این هدف، پرسش اصلی فراروی محققان این است که چه عواملی و چگونه می‌توانند بر اخلاق حرفه‌ای مدیران اثرگذار باشند. برای پاسخگویی به این پرسش با رویکرد قیاس و مطالعه ادبیات، مدل تحقیق، کشف و فرضیه‌ها مطرح شد. برای آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روش کوکران، ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه برآورد و با بهره‌گیری از روش تصادفی ساده ۱۸۰ پرسشنامه توزیع شد که در مجموع ۱۶۳ پرسشنامه کامل و سالم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این تحقیق در بازه زمانی بهمن ۱۳۹۲ تا فروردین ۱۳۹۳ انجام شد. داده‌های جمع‌آوری شده با بهره‌گیری از نرم افزار ویزوال پی ال اس و رگرسیون چندگانه سلسله‌مراتبی جهت آزمون فرضیه‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد که بین مسئولیت اجتماعی و معنویت، بر اخلاق حرفه‌ای مدیران اثر مستقیم وجود داشته و بین خودشیفتگی و تعارض نقش بر اخلاق حرفه‌ای مدیران اثر معکوس وجود دارد. همچنین متغیرهای تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی و ذی‌نفعان بر رابطه بین متغیرهای مستقل با وابسته تأثیر می‌گذارند.

کلیدواژه‌ها: اخلاق حرفه‌ای مدیران؛ خودشیفتگی؛ ذی‌نفعان؛ فرهنگ سازمانی، تعارض نقش؛

معنویت.

*. استادیار مدیریت، دانشگاه بجنورد (نویسنده مسئول). h.jafariyani@gmail.com

** کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، علی آباد، ایران.

مقدمه

اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. امروزه بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه می‌انجامد. در حالی که در جهان غرب در حوزه تخصصی مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، در جامعه سازمانی و مدیریتی کشور ما کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود (قراملکی و نوچه فلاح، ۱۳۸۶). مدیران به عنوان کسانی که در رأس هرم سازمانی قرار دارند و تصمیمات نهایی را می‌گیرند، باید با وفاداری دوگانه (پابندی به ارزش‌های حرفه و منافع سازمانی) که توان بالایی برای تضاد دارند، مقابله کنند (هویویک^۱، ۲۰۰۲، ۳). گاهی اوقات این تضادهای دوگانه اخلاقی، آسیب‌های فراوانی برای مدیران به همراه دارد. در چنین مواقعی تشخیص مدیران در مورد اینکه از بعد اخلاقی کدام عمل و تصمیم نسبت به دیگری اهمیت بیشتری دارد، می‌تواند پرسش چالش برانگیزی باشد، به ویژه آن که مطابق نتایج تحقیقات، مدیران در این تعارض معمولاً اصول اخلاق حرفه‌ای را زیرپا می‌گذارند (کریگ^۲ و آمرنیک^۳، ۲۰۱۱، هویویک^۴، ۲۰۰۲، سینقا پاکدی و همکاران^۴، ۲۰۰۰). اشتیاق و کشش برای این نوع تحقیقات با دست به دست شدن مدارک و اسنادی که نشان‌دهنده نقش مهم رهبران در به وجود آمدن بسیاری از مشکلات و کاستی‌های اخلاقی است، هر روز بیشتر و باعث ایجاد خواست‌های اخلاقی عمده از مدیران می‌شود، زیرا آنها بیانگر تقابل بین عملکرد اقتصادی و عملکرد اجتماعی هستند و وجود یک نوع توازن "صحیح" یا "مناسب" یا "منصفانه" بین عملکرد اقتصادی و اجتماعی اهمیت زیادی دارد و مشکل مدیریت نیز به یافتن این توازن مربوط می‌شود. یافتن راه‌حلی برای این مشکلات باعث توجه بیشتر صاحب‌نظران به بحث اخلاق حرفه‌ای شده است. به اعتقاد دانشمندان علم اخلاق "تمام رفتارهای اخلاقی، به فضای اجتماعی پیچیده‌ای بستگی دارند که در آن، متغیرهای ادراکی، مفهومی و موقعیتی هر فرد از اهمیت بالایی برخوردارند

1. Hovik, Heidi, Weltzien
2. Craig, Russel
3. Amernic, Joel
4. Singhapakdi, Anusorn

"(هوویوئیک، ۲۰۰۲، ۴). بنابراین عوامل زیادی می‌تواند بر رفتار اخلاقی یا غیر اخلاقی مدیران در مواجهه با مسائل سازمان تأثیرگذار باشد، بویژه در جامعه صنعتی ایران که محیط کسب و کار، محیطی بازدارنده است. در این راستا پژوهش حاضر در تلاش است تا به شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای مدیران در شرکت‌های صنعتی پردازد، تا در نهایت بتوان از نتایج حاصل از این پژوهش به راهکارهایی برای بهبود اخلاق حرفه‌ای مدیران دست یافت.

مبانی نظری پژوهش

تلاش برای مشخص کردن تعریف اخلاق حرفه‌ای موضوع جدیدی نیست. در سال ۱۷۵۰ قبل از میلاد مسیح، همورایی حاکم بابل بر روی سنگی به طول ۲.۵ متر قوانین اخلاقی را حک کرد و در آن به منظور جلوگیری از روش‌های غیر عادلانه حرفه‌ای، مواردی پیش‌بینی نمود. همچنین قوانین اخلاق پزشکی توسط بقراط در ۴۰۰ سال قبل از میلاد نگارش شد (مولانا ۱۳۸۷، ۲۴). اصطلاح امروزی اخلاق حرفه‌ای به عنوان یکی از ابعاد سرمایه انسانی و معنوی هر جامعه یا سازمان از قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی در ادبیات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نویسندگان غربی رایج شد. توجه به اخلاقیات در مدیریت، در آثار ماکس وبر و بارنارد برمی‌گردد. بارنارد بر این باور بود که «رهبری که به اصول اخلاقی عمل نمی‌کند، نفوذ خود را از دست می‌دهد و نمی‌تواند برای مدت طولانی دوام بیاورد» (بورقانی فراهانی ۱۳۹۱، ۵۱). واژه «اخلاق» نشأت گرفته از واژه یونانی ethikos به معنی «اقتدار رسوم و سنت» است (مقیم ۱۳۸۷، ۶۴). تعریف‌های مختلفی از اخلاق به عمل آمده است؛ کانوک و جانز معتقدند که موضوع‌هایی همچون انصاف و تصمیم‌گیری در خصوص این که چه چیزی درست یا غلط است، در حوزه اخلاقیات قرار دارد. سالمون معتقد است که اخلاقیات موضوعی نگرشی است که مواردی همچون "گذاشتن هر فعالیت و هدف در جای خودش"، "دانستن این که چه کاری درست و چه کاری نادرست است" را شامل می‌شود (والنتین^۱ و فلیشمن^۲ ۲۰۰۷، ۶۵۸).

1. Valentine, Sean
2. Fleischman Gary

در هر جامعه حرفه‌ای‌ها، نقش مهم و قدرتمندی دارند. آنها مهم هستند زیرا دارای دانش تخصصی هستند. آنها قدرتمند هستند زیرا می‌توانند از دانش برای کنترل افراد دیگر استفاده کنند. حرفه‌ای‌ها با توجه به حرفه خود هنجارها، ارزش‌ها و رفتار حرفه‌ای مناسب را به وجود می‌آورند (والنتین و فلیشمن ۲۰۰۷، ۶۵۸). اخلاق حرفه‌ای، بیان‌کننده اصول اخلاقی یک گروه حرفه‌ای در مورد این است که چه چیزی درست و مرتبط با اصول و استانداردهای همان حرفه است. اصول اخلاق حرفه‌ای بر دو مؤلفه اصلی استوار است: شناخت فرهنگ جامعه و شناخت حرفه. اصول حاکم بر حرفه زمانی که با فرهنگ یک جامعه ترکیب می‌شود، مورد تأکید آن جامعه قرار می‌گیرد؛ در نتیجه به آن حرفه مجموعه‌ای از اصول اخلاقی اضافه می‌شود. بنابراین اصول اخلاق حرفه‌ای آن اصولی است که بر آن حرفه حاکم شده است و بایستی رعایت گردد (حمیدی زاده و نکویی زاده ۱۳۸۸، ۵). اصول اخلاق حرفه‌ای باید به مرور زمان در کارکنان (یا اعضای حرفه‌ای)، مسئولیت‌های اخلاقی و اجتماعی را نهادینه کند تا موجب افزایش تعهد فرد به رفتار اخلاقی در حرفه اش شود (والنتین و فلیشمن ۲۰۰۷، ۶۵۸). از آنجا که مسئله اصلی تحقیق مشخص نمودن عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای مدیران است، ابتدا عوامل و نقش آنها در اخلاق حرفه‌ای به صورت مشروح بیان و سپس فرضیه‌ها در انتهای هر بخش پیشنهاد می‌شود.

عوامل مؤثر بر اخلاق مدیران در این تحقیق شامل مسئولیت اجتماعی، معنویت، خودشیفتگی، تعارض نقش، فرهنگ سازمانی و ذی‌نفعان است که در ادامه به توضیح آنها پرداخته می‌شود.

مسئولیت اجتماعی شرکت و اخلاق حرفه‌ای مدیران

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به صورت انتظارات اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و اختیاری که جامعه از سازمان‌ها در یک موقعیت زمانی دارند، تعریف می‌شود. چنین توقعاتی به صورت قرارداد بین جامعه و شرکت‌ها انجام می‌شود و شرکت‌ها با محترم شمردن این قراردادها و پرداختن به خواسته‌های ذی‌نفعان، چالش‌های اجتماعی و ارائه کمک‌های گنگامی که مورد نیاز است، پاسخ مناسبی به جامعه می‌دهند (والنتین و فلیشمن ۲۰۰۷، ۶۵۸). مسئولیت اجتماعی ارتباط بسیار نزدیکی با اخلاق دارد به دلیل اینکه مسئولیت اجتماعی از طرف شرکت‌ها تصاویر مثبتی را به کارکنان و

مردم نشان می‌دهد. این تصاویر مثبت و همچنین سیاست‌های واقعی اخلاق باعث تقویت فرهنگ اخلاقی و مشروعیت بخشیدن به عملکرد اجتماعی شرکت‌ها می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند باعث بهبود اخلاق مدیران به وسیله نهادینه کردن ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و همچنین راهی برای ارتقای باورهای اخلاقی آنها باشد. در واقع حرفه‌ای‌ها برای آنکه رفتارشان اخلاقی‌تر و منعکس‌کننده مسئولیت اجتماعی بیشتری باشد، ابتدا باید درک درستی از اخلاق و مسئولیت اجتماعی داشته باشند. این عقاید می‌تواند مانند یک انگیزاننده برای ارتقای اخلاق فردی باشد (والنتین و فلیشمن ۲۰۰۷، ۶۵۹). بنابراین می‌توان فرضیه اول تحقیق را به این صورت نوشت:

فرضیه اول: مسئولیت اجتماعی سازمان بر اخلاق حرفه‌ای مدیران اثرگذار است.

معنویت و اخلاق حرفه‌ای مدیران

نخستین چیزی که درباره معنویت می‌توان گفت گستردگی معنایی آن است. همین گستردگی باعث ایجاد سردرگمی‌هایی درباره معنا و مفهوم واقعی آن شده است. گستره حوزه‌هایی که مفهوم معنویت را به کار می‌گیرند از چنان وسعتی برخوردار است که در بسیاری از موارد به نظر می‌رسد یک مشترک لفظی در برابر مشترک معنوی است، نه تفسیری از حقیقت واحد. جوزف هافمن به برخی از برداشت‌های متفاوت در مورد معنویت اشاره می‌کند و می‌گوید در حالی که برای برخی معنویت ناظر به فرم و ساختار زندگی عابدانه است، برای برخی دیگر به معنی نوعی کل‌گرایی است و برای گروهی دیگر مراد از معنویت جستجوی معناست (صفایی مقدم ۱۳۹۰، ۹۰). در این متن، معنویت به هدایت افراد به یک تجربه متعالی و برتری اشاره دارد یا یک معنای عمیق‌تر از زندگی، که از طریق آن و در آن کار و زندگی می‌کنند (جیاکالون^۱ و جیورکیویز^۲ ۲۰۰۲، ۸۶). منشورهای اخلاقی موجود در سازمان می‌توانند به عنوان اصول توسط کارمندان در شرایطی ثابت به کار گرفته شود؛ اما اینکه چگونه کارمندان می‌توانند این اصول و قواعد را در رفع و حل مسائل اخلاقی ویژه تفسیر کنند به عوامل فردی نظیر ارزش‌ها و ایدئولوژی اخلاقی بستگی دارد که

1. Giacalone, Robbert
2. Jurkiewicz, Carole

اولویت‌ها را برای نتایج مربوط به اخلاقیات تغییر داده و اصلاح می‌کند (جیا کالون و جیور کیویز ۲۰۰۲، ۸۶). مدیران با گرایش معنوی بالاتر همزمان بر شایستگی فنی، ایجاد وجدان بیدار و نگران نسبت به جامعه درونی و بیرونی سازمان، عدالت‌گرایی، فایده‌گرایی و اینکه سازمان بخشی از جامعه است، توجه می‌کنند (بیکون^۱ و وسترنمن^۲ ۲۰۱۲، ۳۵). به عبارت دیگر معنویت می‌تواند با ارائه ویژگی‌های مورد نیاز برای مدیریت مناسب، مرتبط باشد (ریبرا^۳ و لوزانو^۴ ۲۰۱۱، ۱۸۹). بنابراین می‌توان فرضیه دوم را به شکل زیر تدوین نمود:

فرضیه دوم: معنویت بر اخلاق حرفه‌ای مدیران تأثیر گذار است.

خودشیفتگی و اخلاق حرفه‌ای مدیران

متغیر سوم مورد نظر این تحقیق که بر اخلاق حرفه‌ای مدیران تأثیر گذار است، خودشیفتگی است. انجمن روانپزشکی امریکا خودشیفتگی را به عنوان یک اختلال شخصیت که شامل خود محوری، جلب توجه و تمرکز توجه دیگران به خود از طریق تحسین آنهاست، تعریف می‌کند. نتایج خودشیفتگی به عنوان اختلال در عملکرد مدیر به صورت کمبود در هویت آشکار می‌شود. نشانه‌های این کمبود می‌تواند مراجعه بیش از حد مدیر به دیگران برای نشان دادن عزت نفس و مناعت خود یا تعیین هدف بر اساس به دست آوردن تأیید دیگران باشد (سوسیک و همکاران^۵ ۲۰۱۳، ۳). اگرچه داشتن حد متعادلی از خودشیفتگی برای عملکرد انسان ضروری است اما افزایش آن به ویژه در مورد مدیران، می‌تواند اغلب معانی موهن و مضر برای مدیر و سازمان در پی داشته باشد. به نظر شوارتز، وجود خودشیفتگی زیاد از طریق دخالت مدیران اجرایی شرکت‌ها در گزارش‌های مالی گمراه‌کننده و غیر اخلاقی ظاهر می‌شود که می‌تواند باعث فروپاشی شرکت‌ها و سقوط شرکت‌های بزرگ شود (کریگ و آمرنیک^۶ ۲۰۱۱، ۵۶۴). بنابراین می‌توان فرضیه سوم را به این صورت تدوین نمود:

فرضیه سوم: خودشیفتگی مدیران بیش از حد بر اخلاق حرفه‌ای آنان تأثیر منفی دارد.

1. Beekun, Rafik
2. Westerman James
3. Ribera Ramon
4. Lozano Joseph
5. Sosik, John

تعارض نقش و اخلاق حرفه‌ای مدیران

شکاف میان آنچه که مدیر برای سازمان می‌خواهد یا باید انجام دهد و آنچه که نباید انجام دهد، منجر به تعارض نقش می‌شود، به عبارتی تفاوت بین الزامات و انتظارات، باعث ایجاد تعارض نقش می‌شود (آلاکاوکلار^۱ و کاکار^۲ ۲۰۱۲، ۸۹). ممکن است فعالیت‌هایی که در سازمان برای مدیر جذاب است با نظام ارزشی، نیازها و ترجیحات شخص دیگر مخالف باشد (ریزو، هوس و لیرترمن^۳ ۱۹۷۰، ۱۵۰). به همین دلیل تعارض نقش باعث ایجاد نگرانی و تنش در مدیر شده و این نگرانی، موجب عدم تجانس در برقراری ارتباط او با دیگران در داخل و خارج سازمان می‌شود (والنتین^۴، گودکین^۵ و وارکا^۶ ۲۰۱۰، ۴۵۸). مدیران اغلب به بیش از یک گروه وابسته هستند، در نتیجه باید به انتظارات مختلف و اکثر اوقات مخالف هم پاسخ دهند که ایفای نقش‌های مختلف توسط مدیر باعث ایجاد تعارض در رفتار مدیر و بی‌اعتمادی سازمان به او می‌شود. زیرا مدیر در پاسخ به انتظارات و توقعات گوناگون گروه‌ها، یا باید مطابق با هنجارهای گروه پاسخ دهد که خواسته آنهاست و ممکن است مخالف اصول اخلاقی سازمان باشد و یا اینکه باید رفتاری اخلاقی را انتخاب کند (کودو^۷ و سپارنت^۸ ۲۰۱۳، ۵۰۷). به همین دلیل تعارض نقش بیشتر از دوراهی‌های اخلاقی نشأت می‌گیرند تا از منبع دیگری (ریزو و همکاران ۱۹۷۰، ۱۵۰). تعارض نقش به احتمال زیاد منجر به دروغ گفتن می‌شود، به‌ویژه وقتی که فرد از گفتن دروغ بهره‌مند شود و منفعتی برای او داشته باشد؛ مانند اجرای عدالت در مقابل دریافت هدایای بزرگ مالی یا اعطای امتیازات به مدیر. دادن پاداش و هدایا به مدیری که با خواسته‌های گوناگون نقش مواجه است، احتمال ترویج دروغ را توسط او افزایش می‌دهد و باعث ایجاد عادت در او و تکرار این رفتار غیر اخلاقی در سازمان می‌شود (ریزو و همکاران ۱۹۷۰، ۱۵۰). بنابراین می‌توان فرضیه چهارم را به شکل زیر تدوین نمود:

فرضیه چهارم: تعارض نقش بر اخلاق حرفه‌ای مدیران تأثیر منفی دارد.

1. Alakavuklar, Ozan Nadir
2. Cakar Ulas
3. Rizzo, John
4. Valentine Sean
5. Godkin Lynn
6. Varca, Philip
7. Codo Sylvie
8. Soparnot, Richard

فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای مدیران

مفهوم فرهنگ سازمانی در اوایل سال ۱۹۸۰ تعریف شد. هافستد فرهنگ سازمانی را این گونه تعریف می‌کند: «فرهنگ به هنجارها، ارزش‌ها و باورهای یک گروه خاص و یا یک جامعه در یک منطقه خاص و یا موقعیت جغرافیایی گفته می‌شود که توسط اعضای آن به اشتراک گذاشته شده است» (رشید^۱ و ابراهیم^۲، ۲۰۰۸، ۹۰۸). ترویج اثربخش بودن اخلاق در همه سازمان‌ها در گرو گام سه عمده است: نخست اینکه دانش اخلاق حرفه‌ای معطوف به زمینه‌های تخصصی باشد؛ دوم، گرایش درونی و خودانگیختگی سازمان، مدیران و منابع انسانی آن در جهت تحقق اخلاق و ارزش‌های اخلاقی در سازمان باشد و سوم، مهارت سازمان در اجرای اصول اخلاقی باشد. در گام سوم فرآیند، روش‌ها و فنون ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی (مانند مهارت‌های رفتار ارتباطی و مهارت‌های تشخیص و حل مسائل اخلاقی) مورد بحث قرار می‌گیرد (رحیمی و آقابابایی، ۱۳۹۲، ۶۲). تجزیه و تحلیل ارتباط بین فرهنگ سازمانی و اخلاق می‌تواند شامل دو جهت باشد: از یک سو فرهنگ سازمانی به عنوان یک عنصر اساسی در نهادینه کردن اخلاق در سازمان‌ها نقش آفرینی می‌کند؛ از سوی دیگر، می‌تواند به عنوان ستون فقرات اخلاق شرکت در نظر گرفته شود (سینکلایر^۳، ۱۹۹۳، ۶۳). امروزه مشخص شده است که علاوه بر اهمیت انجام کار، چگونه-انجام‌شدن آن کار و ارزش نهادن به شیوه‌های اخلاقی در انجام کار می‌تواند باعث ایجاد یک دارایی با ارزش برای سازمان باشد.

همچنین با استفاده از توسعه فرهنگ حرفه‌ای هدف محور که توسط رهبر حرفه‌ای و همچنین اعضای آن ترویج داده می‌شود می‌توان از بروز رفتارهای غیر اخلاقی در مدیران و کارکنان پیشگیری کرد (برین^۴، ۱۹۹۸، ۳۹۱). همان‌طور که سیمز^۵ پیشنهاد کرده است «اگر فرهنگ سازمانی به‌طور صحیح تعیین و تقویت شده باشد، می‌تواند به عنوان پایه و اساس الزامات اخلاقی سازمان باشد که باعث حل تعارض‌ها شده و تأثیر مثبت بر اخلاق مدیران و کارکنان سازمان می‌

1. Rashid Zabid
2. Ibrahim, Saidatu
3. Sinclair, Adam
4. Brien, Andrew
5. Simeze

گذاردا» (هوhtالا و همکاران^۱ ۲۰۱۲، ۲۶۹). با توجه به آنچه گفته شد می‌توان نتیجه گرفت، متغیر فرهنگ سازمانی متغیری است که اثر سایر متغیرها بر اخلاق حرفه‌ای را می‌تواند تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین می‌توان فرضیه پنجم را به شکل زیر تدوین نمود:

فرضیه پنجم: فرهنگ سازمانی رابطه بین متغیرهای مستقل (خودشیفتگی، تعارض نقش، مسئولیت پذیری اجتماعی و معنویت) و وابسته (اخلاق حرفه‌ای مدیران) را تعدیل می‌کند.

ذی نفعان و اخلاق حرفه‌ای مدیران

برخی از مفاهیم اصلی در رابطه با آنچه که امروز به عنوان نظریه ذی نفعان شناخته شده است در اواسط دهه هشتاد میلادی توسط فریمن^۲ در کتاب مدیریت استراتژیک با رویکرد ذی نفعان مطرح شد. وی پاسخگویی شرکتی را به گروه گسترده‌ای از ذی نفعان پیشنهاد کرد (جمالی^۳ ۲۰۰۸، ۲۱۷). محققین دانشگاه استنفورد نیز جزو اولین نفراتی بودند که روی موضوع ذی نفعان تحقیق کردند (کرمی و حسنی آذر ۱۳۸۸، ۵۴). به نظر آنها ذی نفعان گروهی هستند که اگر از سازمان حمایت نکنند، سازمان وجود نخواهد داشت (اکرمن^۴ و ادن^۵ ۲۰۱۱، ۱۷۹). نظریه ذی نفعان ترکیبی از نظریه‌های سازمانی و اجتماعی است. در واقع، نظریه مذکور بیشتر یک پژوهشی سنتی اما گسترده است که فلسفه، اخلاق، اقتصاد، حقوق، علوم سیاسی و اجتماعی را در هم می‌آمیزد. سازمان به عنوان یک مسئول باید منافع ذی نفعان را مدیریت و مراقبت کند، از این رو نظریه ذی نفعان یک راه جدید برای سازماندهی تفکر در مورد مسئولیت‌های سازمانی ارائه داده است (اکرمن و ادن ۲۰۱۱، ۱۷۹).

در دیدگاه‌های مدرن ضرورت توجه به اخلاق حرفه‌ای نمی‌تواند فارغ از خواسته‌های ذی نفعان باشد. اخلاق حرفه‌ای نقشی حرفه‌ای را که دارای مجموعه‌ای از تعهدات است، بر فرد تحمیل می‌کند که لزوماً بخشی از اخلاق متداول فرد نیست. نقش‌های مدیریتی از این منظر نسبت به تعهدات

1. Huhtala, Mari
2. Freeman John
3. Jamali, Dima
4. Ackermann, Fran
5. Eden, Colin

اخلاقی همیشه مثبت نخواهد بود، ممکن است تعهدات اخلاقی توسط یکی از منابع بانفوذ ذی‌نفعان در تضاد با اخلاق باشد (هیث^۱، ۲۰۰۶، ۵۳۴). بنابراین ذی‌نفعان دارای قدرت قابل توجهی از طریق سازوکارهای سیاسی و حقوقی برای تعیین ماهیت و میزان ارتباط خود با شرکت‌ها هستند. ذی‌نفعان در واقع طلبکاران شرکت هستند که ممکن است به راحتی قراردادهای خود با سازمان را نقض کنند (مارکوس^۲، ۲۰۰۳، ۱۸)؛ به همین دلیل تأثیر زیادی بر اخلاق حرفه‌ای مدیران دارد. زیرا یکی از وظایف اصلی مدیران جلب رضایت ذی‌نفعان از طریق برآورده کردن خواسته‌های آنهاست. خواسته‌هایی که در بسیاری از مواقع در تضاد آشکار با هم قرار دارند. با توجه به آنچه گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت که متغیر ذی‌نفعان متغیری است که اثر سایر متغیرها بر اخلاق حرفه‌ای را می‌تواند تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین می‌توان فرضیه ششم را به شکل زیر تدوین نمود:

فرضیه ششم: ذی‌نفعان رابطه بین متغیرهای مستقل (خودشیفتگی، تعارض نقش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و معنویت) و وابسته (اخلاق حرفه‌ای مدیران) را تعدیل می‌کند.

سابقه پژوهش

مطالعات مختلفی در زمینه اخلاق حرفه‌ای انجام شده است که در ذیل به بخشی از مهمترین این مطالعات و نتایج آنها که در سال‌های اخیر انجام شده، پرداخته می‌شود:

سینقاپاکدی، سالیانچین، ویراکیول و وریاننگ کیور (۲۰۰۰) برخی از عوامل مهم تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران در تایلند را در سال ۲۰۰۰ شناسایی کردند. مطالعه آنها به بررسی تأثیر برخی از عوامل مهم فردی و سازمانی شامل ادراکات اخلاقی، مذهب، فلسفه اخلاق شخصی و ارزش‌های اخلاقی شرکت بر تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران تایلندی می‌پردازد. آنها دریافتند مدیران آرمان‌گرا بیشتر از مدیران نسبی‌گرا (مذهب و فلسفه اخلاق شخصی) به اخلاق حرفه‌ای پایبند هستند. ادراکات اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی نیز به‌طور مستقیم بر رفتار اخلاقی مدیران اثرگذار هستند.

1. Heath, Joseph
2. Marcoux, Alexei

سوسیک، چيون و ژو (۲۰۱۳) نقش تعديل کننده خودشيفتگی رهبر در رابطه بين جذابيت رهبر و توانمندسازی روانی پيروان و هويت اخلاقی آنها را مورد بررسی قرار دادند. تحقيق نشان داد پيروان، زمانی احساس توانمندی می کنند و هويت اخلاقی پیدا می کنند که گیرایی رهبر را بر اساس خودشيفتگی سازنده درك کنند، نه خودشيفتگی مخرب.

کمپبل^۱ و گوریتز^۲ مطالعه‌ای کیفی از فرهنگ سازمانی در سازمان‌های فاسد در سال ۲۰۱۳ انجام دادند. هدف اصلی این مطالعه یافتن ویژگی‌ها و شباهت‌های فرهنگی در سازمان‌های فاسد است. در این مطالعه با ۱۴ کارشناس مستقل از سه کشور آلمان، اتریش و امریکا در مورد تجارب آنها با سازمان‌های فاسد مصاحبه شد. به عنوان نتیجه کلی می توان گفت، فرهنگ سازمانی باعث عادی شدن فساد در سازمان‌ها و رفتار کارکنان و مدیران می شود.

کورنت^۳ و گندولف^۴ (۲۰۰۹) تأثیر ادراک مدیران سازمان‌های کوچک بین محیط و اخلاق سازمان را مورد مطالعه قرار دادند. این پژوهش در فرانسه و روی ۱۲۵ مدیر شاغل در سازمان‌های کوچک انجام شده است. نتایج نشان می دهد که وجود کدهای اخلاقی در کسب و کارهای کوچک بسیار نادر است. روند کلی تصمیم‌گیری غیررسمی در این سازمان‌ها می تواند دلیلی برای عدم استفاده مدیران از کدهای اخلاقی باشد. اما نداشتن کدهای اخلاقی به عنوان نداشتن اخلاق در این سازمان‌ها نیست. مدیران این سازمان‌ها عمل اخلاقی را به عنوان یک وظیفه در سازمان تعریف می کنند و به عنوان یک ابزار مدیریتی از آن استفاده می کنند، اما نگرانی‌های اقتصادی در شرکت‌های کوچک بیش از نگرانی‌های اخلاقی اهمیت دارد.

اخلاق حرفه‌ای در ایران نیز مورد توجه محققان بوده و مطالعات قابل توجهی در این زمینه انجام شده است، اما کمتر مطالعه‌ای می توان یافت که اخلاق حرفه‌ای مدیران را مورد بررسی قرار داده باشد. قلی پور و همکاران (۱۳۸۷) اثر خودشيفتگی مدیران را بر آشفتگی سازمان‌ها مورد مطالعه قرار دادند و نتیجه گرفتند، خودشيفتگی مفرط و مخرب به افول سازمان‌ها کمک می کند.

1. Campbell John. Logan
2. Gortiz, Anja
3. Courrent Mike
4. Gundolf, Kathrine

حمیدرضا آراسته و حسینعلی جاهد رعایت اخلاق در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی را به عنوان گزینه‌ای برای بهبود رفتارها معرفی کردند. یکی از ابعاد اخلاق در آموزش عالی بعد مدیریتی آن است. آنها دریافتند رعایت اخلاق، رفتار مدیران، اعضای هیئت علمی، دانشجویان و کارکنان دانشگاه را بهبود می‌بخشد و باعث خواهد شد تا ذی‌نفعان دانشگاه، با اعتماد و اطمینان بیشتری به همکاری با دانشگاه و استفاده از خدمات آنها بپردازند. معصومه ایمانی‌پور نیز اصول اخلاق حرفه‌ای در آموزش را مورد بررسی قرار داد. تبیین اخلاق حرفه‌ای استادان دانشگاه‌ها به عنوان یک معلم بوده و در آن استانداردهای اخلاقی استادان در دو نقش آموزشی و تربیتی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این مطالعه در حوزه آموزش نشان می‌دهد که التزام استادان به رعایت استانداردهای آموزشی، آشنایی با اصول تدریس و کلاس‌داری، تقید به مسئولیت‌های حرفه‌ای، رعایت انصاف و عدالت، احترام و ادب، دلسوزی و صداقت در برخورد با دانشجویان و همکاران از جمله اصول اخلاق حرفه‌ای معلمی در قبال فراگیران هستند (آراسته و جاهد، ۱۳۹۰).

در یک جمع‌بندی می‌توان ادعا کرد در زمینه پژوهش حاضر مطالعات بسیاری در کشورهای مختلف انجام شده است. با این حال در زمینه دو متغیر تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی و ذی‌نفعان و تأثیر آنها بر اخلاق مدیران پژوهش‌های بسیار کمی موجود است. روش گردآوری داده‌ها در اکثر تحقیقات میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شده است. به‌طور کلی نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد که بیشترین تأکید بر عوامل فردی و سازمانی مؤثر بر اخلاق مدیران شامل مذهب، فرهنگ، خودشیفتگی، ادراکات اخلاقی، مسئولیت اجتماعی و ... است که این عوامل می‌توانند تأثیر مثبتی بر اخلاق مدیران، تصمیم‌گیری آنها، ادراک و نگرش آنها از شرایط اخلاقی یا غیراخلاقی در سازمان‌ها داشته باشد. در چند سال اخیر تحقیقات بیشتری در زمینه اخلاق حرفه‌ای توسط محققین داخلی انجام شده، با این حال تحقیقات و پژوهش‌های زیادی در زمینه موضوع تحقیق، به جهت تازگی آن در ایران صورت نگرفته است. مطالعات انجام شده در ایران غالباً با روش کتابخانه‌ای انجام شده است و محققین بیشتر به تعریف اخلاق حرفه‌ای و بررسی تأثیر ویژگی‌های هر حرفه (مانند مدیران، کتابداران، استادان) بر اخلاق پرداخته‌اند.

روش‌شناسی پژوهش

دستیابی به هدف‌های علم یا شناخت علمی میسر نخواهد بود، مگر زمانی که با روش‌شناسی درست صورت پذیرد رویکرد و فلسفه حاکم بر این تحقیق از نوع اثبات‌گرایی است. این مطالعه جزو تحقیقات کاربردی به‌شمار می‌رود. رویکرد پژوهش با توجه به نوع جهان‌بینی فلسفی که پژوهشگر اتخاذ نموده می‌تواند بر اساس دو رویکرد قیاسی یا استقرایی باشد. رویکرد اثبات‌گرایی بر مبنای مدل فرضیه‌ای قیاسی استوار است که مدل‌نهایی این تحقیق بر اساس همین رویکرد تجمیع شده است. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه بود. پرسشنامه طراحی شده در این تحقیق شامل ۷ بعد و ۴۴ گویه به شرح ذیل است. مؤلفه مسئولیت اجتماعی دارای ۶ گویه، معنویت دارای ۹ گویه، خودشیفتگی دارای ۶ گویه و تعارض نقش دارای ۶ گویه است. برای سنجش نقش تعدیل‌گری فرهنگ سازمانی از ۸ گویه استفاده شده است. بعد ذی‌نفعان دارای پرسش‌های استاندارد نبود و محقق با مرور ادبیات ۵ گویه برای سنجش نحوه رفتار ذی‌نفعان در مدل طراحی نموده است. برای سنجش میزان اخلاق حرفه‌ای مدیران نیز از پرسشنامه رفتار اخلاقی کوپین و فارل استفاده شده است که دارای ۶ گویه است. در این تحقیق از مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای برای پاسخ به پرسش‌ها استفاده شده است.

جامعه مورد بررسی این تحقیق شامل مدیران شرکت‌های خصوصی است که در استان گلستان مشغول به فعالیت هستند. فهرست اولیه با دو معیار فعال‌بودن واحد صنعتی و حداقل ۵ سال سابقه فعالیت پالایش شد و در نهایت تعداد ۲۱۸ شرکت خصوصی به عنوان جامعه آماری تحقیق انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه از روش کوکران استفاده شد. با توجه به مقدار جامعه و واریانس اولیه تعداد نمونه ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه برآورد و با بهره‌گیری از روش تصادفی ساده ۱۸۰ پرسشنامه توزیع شد که در مجموع ۱۶۳ پرسشنامه کامل و سالم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

روایی هریک از ابعاد پرسشنامه استفاده شده در این تحقیق نیز، با توجه به استاندارد بودن برخی از آنها، توسط ۸ تن از استادان فن و صاحب‌نظران در مورد موضوع تحقیق مورد تحلیل قرار گرفته و تأیید شده است. پایایی نیز با دو روش ضریب آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی تأییدی انجام شد که جهت اختصار از توضیح آن پرهیز می‌شود. ضریب کرونباخ برای پرسشنامه ۸۴٪ به دست آمد. در این تحقیق از دو روش مدل‌یابی معادلات ساختاری و رگرسیون سلسله‌مراتبی

جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. در این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری با کمک روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار (VisualPLS)، جهت آزمون فرضیه‌های اول تا چهارم و صحت مدل آن استفاده شده است و برای آزمون فرضیه‌های مربوط به دو متغیر تعدیل‌گر از رگرسیون سلسله‌مراتبی که یکی از روش‌های اثبات یا آزمون متغیر تعدیل‌گر می‌باشد، استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

الف) سیمای آزمودنی‌ها

نتایج بررسی‌های توصیفی نشان داد از مجموع شرکت‌کنندگان در این تحقیق ۹۵٪ مرد و تنها ۵٪ زن بودند. همچنین ۲۹٪ پاسخ‌دهندگان بین ۲۵-۳۵ سال، ۴۳٪ بین ۳۵ تا ۴۵ سال، ۲۱ درصد بین ۴۵ تا ۵۵ سال سن داشتند و مابقی افراد یعنی ۷٪ بالاتر از ۵۵ سال سن داشتند. سنوات خدمتی آنان نیز متفاوت بود و تقریباً از توزیع نرمال تبعث می‌کرد. ۴۶٪ از افراد بین ۱ تا ۱۰ سال، ۳۳٪ بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۱۳٪ بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۸٪ بالاتر از ۲۰ سال سابقه کار در زمینه مدیریت بر واحدهای صنعتی داشتند.

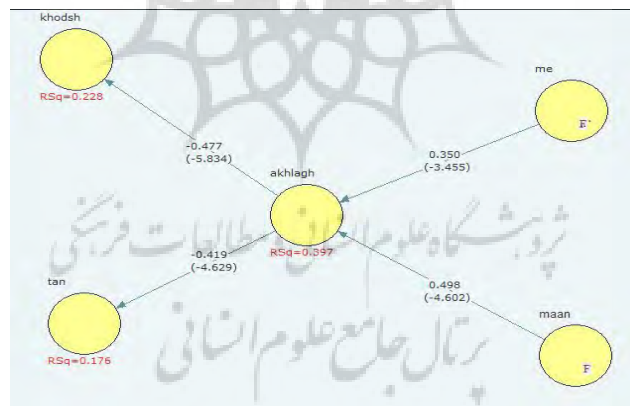
ب) تحلیل استنباطی داده‌ها

مدل‌یابی پی‌ال‌اس در دو مرحله انجام می‌شود. اولین مرحله، مدل اندازه‌گیری از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عامل تأییدی بررسی می‌شود و در دومین مرحله، مدل ساختاری به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها و تعیین شاخص‌های برازش مدل بررسی می‌شود. تحلیل همزمان مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری این امکان را فراهم می‌سازد تا خطاهای اندازه‌گیری متغیرهای مشاهده شده به عنوان بخشی از مدل، همراه با آزمون فرضیه‌ها تحلیل شوند. به منظور ارزیابی مدل، در این پژوهش از بارهای عاملی، بررسی پایایی ترکیبی و جذر میانگین واریانس استخراج شده و همچنین بررسی جذر میانگین واریانس استخراج شده سازه‌ها با همبستگی سازه‌ها استفاده شده است. به منظور دستیابی به اعتبار همگرا و میزان همبستگی، آزمون‌های پایایی مرکب و جذر میانگین واریانس ارزیابی شد.

جدول ۱- پایایی ترکیبی و جذر میانگین واریانس مدل تحقیق

متغیر	آلفای کرونباخ ترکیبی	جذر میانگین واریانس	الفای کرونباخ
اخلاق حرفه‌ای	۰/۷۱۹	۰/۳۰۸	۰/۶۸۰
خودشیفتگی	۰/۱۷۶	۰/۲۱۲	۰/۶۶۰
تعارض نقش	۰/۴۳۲	۰/۲۹۷	۰/۶۶۰
معنویت	۰/۳۱۹	۰/۱۵۶	۰/۸۱۷
مسئولیت اجتماعی	۰/۱۴۶	۰/۱۰۳	۰/۶۸۹

همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، پایایی برای همه سازه‌ها بین ۰/۶۵ تا ۰/۸۱ است که اعتبار همگرایی خوبی را نشان می‌دهد. و همچنین بیان می‌کند که سازه‌ها (متغیرهای پنهان) از اعتبار بالایی جهت برازش مدل برخوردارند. برای بررسی مدل مفهومی تحقیق از یک مدل بهره گرفته شده است، مدلی که شامل ۴ سازه (متغیر پنهان) و هر کدام از سازه‌ها دارای چند متغیر مشاهده شده می‌باشند. برای برازش مدل از نرم افزار vpls استفاده شده است. نتیجه برازش مدل در شکل (۱) مشاهده می‌شود. همچنین در جدول (۲) بارعاملی و وزن هر یک از گویه‌های پرسشنامه قابل مشاهده است.



شکل ۱- مدل ساختاری اخلاق حرفه‌ای مدیران. tan معادل تعارض نقش، khodsh معادل خودشیفتگی، maan معادل معنویت، me معادل مسئولیت اجتماعی و akhlagh معادل اخلاق حرفه‌ای مدیران می‌باشد

جدول ۲- بار عاملی و وزن هر یک از گویه‌های پرسشنامه در پی ال اس

FACTOR LOADING, RESIDUAL AND WEIGHTS						
سازه	آیتم	میانگین	انحراف معیار	بار عاملی	باقیمانده	وزن
اخلاق مدیران	p39	۳/۸۴۱۲۷۰	۰/۸۸۳۶۵۷	۰/۴۸۱۸۰۰	۰/۷۶۷۹۰۰	۰/۱۶۷۷۰۰
	p40	۳/۴۱۲۶۹۸	۰/۸۹۱۴۴۵	۰/۴۵۵۱۰۰	۰/۷۹۲۹۰۰	۰/۲۲۲۴۰۰
	p41	۳/۳۸۰۹۵۲	۰/۹۷۴۳۲۵	۰/۴۰۴۹۰۰	۰/۸۳۶۱۰۰	۰/۲۴۰۷۰۰
	p42	۳/۶۸۲۵۴۰	۰/۸۳۹۰۷۴	۰/۵۶۸۴۰۰	۰/۶۷۶۹۰۰	۰/۲۵۹۱۰۰
	p43	۳/۶۳۴۹۲۱	۰/۹۰۳۴۲۷	۰/۵۹۷۹۰۰	۰/۶۴۲۶۰۰	۰/۳۵۲۸۰۰
خوشبینی	p44	۳/۶۰۳۱۷۵	۰/۸۱۳۹۸۴	۰/۷۵۴۳۰۰	۰/۴۳۱۰۰۰	۰/۴۸۰۴۰۰
	p16	۳/۹۲۰۶۳۵	۱/۰۸۲۱۳۶	۰/۶۴۴۸۰۰	۰/۵۸۴۲۰۰	۰/۵۵۳۵۰۰
	p17	۳/۷۹۳۶۵۱	۰/۹۰۰۸۷۳	-۰/۱۰۱۹۰۰	۰/۹۸۹۶۰۰	-۰/۲۲۴۱۰۰
	p18	۳/۷۶۱۹۰۵	۱/۱۰۲۹۹۱	-۰/۳۵۴۲۰۰	۰/۸۷۴۵۰۰	-۰/۳۶۸۵۰۰
	p19	۳/۸۵۷۱۴۳	۱/۰۹۰۳۸۵	-۰/۳۰۳۴۰۰	۰/۹۰۸۰۰۰	-۰/۲۲۰۸۰۰
تعارض نقش	p20	۴/۰۰۰۰۰۰	۰/۹۶۷۲۰۴	۰/۵۵۶۹۰۰	۰/۶۸۹۹۰۰	۰/۴۰۵۹۰۰
	p21	۴/۰۰۰۰۰۰	۱/۰۷۷۶۳۲	۰/۵۶۵۵۰۰	۰/۶۸۰۳۰۰	۰/۳۵۰۷۰۰
	p1	۳/۵۳۹۶۸۳	۰/۷۹۹۷۰۶	۰/۴۶۷۳۰۰	۰/۹۳۸۹۰۰	-۰/۰۹۶۱۰۰
	p2	۳/۸۰۹۵۲۴	۱/۰۹۰۳۸۵	۰/۷۵۵۳۰۰	۰/۴۲۹۵۰۰	۰/۴۳۳۴۰۰
	p3	۳/۲۳۸۰۹۵	۱/۱۷۳۸۳۱	۰/۷۰۵۴۰۰	۰/۵۰۲۵۰۰	۰/۴۷۱۲۰۰
مسئولیت اجتماعی	p4	۳/۹۳۶۵۰۸	۱/۱۴۸۲۵۳	۰/۶۸۲۷۰۰	۰/۵۳۳۹۰۰	۰/۳۲۱۰۰۰
	p5	۳/۵۲۲۸۱۰	۰/۸۳۹۶۸۴	-۰/۳۶۰۵۰۰	۰/۸۷۰۰۰۰	-۰/۳۴۱۸۰۰
	p6	۳/۸۴۱۲۷۰	۰/۷۸۷۱۲۱	-۰/۲۳۸۴۰۰	۰/۹۴۳۱۰۰	-۰/۰۹۱۰۰۰
	q22	۳/۷۹۳۶۵۱	۰/۹۱۸۶۰۲	۰/۴۳۳۸۰۰	۰/۳۱۱۸۰۰	۰/۰۹۷۸۰۰
	q23	۳/۷۹۳۶۵۱	۱/۱۰۹۴۷۱	۰/۶۵۱۹۰۰	۰/۵۷۵۱۰۰	۰/۷۲۵۷۰۰
مهربانی	q24	۳/۷۹۳۶۵۱	۱/۰۸۰۰۰۵	۰/۲۳۰۹۰۰	۰/۶۴۶۷۰۰	۰/۲۵۳۶۰۰
	q25	۳/۶۶۶۶۶۷	۱/۰۱۶۰۰۱	-۰/۳۲۰۸۰۰	۰/۸۹۷۱۰۰	-۱/۰۳۷۳۰۰
	q26	۳/۷۴۶۰۳۲	۰/۸۷۹۳۰۱	۰/۱۶۵۹۰۰	۰/۹۷۲۵۰۰	۰/۳۲۷۱۰۰
	q27	۳/۴۱۲۶۹۸	۰/۸۹۱۴۴۵	۰/۳۷۸۰۰۰	۰/۸۵۷۱۰۰	۰/۱۰۲۹۰۰
	q7	۳/۷۶۱۹۰۵	۰/۹۹۵۳۸۱	۰/۰۲۷۷۰۰	۰/۹۹۹۲۰۰	-۰/۰۹۶۸۰۰
مهربانی	q8	۳/۳۸۰۹۵۲	۰/۹۷۴۳۲۵	-۰/۱۱۶۰۰۰	۰/۹۸۶۵۰۰	۰/۱۲۳۴۰۰
	q9	۳/۰۹۵۲۳۸	۱/۰۸۱۲۷۰	-۰/۱۶۴۶۰۰	۰/۹۷۲۹۰۰	۰/۰۶۹۸۰۰
	q10	۳/۲۶۹۸۴۱	۱/۱۹۴۱۵۷	۰/۱۸۴۰۰۰	۰/۹۶۶۱۰۰	-۰/۴۲۴۵۰۰
	q11	۳/۹۳۶۵۰۸	۰/۹۸۱۶۵۵	-۰/۳۵۵۶۰۰	۰/۸۷۳۶۰۰	-۰/۳۰۹۰۰۰
	q12	۳/۴۶۰۳۱۷	۱/۰۷۵۰۱۵	-۰/۲۲۵۵۰۰	۰/۹۴۹۱۰۰	۰/۲۱۹۴۰۰
مهربانی	q13	۳/۶۳۴۹۲۱	۰/۹۳۸۴۵۴	-۰/۰۵۳۵۵۰۰	۰/۷۱۳۳۰۰	-۰/۶۵۴۵۰۰
	q14	۳/۵۵۵۵۵۶	۰/۸۷۵۸۰۰	-۰/۲۱۱۱۰۰	۰/۹۵۵۴۰۰	-۰/۱۳۴۸۰۰
	q15	۴/۰۱۵۸۷۳	۱/۱۴۲۸۸۹	۰/۵۹۰۱۰۰	۰/۶۵۱۷۰۰	۰/۸۶۶۰۰۰

آزمون فرضیه‌های اول تا چهارم مدل

در pls جهت آزمون معنی‌داری از دو روش خودگردان‌سازی یا بوت استراپ و برش متقاطع با جک نایف که روش‌های باز نمونه‌گیری هستند، استفاده می‌شود که در این تحقیق با توجه به مدل بالا برای آزمون فرضیه‌ها از روش بوت استراپ و آزمون t استفاده شده و نتیجه آن در جدول (۳) مشاهده می‌شود:

جدول ۳- نتایج آزمون معنی‌داری مسیر

Structural Model--BootStrap					
نتیجه آزمون	عدد معنی‌دار آماره T	خطای استاندارد	میانگین زیر نمونه‌ها	بار عاملی	فرضیه‌ها
پذیرش	-۵/۸۳۴	۰/۰۸۱	-۰/۵۳۱	-۰/۴۷۷	خود شیفتگی بیش از حد و اخلاق
پذیرش	-۴/۶۲۹	۰/۰۹۰	-۰/۵۰۶	-۰/۴۱۹	اخلاق و تعارض
پذیرش	-۳/۴۵۵	۰/۱۰۱	-۰/۳۵۹	۰/۳۵۰	اخلاق و مسولیت
پذیرش	-۴/۶۰۱	۰/۱۰۸	-۰/۵۲۳	۰/۴۹۸	اخلاق و معنویت

جدول بالا نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها را در قالب ضرایب مسیر همراه سطح معنی‌داری و در ارتباط با فرضیه‌های تحقیق نشان می‌دهد. در این جدول مقادیر ضریب مسیر و معنی‌داری آنها، برای هر یک از فرضیه‌ها بررسی شده است. توسط مقادیر T معنی‌داری ضرایب مسیر بررسی می‌شود. برای بررسی معنی‌داری ضرایب، قدر مطلق مقدار آماره T را با ۱/۹۶ مقایسه کرده و چنانچه از ۱/۹۶ بزرگ‌تر باشد آنرا معنی‌دار فرض خواهیم کرد. همچنین ضریب مسیر و مقدار آماره T بر روی خطوط مدل ساختاری تحقیق نمایش داده شده‌اند.

از آنجا که قدر مطلق سطح معنی‌داری حاصل از آماره T بین مسؤلیت اجتماعی سازمان و اخلاق مدیران برابر ۳/۴۵ بوده و این مقدار بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد، بنابراین اثر مسؤلیت اجتماعی سازمان بر اخلاق مدیران تأیید می‌شود و میزان تأثیر آن ۰/۳۵ است. همچنین از آنجا که قدر مطلق سطح معنی‌داری بین معنویت و اخلاق مدیران برابر ۴/۶۰ بوده و این مقدار بزرگتر از ۱/۹۶ است، بنابراین اثر معنویت بر اخلاق مدیران اثبات می‌شود و میزان تأثیر آن ۰/۴۹ است. همچنین قدر

مطلق سطح معنی داری حاصل از آماره T بین خودشیفتگی و اخلاق مدیران برابر ۵/۸۳ بوده و این مقدار بزرگتر از ۱/۹۶ است، بنابراین اثر خودشیفتگی بر اخلاق مدیران مورد تأیید می‌شود. نکته مهم این است که میزان تأثیر آن ۰/۴۷- بوده که در جهت معکوس است. در نهایت اینکه با توجه به اینکه قدر مطلق سطح معنی داری حاصل از آماره T بین تعارض نقش و اخلاق مدیران برابر ۴/۶۲ بوده و این مقدار بزرگتر از نرمال است، بنابراین فرضیه چهارم نیز تأیید می‌شود. به عبارت بهتر تعارض نقش، اخلاق حرفه‌ای مدیران را به شکل معکوس تحت تأثیر قرار می‌دهد و میزان تأثیر آن ۰/۴۱- است که در جهت معکوس است.

آزمون فرضیه پنجم

فرضیه پنجم تحقیق عبارت است از اینکه: فرهنگ سازمانی رابطه بین مسئولیت اجتماعی، معنویت، خود شیفتگی و تعارض نقش با اخلاق حرفه‌ای مدیران را تعدیل می‌کند. برای آزمون این فرضیه از رگرسیون سلسله‌مراتبی استفاده شده است. جدول (۴) مرحله اول رگرسیون سلسله-مراتبی یعنی اثر فرهنگ سازمانی را بر کل مدل نشان می‌دهد و جدول (۵) اثر فرهنگ سازمانی را بر هر یک از مؤلفه‌های مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای نشان می‌دهد.

جدول ۴- نتایج رگرسیون و تحلیل واریانس مدل با و بدون ورود متغیر فرهنگ سازمانی

سطح معنی داری	آماره فیشر	میانگین مربعات	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۵	۱/۹۸۵	۰/۴۴۴	۲/۲۲۲	رگرسیون
		۰/۲۲۴	۱۲/۷۶۵	خطا
			۱۴/۹۸۸	کل
		۰/۱۱۳		R^2 بدون فرهنگ سازمانی
		۰/۱۴۸		R^2 با فرهنگ سازمانی

در جدول (۴) مشاهده می‌شود که ضریب تعیین مدل با ورود فرهنگ سازمانی از ۰/۱۱۳ به ۰/۱۴۸ افزایش یافته است. یعنی ورود متغیر فرهنگ سازمانی بر ارتباط بین مسئولیت اجتماعی،

معنویت، خود شیفتگی و تعارض نقش با اخلاق حرفه‌ای مدیران تأثیر می‌گذارد. در ادامه میزان تأثیر فرهنگ سازمانی بر رابطه بین هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته ارائه خواهد شد.

جدول ۵- ضرایب رگرسیون متغیرها با ورود متغیر فرهنگ سازمانی

سطح معناداری ضرایب	آماره T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
			خطای استاندارد	ضرایب	
۰/۰۰	۵/۵۶۵		۰/۵۷۵	۳/۱۹۹	(Constant)
۰/۰۳۴	-۲/۷۷۰	-۰/۲۸۲	۰/۱۱۴	۰/۲۰۲	مسئولیت اجتماعی
۰/۰۳۲	۱/۹۹۴	۰/۳۲۲	۰/۱۴۴	۰/۳۱۷	معنویت
۰/۰۳۲	۲/۲۱۳	۰/۰۳۳	۰/۱۱۹	۰/۰۲۵	خودشیفتگی
۰/۰۳۸	-۳/۵۰۴	۰/۲۰۹	۰/۱۱۹	-۰/۱۷۹	تعارض نقش
۰/۰۳۱	۱/۸۳۲	۰/۲۱۸	۰/۱۳۵	۰/۲۰۷	فرهنگ سازمانی

همان طور که سطح معنی‌داری محاسبه شده در جدول (۵) نشان داده شده است، فرهنگ سازمانی، رابطه بین مسئولیت اجتماعی، معنویت، خودشیفتگی و تعارض نقش با اخلاق مدیران را تحت تأثیر قرار می‌دهد. زیرا سطح معنی‌داری آنها کوچکتر از ۰.۰۵ است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت فرهنگ سازمانی به‌طور غیرمستقیم و با ضریب مسیر ۰/۲۸۲- بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اخلاق مدیران تأثیر می‌گذارد؛ یعنی اگر فرهنگ سازمانی یک واحد تغییر کند، بر میزان رابطه مسئولیت اجتماعی و اخلاق مدیران ۰/۲۸۲- تغییر ایجاد می‌شود. همچنین فرهنگ سازمانی به‌طور مستقیم و با ضریب مسیر ۰/۳۲۲ بر رابطه بین معنویت و اخلاق مدیران تأثیر می‌گذارد. از این رو اگر فرهنگ سازمانی یک واحد تغییر کند، بر میزان رابطه معنویت و اخلاق مدیران ۰/۳۲۲ تغییر ایجاد می‌شود. فرهنگ سازمانی به‌طور غیرمستقیم و با ضریب مسیر ۰/۰۳۳- بر رابطه بین خودشیفتگی و اخلاق مدیران تأثیر می‌گذارد؛ یعنی اگر فرهنگ

سازمانی یک واحد تغییر کند، بر میزان رابطه خودشیفتگی و اخلاق مدیران ۰/۰۳۳- تغییر ایجاد می شود. فرهنگ سازمانی به طور غیرمستقیم و با ضریب مسیر ۰/۲۰۹- بر رابطه بین تعارض نقش و اخلاق مدیران تأثیر می گذارد؛ یعنی اگر فرهنگ سازمانی یک واحد تغییر کند، بر میزان رابطه تعارض نقش و اخلاق مدیران ۰/۲۰۹- تغییر ایجاد می شود. همچنین فرهنگ سازمانی با ضریب مسیر ۰/۲۱۸ سهم معنی داری در پیش بینی اخلاق مدیران به خود اختصاص می دهد.

آزمون فرضیه ششم

فرضیه های متغیر ذی نفعان به طور کلی عبارت است از اینکه ذی نفعان رابطه بین مسئولیت اجتماعی، معنویت، خود شیفتگی و تعارض نقش با اخلاق حرفه ای مدیران را تعدیل می کند. در خصوص این فرضیه نیز مانند فرضیه پنجم عمل می شود و در دو مرحله آزمون فرض انجام می گیرد.

جدول ۶- ضریب تعیین مدل ذی نفعان با و بدون اثر ذی نفعان

مدل	مجموع مربعات	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری مدل
مرحله اول	۳/۷۵۴	۰/۷۵۱	۳/۸۱۰	۰/۰۰۵
	۱۱/۲۳۳	۰/۱۹۷		
	۱۴/۹۸۸			
R^2 بدون ذی نفعان			۰/۱۱۳	
R^2 با ذی نفعان			۰/۲۵۰	

در جدول (۶) مشاهده می شود که ضریب تعیین مدل با ورود ذی نفعان از ۰/۱۱۳ به ۰/۲۵ افزایش یافته است. یعنی ورود متغیر ذی نفعان بر ارتباط بین مسئولیت اجتماعی، معنویت، خود

شیفتگی و تعارض نقش با اخلاق حرفه‌ای مدیران تأثیر می‌گذارد. در ادامه میزان تأثیر ذی‌نفعان بر رابطه بین هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته ارائه خواهد شد.

جدول ۷- ضرایب رگرسیون متغیرها با ورود متغیر ذی‌نفعان

سطح معناداری ضرایب	آماره T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
			خطای استاندارد	ضرایب	
			خطای استاندارد ضرایب		
۰/۰۰۰	۵/۶۲۴		۰/۵۲۴	۲/۹۴۷	(Constant)
۰/۰۱۹	-۲/۵۸۴	-۰/۲۲۵	۰/۱۰۲	-۰/۱۶۱	مسئولیت اجتماعی
۰/۱۰۹	۱/۶۲۶	۰/۲۳۰	۰/۱۳۹	۰/۲۲۶	معنویت
۰/۳۷۳	-۰/۸۹۹	-۰/۱۳۳	۰/۱۱۵	-۰/۱۰۳	خودشیفتگی
۰/۰۱۷	-۲/۳۰۵	-۰/۱۷۱	۰/۱۱۲	-۰/۱۴۶	تعارض نقش
۰/۰۰۲	۳/۲۳۱	۰/۴۲۴	۰/۱۱۷	۰/۳۷۹	ذینفعان

همان‌طور که جدول (۷) نشان می‌دهد ذی‌نفعان می‌توانند اثر بین مسئولیت اجتماعی، معنویت، خودشیفتگی و تعارض نقش با اخلاق مدیران را تحت تأثیر قرار دهند. اما در همه موارد معنی‌دار نیست. در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ذی‌نفعان به‌طور غیرمستقیم و با ضریب مسیر $-۰/۲۲۵$ بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اخلاق مدیران تأثیر گذار است. به عبارتی بهتر می‌تواند به اندازه $۰/۲۲۵$ به شکل منفی این تأثیر را تقویت کند. همچنین ذی‌نفعان با ضریب مسیر $۰/۲۳۰$ بر رابطه بین معنویت و اخلاق حرفه‌ای مدیران تأثیر گذار است، اما این ضریب در ۹۰ درصد مواقع اتفاق می‌افتد. همچنین با ورود ارزش‌های ذی‌نفعان، تعارض نقش باعث کاهش اخلاق حرفه‌ای مدیران می‌شود. اثر خودشیفتگی بر اخلاق حرفه‌ای مدیران با ورود ارزش‌های ذی‌نفعان تغییر چندانی نمی‌کند. در نهایت ذی‌نفعان با ضریب مسیر $-۰/۱۷۱$ بر رابطه بین تعارض نقش و اخلاق مدیران تأثیر گذار است.

بحث و نتیجه گیری

این تحقیق تلاش کرد تا تأثیر سازه‌های مختلف از سطوح مختلف سازمانی را بر اخلاق حرفه‌ای مورد بررسی قرار دهد. دو متغیر مستقل یعنی مسئولیت اجتماعی شرکت و تعارض نقش، خاستگاه سازمانی دارند در حالی که معنویت و خودشیفتگی در قلمرو رفتارهای فردی به شمار می‌رود. همچنین بررسی اثر فرهنگ سازمانی به عنوان یک متغیر درون سازمانی و ذی‌نفعان به عنوان متغیر برون سازمانی بر اخلاق حرفه‌ای تنوع و جامعیت مدل مورد بررسی را نشان می‌دهد. یافته‌های این تحقیق نشان داد، مسئولیت اجتماعی شرکت اثر مستقیم بر اخلاق حرفه‌ای مدیران دارد. این یافته با نتایج تحقیقات کاسیوپ و همکاران و هویمن و رایان سازگاری دارد. آنها نیز در مطالعاتشان نشان دادند، انجام مسئولیت اجتماعی توسط شرکت باعث رعایت اخلاق توسط کارکنان و مدیران می‌شود (آلاکاو کلار و کاکار، ۲۰۱۲). برای توجیه این یافته می‌توان از نظریه حس‌گری مایکل حنان^۱ و جان فریمن^۲ نیز استفاده کرد. مطابق با نظریه آنها افراد در طول زمان و با توجه به شرایط به رفتارهای خود معنا می‌بخشند. اگر سازمان مسئولیت اجتماعی خود را فراموش کند مدیران یاد می‌گیرند که غیراخلاقی رفتار کنند و برای این رفتارهای غیر اخلاقی فلسفه‌های عمیقی نیز خواهند داشت. نتیجه آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد معنویت بر اخلاق حرفه‌ای اثر مستقیم دارد. این نتیجه نیز با یافته‌های سایر محققان همخوانی دارد؛ از جمله این محققان ریرا و لوزانو است. از نظر آنها معنویت با مدیریت ارتباط دارد، زیرا معنویت به عنوان یکی از ابعاد سازنده انسان تأثیر مثبتی بر اخلاق و شیوه‌های مدیریت می‌گذارد (ریرا و لوزانو، ۲۰۱۱). در همین راستا استیلمن و همکاران معتقدند: معنویت باعث می‌شود تا مدیر در تمام لحظات خدا را ناظر بر کارهای خود ببیند. ایجاد این احساس و درک در مدیر، تأثیر مثبتی در برخوردش با کارکنان و مشتری و خدمت فداکارانه به آنها می‌گذارد. شدت اثر معنویت با ضریب تأثیر ۰/۴۹ بیشتر از شدت اثر سایر متغیرها است. این امر می‌تواند ریشه در فرهنگ مذهبی جامعه مورد مطالعه داشته باشد و نیز رابطه بین اخلاق و معنویت را به یکدیگر پیوند می‌دهد. از دیگر یافته‌های این تحقیق این بود که خودشیفتگی بر میزان اخلاق حرفه‌ای مدیران اثر معکوس دارد. این یافته در سایر

1. Michael Hannan
2. John Freeman

جوامع و مطالعات نیز بر همین منوال است. نتایج تحقیقات سوسیک و همکاران با یافته‌های این تحقیق سازگار است. سوسیک معتقد است مدیران خودشیفته ممکن است با استعداد و پرکار باشند اما نیازشان به تحسین، آنها را از اصل کار دور می‌کند یا باعث می‌شود اطرافشان از افراد متملق پر شود که به نیاز آنها به تمجید پاسخ مثبت دهند، نه کسانی که صلاحیت دارند (سوسیک، چون و ژو، ۲۰۱۳). در جامعه ایران افراد علاقه زیادی به خود دارند به همین جهت خودخواهی، مبرا دانستن خود از گناه، غرور و... از ویژگی‌های تاریخی مردم ایران به‌شمار می‌رود. این ویژگی به مدیران اجازه می‌دهد تا جایی اخلاقی باشند که بر خودشیفتگی آنها و علاقه مدیران به خودشان صدمه وارد نکند. نکته قابل توجه این است که مطابق با تحقیقات خودشیفتگی مفرط باعث کاهش رفتارهای اخلاقی مدیران خواهد شد. تعارض نقش به عنوان سازه‌ای که قلمرو آن سطح کلان سازمان و ساختار است، بر اخلاق حرفه‌ای مدیران اثر معکوس داشت. تحقیقات بی‌شمار دیگر مانند والتین و همکاران و کودو و سپارنت نیز این یافته را تأیید می‌کنند. مطابق با نظریه کلارک وجود رکود اقتصادی، فضای غیر رقابتی و ناسالم، عدم پابندی به قوانین، فرهنگ غیررسمی و... باعث شده است تا فضای کسب و کار در ایران فضای بازدارنده باشد. این فضای بازدارنده موانع زیادی بر سر اخلاقی بودن مدیران ایجاد می‌کنند. این موانع تا جایی ادامه پیدا می‌کند که خواسته‌های بیرونی متفاوت و متعارضی از سازمان‌های خصوصی مطرح می‌شود (کادو و سوپارنات، ۲۰۱۳).

مهمترین یافته این تحقیق، اثبات نقش تعدیل‌گری فرهنگ سازمانی و در برخی موارد ارزش‌های ذی‌نفعان بر روابط بین متغیرهای مستقل (مسئولیت اجتماعی سازمان، تعارض نقش، معنویت و خودشیفتگی) و اخلاق حرفه‌ای مدیران است. این یافته‌ها نشان می‌دهد هم فرهنگ سازمانی و هم ذی‌نفعان به عنوان دو سازه مهم می‌توانند همزمان نقش مثبت و منفی نسبت به رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان ایفا کنند. آنچه مهم است این است که فرهنگ سازمانی سازه‌ای درون سازمانی است و می‌تواند از طریق تربیت افراد اخلاقی، طرد و عدم پذیرش رفتارهای غیرحرفه‌ای، نهادینه کردن اصول اخلاقی مدیریتی و... نیروی بالقوه‌ای برای رشد اخلاق حرفه‌ای مدیران باشد. این سازه قابل مدیریت و مهندسی است اما در درازای زمان امکان‌پذیر است. در سوی دیگر

1. Codo, Sylvie and Soparnot, Richard

ذی‌نفعان که متغیری برون‌سازمانی است و سازمان تأثیر زیادی بر آن ندارد، نیز نقشی مانند فرهنگ سازمانی ایفا می‌کند. طبیعی است ارزش‌های ذی‌نفعان ممکن است در کوتاه مدت قابل تغییر به سمت اصول اخلاقی نباشد، اما در مواجهه با ذی‌نفعان، مدیران باید تلاش کنند هماهنگی بین ارزش‌های ذی‌نفعان و سازمان وجود داشته باشد. اگر مدیران بتوانند سازمانی داشته باشند که فرهنگ سازمانی، موافق با اخلاق حرفه‌ای بوده و ارزش‌های بیرونی ذی‌نفعان نیز با فرهنگ سازمانی همراستا و همخوان باشد، می‌توان به گونه‌ای آرمانی رشد فزاینده اخلاق حرفه‌ای مدیران را در کشور انتظار داشت.

با توجه به مجموع نتایج بالا می‌توان پیشنهاد کرد که مدیران سازمان‌ها باید در ایفای نقش‌های اجتماعی و پذیرش مسئولیت‌های خود مشارکت بیشتری داشته و بدانند که ایفای نقش مسئولیت اجتماعی سازمان نه تنها بر اخلاق آنها، که بر عملکرد اقتصادی سازمان از طریق ارائه محصولات با قیمت و کیفیت مناسب نیز تأثیر مثبتی دارد؛ همچنین مدیران باید بپذیرند که معنویت، لازمه مدیریت صحیح است و باعث افزایش صداقت و اعتماد، افزایش تعهد سازمانی، افزایش خلاقیت و رفتار اخلاقی و در نهایت موفقیت سازمان می‌شود. تشویق مدیران و اعضای سازمان به داشتن روحیه انتقادپذیری و ایجاد فرهنگ انتقادپذیری در سازمان از طریق ایجاد فضایی که افراد از پذیرفتن شکست، هراسی نداشته و انتقاد را به منزله ابزار بهبود عملکرد در نظر بگیرند؛ پیشنهاد دیگر این پژوهش است، زیرا خودشیفتگی مخرب را کاهش می‌دهد. همچنین لازم است برای پرهیز از تعارض نقش، مدیران از انجام نقش‌های اضافی دوری کنند، به‌ویژه مدیرانی که می‌خواهند دیگران را تحت تأثیر اعمال و رفتار خود قرار دهند. دیگر اینکه مدیران باید بتوانند فرهنگ، ارزش‌ها و خواسته‌های ذی‌نفعان را به گونه‌ای مدیریت و مهندسی نمایند تا بتوانند بر فضای اخلاقی سازمان بیفزایند. همچنین با توجه به مجموع نتایج در مورد بررسی تأثیر متغیر علاقه‌به‌پول بر اخلاق مدیران و دروغ‌گویی به عنوان متغیر تعدیل‌گر و نیز بررسی نقش دولت به عنوان یکی از ذی‌نفعان بانفوذ بر رفتارهای اخلاقی مدیران، می‌تواند نتایج مفیدی ارائه کرده و به بسیاری از ابهام‌ها و پرسش‌ها در مورد وضعیت اخلاق حرفه‌ای مدیران در کشورمان پاسخ‌های درخور و شایسته دهد.

فهرست منابع

- آراسته، حمیدرضا و جاهد، حسینعلی (۱۳۹۰)، رعایت اخلاق در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی؛ گزینه‌ای برای بهبود رفتارها، **فصلنامه نشاء علم**، دوره ۱، شماره ۲ ص ۳.
- ایمانی پور، معصومه (۱۳۹۱)، اصول اخلاق حرفه‌ای در آموزش، **ج**، دوره ۵، شماره ۶، صص ۳۰-۴۲.
- بورقانی فراهانی، سهیلا (۱۳۹۱)، اخلاق حرفه‌ای، **اصلاح و تربیت**، دوره ۱۰، شماره ۱۲۶، صص ۱۲-۱۸.
- حمیدی زاده، محمدرضا و نکویی زاده، مریم (۱۳۸۸)، اخلاق حرفه‌ای و پیامدهای آن در کارکنان خدمات پس از فروش، **تهران، مدیریت فردها**، دوره ۸، شماره ۲۲، صص ۳-۱۴.
- رحیمی، حمید و آقابابایی، راضیه (۱۳۹۲)، رابطه فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای، **راهنمای آموزش در علوم پزشکی**، دوره ۶، شماره ۲، صص ۶۱-۶۷.
- صفایی مقدم، مسعود (۱۳۹۰)، مطالعه تحلیلی نهضت معنویت‌گرایی و ارائه رویکردی برای آموزش عالی معنویت‌گرا؛ رویکردی اخلاق‌بنیان، **تهران، فصلنامه راهبرد فرهنگ**، دوره ۳، شماره ۱۲، صص ۸۷-۱۱۰.
- قراملکی، احدفرامرز و نوچه فلاح، رستم (۱۳۸۶)، **موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها**، تهران، مؤسسه فرهنگی دین‌پژوهی بشرا.
- قلی‌پور، آرزو؛ خنیفر، حسین و فاخری کوزه‌کنان، سمیرا (۱۳۸۷)، اثرات خودشیفتگی مدیران بر آشفستگی سازمان‌ها، **تهران، فرهنگ مدیریت**، دوره ۶، شماره ۱۸، صص ۷۹-۹۳.
- کریمی، غلامرضا و حسنی آذر، الهام (۱۳۸۸)، اخلاق و تعهدات مدیر طبق نظریه ذی‌نفعان، **نشریه بانک و اقتصاد**، شماره ۹۸، صص ۵۴-۵۸.
- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۷)، اخلاق سازمانی؛ جوهره فرهنگ سازمانی کارآمد، **تهران، فرهنگ مدیریت**، دوره ۶، شماره ۱۷، صص ۶۳-۸۷.
- مولانا، ناصر (۱۳۸۷)، عوامل مؤثر در اخلاق حرفه‌ای مدیران، **نشریه مدیریت**، دوره ۱۹، شماره ۱۳۷، صص ۳۱-۳۴.
- Ackermann, Fran., & Eden, Colin. (2011). Strategic Management of Stakeholders: Theory and Practice. *Long Range Planning*, 44, 179-196.
- Alakavuklar, Ozan Nadir., & Çakar, Ulaş. (2012). The Role of Ethics on Conflict Handling Styles: A Scenario Based Study. *Turkish Journal of business ethics*, 5(10), 89-116.
- Beekun, Rafik., & Westerman, James. (2012). Spirituality and national culture as antecedents to ethical decision-making: a comparison between the United States and Norway. *Journal of Business Ethics*, 110, 33-44.
- Brien, Andrew. (1998). Professional Ethics and The Culture of Trust. *Journal of Business Ethics*, 17, 391-409.

- Campbell, John.Logan., & Gortiz, Anja. (2013).Culture Corrupts! A Qualitative Study of Organizational Culture in Corrupt Organizations. *Journal of business ethics*, 1-21.
- Carroll, Archie. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.*Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Codo, Sylvie ., & Soparnot, Richard. (2013). Role conflicts in perceived stress: managers do they need to be supported? *Department of Industrial Relations*, 68(3), 507-530.
- Courrent, Mike, & Gundolf, Katherine. (2009). Proximity and Micro-Enterprise Manager's Ethics: A French Empirical Study of responsible Business Attitudes. *Journal of Business Ethics*, 88, 749-762.
- Craig.Russel , &Amernic, Joel. (2011). Detecting linguistic traces of destructive narcissism at-a-distance in a CEO's letter to shareholders. *Journal of business ethics*, 101, 563-575.
- Giacalone, Robbert.A., &Jurkiewicz, Carole.L. (2003). Right from Wrong: The Influence of Spirituality on Perceptions of Unethical. *Journal of business ethics*, 46, 85-97.
- Grover, Steven., & Hui, Chun. (1994). The Influence of Role Conflict and Self-interest on Lying in Organizations. *Journal of business ethics*, 13, 295-303.
- Heath, Joseph. (2006). Business Ethics Without Stakeholders. *Business Ethics Quarterly*, 16(3), 533-557.
- Hoivik, Heidi.Weltzien. (2002). Professional Ethics a Managerial Opportunity in Emerging Organizations. *Journal of business ethics*, 39, 3-11.
- Huhtala, Mari., &Feldt, Taru., &Hyvonen, Katrina., &Mauno, Sajja. (2012). Ethical Organizational Culture as a Context for Manager's Personal Work Goals. *Journal of Business Ethics*, 114, 265-282.
- Jamali, Dima. (2008). A Stakeholder Approach to Corporate Social Responsibility: A Fresh Perspective into Theory and Practice. *Journal of business ethics*, 82, 213-231.
- Marcoux, Alexei. (2003). A Fiduciary Argument against Stakeholder Theory. *Business Ethics Quarterly*, 13(2), 1-24.
- Rashid, Md.Zabid.,& Ibrahim, Saidatu. (2008). The Effect of Culture and Religiosity on Business Ethics: A Cross-Cultural Comparison. *Journal of Business Ethics*, 82, 907-917.
- Ribera, Ramon., & Lozano, Joseph.M. (2011).The spirituality in management. *Spirituality and Ethics in Management*, 19, 189-201.
- Rizzo, John.R., & House, Robert.J., &Lirtzman, Schein. (1970). Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 15(2), 150-162.
- Sinclair, Adam. (1993). Approaches to Organisational Culture and Ethics. *Journal of Business Ethics*, 12, 63-73.
- Singhapakdi, Anusorn., &Salyachivin, Somboom., &Virakul, Busaya., &Veerayangkur, Vinich. (2000). Some important factors underlying ethical decision making of managers in thailan.*Journal of business ethics*, 27, 271-284.
- Sosik, John, & Chun, Jae.Uk., & Zhu, Weichun. (2013).Hang on to Your Ego: The Moderating Role of Leader Narcissism on Relationships Between Leader Charisma and Follower Psychological Empowerment and Moral Identity.*Journal of business ethics*, 1-16.
- Valentine, Sean., & Fleischman, Gary. (2008).Professional Ethical Standards, Corporate Social Responsibility, and the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 82, 657-666.
- Valentine, Sean., &Godkin, Lynn., &Varca, Philip.E. (2010).Role Conflict, Mindfulness, and Organizational Ethics in an Education-Based Healthcare Institution. *Journal of business ethics*, 94, 455-469.