

Examining the Component of Professional Ethics of Managers of National Iranian Oil Company Based on the Global Balance (World Class) Model

Sogol Ranvar¹ – Mohammad Ghahramani²
Abasalt Khorasani³ – ShahrokhGhasemi⁴

Abstract

This study with the aim of investigating the professional ethics component of managers of the national Iranian oil company based on the global ranking model. In terms of methodology, is applied research and based on the nature of the method, it is descriptive and in the category of survey research. The statistical population included 440 people, 242 people were selected based on Cochran's formula, and due to spread of corona, and 156 complete questionnaires were returned. The validity of the tool was confirmed with the supervision of 8 experts. Based in Cronbach's alpha, the reliability coefficient of questionnaire was estimated at 91%. The results of the analysis showed that social responsibility, creating peace in the work environment and strengthening and expanding the observance of ethical standards, have the highest mean and the items of attentions to the environment; conflict recognitions skills, conflict and adherence to tax laws, budgeting, Regulations and budget law had the lowest average.

Keywords:

Professional Ethics, Social Responsibility, Managers of National Iranian Oil Company

1. PhD student in Educational Management, Department of Management, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Associate professor, PhD, Educational Science and Psychology, ShahidBeheshti University, Tehran, Iran

3. Associate professor, PhD, Educational Science and Psychology, ShahidBeheshti University, Tehran, Iran

4. Phd, Governmental Management, Human Resource Management, Head of Human Planning of the National Iranian Oil Company



بررسی مؤلفه اخلاق حرفه‌ای مدیران شرکت نفت ملی ایران بر مبنای الگوی تراز جهانی

سوگل رانور^۱ - محمد قهرمانی^۲ - اباصلت خراسانی^۳ - شاهرخ قاسمی^۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی مؤلفه اخلاق حرفه‌ای مدیران شرکت نفت ملی ایران بر مبنای الگوی تراز جهانی از حیث روش‌شناسی، کاربردی و بر اساس ماهیت روش، توصیفی و در دسته تحقیق پیمایشی است. جامعه آماری ۴۴۰ نفر از مدیران شرکت ملی نفت بودند که بر اساس فرمول کوکران ۲۴۲ انتخاب شدند. به دلیل شیوع ویروس کرونا تعداد ۱۵۶ پرسشنامه کامل عودت و تحلیل شد. رویی ابزار پژوهش با نظر ۸ نفر از صاحب‌نظران حوزه نفت مورد تأیید قرار گرفت. بر اساس آزمون آلفای کرونباخ، ضریب پایایی پرسشنامه ۰/۹۱ برآورد شد. نتایج نشان داد که به ترتیب گویه‌های شیوه‌های عملیاتی عادلانه (مسئولیت اجتماعی)، صلح در محیط کار و تقویت و گسترش رعایت موازین اخلاقی دارای بیشترین میانگین و گویه‌های توجه به محیط‌زیست، مهارت شناخت تعارض و حل تعارض و پایبندی به قوانین مالیاتی، ضوابط بودجه‌بندی، قانون بودجه کمترین میانگین را به خود اختصاص دادند.

کلیدواژه‌ها: اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت اجتماعی، شرکت ملی نفت ایران

-
۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، تهران، ایران، s_ranvar@yahoo.com
 ۲. دانشیار، علوم تربیتی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. dr_ghahramani@yahoo.com
 ۳. دانشیار، علوم تربیتی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. drkhorasanitr@gmail.com
 ۴. دکتری مدیریت دولتی، رئیس طرح و برنامه‌ریزی نیروی انسانی شرکت ملی نفت ایران. ghassemi3@yahoo.com

مقدمه

امروزه در پرتو تحولات اجتماعی و پیدایش تئوری‌های نوین مدیریت، ارزش‌های نوین جهانی مطرح شده‌اند. لذا دیدگاه جهان‌شناختی و انسان‌شناختی مدیران تغییر یافته و جایگاه انسان نسبت به گذشته ارتقاء و اعتلا یافته است. لذا سازمان‌های مختلف به دنبال تربیت انسان‌هایی هستند که بتوانند در جامعه جهانی به‌دور از تعصب و کوتاه‌نگری‌ها زندگی کنند، معتقد به ارزش‌های متعالی باشند و به حقوق و آزادی دیگران احترام بگذارند. موفقیت در سازمان ناشی از ایجاد و به‌کارگیری مدیریت اخلاق در سازمان است. اخلاق سازمانی بر پایه اعتمادآفرینی است. ضعف در سیستم اخلاقیات و گرایش به سمت عدم اعتماد منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارات سازمانی می‌شود و مدیریت به سمت کنترل گذشته‌نگر سوق پیدا خواهد کرد. به این ترتیب انرژی سازمانی به منفی تبدیل می‌شود لذا معرفتی که می‌تواند به‌عنوان کاتالیزوری برای عقلانی کردن سازمان مبتنی بر نگرش انسان‌گرایانه عمل کند، اخلاق حرفه‌ای است. (اسگندری و نیازی قاضیانی، ۱۳۹۵)

یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌هاست تا با حس مسئولیت و تعهد کامل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، قادر است به میزان چشمگیری سازمان را در جهت کاهش تنش‌ها و موفقیت در تحقق اثربخش اهداف یاری نماید و سازمان را پاسخگو سازد. از طرفی امروزه گسترش نظام شهرنشینی و پیچیده شدن هر چه بیشتر روابط در قالب نقش‌های متعدد باعث شده است تا مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به یک موضوع جامعه‌شناختی مهم تبدیل شود. موضوعی که در حوزه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی قابل توجه و بررسی است. (طالبی و خوش‌بین، ۱۳۹۱) در کنار مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارتقا تعامل و ارتباط مؤثر با همکاران و کارکنان و رفتارهای شهروندی، تقویت و گسترش رعایت قوانین و مقررات و موازین اخلاقی از دیگر ارکان مهم اخلاق حرفه‌ای مدیران به شمار می‌آید. (اسگندری، ۱۳۹۴)

در دهه‌های گذشته روابط شرکت‌ها و سازمان‌ها با محیط اجتماعی و محیط‌زیست، دچار تغییرات اساسی شده است. جهانی‌سازی، خصوصی‌سازی، بازنگری مقررات و بازتعریف مرزهای بین جامعه و بازار، این انتظار را از شرکت‌های تجاری پدید

آورده است که در تأمین کالاهای عمومی، سهم کم کردن توسعه جامعه در سود، توجه به منابع محیط‌زیستی و نیز در نظر گرفتن مؤلفه‌های توسعه پایدار مشارکت داشته باشند. در همین حال، رابطه شرکت‌ها و جامعه، از حالت رابطه (کمک از بالا به پایین)، تغییر یافته و دچار بازنگری در نقش‌ها، حقوق و مسئولیت‌های کسب‌وکارها در جامعه شده است. (امیرقاسم خانی، کاظمی و ملاحسینی، ۱۳۹۵) این تغییرات، شرکت‌ها را متوجه این مسئله کرده است که تضمین موفقیت بلندمدتشان، نیازمند توجه بیشتر و افزایش نقششان در حل مسائل و مشکلات محیط‌زیستی و اجتماعی است. به همین سبب، شرکت‌های بزرگ و موفق، روزبه‌روز توجهشان را به بحث مسئولیت اجتماعی بیشتر کرده و اقدام‌هایی از قبیل متعهد شدن به استانداردها، سرمایه‌گذاری‌ها در جامعه، بهبود مستمر فعالیت‌ها، راضی نگه‌داشتن ذی‌نفعان و انتشار مرتب گزارش‌های عملکرد اجتماعی و محیط‌زیستی را در اولویت کارهای خود قرار می‌دهند. (حاجیانی، ۱۳۹۶)

در این میان سهم شرکت‌های نفتی و گازی در خصوص مسئولیت اجتماعی قابل توجه است. این موضوع از آن جهت حائز اهمیت است که اثرات منفی فعالیت‌های نفتی، آشکار و قابل لمس است و همواره از طرف افراد بومی و جامعه، اعتراض‌هایی به این موضوع صورت گرفته است. این مسئله با مروری بر اخبار عمومی نقاط مختلف دنیا، به راحتی قابل درک است. همچنین به نظر می‌رسد شرکت‌های نفتی، برای مدیریت روابطشان با جامعه بیشتر از سایر صنایع، تحت فشار باشند. عملیات تولید نفت می‌تواند اثرات نامطلوبی بر محیط‌زیست بگذارد؛ مانند نشت نفت از خطوط یا آلودگی هوا ناشی از فوران گاز در حین انتقال نفت. افزون بر این، نفت‌کش‌ها معمولاً هنگام تخلیه، مقداری نفت را وارد دریا می‌کنند. (شجاعیان، ۱۳۹۵)

پیش‌تر شرکت‌های نفتی و گازی صرفاً در مقابل کارکنان و سهامداران خود مسئول بودند و هدفشان این بود که بتوانند بهترین حفاری، بیشترین استحصال یا کشف میدان‌های نفتی و گازی را داشته باشند و به آثار و عواقب فعالیت‌های خود توجهی نشان نمی‌دادند. اما به تدریج با تشدید پیامدها و عوارض منفی فعالیت این شرکت‌ها بر جامعه محلی و محیط‌زیست، موضوع مسئولیت اجتماعی این شرکت‌ها اهمیت روزافزونی یافت. (حاجیانی، ۱۳۹۶)

در این میان شرکت‌های نفتی تراز اول جهانی سعی نمودند گام‌های مثبتی در جهت تأمین جنبه‌های چهارگانه مسئولیت اجتماعی شرکتی بردارند. این شرکت‌ها تعهدات به جامعه محلی را قبول نمودند و قرار شد گزارشی اجتماعی و اجرائی بر اساس

فعالیت‌ها و پیشرفت‌های شرکت ارائه دهند که این اقدامات در شرکت‌های آمریکایی، اروپایی و حتی شرکت‌هایی نظیر پتروبراس، شرکت نفتی کویت و هند نیز دیده می‌شود. بر همین اساس، ابتکاراتی برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بین‌المللی در قالب معاهدات بین‌المللی سازمان ملل و توافقات شفافیت صنایع استخراجی دولت بریتانیا صورت گرفت. (هاول ۱، ۲۰۱۴) با توجه به این‌که نفت و گاز به‌عنوان انرژی‌های تجدید ناپذیر مطرح هستند، شرکت‌های نفتی و گازی متعهد شدند بخشی از درآمدهای خود را اختصاص به توسعه و سرمایه‌گذاری در اجتماع محلی نمایند که در آنجا عملیات نفتی و گازی انجام می‌دهند، از جمله سرمایه‌گذاری در تولید انرژی‌های تجدید پذیر نظیر انرژی باد. همچنین موظف شدند با نهادهای بین‌المللی نظیر برنامه توسعه سازمان ملل و سازمان‌های غیردولتی همکاری نمایند. از جمله اقدامات عملی این شرکت‌ها ساخت مدرسه، بیمارستان‌ها، برنامه‌های اعتبارات خرد برای مردم محلی و حمایت از برنامه‌های اشتغال جوانان بود، این اقدامات مخصوصاً در کشورهای در حال توسعه صورت می‌گرفت تا به‌نوعی اقدامی در راستای توسعه مردم محلی باشد. (لیم ۲، ۲۰۱۲)

در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، استانداردهای متعددی ارائه شده که ابعاد متفاوتی را برای این مفهوم بیان کرده‌اند؛ این استانداردها در جدول زیر مقایسه شده‌اند:

جدول ۱. مقایسه محورهای مسئولیت اجتماعی در استانداردها (قربانی، فقیهی و

عزیزی، ۱۳۹۸)

BITC	UN Global Compact	GRI	ایزو ۲۶۰۰	محورها
*			*	تقویت و گسترش رعایت موازین اخلاقی
	*	*	*	رعایت حقوق بشر
*			*	ارتقا حس همدردی با همکاران و کارکنان
	*	*	*	حفظ و ارتقای محیط‌زیست
			*	شیوه‌های عملیاتی عادلانه
*			*	مسائل مربوط به مصرف‌کنندگان
*			*	مشارکت در توسعه جامعه
		*	*	توسعه اقتصادی
*	*	*	*	حفظ و ارتقای استانداردهای کار
*		*	*	رفتارهای شهروندی
	*	*	*	مبارزه با فساد

1. Howell
2. Lim

نفت و گاز بخشی است که عملکرد آن حساس و موضوعات قابل‌بحثی را در خود دارد، به‌ویژه چندین رسوایی شرکت‌های نفتی و گازی اثرات جدی بر اجتماع محلی و محیط‌زیست بر جای گذاشت؛ با این وجود مشارکت زیاد شرکت‌های نفتی و گازی در برخی از جنبه‌های مسئولیت‌های اجتماعی به‌سادگی قابل‌انکار نیست. عملکرد منفی برخی از شرکت‌های نفتی و گازی موجب شد موضوع مسئولیت اجتماعی در این شرکت‌ها جدی شود؛ برخی شرکت‌های نفتی و گازی نفت را در دریاها سرازیر کردند و این موجب اعتراضات گروه‌های جامعه مدنی و مردم بومی شد. نمونه بارز چنین عملکرد منفی، ریختن نفت در خلیج مکزیک در سال ۲۰۱۰ توسط شرکت بریتیش پترولیوم بود، همچنین بزرگ‌ترین فاجعه‌ای که به‌عنوان فاجعه سرریزی نفت در تاریخ آمریکا، نشت و سرریزی نفت در سه زمان توسط شرکت اگزون والدکس در سال ۱۹۸۹ در آلاسکا بود. اقدامات علیه این شرکت‌ها به‌صورت تظاهرات و اعتراضات مردمی در نیجریه و کلمبیا علیه نقض حقوق بشر علیه بریتیش پترولیوم و شل رخ داد. در گزارشی که رسانه‌ها از عملکرد شرکت‌های نفتی بریتیش پترولیوم و شل انعکاس دادند عمق فاجعه بیشتر مشخص شد و تبعات بلندمدت چنین عملکرد منفی این شرکت‌ها موجب شد که تصویر و برند این شرکت‌ها در اذهان و افکار عمومی تخریب شود. بر همین اساس بخش گاز و نفت بدین نتیجه رسید که مدیریت ارتباط با جامعه مسئله‌ای بسیار مشکل و حساس خواهد بود. (فرایناس^۱، ۲۰۱۶)

بر اساس آمار موجود ۹۲ درصد از شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی خود را جدی می‌گیرند از تصویر روشن و مثبت‌تری در افکار عمومی برخوردارند. شرکت‌های بین‌المللی فعال در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی بر اساس قراردادهایی که با دولت‌های مختلف برای اکتشاف، توسعه و بهره‌برداری از میادین نفت و گاز یا احداث واحدهای جدید امضا می‌کنند به‌ناچار و در راستای اقدام‌های اجرایی به حریم‌هایی وارد می‌شوند که تأثیرات گوناگونی بر محیط‌زیست و افراد بومی ساکن آن مناطق می‌گذارد. فعالیت‌هایی که می‌تواند محیط‌زیست، آثار تاریخی، اخلاق اجتماعی و نحوه زندگی مردم را دگرگون کرده، تأثیرهای مخربی به همراه داشته باشد. (خلیلی، ۱۳۹۷) لازم به ذکر است عملاً تا اوایل قرن گذشته، سودآوری شرکت‌ها فقط در قالب فعالیت‌های اقتصادی دیده شده و تأثیرهای ناشی از این اقدام‌ها و هزینه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی ناشی از آن مورد توجه قرار نمی‌گرفت؛ اما اکنون تلاش‌های بین‌المللی در خصوص افزایش تعهدپذیری شرکت‌ها در قبال فعالیت‌هایشان به میزان زیادی گسترش یافته است. (دشتی، ۱۳۹۵)

به‌طور کلی کشورهای پیشرفته و صنعتی مسئولیت بیشتری را در زمینه آموزش، توسعه زیربنایها، بهداشت و امنیت جامعه به عهده دارند. در این میان شرکتهای «رویال داچ شل» و «بریتیش پترولیوم» به‌عنوان پیشگامان عرصه CSR در دنیا شناخته می‌شوند. طبق گزارش سال ۲۰۰۵ نشریه «فورچون»، شرکتهای «بریتیش پترولیوم» و «رویال داچ شل» به‌عنوان دو شرکت نخست دنیا از نظر مسئولیت‌پذیری در قبال مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی معرفی شدند. شرکت نفتی «بریتیش پترولیوم» از نظر میزان مسئولیت‌پذیری در قبال مسائل اجتماعی و محیط‌زیستی در میان شرکتهای اقتصادی جهان در رتبه اول قرار گرفته است. طبق این گزارش، پس از بریتیش پترولیوم به ترتیب شرکت نفتی رویال داچ شل، شرکت خدماتی دافون، بانک اچ‌اس‌بی‌سی، کارفور، شرکت اتومبیل‌سازی فورد، شرکت الکترونیکی توکیو، الکترونیک فرانسه، شرکت اتومبیل‌سازی پژو و شرکت نفتی شون قرار دارند. (فضلی، ۱۳۹۵)

بنا بر آنچه گفته شد، حساسیت و اهمیت موضوع مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مصادیق اخلاق حرفه‌ای مدیران از یکسو و همچنین مصادیق ارتقا حس همدردی با همکاران و کارکنان و رفتارهای شهروندی، تقویت و گسترش رعایت موازین اخلاقی، پژوهش حاضر در نظر دارد وضعیت فعلی اخلاق حرفه‌ای مدیران شرکت نفت ایران را بر مبنای استانداردهای جهانی مورد مطالعه و بررسی قرار دهد. لذا در این راستا سه سؤال اساسی مطرح است:

۱. وضعیت فعلی مسئولیت اجتماعی مدیران شرکت نفت ایران چگونه است؟
۲. وضعیت فعلی تعامل و ارتباط مؤثر مدیران شرکت نفت ایران با همکاران و کارکنان شرکت چگونه است؟
۳. وضعیت فعلی تقویت و گسترش رعایت موازین اخلاقی مدیران شرکت نفت ایران چگونه است؟

روش‌شناسی

از آنجاکه هدف پژوهش حاضر بررسی وضعیت فعلی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در بین مدیران شرکت ملی نفت ایران بود و موضوع مذکور از حیث نظری و در میدان عمل، توأمان مورد بررسی و آزمون قرار گرفت، بنابراین، این پژوهش از حیث روش‌شناسی، پژوهش کاربردی (بر مبنای هدف پژوهش) و حال‌نگر (بر مبنای زمان) و بر اساس ماهیت روش، توصیفی و در دسته تحقیق پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر

تمامی مدیران شرکت ملی نفت ایران ۴۴۰ نفر بودند که بر اساس فرمول کوکران ۲۴۲ نفر است که به دلیل شیوع ویروس کرونا تعداد ۱۵۶ پرسشنامه سالم و کامل از سوی مدیران و کارشناسان ارشد ادارات آموزش و توسعه شرکت ملی نفت در شرکت‌های ذیل به‌عنوان نمونه آماری عودت داده شد. قلمرو مکانی پژوهش تمامی واحدهای آموزش شرکت ملی نفت ایران بود که از نظر جغرافیایی برخی از واحدهای سازمانی در شهر تهران و برخی در جنوب و یا شهرهای مرکزی ایران پراکنده شده‌اند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود. این پرسشنامه سه مؤلفه مسئولیت اجتماعی (۵ گویه)، تعامل و ارتباط مؤثر با کارکنان (۱۱ گویه) و نیز رعایت قوانین و مقررات و موازین اخلاقی (۳ گویه) مورد اندازه‌گیری قرار داد. روایی این ابزار زیر نظر ۸ نفر از مدیران و صاحب‌نظران حوزه نفت و گاز مورد تأیید قرار گرفت. در راستای تعیین پایایی ابزار پژوهش، تعداد ۲۵ پرسشنامه تکمیل شد که داده‌های آن با استفاده از آزمون آلفا کرونباخ بررسی شد. بر اساس آزمون مذکور، ضریب پایایی پرسشنامه ۰/۹۱۲ برآورد شد.

یافته‌های پژوهش

از مجموع ۱۵۶ مدیر شرکت کننده در پژوهش، ۷۳/۷ درصد در تهران، اصفهان و محمودآباد (ناحیه شمال ایران) و ۲۶/۳ درصد آن‌ها در اهواز و عسلویه (ناحیه جنوب ایران) خدمت می‌کردند. ۶۴/۷ درصد، در سمت‌های مرتبط با آموزش و ۳۵/۳ درصد در سمت‌های غیر مرتبط با آموزش مشغول به خدمت بودند. ۳۷/۸ درصد مدیران بین ۱۰ تا ۱۵ سال سابقه خدمت داشتند. همچنین بیشترین فراوانی مربوط به دارندگان مدرک کارشناسی ارشد با ۶۷/۳ درصد فراوانی بود که ۴۱ درصد، شرکت کنندگان در رشته‌های علوم انسانی گرایش مدیریت تحصیل کرده بودند. بیشترین افراد شرکت کننده در پژوهش ۷۲/۴ درصد، مشارکت کنندگانی بودند که کمتر از ۱۰ سال سابقه خدمت در پست‌های مدیریتی را داشتند. بر اساس فراوانی بدست آمده، بیشترین افراد شرکت کننده در پژوهش ۸۹/۱ درصد، تجربه همکاری با شرکت‌های تراز جهانی نفت را نداشتند.

سؤال اول پژوهش: وضعیت فعلی مسئولیت اجتماعی مدیران شرکت نفت ایران

چگونه است؟

در پاسخ به سؤال فوق به کمک آزمون تی تک نمونه میانگین مؤلفه‌های این بُعد از اخلاق حرفه‌ای مدیران مورد اندازه‌گیری قرار گرفت (جدول ۲).

جدول ۲. مقادیر آزمون تی تک نمونه برای مؤلفه مسئولیت اجتماعی مدیران شرکت

نفت ایران

مؤلفه	گویه	میانگین نظری	میانگین تجربی	انحراف معیار	مقدار T	سطح معنی داری
مسئولیت اجتماعی	آگاهی از انتظارات، جایگاه و وظایف شغلی در ارتباط با جامعه	۳	۳/۰۴	۰/۹۹۹	۳/۰۴	۰/۰۰۳
	توجه به محیط زیست	۳	۲/۱۷	۱/۰۴	۲/۰۷	۰/۰۴۰
	شیوه‌های عملیاتی عادلانه	۳	۳/۱۹	۱/۰۶	۲/۱۸	۰/۰۳۱
	مشارکت در توسعه جامعه	۳	۲/۸۹	۰/۸۵۲	-۱/۱۴	۰/۲۸
	توجه به رفتارهای شهروندی	۳	۲/۹۵	۰/۷۹۵	-۱/۳۶	۰/۳۵
مجموع		۱۵	۱۴/۲۴	۴/۷۳	-۲/۶۷	۰/۰۲۱

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌کنید گویه‌های مشارکت در توسعه جامعه و توجه به رفتارهای شهروندی (سطح معنی داری بیش از ۰/۰۵) دارای سطح پایین‌تری از حد متوسط ۳ قرار دارند. سایر گویه‌های این مؤلفه با سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵، معنی دار شده‌اند. همچنین بیشترین میانگین مربوط به شیوه‌های عملیاتی عادلانه و کمترین میانگین مربوط به گویه توجه به محیط زیست بود.

سؤال دوم پژوهش: وضعیت فعلی تعامل و ارتباط مؤثر مدیران شرکت نفت

ایران با همکاران و کارکنان شرکت چگونه است؟ در پاسخ به سؤال فوق به کمک آزمون تی تک نمونه میانگین مؤلفه‌های این بُعد از اخلاق حرفه‌ای مدیران مورد اندازه‌گیری قرار گرفت (جدول ۳).

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنید هیچ‌یک از گویه‌های مربوط به مؤلفه تعامل و ارتباط مؤثر در بین مدیران شرکت ملی نفت ایران معنی دار نشده‌اند. این نتایج بدان معناست که وضعیت فعلی این مؤلفه در حد متوسط ۳ قرار دارد. همچنین بیشترین میانگین مربوط به گویه ایجاد صلح در محیط کار با توجه به تنوع آرای فکری و کمترین میانگین مربوط به گویه مهارت شناخت تعارض و حل تعارض بود.

جدول ۳. مقادیر آزمون تی تک نمونه برای مؤلفه تعامل و ارتباط مؤثر مدیران شرکت نفت ملی ایران

مؤلفه	گویه	میانگین نظری	میانگین تجربی	انحراف معیار	مقدار T	سطح معنی‌داری
تعامل و ارتباط مؤثر	ایجاد انگیزه برای تبادل عقاید و تفکرات با دیگر مدیران و همکاران	۳	۲/۹۴	۰/۹۹۸	-۰/۷۲۲	۰/۴۷۲
	ایجاد و افزایش مهارت برای به اشتراک گذاشتن دانش و تجربیات در میان کارکنان و مدیران	۳	۲/۹۶	۰/۹۸۹	-۰/۵۶۸	۰/۵۷۱
	همکاری و اشتراک مساعی در روند فعالیت‌ها	۳	۳/۰۴	۰/۹۷۹	۰/۵۷۲	۰/۵۶۸
	مهارت شناخت تعارض و حل تعارض	۳	۲/۸۵	۰/۹۲۱	-۱/۹۹	۰/۰۴۷
	مهارت برقراری روابط حرفه‌ای قوی با کارکنان	۳	۳/۰۴	۱/۰۳	۰/۵۴۰	۰/۵۹۰
	ایجاد صلح در محیط کار با توجه به تنوع آراء و افکار	۳	۳/۱۲	۰/۹۹۰	۱/۴۵	۰/۱۴۸
	تمرکز بر واقعیات، شنونده خوب بودن و حفظ نگرش پردیید در سازمان	۳	۳/۰۳	۱/۰۰	۰/۳۹۸	۰/۶۹۱
	هدف‌گذاری برای ایجاد و حفظ تعامل اثربخش با کارکنان	۳	۲/۹۵	۱/۰۲	-۰/۶۲۳	۰/۵۳۴
	آموزش مهارت تغییر الگوی فکری و رفتار دیگران در تصمیم‌گیری‌ها و به‌کارگیری هنر متقاعدسازی دیگران	۳	۲/۹۱	۰/۹۷۳	-۱/۱۵	۰/۲۵۱
	مجموع	۳۳	۲۶/۸۴	۱/۰۶	-۱/۳۴	۰/۰۳۸

سؤال سوم پژوهش: وضعیت فعلی تقویت و گسترش رعایت قوانین و مقررات و موازین اخلاقی مدیران شرکت نفت ایران چگونه است؟
در پاسخ به سؤال فوق به کمک آزمون تی تک نمونه میانگین مؤلفه‌های این بُعد از اخلاق حرفه‌ای مدیران مورد اندازه‌گیری قرار گرفت (جدول ۴).

جدول ۴. مقادیر آزمون تی تک نمونه برای مؤلفه رعایت قوانین و مقررات و موازین اخلاقی مدیران شرکت نفت ملی ایران

مؤلفه	گویه	میانگین نظری	میانگین تجربی	انحراف معیار	مقدار T	سطح معنی داری
رعایت قوانین و مقررات و موازین اخلاقی	پایبندی به قوانین مالیاتی، ضوابط بودجه‌بندی، قانون بودجه	۳	۲/۸۹	۰/۸۰۸	-۱/۶۸	۰/۰۹۴
	پایبندی به ضوابط اجرایی بودجه، (مفاهیم حسابداری و گزارش‌های مالی، نقش هیئت‌مدیره در ارتباط با گزارش‌های مالی)	۳	۲/۹۹	۰/۴۶۱	-۱/۶۹	۰/۰۹۵
	تقویت و گسترش رعایت موازین اخلاقی (صداقت، عدالت، شفافیت در کارها)	۳	۳/۱۹	۱/۰۶	۲/۱۸	۰/۰۳۱
	مجموع	۹	۹/۰۷	۰/۹۴۲	۰/۰۸۹۵	۰/۰۸۵

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌کنید تنها گویه تقویت و گسترش رعایت موازین اخلاقی (صداقت، عدالت، شفافیت در کارها) معنی‌دار شده است. همچنین بیشترین میانگین مربوط به گویه تقویت و گسترش رعایت موازین اخلاقی و کمترین میانگین مربوط به پایبندی به قوانین مالیاتی، ضوابط بودجه‌بندی، قانون بودجه بود.

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر برخی صاحب‌نظران با پیش کشیدن نقش مدیران در توسعه، ضرورت حرفه‌ای کردن مدیریت برای نیل به توسعه را مطرح و در این حوزه بحث و تبیین می‌کنند که مدیریت حرفه‌ای به‌عنوان یک ضلع اساسی برای نیل به توسعه پایدار و انسانی در کنار توسعه اقتصادی و عدالت اجتماعی است و توسعه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جوامع و سازمان‌ها در بلندمدت به شایستگی‌های مدیران و رهبران شایسته بازمی‌گردد. چالش مدیریت چالش پیشتازی مدیران در رهبری دگرگونی‌ها و تغییرات است. امروزه تحولات صرفاً اقتصادی و فنی محض نیستند، بلکه دگرگونی در منابع انسانی، ابعاد اجتماعی، فلسفه فکری و کلیدی‌تر از همه دگرگونی در نگاه به جهان است. مدل‌ها و الگوهای نوین جهانی بیانگر این است که منبع قدرت سازمان‌ها در آینده، نیروی کار، دارایی و منابع فیزیکی و تکنولوژی نیست بلکه مدیران و رهبران شایسته

خواهند بود. در چنین عصری ارزش و ثروت ملت‌ها، دولت‌ها، سازمان‌ها مبتنی بر دانش، مهارت و شایستگی اعضاء آن‌ها خواهد بود. در این میان جوامع و سازمان‌هایی زمامدار امور خواهند بود که چنین نظام آموزشی را با رویکرد فراکنشی، به هنگام و با تفکری استراتژیک طراحی و مدیریت کرده باشند.

با توجه به این‌که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی مهم و مورد توجه سازمان‌ها، مدیران و جامعه است، کسب‌وکارهای امروز ناگزیر به احترام گذاشتن به معیارهای اخلاقی، حقوقی، بازرگانی، عمومی و زیست‌محیطی هستند. مسئولیت اجتماعی تشریح می‌کند که شرکت‌ها وظیفه دارند شهروندان خوبی باشند و با تأکید بر تعهدات زیست‌محیطی و اجتماعی بیان می‌دارد که شرکت‌ها و سازمان‌ها باید با تأمین نیازهای زمان حال بدون تعارض به توانایی نسل‌های آینده در تأمین نیازهایشان بکوشند. البته این امر در وهله اول متوجه مدیران عالی‌رتبه سازمان‌ها و شرکت‌ها است، چراکه تصمیم‌گیری‌های کلان در رأس سازمان شکل می‌گیرد و مسئولیت اصلی تمامی پیامدهای این تصمیمات بر عهده مدیران عالی سازمان است.

سازمان‌ها برای پیشگیری از اعمال قانون و جریمه‌های قانونی، باید خود را با الزام‌های قانونی داخلی و بین‌المللی از جمله الزام‌های برنامه توسعه محور منطبق کنند؛ همچنین کم‌توجهی به کارکنان، خانواده‌ها و جوامع پیرامون صنایع نفت و گاز از دیگر عوامل محرک است که می‌تواند به‌عنوان مانعی برای رقابت‌پذیری و تداوم کسب‌وکار شرکت‌ها و سازمان‌ها مطرح باشد، بنابراین می‌طلبد تا همه شرکت‌ها و سازمان‌های فعال اقتصادی و صنعتی به‌ویژه صنعت نفت و گاز نسبت به رعایت الزام‌ها و عوامل تهدیدکننده توجه ویژه داشته باشند.

نگاهی به وضع مسئولیت اجتماعی در دنیا نشان می‌دهد که جریان عمل به مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های نفتی بزرگ دنیا با اراده‌ای توأم با برنامه‌ریزی و راهبرد شرکت در قبال مطالبات ذی‌نفعان همراه بوده است و پاسخگویی ارادی و معقولانه به مطالبات ذی‌نفعان از سوی دست‌اندرکاران وجود دارد که سبب شکل‌گیری CSR آگاهانه و هدف‌دار همراه با توسعه کسب‌وکار شرکت‌ها، توسعه ملی و رفاه ذی‌نفعان همراه خواهد شد.

موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از مؤلفه‌های توسعه پایدار در جوامع امروزی به شمار می‌آید که طی آن به مناسبات شرکت‌ها در قبال ذی‌نفعان و جوامع توجه و بهینه‌سازی می‌شود.

نتایج پژوهش حاضر در خصوص مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی و تعامل مؤثر با کارکنان در اخلاق حرفه‌ای مدیران شرکت نفت ایران نشان داد که هر دو مؤلفه مذکور دارای اختلاف معنی‌داری با سطح مطلوب هستند و به بیانی دیگر فاصله وضع موجود با وضعیت مطلوب قابل توجه و بررسی است، به‌ویژه در خصوص گویه‌های توجه به محیط‌زیست در بحث مسئولیت اجتماعی و مهارت حل اختلاف و تعارض در بحث مؤلفه تعامل مؤثر با کارکنان، مدیران شرکت نفت ملی ایران دارای ضعف معنی‌داری هستند.

اخلاق حرفه‌ای مدیران شرکت نفت در قیاس با دیگر مدیران در سازمان‌های تراز جهانی، در دو بُعد مسئولیت اجتماعی و تعامل مؤثر با کارکنان دارای کاستی‌های قابل توجهی است و در این میان سهم آموزش درخور توجه است. زمانی می‌توان از توسعه اخلاق حرفه‌ای سخن گفت که شرایط ایجاد و ارتقا دانش و آگاهی مدیران از مسئولیت خطیر نقش‌هایشان در ارتباط با جامعه و دیگر کارکنان شرکت، فراهم شده باشد. نیاز آموزشی مدیران به اطلاعات و دانستنی‌های جدید، مقوله‌ای نیست که با انجام یک یا چند دوره آموزشی خاتمه یافته تلقی شود. بنابراین وجود یک سیستم مداوم آموزشی به‌منظور اعمال مدیریت صحیح و چندجانبه فارغ از مباحث فنی و مدیریت صرف، ضروری و اجتناب‌ناپذیر است.

عدم توجه جدی به توسعه در تمامی ابعاد در صنعت نفت باعث می‌شود توسعه مدیران در این صنعت به یک مشکل اساسی تبدیل شود، چراکه آموزش، تحقیق، پژوهش و توسعه مهم‌ترین کنشگر و بخش موتور محرکه صنعت نفت است و بدون فراگیری و آموزش امکان کسب قابلیت‌های فرا سازمانی وجود ندارد.

نتیجه‌گیری کلی از این پژوهش را می‌توان به این صورت بیان کرد که نوک پیکان توسعه اخلاق حرفه‌ای مدیران در شرکت ملی نفت ایران به بحث آموزش و یادگیری، دوره‌های آموزشی، برنامه‌ریزی آموزشی، توجه به مسیر شغلی و مبحث توسعه فردی (IDP) بازمی‌گردد و این امر بار مسئولیت حوزه آموزش و توسعه در جهت تلاش برای بهبود مهارت‌های اجتماعی و فردی مدیران با نگاهی کلان به شرکت‌های تراز جهانی است تا از تمامی فرصت‌ها برای آگاهی بخشی به مدیران استفاده کند، چراکه کلید اصلی تعامل در بازارهای رقابتی با شرکت‌های کلاس جهانی، استفاده از سازوکار آموزش است که نوعی سرمایه‌گذاری مفید و محسوب می‌شود.

توسعه و تحولات سازمان‌ها و نیز اثربخشی مدیریت به‌دوراز حمایت‌های آموزشی نیست و آموزش به‌عنوان وسیله تأمین و بازسازی ساختار این تجارب، وظیفه پر کردن

خلأ معلومات اجتماعی و مهارت‌های ارتباطی لازم برای اجرای صحیح مسئولیت‌ها را بر دوش دارد.

آنچه ابعاد مختلف اخلاق حرفه‌ای را توسعه و بهبود می‌بخشد آموزش و یادگیری مدیران است. در خصوص تفاوت معنی‌دار در بُعد گروهی با شرکت‌های تراز جهانی آنچه به ذهن محقق می‌رسد و با عنایت به نتایج و یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان عدم جاری‌سازی روش منتورینگ و کوچینگ، ناکارآمدی سیستم فعلی ارزیابی مدیران اشاره کرد که همه این موارد باعث می‌شود این مباحث نیازمند توجه جدی و مداوم آموزش باشد.

منابع

- اسگندری، کریم، (۱۳۹۴)، نقش هوش فرهنگی در مدیران جهانی، چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی، تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
- اسگندری، کریم؛ نیازی قاضیانی، فرزانه (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای مدیران بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان در شرکت پالایش نفت، همایش مسئولیت اجتماعی شرکت صنعت نفت و گاز.
- امیرقاسم خانی، سمیه؛ کاظمی، مهدی؛ ملاحسینی، علی (۱۳۹۵)، مسئولیت اجتماعی شرکت و نقش آن در کسب مزیت رقابتی، *دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه*، سال اول، شماره ۲، ۴۱-۲۱.
- حاجیانی، حسین (۱۳۹۶)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌های نفت و گاز، *مطالعات حقوق*، شماره ۱۱، ۴۷۲-۴۹۲.
- خلیلی، محسن (۱۳۹۷)، اقدام‌ها و ابتکارهای مدیران صنعت کشور برای ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، *پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها*، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۲۱، ۳۳-۳۸.
- دشتی، عبدالرسول (۱۳۹۵) «جایگاه مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های بزرگ نفتی»، همایش مسئولیت اجتماعی شرکت، مسئولیت اجتماعی صنعت نفت.
- شجاعیان، فائزه (۱۳۹۵)، «مسئولیت اجتماعی سازمان در صنعت نفت»، همایش مسئولیت اجتماعی شرکت، مسئولیت اجتماعی صنعت نفت.
- طالبی، ابوتراب؛ خوشبین، یوسف (۱۳۹۱)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۵۱، فصل زمستان، صص ۲۴-۲۰۶.
- فضلی، هوشنگ (۱۳۹۵) گذاری بر پیشینه اقدامات اجتماعی صنعت نفت ایران (کنکاشی در مسئولیت اجتماعی شرکتی صنعت نفت) همایش مسئولیت اجتماعی شرکت، مسئولیت اجتماعی صنعت نفت.

قربانی، محمدجواد؛ فقیهی، ابوالحسن؛ عزیزی، شهریار (۱۳۹۶)، تحلیل محتوای مسئولیت اجتماعی در مقاصد استراتژیک شرکت‌های صنعت نفت، گاز و پتروشیمی، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۳۲، ۲۳۹-۲۵۴.

Howell, R. (2014). The challenge of corporate social responsibility.[Online article].USA: The Wall Street Journal. [Ref. 11 October 2016].Available: <http://blogs.wsj.com/experts/2014/10/23/the-challenge-of-corporate-social-responsibility>

Frynas, J. G. (2016). Corporate Social Responsibility in the Oil and Gas Sector. [Online article]. Journal of World Energy Law & Business 2(3), 178-195.

Lim, A. (2012). The global expansion of corporate social responsibility: Emergence, Diffusion, and reception of global corporate governance frameworks. Doctoral Dissertation, Management Dept. University of Michigan.

