

مطالعه عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای بین کارکنان یگانهای اجرایی فرماندهی انتظامی شهر کرمانشاه

جواد منظمی تبار^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۴/۱۷

از صفحه ۷۵ تا ۹۴

چکیده

هدف این پژوهش الگوسازی رابطه سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای بین کارکنان یگانهای اجرایی (صف) فرماندهی انتظامی شهر کرمانشاه است. روش پژوهش توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری تمام کارکنان شهر کرمانشاه است که از بین آنها با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۱ نفر به عنوان حجم نمونه به روش طبقه‌ای متناسب انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از سه پرسشنامه (سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای) استفاده شد که روایی و پایایی این پرسشنامه‌ها در تحقیقات برخی محققان و صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفته است. داده‌های تحقیق با استفاده از روش تحلیل عاملی و روش رگرسیون تحلیل شد. تحلیل داده‌ها نشان داد که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی ۷۳ درصد، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی ۹۲ درصد، بعد شناختی سرمایه اجتماعی ۹۳ درصد، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته ۹۴ درصد، سرمایه فرهنگی عینی ۹۶ درصد و سرمایه فرهنگی نهادی ۸۹ درصد از واریانس اخلاق حرفه‌ای را پیش‌بینی می‌کند. از مجموع شش متغیری که در الگو وارد شد، ۸۹ درصد تغییرات اخلاق حرفه‌ای در نمونه مورد بررسی پیش‌بینی شد.

واژگان کلیدی

اخلاق حرفه‌ای، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، کارکنان ناجا

۱. مقدمه

از دیدگاه جامعه‌شناسان یکی از مهمترین عوامل در موفقیت سازمانها، اخلاق است. نقش اخلاق حرفه‌ای در پیشبرد سازمانها بسیار تعیین کننده است تا جایی که یکی از معیارهای ارزیابی آنها به شمار می‌رود (جعفریانی، ۱۳۹۴، ص ۴۱). اخیراً بحث اخلاق در کار، توجه زیادی را به خود جلب کرده است. درک مفهوم اخلاق به طور کلی و در معنای خاص آن در کسب و کار، زیربنای ایجاد و حفظ نظام اخلاقی در جامعه و به دنبال آن در سازمانها است (صبوری، ۱۳۹۶، ص ۵۲). جامعه‌شناسان عقیده دارند اخلاق حرفه‌ای دربرگیرنده اصول، وظایف و استانداردهای رفتار فردی و سازمانی مورد انتظار از افراد حرفه‌ای در مشاغل گوناگون است. افراد شاغل در موقعیت‌های حرفه‌ای از مهارتها و دانش خود برای انجام کار و خدمت بهره می‌گیرند؛ این افراد قادر به عرضه خدمات با کیفیت بر اساس دانش خود هستند. چگونگی استفاده از این دانش و مهارت هنگام عرضه خدمات به جامعه، مسئله‌ای اخلاقی و موضوع اخلاق حرفه‌ای است (قراملکی، ۱۳۹۵، ص ۵۱). اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه ما در محیط کار به اخلاق حرفه‌ای کمتر توجه می‌شود. جامعه ما نیازمند است تا ویژگیهای اخلاق حرفه‌ای مانند دل‌بستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و... تعریف، و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود (ساجدی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۲۹). امروزه بسیاری از سازمانها به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیتها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن سازمان می‌انجامد؛ به همین دلیل، بسیاری از سازمانهای موفق برای تدوین راهبرد اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان فرهنگی مبتنی بر اخلاق رسوخ کند و از این رو، کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند.

جامعه‌شناسان می‌گویند اخلاق حرفه‌ای، اصول و استانداردهایی است که برخورد مناسب و عمل قابل قبول را در زمینه‌های مختلف شغل هدایت می‌کند و به عنوان راهنمای کارکنان مختلف مورد تأکید قرار می‌گیرد. بر اساس این تعریف، اخلاق حرفه‌ای ناشی از شغل فرد، و مسئولیت اخلاقی فرد در سازمان، تعیین‌کننده نوع رفتار اخلاقی او است (نصرآبادی، ۱۳۹۶، ص ۸۹). اخلاق حرفه‌ای در واقع نظام ساختاری و کاربردی است که تلاش می‌کند تضادهای احتمالی را شناسایی، و برای آن راهکارهای صحیحی ارائه کند. در تعریفی دیگر می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار می‌دهد و شیوه رایج اهل این رشته است (صفری، ۱۳۹۵، ص ۱۹). در بیشتر تعریفهایی که از اخلاق حرفه‌ای شده است، دو ویژگی دیده می‌شود: الف) وجود نگرش اصالت فرد و فردگرایی.

ب) محدود بودن مسئولیتها و الزامات اخلاقی فرد در شغل که به نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای، نوعی تحویلی‌نگری و کاهش دادن اخلاق حرفه‌ای است؛ زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب و کار، بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است (نادعلی، ۱۳۸۷، ص ۵۹). کارشناسان عقیده دارند رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمانها بویژه سازمان پلیس به صورت دستورالعمل و شیوه نامه میسر نیست و مدیران ناجا خصوصاً در کلانتریها باید با ایجاد جو و فرهنگ سازمانی مناسب به این امر دست یابند. در این بین نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بسیار برجسته است. مدیران ناجا می‌توانند با شناسایی، اعمال و ایجاد سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی و تمرکز بر این دو متغیر به افزایش رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای مبادرت ورزند. مفهوم سرمایه اجتماعی، پیچیده، چند وجهی و بین رشته‌ای است که توجه بسیاری از صاحب‌نظران را به خود جلب کرده است (جلالی، ۱۳۸۷، ص ۱۴). سرمایه اجتماعی را اغلب، شبکه‌ای از ارزشها و هنجارها به شمار می‌آورند. از زمان طرح این مفهوم تاکنون تحقیقات زیادی درباره آن صورت گرفته و تأثیر سرمایه اجتماعی در کاهش مسائل اجتماعی، افزایش سلامت روان، کاهش جرائم، افزایش پیوندهای اجتماعی، ایجاد شبکه‌های حمایتی برای اعضای خانواده، کاهش مصرف مواد مخدر، کاهش خشونت خانوادگی، افزایش فعالیت‌های بهداشتی، کاهش احتمال ترک تحصیل نوجوانان، کاهش میزان خودکشی، کاهش کودک آزاری و افزایش آسان‌سازی در جریان و پردازش اطلاعات بررسی و تأیید شده است (سپهرنیا و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۲۲).

یکی دیگر از سرمایه‌های جدید، مفهوم سرمایه فرهنگی است. سرمایه فرهنگی، توانایی و مهارتهایی است که هر فرد برای حفظ وضعیت موجود طبقاتی و کسب موقعیتهای جدید اجتماعی از آن بهره‌مند می‌شود (ابراهیمی، ۱۳۹۵، ص ۳۱). تولید این سرمایه در حوزه فردی مستلزم آموزش خانوادگی و یا آموزش هدفمند نظام آموزشی کشوری است. امروزه در رقابتهای راهبردی جهانی آنچه در موازنه‌های قدرتی و نابرابریهای سیاسی به عنوان عامل اثرگذار شناخته شده است، شامل سرمایه‌های اقتصادی، انسانی و اجتماعی نیست، بلکه مزایای رقابتی دنیا در عرصه توسعه پایدار در ممالک مختلف جهان در حوزه سرمایه‌های فرهنگی معین و مشخص است (فیلیپس، ۲۰۱۰، ص ۹۸). سرمایه فرهنگی، تعاریف و نظریه‌های مختلفی دارد که در این پژوهش از نظریه بوردیو استفاده شده است. از زمان ابداع این مفهوم تاکنون مطالعات بسیاری درباره نقش و اهمیت آن در زندگی اجتماعی انجام شده و اهمیت آن در مواردی مثل بردباری اجتماعی، نظم و امنیت اجتماعی، موفقیت تحصیلی، هویت اجتماعی، فعالیت‌های ورزشی، روابط دموکراتیک درون خانواده و... بررسی و تأیید شده است (سعادت و دیگران، ۱۳۹۲، ص ۱۹). این پژوهش به دنبال بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای در محیط کار کارکنان صف ناجا در شهر کرمانشاه است.

۲. سؤالات پژوهش

۱. آیا بین سرمایه اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان ناجا رابطه‌ای هست؟
۲. آیا بین سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان رابطه وجود دارد؟
۳. آیا بین عوامل سرمایه اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان ناجا رابطه‌ای هست؟
۴. آیا بین عوامل سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای کارکنان ناجا رابطه وجود دارد؟

۳. پیشینه پژوهش

اخلاق حرفه‌ای در سازمانهایی که به عرضه خدمات حرفه‌ای می‌پردازند از اهمیت قابل توجهی برخوردار است (احمدی، ۱۳۹۳، ص ۷). یکی از مشکلات اساسی سازمانها ترک خدمت کارکنان بویژه کارکنان متخصص و ارزشمند است. مدیران و محققان، کناره‌گیری از کار را پرهزینه، مشکل آفرین و بیشتر با پیامد تهدید کننده برای کارایی سازمان می‌دانند (مصباحی، ۱۳۹۳، ص ۲۳). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که جو اخلاقی و اصول حرفه‌ای کار در سازمان و میزان رعایت آنها بر رفتار کارکنان مؤثر است. سازمانها می‌توانند با ارائه آموزش، تهیه شیوه‌نامه‌ها و دستورالعملها به رعایت بیشتر اخلاق حرفه‌ای در محیط کاری کمک کنند. در وضعیت کنونی رعایت نکردن برخی معیارهای اخلاقی، همگام با تحولات مدرنیته شدن و گذر از الگوهای محکم و قوی اخلاق سنتی، نگرانیهای زیادی را در بخشهای دولتی، غیردولتی به وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در اثر کم‌رنگ شدن آموزه‌های دینی و اعتقادی، جذابیت‌های مادی، کارکردهای غیرضروری ساختارها، تسلط الگوهای منفعت طلبانه فردی، به کار نگرفتن سامانه‌های تنبیهی، امنیت شغلی و... مانع رشد اخلاق حرفه‌ای شده و تعهد، مسئولیت‌پذیری، انضباط و دقت را به حداقل رسانده است (یزدی، ۱۳۹۵، ص ۱۴).

نتایج پژوهش فرنچ و بال (۲۰۱۵) نشان داد توانمندی هنگامی به وجود می‌آید که قدرت، اطلاعات، دانش و پاداشها در سازمان توزیع شود و اگر یکی از این چهار عنصر صفر باشد، توانمندی نیز صفر خواهد بود (فرهنگی و اسکندری، ۱۳۹۵) هم‌چنین هاروی در پژوهش خود برای تعیین ویژگیهای رهبران عالی مصاحبه کرد. نتایج این پژوهش نشان داد که با نفوذترین رهبران عالی از یک ویژگی بارز برخوردارند و آن این است که در دیگران احساس توانمندی ایجاد می‌کنند (هاروی و براون، ۱۳۹۴، ص ۵۵). پژوهش دیگری که درباره مدیران کاروانهای حج تمتع کشور انجام شد، نشان داد که توانمندی این مدیران با ایجاد تغییر در باورها، ارزشها، نمادهای ظاهری و سپس تغییر در مهارتهای فنی، انسانی و ادراکی مدیران کاروانها فراهم خواهد بود

(ساجدی و امیدوار، ۱۳۹۶، ص ۴۴). یکی از مهمترین مطالعات در مورد تواناسازی توسط بانک جهانی است که تواناسازی را با سرمایه اجتماعی در ارتباط قرار می‌دهد. تحقیقات و تجربه‌های این سازمان نشان داده است که سرمایه اجتماعی برخلاف دیگر سرمایه‌ها به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملها و هنجارهای گروهی و اجتماعی است. از سوی دیگر افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمانها شود (وتن و وکیم، ۱۳۹۳، ص ۱۰۸).

۴. مبانی نظری پژوهش

یکی از الگوهای مفهومی که سرمایه اجتماعی را در سطوح مختلف سازمان مورد بحث قرار می‌دهد، الگوی اسپچول و دیشلر است. بر اساس این الگو سرمایه اجتماعی را می‌توان در دو سطح کلان و خرد مورد توجه قرار داد (اسچول و دیشلر، ۲۰۱۶، ص ۲۱۳). در سطح کلان، درباره جایگاه کلی سازمان در زمینه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و شبکه‌های ارتباطی بیرونی بحث، و در سطح خرد به دو نوع سرمایه اجتماعی در داخل سازمان پرداخته می‌شود. نوع اول سرمایه اجتماعی در سطح خرد، سرمایه اجتماعی شناختی نام دارد و در رابطه با پدیده‌هایی نظیر ارزشها، نگرشها، تعهدها، مشارکت، اعتماد سامانه اجتماعی سازمان است. نوع دوم نیز سرمایه اجتماعی ساختاری نامیده می‌شود که در رابطه با ساختارها و فرایندهای مدیریتی نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران در برابر عملکردشان، شفافیت در تصمیم‌گیری، میزان تصمیم‌گیری و اقدام بر اساس کار گروهی است؛ بنابراین عوامل سرمایه اجتماعی در سازمانها عبارت است از:

۱. اعتماد: اعتماد سازمانی، مفهومی است که در فرایند روابط اجتماعی بین افراد و سازمانهای اجتماع با همدیگر تبلور می‌یابد. اعتماد اجتماعی، نتیجه تعاملات اجتماعی موجود و گروهی انجمنها و فعالیتهای اجتماعی است بویژه اگر این اعتماد از حد فردی به سطح اجتماعی انتقال یابد سرمایه با ارزشی تلقی می‌شود. از نظر پاتنام اعتماد از عناصر ضروری تقویت همکاری و عنصری غیراختیاری و ناآگاهانه، و مستلزم پیش‌بینی رفتار بازیگر مستقل است. شما برای انجام دادن کاری فقط به این دلیل به او اعتماد می‌کنید که با توجه به شناختتان از خلق و خو و انتخابهای ممکن او، پیامد آن و توانایی او حدس می‌زنید که او انجام دادن این کار را بخواهد گزید (پاتنام، ۱۳۹۴، ص ۷۲).

۲. مشارکت: مشارکت اجتماعی مردم در اداره جامعه همواره با چالشها و فرصتهایی

رو به رو بوده است. فکر مشارکت اجتماعی، سابقه دیرینه‌ای دارد. مشارکت اجتماعی فکری کاملاً ایدئولوژیکی است که بازتاب اعتقادهای ناشی از نظریه‌های اجتماعی و سیاسی است (نیازی، ۱۳۹۵، ص ۶۱).

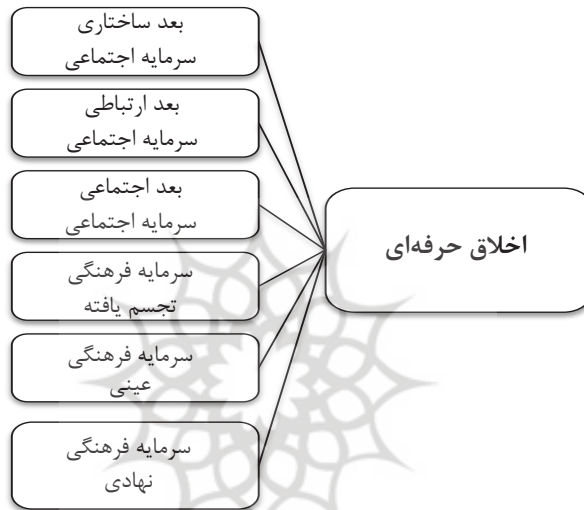
۳. *انسجام و همبستگی*: از دیدگاه جامعه‌شناختی، همبستگی پدیده‌ای است که بر اساس آن در سطح گروه یا جامعه، اعضا به یکدیگر وابسته و به گونه متقابل نیازمند یکدیگر هستند. این امر مستلزم طرد آگاهی و نفی اخلاقی مبتنی بر تقابل و مسئولیت نیست؛ بلکه دعوت به احراز و کسب این ارزشها و احساس الزام متقابل است (بیرو، ۱۳۹۵، ص ۷۹).

تالکوت پارسونز از متفکران برجسته نظریه‌ساختی - کارکردی، موضوع انسجام اجتماعی را در دو نظام شخصیت و نظام اجتماعی مورد بحث قرار داده است (صبور، ۱۳۹۶، ص ۲۶). پارسونز در تحلیل انسجام در سطح نظام اجتماعی به کنشهای اظهاری اشاره کرده و معتقد است: هرگاه در موقعیتهای اجتماعی کنشهای اظهاری "خود" به "دیگران" معطوف باشد به نوعی همکاری و انسجام می‌انجامد و هرگاه این انسجام نهادینه باشد، می‌توان آن را همبستگی نامید. سطح بالای انسجام زمانی است که کنشهای افراد اخلاقی و به جمع معطوف باشد. در این کنشها مسئولیت و وفاداری در برابر دیگران به حد اعلاى خود می‌رسد (فرهنگی، ۱۳۹۴، ص ۳۳).

۴. *آگاهی*: امروزه دانایی و اطلاعات بعنوان سرمایه‌ای عظیم در تحولات اجتماعی نقش آفرین شده است و روز به روز ابعاد گسترده‌ای را چه در سطح و چه در عمق، پیدا می‌کند تا جایی که یکی از عوامل مهم دستیابی جوامع به سرمایه اجتماعی، کسب آگاهی است (نصرآبادی، ۱۳۹۶). آگاهی اجتماعی شامل مجموعه‌ای از افکار، عقاید و حساسیت نسبت به زندگی و توجه به هر آن چیزی است که در وسیعترین معنا به امور عمومی، اعم از سیاسی و یا اجتماعی مربوط می‌شود (کینلاو، ۱۳۹۶، ص ۶۱).

در مجموع می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی، تأثیر اقتصادی حاصل از تسهیلاتی است که شبکه‌های اعتماد و عوامل فرهنگی در سامانه اجتماعی به وجود می‌آورند (رابینز، ۲۰۱۲، ص ۴۲۳). شبکه‌های اعتماد، علاوه بر کاهش هزینه‌های مدیریتی، موجب می‌شوند که زمان و سرمایه بیشتری به فعالیتهای اصلی اختصاص پیدا کند؛ علاوه بر آن موجب انتقال دانش اعضای گروه‌ها به یکدیگر می‌شود و جریان مناسبی را از یادگیری و دانش بین آنها فراهم می‌سازد و این امر نیز می‌تواند در کاهش هزینه‌های مدیریتی و توسعه اجتماعی و سازمانی بسیار مؤثر باشد (محمدی، ۱۳۹۴، ص ۷۵). سرانجام چنانکه یقین‌لو و همکاران می‌گویند هر جامعه از فرهنگ خاصی شکل گرفته است. در هر جامعه برخی اصول اخلاقی هست که این اصول از فرهنگی پیروی می‌کند.

بنابراین در بعضی جوامع مشاهده می‌شود که پایبندی به اصول اخلاقی بسیار شدیدتر از کشوری است که پایبندی به اصول اخلاقی ندارند. عامل دیگر این است که هر حرفه و شغل نیز از آداب و اصولی پیروی می‌کند. این اصول حاکم بر حرفه، زمانی که با فرهنگ جامعه ترکیب می‌شود، مورد تأکید آن جامعه قرار می‌گیرد. در نتیجه به آن حرفه برخی اصول اخلاقی اضافه می‌شود؛ مثل جامعه پزشکان یا وکلا که از اصول اخلاقی مشخصی پیروی می‌کنند. بنابراین اصول اخلاق حرفه‌ای، اصولی است که بر آن حرفه حاکم است و باید رعایت شود (یقین‌لو و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۷۷).



شکل (۱): الگوی مفهومی پژوهش

۴. روش شناسی پژوهش

روش پژوهش، توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق را تمام کارکنان صف اعم از افسران و درجه‌داران ناجا شهر کرمانشاه تشکیل می‌دهند که از بین آنها با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۱ نفر به عنوان حجم نمونه به روش طبقه‌ای متناسب انتخاب شدند که به دلیل جلوگیری از تورش احتمالی در نمونه و افزایش دقت تحقیق، ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شد، اما از این تعداد، ۳۶۱ پرسشنامه قابل استفاده بازگردانده شد. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات از سه پرسشنامه استفاده شد: الف) پرسشنامه مربوط به سرمایه اجتماعی؛ روایی این پرسشنامه در پژوهش برخی محققان و صاحب‌نظران تأیید شده است (ابراهیمی، ۱۳۹۵، ص ۸۶). در این پژوهش آلفای کرونباخ پرسشنامه در بعد ساختاری ۰/۸۴، بعد ارتباطی ۰/۷۹ و در بعد شناختی ۰/۸۵ به دست آمد. ب) پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو؛ این پرسشنامه ابعاد سرمایه فرهنگی تجسم

یافته، سرمایه فرهنگی عینی و سرمایه فرهنگی نهادی دارد. روایی این پرسشنامه در پژوهش برخی محققان و صاحب‌نظران تأیید شده است (ابراهیمی، ۱۳۹۵، ص ۸۸). در این پژوهش آلفای کرونباخ پرسشنامه در بعد سرمایه فرهنگی تجسم یافته ۰/۷۸، سرمایه فرهنگی عینی ۰/۷۵ و سرمایه فرهنگی نهادی ۰/۸۰ به دست آمد. (ج پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای: برای اندازه‌گیری اخلاق حرفه‌ای در محیط کار از پرسشنامه کریستین و همکاران استفاده شد (کریستین و دیگران، ۲۰۱۱، ص ۱۲۸). روایی و پایایی این پرسشنامه در پژوهش برخی محققان و صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفته است (یزدی، ۱۳۹۵، ص ۱۹). پایایی این پرسشنامه در این پژوهش ۰/۸۷ به دست آمد. برای تحلیل داده‌ها از روش رگرسیون و تحلیل عاملی استفاده شد.

۵. یافته‌ها

نمونه کارکنان مورد مطالعه ۳۶۱ نفر مرکب از ۳۵۴ نفر مرد و ۷ نفر زن با میانگین سنی ۳۲ سال بودند که ۷/۲ درصد آنان دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۱۸ درصد تحصیلات دیپلم، ۲۸ درصد کاردانی، ۴۴/۳ درصد تحصیلات کارشناسی و ۲/۵ درصد تحصیلات ارشد بودند. از لحاظ سنوات خدمتی ۵ درصد جمعیت مورد مطالعه کارکنان ناجا با سنوات خدمتی کمتر از پنج سال و ۸۳ درصد جمعیت با سنوات خدمت بیش از ده سال خدمت بودند. این درصدها نشان می‌دهد که کارکنان شهر کرمانشاه افرادی با تجربه هستند. به گونه‌ای که ۶۰ درصد کارکنان با سنوات بیش از پانزده سال خدمت هستند. از لحاظ فضای زیستی و سابقه سکونت ۴ درصد کارکنان در تهران، ۴۳ درصد در شهرستانها، ۱۷ درصد در مراکز استان، ۳۶ درصد در روستا و عشایر به سر برده‌اند. این نتایج حاکی است که ۶۴ درصد کارکنان بیشتر عمر خود را در شهرهای کشور به سر برده، و تنها ۳۶ درصد آنها در محیط روستا و عشایر زندگی کرده‌اند.

۶. الگوسازی

برای رسیدن به معادله رگرسیونی هر یک از متغیرها از روش رگرسیون گام به گام و برای رسیدن به معادله رگرسیونی کل متغیرها از روش رگرسیون همزمان استفاده شد. در جدول ذیل آماره‌های مربوط به رگرسیون گام به گام آمده است:

جدول (۱): آماره‌های رگرسیون گام به گام

| گام | متغیرهای پیش‌بینی | ضریب همبستگی چندگانه | مجدور ضریب همبستگی چندگانه | مجدور همبستگی چندگانه تعدیل شده | خطای استاندارد برآورد | ضریب F | معناداری |
|-----|----------------------------|----------------------|----------------------------|---------------------------------|-----------------------|--------|----------|
| ۱ | بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۰/۸۶ | ۰/۷۳ | ۰/۷۳ | ۰/۲۳ | ۷۶/۶۴ | ۰/۰۰۱ |
| ۲ | بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | ۰/۹۶ | ۰/۹۲ | ۰/۹۱ | ۰/۱۲ | ۶۳/۴۹ | ۰/۰۰۱ |
| ۳ | بعد شناختی سرمایه اجتماعی | ۰/۹۷ | ۰/۹۴ | ۰/۹۳ | ۰/۱۱ | ۶/۹۵ | ۰/۰۱۴ |
| ۴ | سرمایه فرهنگی تجسم یافته | ۰/۹۷ | ۰/۹۵ | ۰/۹۴ | ۰/۱۰ | ۵/۳۹ | ۰/۰۲۹ |
| ۵ | سرمایه فرهنگی عینی | ۰/۹۸ | ۰/۹۷ | ۰/۹۶ | ۰/۸ | ۱۵/۶۱ | ۰/۰۰۱ |
| ۶ | سرمایه فرهنگی نهادی | ۰/۹۵ | ۰/۹۰ | ۰/۸۹ | ۰/۱۰ | ۴۱/۲۲ | ۰/۰۰۱ |

چنانکه در جدول (۱) مشاهده می‌شود طی شش گام، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، بعد شناختی سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینی و سرمایه فرهنگی نهادی قادر به پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بوده است. ستون سوم جدول (۱) ضرایب تعدیل شده را بیان می‌کند. طبق اطلاعات جدول (۱) بعد ساختاری سرمایه اجتماعی ۷۳ درصد، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی ۹۲ درصد، بعد شناختی سرمایه اجتماعی ۹۳ درصد، سرمایه فرهنگی تجسم یافته ۹۴ درصد، سرمایه فرهنگی عینی ۹۶ درصد و سرمایه فرهنگی نهادی ۸۹ درصد از واریانس اخلاق حرفه‌ای را پیش‌بینی می‌کند. البته این ضرایب به ترتیب با ضرایب ماقبل خود همپوشانی دارد. در واقع مجموع شش متغیری که در الگو وارد شده است به میزان ۸۹ درصد میزان اخلاق حرفه‌ای را در نمونه مورد بررسی پیش‌بینی می‌کند که این عدد، بسیار زیاد است. در جدول ذیل خروجی آماری آزمون آنوا آورده شده که به معنی داری مقادیر مجدور همبستگی مربوط است.

جدول (۲): آماره‌های آزمون آنوا

| متغیر | مجموع مجدورات | درجه آزادی | میانگین مجدورات | مقدار آماره F | سطح معنی داری |
|----------------------------|---------------|------------|-----------------|---------------|---------------|
| بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۴/۰۶ | ۱ | ۴/۰۶ | ۷۶/۶۴ | ۰/۰۰۱ |
| بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | ۵/۰۸ | ۲ | ۲/۵۴ | ۱۵۸/۷۸ | ۰/۰۰۱ |
| بعد شناختی سرمایه اجتماعی | ۵/۱۷ | ۳ | ۱/۷۲ | ۱۳۲/۴۱ | ۰/۰۰۱ |
| سرمایه فرهنگی تجسم یافته | ۵/۲۳ | ۴ | ۱/۳۰ | ۱۱۸/۱۲ | ۰/۰۰۱ |
| سرمایه فرهنگی عینی | ۵/۳۴ | ۵ | ۱/۰۶ | ۱۵۵/۱۷ | ۰/۰۰۱ |
| سرمایه فرهنگی نهادی | ۶/۲۳ | ۶ | ۱/۳۰ | ۱۱۸/۱۲ | ۰/۰۰۱ |

با توجه به نتایج جدول تمام مجذورات همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. در جدول زیر بلوک بندی متغیرها به همراه ضرایب استاندارد و غیراستاندارد ارائه شده است.

جدول (۳): ضرایب استاندارد و غیراستاندارد

| بلوک | الگوی B | ضرایب غیراستاندارد | خطا | ضریب استاندارد | مقدار آماره تی | سطح معناداری |
|------|----------------------------|--------------------|-------|----------------|----------------|--------------|
| ۱ | بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۰/۶۱۲ | ۰/۰۷۰ | ۰/۸۶ | ۸/۷۵ | ۰/۰۰۱ |
| ۲ | بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۰/۳۱۴ | ۰/۰۵۴ | ۰/۴۴۲ | ۵/۸۶ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | ۰/۴۵۶ | ۰/۰۵۷ | ۰/۶۰۰ | ۷/۹۶ | ۰/۰۰۱ |
| ۳ | بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۰/۲۷۵ | ۰/۰۵۱ | ۰/۳۸۶ | ۵/۴۳ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | ۰/۳۹۵ | ۰/۰۵۷ | ۰/۵۱۹ | ۶/۹۷ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد شناختی سرمایه اجتماعی | ۰/۱۸۴ | ۰/۰۷۰ | ۰/۱۸ | ۲/۶۳ | ۰/۰۰۱ |
| ۴ | بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۰/۲۵۲ | ۰/۰۴۸ | ۰/۳۵۵ | ۵/۳۰ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | ۰/۳۵۸ | ۰/۰۵۴ | ۰/۴۷۲ | ۶/۵۷ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد شناختی سرمایه اجتماعی | ۰/۱۷۷ | ۰/۰۶۴ | ۰/۱۷۳ | ۲/۷۵ | ۰/۰۰۱ |
| | سرمایه فرهنگی تجسم یافته | ۰/۱۲۸ | ۰/۰۵۵ | ۰/۱۳۰ | ۲/۳۲ | ۰/۰۰۱ |
| ۵ | بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۰/۱۵۵ | ۰/۰۴۵ | ۰/۲۱۸ | ۳/۴۵ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | ۰/۲۸۳ | ۰/۰۴۷ | ۰/۳۷۳ | ۶/۰۳ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد شناختی سرمایه اجتماعی | ۰/۱۱۵ | ۰/۰۵۳ | ۰/۱۱۳ | ۲/۱۷ | ۰/۰۰۱ |
| | سرمایه فرهنگی تجسم یافته | ۰/۱۲۳ | ۰/۰۴۴ | ۰/۱۲۵ | ۲/۸۳ | ۰/۰۰۱ |
| | سرمایه فرهنگی عینی | ۰/۱۲۵ | ۰/۰۵۷ | ۰/۳۰۰ | ۳/۹۵ | ۰/۰۰۱ |
| ۶ | بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | ۰/۲۴۵ | ۰/۰۴۵ | ۰/۲۱۸ | ۳/۴۵ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | ۰/۱۸۳ | ۰/۰۴۷ | ۰/۳۷۳ | ۵/۰۳ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد شناختی سرمایه اجتماعی | ۰/۱۱۵ | ۰/۰۲۳ | ۰/۱۰۴ | ۱/۱۷ | ۰/۰۰۱ |
| | سرمایه فرهنگی تجسم یافته | ۰/۲۱۲۳ | ۰/۰۴۱ | ۰/۲۰۱ | ۲/۴۱ | ۰/۰۰۱ |
| | سرمایه فرهنگی عینی | ۰/۱۲۵ | ۰/۰۱۷ | ۰/۱۴۰ | ۲/۹۵ | ۰/۰۰۱ |
| | سرمایه فرهنگی نهادی | ۰/۱۲۳ | ۰/۰۴۴ | ۰/۱۲۵ | ۲/۸۳ | ۰/۰۰۱ |

مطابق جدول (۳) متغیرها در شش بلوک وارد تحلیل رگرسیون شده است. دومین ستون، ضرایب غیراستاندارد را نشان می‌دهد. این ضرایب از تحلیل رگرسیون روی نمره‌های خام به دست آمده است. برای ساختن معادله رگرسیون از نمره خام، که در واقع مهمترین کاربرد این روش آماری است، استفاده شده است. ضرایب بلوک شش در جدول (۳) وزن اختصاصی هر متغیر را با متغیر وابسته، که همان اخلاق حرفه‌ای است با تعدیل اثر متغیرهای ماقبل نشان می‌دهد. طبق جدول (۳)، معادلات تأثیر متغیرهای پژوهشی بر اخلاق حرفه‌ای از طریق فناوری اطلاعات بعد از زدودن اثر متغیر ماتقدم به حالت ذیل در می‌آید:

$$(X_1 * b_1) + a = Y + (X_2 * b_2) + (X_3 * b_3) + (X_4 * b_4) + (X_5 * b_5)$$

$$(X_4 + X_5 * b_5) + (X_6 * b_6) = ۰.۶۱۲ + ۰.۴۹۹/۵$$

$$(X_1 * ۰.۴۵۶/۰) + (X_2 + (X_3 * ۰.۱۸۴/۰)) + (X_4 * ۰.۱۲۸/۰) +$$

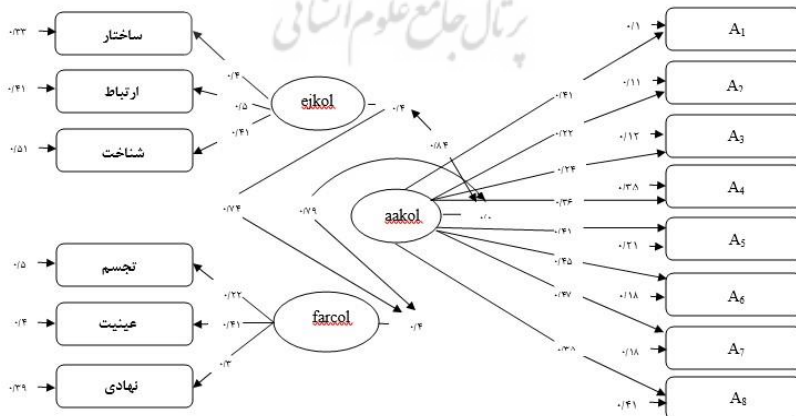
$$(X_5 * ۰.۲۲۵/۰) + (X_6 * ۰.۱۲۸/۰)$$

در این فرمول X_۱ معادل بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، X_۲ معادل بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، X_۳ معادل بعد شناختی سرمایه اجتماعی، X_۴ معادل سرمایه فرهنگی تجسم یافته، X_۵ معادل سرمایه فرهنگی عینی و X_۶ معادل سرمایه فرهنگی نهادی است. در واقع از نمره خام هر یک از مقیاسها، که در فرمول مربوط قرار داده شود، میزان اخلاق حرفه‌ای به دست می‌آید. برای بررسی روابط متغیر وابسته و مستقل پژوهش با میانجیگری متغیرهای انگیزه‌سازمانی و فرهنگ سازمانی از تحلیل عاملی استفاده شد که نتایج آن به صورت ذیل است:

جدول (۴): معادله‌های ورود متغیرها

| متغیر | معادله |
|----------------------------|---|
| بعد ساختاری سرمایه اجتماعی | $y = 0/663 + ([0/612] _1 \times X_1)$ |
| بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی | $y = 0/334 + ([0/456] _1 \times X_1)$ |
| بعد شناختی سرمایه اجتماعی | $y = 0/240 + ([0/184] _1 \times X_1)$ |
| سرمایه فرهنگی تجسم یافته | $y = 0/162 + ([0/128] _1 \times X_1)$ |
| سرمایه فرهنگی عینی | $y = 0/183 + ([0/225] _1 \times X_1)$ |
| سرمایه فرهنگی نهادی | $y = 0/334 + ([0/128] _1 \times X_1)$ |

۶. الگوی تحلیل عاملی تأییدی در حالت ضرایب معنی داری



در این پژوهش از شاخصهای خبی دو، نسبت خبی دو بر درجه آزادی، ریشه میانگین خطای برآورد، نیکویی برازش، برازندگی تعدیل یافته، برازندگی نرم شده و برازندگی نرم نشده استفاده شده است. در جدول (۵) این اطلاعات آورده شده است. این نگاره حالت معناداری ضرایب و عوامل و اندازه گیری متغیر را نشان می دهد. همان طور که مشاهده می شود تمامی ضرایب معنادار است؛ زیرا مقدار آزمون معناداری بزرگتر از ۱/۶۹ یا کوچکتر از ۱/۶۹- نشاندهنده معنادار بودن روابط است. بنابراین با توجه به نمودار نتایج تحلیل عاملی تأییدی می توان گفت که تمامی سؤالها به طرز معناداری متغیر را اندازه گیری می کند. در جدول (۵) شاخصهای برازش الگو آورده شده است.

جدول (۵): شاخصهای برازش الگوی تحلیل عاملی

| مقدار حد مجاز | شاخصهای برازش | نام شاخص |
|----------------|---------------|----------------------------------|
| کمتر از ۰/۰۸ | ۰/۰۷ | ریشه AESMR (میانگین خطای برآورد) |
| بالاتر از ۰/۹۰ | ۰/۹۴ | IFG (نیکویی برازش) |
| بالاتر از ۰/۹۰ | ۰/۹۳ | IFC (برازندگی تعدیل یافته) |
| بالاتر از ۰/۹۰ | ۰/۹۵ | IFN (برازندگی نرم شده) |
| بالاتر از ۰/۹۰ | ۰/۹۳ | IFNN (برازندگی نرم نشده) |

به طور کلی در کار با برنامه لیزرل هر یک از شاخصها به تنهایی دلیل برازندگی یا عدم برازندگی الگو نیست و این شاخصها را در کنار هم باید تفسیر کرد. مقادیر این شاخصها نشان می دهد که در مجموع الگوی تحلیل عاملی تأییدی در جهت تبیین و برازش داده ها از وضعیت مناسبی برخوردار است.

۷. بحث و نتیجه گیری

یکی از راهکارهای سالم سازی محیط سازمانی، ایجاد و تقویت اخلاق حرفه ای در آن است. اخلاق حرفه ای در سازمان، ارتباطات اثربخش را به وجود می آورد و موجب بهره وری سازمانی و رضایت شغلی در کارکنان و در نهایت موجب تعالی و پیشرفت سازمان می شود. یکی از مشکلات برخی از سازمانها این است که اخلاق هیچ گاه در حوزه حرفه و شغل مرتبط با آنها مطرح نبوده است در حالی که آموزه های دینی به اخلاق هم در حوزه فردی (شخصی) و

هم در حوزه حرفه‌ای توجه دارند. اخلاق حرفه‌ای بر فعالیتهای و نتایج سازمان تأثیر چشمگیری دارد و سرانجام، موفقیت سازمانی را به دنبال می‌آورد. فعالیتهای سازمانهای امروزی بویژه سازمانهایی همچون ناجا، که در ارتباط نزدیک، چهره به چهره و دائمی با مردم هستند، باید به نقش راهبردی اخلاق در محیط کاری برای بهبود عملکرد کارکنان توجه جدی کنند. این مطالعه با هدف بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بر گرایش کارکنان صف ناجا در شهر کرمانشاه به اخلاق حرفه‌ای انجام شده است. هدف پژوهش الگوسازی رابطه سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای بین کارکنان یگانهای اجرایی (صف) فرماندهی انتظامی شهر کرمانشاه است. از شش متغیر این پژوهش، بیشترین میزان تأثیرگذاری بر متغیر وابسته یعنی اخلاق حرفه‌ای کارکنان از طریق متغیر مستقل سرمایه فرهنگی عینی (۹۶ درصد) بوده است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی ۷۳ درصد، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی ۹۲ درصد، بعد شناختی سرمایه اجتماعی ۹۳ درصد، سرمایه فرهنگی تجسم یافته ۹۴ درصد، سرمایه فرهنگی عینی ۹۶ درصد و سرمایه فرهنگی نهادی ۸۹ درصد از واریانس اخلاق حرفه‌ای را پیش‌بینی می‌کند. مجموع شش متغیر مورد استفاده ۸۹ درصد میزان اخلاق حرفه‌ای را در نمونه مورد بررسی پیش‌بینی می‌کند که این عدد، زیاد است. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش برخی از محققان و صاحب‌نظران نظیر جعفریانی و یازرلو همسو است که به بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای در محیط سازمانی و شغلی پرداخته‌اند (جعفریانی و یازرلو، ۱۳۹۴، ۲۹).

طبق نظریه حسگری، کارکنان در طول زمان و با توجه به وضعیت به رفتارهای خود معنی می‌بخشند. اگر سازمان، مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی خوبی بین کارکنان خود داشته باشد، مدیران و کارکنان، موارد اخلاقی را بخوبی رعایت می‌کنند. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به الگوی ارتباطی اعضای گروه یا واحد اجتماعی اشاره دارد؛ یعنی اینکه شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید و این بعد شامل جنبه‌های روابط شبکه، ترتیبات شبکه و سازمان مناسب است. بعد شناختی سرمایه اجتماعی به منابعی اشاره دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سامانه‌های معانی مشترک میان گروه‌ها، و شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی است و مهمترین جنبه‌های آن عبارت است از زبان و شناسه مشترک، حکایات مشترک و فرهنگ مشترک. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که کارکنان با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملات خود برقرار می‌کنند و مهمترین جنبه‌های آن شامل اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظاراتها و هویت است که نتایج آن پژوهش با این نتیجه همسو است (ابراهیمی، ۱۳۹۵، ص ۱۳۶).

همچنین برخی از محققان و صاحب‌نظران دیگر نظیر پناهی و سربلند نیز در پژوهش خود به رابطه مثبت و معنی‌دار سرمایه اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در محیط کار اشاره می‌کنند که نتایج آن پژوهش با این نتیجه همسو است (پناهی و سربلند، ۱۳۹۴، ص ۱۲۶). از طرفی سرمایه فرهنگی بر اخلاق حرفه‌ای تأثیرگذار است. به سرمایه فرهنگی تجسم یافته، که شامل بعد حک شده فرهنگی در جسم، اندیشه، احساس و رفتار انسان است، سرمایه فرهنگی متجسد اطلاق می‌شود. سرمایه متجسد همان مهارتها و تواناییهای کارکنان صف ناجا است.

از نظر بوردیو، بیشتر خواص و کارکردهای سرمایه فرهنگی در همین بعد ریشه دارد. به سرمایه فرهنگی نهادینه شده شامل امتیازات یا سرمایه‌های حاکی از عناوین کمیاب، سرمایه فرهنگی نهادینه شده اطلاق می‌شود. یکی از مهمترین مصداقهای این نوع سرمایه فرهنگی، مدارک و مدارج تحصیلی است. سرمایه فرهنگی نهادینه شده میان توانمندیهای ذاتی و اکتسابی فرد تمایز ایجاد می‌کند. نتایج این یافته با نتایج تحقیق ابراهیمی همسو است که به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای پرداخته‌اند (ابراهیمی، ۱۳۹۵، ص ۱۱۹). بعد عینیت یافتگی شامل سرمایه‌هایی است که به صورت کالاهای فرهنگی در خارج از ذهن تحقق می‌یابد. سرمایه عینیت یافتگی در واقع تجلیات و آثار سرمایه متجسد است که در گونه‌های مستقل و منسجم ظاهر می‌شود. از زمان ابداع این مفهوم تاکنون مطالعات بسیاری درباره نقش و اهمیت آن در زندگی اجتماعی انجام، و اهمیت آن در مواردی مثل بردباری اجتماعی، موفقیت تحصیلی، نظم و امنیت اجتماعی، هویت اجتماعی، فعالیت‌های ورزشی، روابط دموکراتیک درون خانواده و... بررسی و تأیید شده است (سعادت‌ی و دیگران، ۱۳۹۲، ص ۱۸). نتایج بررسی این بخش با نتایج پژوهش برخی محققان و صاحب‌نظران نظیر زرگر و قاسم زاده همسو است (زرگر، ۱۳۹۴، قاسم‌زاده و مالکی، ۱۳۹۵). افزایش میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگی این امکان را برای کارکنان فراهم می‌کند که با دید و شیوه مثبتی در سازمان عمل کنند که در نتیجه آن می‌توان اخلاق حرفه‌ای را در سازمان ارتقا داد. نتایج پژوهش ما با نتیجه تحقیق ابراهیمی در یکرستا است (ابراهیمی، ۱۳۹۵).

۸. پیشنهادهای کاربردی

با توجه به رابطه مثبت و معنی‌دار بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای کارکنان صف ناجا، پیشنهاد می‌شود تقویت اخلاق حرفه‌ای به عنوان یکی از اولویتهای اساسی در جهت افزایش کارایی کارکنان صف از طریق پیشنهادهای ذیل مدنظر مدیران ناجا قرار گیرد:

- فعال کردن نظام پیشنهادها یکی از راه‌های مشارکت در مدیریت سازمان پلیس است؛ از این

طریق امکان جلب مشارکت تعداد بیشتری از کارکنان فراهم خواهد شد و یکی از عوامل اصلی استمرار این مشارکت می‌تواند تخصیص پاداش به پیشنهادهای باشد.

- با توجه به اینکه ارزیابی عملکرد و اخلاق کارکنان در جامعه مورد مطالعه از طریق فرمهای ن-پ دو در سطح خوبی است، پیشنهاد می‌شود نتایج ارزیابیها به شیوه‌ای صحیح و بموقع به کارکنان اعلام شود تا کارکنان به اصلاح نقاط ضعف خویش و هماهنگی بیشتر با سازمان بپردازند و در صورت نیاز به اصلاح تغییر اخلاق و رفتار، کارکنان الگوهای جدید رفتار را با تمایل هرچه بیشتر بپذیرند و به این ترتیب امکان بهره‌برداری از توان و قوه خلاق منابع انسانی فراهم شود.

- باتوجه به اینکه کار گروهی بین کارکنان مورد مطالعه در سطح خوبی است، اعلام و نصب کردن نتایج عملکردی گروهی بویژه افتخارات و موفقیت‌های آنها برای ارتقای شرایط کار ضرورتی اجتناب ناپذیر است؛ چرا که اگر فرماندهان ناجا، موفقیت‌های هر مجموعه را به خود یا گروهی خاص نسبت دهند، ناخودآگاه کارکنان از مشارکت در کارها دلسرد، و به افرادی منفعل تبدیل خواهند شد. در حالتی هم که عملکرد کار گروهی مطلوب نباشد، می‌توان با اعلام آن در جلسات، نشست‌ها و درخواست راهکار از کارکنان زیرمجموعه، آنها را به تفکر و یافتن نقاط ضعف و تبدیل آن به نقاط قوت و فرصت سوق داد.

- هر فردی در هر وضعیت و جایگاهی باشد در صورت انجام دادن کاری موفقیت‌آمیز ناخودآگاه و به صورت فطری نیازمند توجه و تشکر است؛ لذا تشویق متناسب با عملکرد موفق ضرورتی اجتناب ناپذیر است و فعال‌سازی نظام تشویق، کارکنان کارآمد و موفق را مستعدتر و فعالتر و کارکنان منفعل را تحریک به اجرای اقدامات مؤثر و مفید برای بهبود عملکرد سازمان خواهد کرد.

- برای اینکه کارکنان عملکرد مطلوبی داشته باشند و امکان شکوفا شدن توانمندیهای آنان فراهم شود یا به بیان دیگر توان و قوه خلاق کارکنان به هدر نرود، فرماندهان هر مجموعه باید انتظارات سازمانی خود را آشکارا برای آنها توضیح دهند. بدیهی است وقتی مدیر انتظارات سازمانی را توضیح دهد، کارکنان مسیر آینده کاری خود را با تعقل بیشتر تعیین خواهند کرد.

- یکی از مهمترین اولویتهای و نیازهای افسران و بویژه درجه داران در سازمان احترام است. احترام به افراد موجب می‌شود که احساس مطلوب بودن در آنها تقویت شود و ایجاد رابطه را آسان خواهد کرد و آسانی در ارتباطات نیز باعث می‌شود دستورها راحت‌تر اجرا شود. بدون احترام، کارکنان آسانترین دستورها را دشوار می‌بینند. مدیران می‌توانند حتی با کوچکترین و ساده‌ترین رفتار، از جمله احترام به وقت افراد، گوش دادن به سخنان آنان، شرکت در مراسم مربوط به کارکنان، توجه به مشکلات آنها و تلاش برای رفع این مشکلات به کارکنان خود احترام بگذارند؛ با حمایت از آنها، حس توانمندی را بیش از پیش تقویت کنند.

- با ترویج فرهنگ خود یادگیری از طریق فراهم کردن فرصت مطالعه و در اختیار گذاشتن کتابها و مجلات علمی و منابع معتبر می‌توان سطح مهارت‌های شغلی افسران و درجه داران را ارتقا، و توانمندی‌سازی آنان را افزایش داد.

- برای تقویت احساس اعتماد و ایجاد علاقه به سازمان باید اطلاعات حساس و مرتبط با عملکرد سازمان را با رعایت نکات حفاظتی در اختیار کارکنان گذاشت. اگر اطلاعات واقعی (چه خوب و چه بد) در اختیار آنها قرار گیرد با استفاده از آن شروع به تعیین اهداف چالش برانگیز می‌کنند؛ بتدریج با افزایش اعتقاد افراد بدرستی و اصالت اطلاعات تمایل آنها به استفاده از دانایی و تجربه چشمگیر خود در راه بهبود وضعیت در ناجا بیشتر خواهد شد.

- با توجه به ضرورت الگو بودن مدیر در سازمان، مدیران در جهت رشد اخلاق حرفه‌ای به ارزشهای اخلاقی و خودیابی توجه خاصی کنند و آن را شایسته و واضح در رفتار خود نمایان سازند.

- برای جذب نیرو در تمام مقاطع اعم از افسری و درجه داری، افرادی با سابقه اخلاقی نیکو که به رعایت اخلاقیات و قوانین تمایل بیشتری دارند، گزینش کنند و در دوره‌هایی که برای نهادینه کردن اخلاق در سازمان برگزار می‌شود از این گونه افراد استفاده شود که الگوی مناسبی از حیث اخلاقی به شمار می‌روند.

- منشور اخلاقی ناجا که مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی- ارزشی است برای هماهنگی میان مدیران و کارمندان سازمان تدوین شود.

فهرست منابع

- ابراهیمی، محمد. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و ایجاد مدیریت دانش، پایان نامه کارشناسی ارشد، نراق: دانشگاه آزاد اسلامی.

- احمدی، فریدون. (۱۳۹۳). ارزیابی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای سازمانهای خدماتی، اخلاق در علوم و فناوری، ۸ (۳)، ص ۱۰-۱.

- ریچارد، ال دفت. (۱۳۹۲). مبانی تئوری و طراحی سازمان، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- پاتنام، رابرت. (۱۳۹۴). دموکراسی و سنتهای مدنی، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: دفتر مطالعات سیاسی وزارت کشور.

- پناهی، امیر و سرلیند، کریم. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای، دومین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ اسلامی ایران.
- جعفریانی، حسن و یازارلو، علی. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای در مدیران صنعتی، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۴ (۱)، ص ۵۰-۲۵.
- جلالی، احمد. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و پرخاشگری. مجله دانش نظامی، ۳ (۴)، ص ۲۰-۱.
- حاجی احمدی، مجتبی. (۱۳۹۶). بررسی وضعیت فرسودگی شغلی در میان کارکنان بانک و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت آن، مدیریت بازرگانی، دوره ۳، ش ۷.
- زرگر، پرهام. (۱۳۹۴). رابطه فرهنگ سازمانی و اخلاق کار در اداره مرکزی وزارت امور اقتصادی و دارایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- ساجدی، فضل‌الله و امیدواری، اعظم. (۱۳۹۶). کارکنان توانمند و سازمانهای امروز، مجله تدبیر، ش ۱۸۱.
- سپهرنیا، رضا؛ دلاور، الهه و صالحی امیری، رضا. (۲۰۱۵). رابطه آموزش با ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران، روانشناسی آموزشی، ۱ (۳۸): ۲۸-۱.
- سعادت، موسی؛ عباس‌زاده، محمد و حاتمی، رقیه. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و پرخاشگری، مجله دانش نظامی، (۳): ۲۰-۱.
- صبوری، محسن. (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی سازمانها، تهران: نشر شب تاب.
- صفری، ثنا و سلاجقه، آریتا. (۱۳۹۴). رابطه اخلاق حرفه‌ای و عملکرد اساتید، اخلاق در علم و فناوری، ۳ (۳)، ص ۱۲-۲۴.
- فرهنگی، عباس و اسکندری، حمید رضا. (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر توانمندسازی کارکنان سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، سومین کنفرانس توسعه منابع انسانی، تهران.
- قاسم‌زاده، ابوالفضل؛ ملکی، شیوا و شریفی، لیلی. (۱۳۹۵). نقش واسطه‌ای اخلاق حرفه‌ای در رابطه با سرمایه فکری، یادگیری سازمانی و اشتراک دانش، مجله توسعه آموزش پزشکی، ۹ (۲۲)، ص ۸۶-۷۶.

- قراملکی، احد فرامرز. (۱۳۹۵). درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای، چ دوم، تهران: نشر سرآمد.
- کینلا، دنیس. (۱۳۹۶). توانمندسازی منابع انسانی، ترجمه مهدی ایران‌نژاد پاریزی و معصومعلی سلیمیان، تهران: نشر مدیران.
- محمدی، مجید. (۱۳۹۴). برنامه‌های توانمندسازی کارکنان، فصلنامه مطالعات مدیریت، ش ۳۵ و ۳۶، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مصباحی، مریم و عباس‌زاده، عباس. (۱۳۹۳). الگوی منظم اخلاق حرفه‌ای در آموزش عالی، مجله اخلاق فیزیولوژیکی، ۳ (۱۰)، ص ۳۳-۱۱.
- نادعلی، محمد. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و تحمل اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان: دانشکده علوم انسانی.
- نصری، رضا. (۱۳۹۶). بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر توانمندسازی کارکنان، (مطالعه موردی اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان ایلام)، دسترسی در سایت www.noormags.com
- نیازی، محسن. (۱۳۹۵). تبیین رابطه انسجام اجتماعی و مشارکت شهروندان شهر کاشان، فصلنامه امداد پژوهان، ۱۶.
- وتن، دای و کیم، ا.ک. (۱۳۹۳). تواناسازی و تفویض اختیار، ترجمه بدرالدین اورعی یزدانی، تهران: مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
- هاروی، داف و براون، دا. (۱۳۹۴). رویکرد تجربی به توسعه سازمان (مدیریت تحول)، ترجمه عباس محمد زاده، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- یزدی، مریم. (۱۳۹۵). رابطه اخلاق حرفه‌ای با سلامت روان و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی، (۲۸)، ص ۲۵-۱۲.
- یقین‌لو، مهرانگیز؛ جواهردشتی، فرانک و خلیلی عراقی، مریم. (۱۳۹۲). اصول اخلاق حرفه‌ای از تدوین تا عمل. ماهنامه تدبیر، ش ۱۳۶-۱۳۵، ۸۸-۸۰.
- Christian, M. S & Gatzka A. S. (2011). Work engagement a quantitate review and test of its relation with task and contextual performance. **Personal Psychology**, 64(1), pp 89-136.
- Elci, M. & Alpkhan, L. (2017). The impact of perceived organizational ethical climate on work satisfaction, **Journal of business ethics**. (84), pp 297-311.

- French, w, & Bell, J. H. (2015). **Organization Development Behavioral science intervention Empowerment**, Gth ED, (88).
- Phillips R, Shockley G. (2010). **Linking cultural capital conceptions to asset-based community development**. Mobilizing communities: asset building as a community development strategy, 92-111.
- Robbins, T.L.,Crino, M.D.,Fredendall, L.D. (2012), An integrative model of the empowerment process, **Human Resource management** Vol. 12 N.1. 419-443.
- Scholl, W. & Deshler, & Reinbeck, J. A. (2016). Introduction to business, **Ally & Bacon**, USA, 15(3), pp 213-245.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شروېشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي
پرتال جامع علوم انساني