

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۹۸، بهار ۱۴۰۰، ۲۵-۱

## اخلاق حرفه‌ای و عملکرد پایدار در صنعت مواد غذایی: پژوهشی با رویکرد آمیخته

محسن اکبری\* میلاذ هوشمند چایجانی\*\*

محمد حاتمی نژاد\*\*\*

پذیرش: ۹۸/۹/۹

دریافت: ۹۸/۶/۲۵

اخلاق حرفه‌ای / عملکرد پایدار / شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای / تحلیل کیفی و کمی

### چکیده

امروزه تغییرات مداوم محیطی و گسترده‌ی رقابت سبب شده است تا پایداری در این محیط پرتلاطم برای مدیران امری حیاتی باشد. تحقیقات نشان داده‌اند که موفقیت سازمان‌ها در این امر تنها محدود به عوامل ملموس نبوده، بلکه عوامل ناملموسی مانند؛ اخلاق حرفه‌ای تأثیرات قابل ملاحظه‌ای بر عملکرد پایدار بنگاه‌های تجاری دارند. در همین راستا پژوهش حاضر، در دو مطالعه کیفی و کمی (آمیخته-دوفازی زنجیره‌ای)، به بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد پایدار پرداخته است. بر این اساس ابتدا، با استفاده از طرح پژوهش تحلیل محتوا (بررسی مبانی نظری و نظر ۸ خبره حوزه مدیریت و اخلاق)، ابعاد و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA تبیین شده و سپس با توزیع پرسشنامه میان ۱۶۳ تن از مدیران و سرپرستان شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی مواد غذایی تهران، الگوی مفهومی پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart PLS 2 مورد برازش و آزمون قرار گرفت. بر این

\*. دانشیار مدیریت دانشگاه گیلان  
akbarimohsen@gmail.com

\*\* . دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری بازرگانی، دانشگاه تهران (پردیس فارابی)  
miladhooshmand@gmail.com

\*\*\* . دانش‌آموخته دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری بازرگانی، دانشگاه گیلان  
hatamii.mohammad4@gmail.com

■ محسن اکبری، نویسنده مسئول.

اساس ضمن دسته‌بندی شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای در دو بعد؛ فردی و سازمانی، مشخص گردید که تمامی فرضیه‌ها، مبنی بر تأثیر هر یک از ابعاد فردی و سازمانی اخلاق حرفه‌ای بر هر یک از ابعاد عملکرد پایدار (پایداری محیطی، پایداری اقتصادی و پایداری اجتماعی) در سطح معناداری ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفتند.

**طبقه‌بندی JEL: L21, L25, C83**

## مقدمه

ماهیت وجودی سازمان‌ها سبب گردیده تا آن‌ها همواره به سوی موفقیت حرکت نمایند. در این مسیر هرچند درباره مصداق و تعریف موفقیت ممکن است دیدگاه واحدی نداشته باشند، اما در موفقیت‌طلبی همسان هستند. در واقع موفقیت در زندگی شخصی، شغلی و حیات سازمان، آرمان مشترک و معنابخش است. امروزه شرکت‌ها به منظور دستیابی به موفقیت، با توجه به بی‌ثباتی و تلاطم عناصر محیطی و چالش رقابت دائمی میان شرکت‌ها، راهی جز قرار گرفتن در مسیر توسعه ندارند. رسیدن به این سطح از توسعه به واسطه دستیابی به عملکرد پایدار در کسب‌وکار امکان‌پذیر است.<sup>۱</sup> اهمیت ایجاد عملکرد پایدار سبب شده تا مطالعات مختلفی در این حوزه انجام شود؛ روسو و تنکاتی<sup>۲</sup> طی مطالعه خود در شرکت‌های کوچک و متوسط ایتالیایی به این نتیجه رسیدند که به اندازه کافی به موضوعات مرتبط با عملکرد پایدار خصوصاً در شرکت‌های کوچک و متوسط توجه نشده است. نتایج پژوهش ایشان نشان می‌دهند که شرکت‌های کوچک و متوسط درک واضحی از عملکرد پایدار خود نداشته و این امر مانع مهمی در برابر فرآیندهای آن‌ها محسوب می‌شود. بر این اساس بررسی مبانی نظری نیز، به وجود شکاف تحقیقاتی در زمینه مطالعه عملکرد پایدار در حوزه شرکت‌های کوچک و متوسط تأکید می‌نماید؛ اما در کنار این موضوع، شواهد علمی به صنعت مواد غذایی به‌عنوان یکی از ارزشمندترین بخش‌های اقتصادی کشورها، تأکید دارند.<sup>۳</sup> این بخش در اروپا ۱۵ میلیون شغل (۸/۳ درصد کل اشتغال) و ۴/۴ درصد GDP را شامل می‌شود. همچنین در یونان با ۲۵ درصد از GNP بزرگ‌تر از هر بخش دیگر اقتصادی عمل نموده است.<sup>۴</sup>

بر اساس همین ضرورت علمی و عملی در زمینه «عملکرد پایدار»، شرکت‌ها به‌منظور دستیابی و توسعه عملکرد پایدار خود به دنبال عوامل متعددی بوده و از مناظر مختلفی به موضوع نگاه می‌نمایند؛ از جمله این مناظر و رویکردها، «رویکرد منبع محور»<sup>۵</sup> است. مطابق با این دیدگاه، مجموعه‌ای از منابع ملموس و ناملموس می‌توانند در عملکرد پایدار شرکت‌ها تأثیرگذار باشند؛ اما اکثر تحقیقات برای دستیابی به عملکرد پایدار بر عوامل در چارچوب

1. Bourlakis & et. al, (2014)

2. Russo & Tencati, (2009)

3. Epelbaum & Martinez, (2014)

4. Notta & et. al, (2010)

5. Resource Based View

نگرش مادی و ملموس تأکید دارند، در حالی که امروزه شاهد آن هستیم که بسیاری از سازمان‌ها با حداقل امکانات مادی به بالاترین موفقیت‌ها دست یافته و از طرف دیگر سازمان‌هایی با بهترین توانایی‌های مادی رو به شکست گام نهاده‌اند. این موضوع به خوبی نقش مهم عوامل غیرمادی (معنوی و ناملموس) را در جهت دستیابی به موفقیت و بهبود عملکرد سازمانی نشان می‌دهد. 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. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های موفق به تدوین استراتژی بر مبنای اخلاق احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند<sup>۱</sup>. فلذا بررسی نقش اخلاق حرفه‌ای به عنوان یکی از منابع ناملموس سازمانی در توسعه و بهبود عملکرد پایدار سازمانی، ضمن ضرورت، کمبود مطالعاتی محسوسی نیز دارد.

اخلاقیات به عنوان مجموعه‌ای از اصول، اغلب به منشوری برای راهنمایی و هدایت تعریف می‌شوند که این مجموعه اصول، چارچوبی برای اقدام ارائه می‌کنند. اخلاق، از یک سو ارتباطی نزدیک و تنگاتنگی با ارزش‌ها دارد و از سوی دیگر به آن همچون ابزاری نگریسته می‌شود که ارزش‌ها را به عمل تبدیل کرده و بر این اساس نقشی مهم و تعیین‌کننده در رفتارها، تصمیم‌گیری‌ها و عملکرد دارد. سازمان‌ها در شناخت تعهدات اخلاقی خود در قبال محیط و نیز تشخیص و حل مسائل اخلاقی در کسب‌وکار، محتاج دانش تخصصی معینی هستند و این دانش همان «اخلاق حرفه‌ای» است که یکی از این عوامل مهم معنوی مؤثر در موفقیت سازمانی است<sup>۲</sup>. از آنجا که این موضوع بر عملکرد سازمانی تأثیرگذار است و با افزایش سطح اخلاق در سازمان می‌توان عملکرد بهتری خلق نمود، هدف پژوهش حاضر؛ مطرح نمودن «اخلاق حرفه‌ای» به عنوان یکی از ابعاد، عناصر و منابع ناملموس تأثیرگذار بر عملکرد پایدار سازمانی است. در این راستا و با توجه به موضوعات مطرح شده، سیستم‌های تولیدی برای دستیابی به مزیت رقابتی علاوه بر تمرکز بر اثربخشی و کارایی باید به بحث رعایت اخلاق نیز از ابعاد مختلف تولید توجه داشته باشند. ضمن اینکه با در نظر گرفتن سهم صنعت غذا در تولید ناخالص داخلی که ۹/۲ درصد و سهمی بیش از ۱۵ درصد که این

۱. ابلbaum و مارتینز، (۲۰۱۴)

۲. امیری و همکاران، (۱۳۹۰)

۳. حسینی و عباسی، (۱۳۹۱)

صنعت در ایجاد اشتغال دارد، لذا در تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که؛ «ابعاد و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای در کسب‌وکارهای فعال در ایران به چه شرحی است؟» و «این ابعاد در بستر مطالعه کمی، چه تأثیری بر عملکرد پایدار شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در حوزه تولیدی مواد غذایی دارند؟».

## ۱. مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهش

در این بخش از تحقیق به توضیح و تفسیر مبانی نظری متغیرهای کلیدی تحقیق حاضر پرداخته می‌شود.

### ۱-۱. پایداری و عملکرد پایدار

پایداری، توانایی یک سازمان برای تداوم قاطعانه فعالیت‌ها و اعمال اثرات آن بر سرمایه‌های محیطی، اجتماعی و انسانی در راستای مدیریت آن‌ها است.<sup>۱</sup> در تعریفی دیگر پایداری؛ توسعه‌ای است که علاوه بر اینکه نیاز نسل حاضر را برآورده ساخته نسل‌های آینده را نیز در تأمین نیازهای خود کمک کند.<sup>۲</sup> پس از مفهوم پایداری، مفهوم عملکرد پایدار مطرح شد که یک ابتکار مهم در شرکت‌های تولیدی محسوب می‌شود.<sup>۳</sup> اهمیت پایداری باعث شده است تا سازمان‌ها بر روی عملکرد پایدار خود تمرکز کنند؛ بنابراین، توجه بسیاری از دانشگاهیان و مدیران به عملکرد پایدار جلب شد.<sup>۴</sup> سازمانی که در راستای پایداری جهت‌دهی شده است، سازمانی است که در طول زمان از طریق مدیریت ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، عملکرد و فعالیت‌های خود را توسعه دهد. از سوی دیگر اهمیت پایداری راهی مناسب برای صنایع است تا به وسیله آن بتوانند به توسعه پایدار دست یابند.<sup>۵</sup> پایداری در سطح کلان به واسطه توسعه پایدار شکل می‌گیرد و توسعه پایدار به معنی توانایی شناسایی نیازها و توجه به آرزوهای حال و آینده بدون داشتن پیش‌فرض‌های ملاحظه‌گرانه برای ساختن آینده‌ای کامل‌تر است. از سوی دیگر توسعه پایدار با رشد اقتصادی و توسعه یک جامعه

1. Zhang et al., (2017)

2. Ibrahim & et.al, (2019)

۳. سینگ و همکاران، (۲۰۱۵)

4. Štreimikienė et al., (2009)

5. Ofori & et.al, (2000)

یا یک اقتصاد توسعه‌یافته، ورای توسعه اقتصادی سعی در تحصیل توسعه مستمر عملکرد شرکت‌ها دارد؛ بنابراین شرکت‌ها با پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز توسعه پایدار می‌تواند بیش از یک بعد از عملکرد پایدار مانند پایداری محیطی، پایداری اقتصادی و پایداری اجتماعی شرکت را بهبود بخشد<sup>۱</sup>. اقدامات پایدار شرکت‌ها شامل تخصیص اهمیت فزاینده به عوامل محیطی، اجتماعی و اقتصادی است بنابراین شرکت‌ها باید ارزش و اطلاعات بیشتری را برای ذینفعان به ارمغان آورده تا از این طریق به عملکرد پایدار منجر شود<sup>۲</sup>. از آنجایی که شرکت‌ها اساسی‌ترین و بنیادی‌ترین عناصر در سیستم اقتصادی هستند، حرکت به سمت پایداری و عملکرد پایدار در شرکت‌ها مقدمه‌ای برای دستیابی به توسعه پایدار در سطح اقتصاد است. در سطح سازمانی نیز، توسعه پایداری که منجر به ایجاد عملکرد پایدار در سازمان می‌شود، به دنبال همان شناسایی و برآورده کردن نیازها بوده با این تفاوت که نقطه تمرکز نیازهای کلیه ذی‌نفعان بالقوه و بالفعل شرکت است<sup>۳</sup>. از این رو می‌توان ارتباط و تعامل مثبت و مستقیمی را میان پایداری در عملکرد شرکت‌ها و توسعه پایدار در سطوح کلان ملاحظه نمود. در حوزه کسب‌وکار، این مفهوم شامل حفظ و گسترش رشد اقتصادی، ارزش سهام، اعتبار، شهرت شرکت، روابط مشتری و کیفیت محصولات، خدمات و حفظ و بهبود عملکرد است؛ که با سه معیار زیر ارزیابی می‌شود<sup>۴</sup>:

۱. پایداری محیطی.
۲. پایداری عملکرد اقتصادی.
۳. پایداری اجتماعی.

بیشتر تعاریف عملکرد پایدار به این عوامل سه‌گانه بستگی دارد زیرا سه بعد محیطی، اقتصادی و اجتماعی را در سطح شرکت توصیف می‌کند<sup>۵</sup>. مفهوم این عوامل سه‌گانه نشان می‌دهد که شیوه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت می‌تواند به عملکرد

---

1. Moldan & et.al, (2012)

2. Zubir & Habidin, (2012)

3. Chen & et. al, (2010)

4. Habidin & et. al, (2013)

۵. ژانگ و همکاران، (۲۰۱۷)

اقتصادی مثبت برسد<sup>۱</sup>. از سوی دیگر شرکت‌ها برای دستیابی به عملکرد پایدار در محیط صنعتی پرتلاطم و پویای عصر حاضر همواره باید توجه لازم را به محیط زیست داشته باشند تا بتوانند تأثیرات زیست محیطی را به بهترین نحو کاهش دهند که علاوه بر برطرف نمودن نگرانی‌های محیط زیستی مشتریان، هزینه‌ها را نیز به گونه‌ای مدیریت کنند که قیمت کالاها و خدمات تولیدی آن‌ها رقابت پذیر باشد<sup>۲</sup>. ابراهیم و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی نشان دادند که با ایجاد تعادل بین خطوط سه‌گانه<sup>۳</sup> زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی از طریق چارچوب پیشنهاد شده می‌توان به عملکرد پایدار دست یافت. هوپ و کانین<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) در تحقیقی نشان می‌دهند تجربیات اولیه تولید ناب که به وسیله پایداری محیطی به بهبود بهره‌وری منابع و بهره‌وری کمک می‌کنند به طور مثبت با روش‌های عملکرد محیطی ارتباط دارند. پایداری اقتصادی نیز معیاری برای ارزیابی این موضوع است که چگونه سود به دست می‌آید. از طرفی در طول دهه‌های اخیر شرکت‌ها، برای ارزیابی آینده عملکرد تجاری خود باید پایداری مسئولیت اجتماعی را بیش از پیش مدنظر قرار دهند. هاجینز و ساترلند<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی تأثیر پایداری مسئولیت اجتماعی را بر روی زنجیره تأمین ارزیابی کردند نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد برای ایجاد یک زنجیره تأمین مناسب شرکت باید به تأثیر مثبت تغییرات اجتماعی توجه داشته باشد.

## ۲-۱. اخلاق حرفه‌ای

اخلاق را می‌توان مجموعه‌ای از اصول، باورها و ارزش‌های حاکم بر رفتار فرد، با در نظر گرفتن آنچه صحیح یا غلط است، تعریف نمود<sup>۶</sup>. امروزه اخلاق حرفه‌ای به عنوان شاخه‌ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی آن می‌پردازد و درصدد ارائه شیوه‌ها و دستورالعمل‌هایی است که این تکالیف را برای افراد و گروه‌های حرفه‌ای تعیین نماید<sup>۷</sup>. اخلاق حرفه‌ای، به تبیین و تحلیل مسئولیت‌ها و تکالیف اخلاقی

1. Gimenez et al., (2012)

2. Zubir & et. al, (2012)

3. Triple bottom line

4. Hoppe & Coenen, (2011)

5. Hutchins & Sutherland, (2008)

۶. انصاری و همکاران، (۱۳۹۱)

۷. شفیع‌پور و همکاران، (۱۳۹۶)

کارکنان و سازمان‌ها در کسب‌وکار می‌پردازد که ناظر به اخلاق در محیط کار است. طبق تعریف، اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از بایدها و نبایدهاست که کارکنان یک سازمان در جهت تحقق کامل شرایط کیفی و کمی متعهد به رعایت آن هستند. بنا بر تعاریف فوق می‌توان گفت اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از آیین‌نامه‌ها و مقرراتی است که عمل اخلاقی را برای آن حرفه به صورت مشخص و خاص تعریف می‌کند و چارچوبی برای عمل و قضاوت اخلاقی یا غیراخلاقی هر حرفه محسوب می‌شود؛<sup>۲</sup> اما ساده‌ترین انگاره در تعریف اخلاق حرفه‌ای این است که آن را مسئولیت‌پذیری در زندگی شغلی بدانیم. برحسب اینکه در این مسئولیت‌پذیری، عضو مسئول دارای شخصیت حقیقی یا حقوقی باشد، اخلاق حرفه‌ای دو مرتبه پیدا می‌کند: مرتبه نخست مسئولیت اخلاقی فرد در زندگی شغلی است که از مسئولیت اخلاقی فرد در زندگی شخصی متمایز است.<sup>۳</sup>

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلندمدت خود را تضمین کند.<sup>۴</sup> از نتایج بهبود اخلاق حرفه‌ای در سازمان، تنظیم بهتر روابط در سازمان است که این به نوبه خود باعث افزایش جو تفاهم در سازمان و کاهش تعارضات بین افراد و گروه‌ها شده در نتیجه عملکرد را بهبود می‌بخشد.<sup>۵</sup> اهمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها تا آنجا نمود دارد که هیچ تصمیم و فعالیتی را در سازمان نمی‌توان سراغ داشت که با مسائل اخلاقی همراه نباشد و در اخذ هر تصمیم مدیریتی، انبوهی از مسائل اخلاقی را می‌توان رصد کرد.<sup>۶</sup> آشنایی با معیارهای اخلاقی و پایبندی به آن‌ها به تعالی اخلاقی و حرفه‌ای افراد شاغل در یک نهاد و به تبع آن، ارتقای جایگاه اجتماعی آن نهاد یا سازمان در جامعه و تأثیرگذاری آن بر افراد کمک می‌نماید.<sup>۷</sup> اصول اخلاق حرفه‌ای دارای بار و ارزش‌های والایی است که رعایت آن‌ها در رعایت هنجارهای اجتماعی نقش‌آفرین است و این امر، مستلزم

۱. رحمانی و رجب‌دری، (۱۳۹۵)

۲. خیاط مقدم و طباطبایی نسب، (۱۳۹۵)

۳. حسینی و عباسی، (۱۳۹۱)

۴. طالب‌نیا و همکاران، (۱۳۹۸)

۵. نخعی و سبحانی، (۱۳۹۸)

۶. انصاری و همکاران، (۱۳۹۱)

۷. امین بیدختی و مردانی، (۱۳۹۴)



شناخت اولیه و اساسی اصول مذکور است<sup>۱</sup>. حرفه‌های مختلف برحسب میزان حساسیت و وظیفه‌شان در خدمت به جامعه معیارهای اخلاقی متفاوتی دارند. معیارهای اخلاقی اصول مشترکی از ارزش‌ها را ارائه می‌کنند که اعضای سازمان را به هم پیوند می‌دهد<sup>۲</sup>. در واقع، معیارهای اخلاقی چارچوبی برای ارزش‌ها، اصول، مسئولیت‌ها و حقوق سازمان‌های دولتی و غیردولتی ارائه می‌دهد. در اکثر موارد معیارهای اخلاق اشاره به استانداردهای تعیین سطح مناسب و مطلوبیت دارد<sup>۳</sup>. اهمیت اخلاق حرفه‌ای سبب شده است تا محققین مختلفی در مسیر شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای گام نهند که از جمله آن‌ها می‌توان به تحقیقات زیر اشاره نمود:

علمی (۱۳۸۷) طی مطالعه خود مهم‌ترین شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای در عرصه بین‌الملل را به شرح؛ صداقت، انصاف، مسئولیت‌پذیری، حفظ اسرار تجاری (رازداری تجاری) و پایبندی به تعهدات بیان نموده است. امیری و همکاران (۱۳۹۰) بیان می‌نمایند که در اخلاق حرفه‌ای اسلامی، ملاک نهایی اخلاق همانا خواست خداوند - خیر مطلق - است؛ و مهم‌ترین شاخص‌ها در این چارچوب را؛ کرامت انسانی، آزادی فردی، عدالت اجتماعی در مفهوم عام قرار دادن هر امری در جایگاه شایسته آن و امانت ورزی در دو سطح امانت‌داری و بینش امانت‌نگری مطرح می‌نمایند. همچنین صلواتی و همکاران (۱۳۹۲) شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای را شامل؛ مسئولیت‌پذیری، تعهد، صداقت، عدالت، اعتماد، امانت‌داری و انصاف دانسته‌اند. ضمن اینکه خیاط مقدم و طباطبایی نسب (۱۳۹۵) طی بررسی خود برای شناسایی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت و پس از تحلیل داده‌ها ۳۷ مؤلفه به صورت؛ شاخص معنویت دارای ۳ مؤلفه، ۱۰ مؤلفه درون‌فردی، ۷ مؤلفه برون‌فردی، ۱۲ مؤلفه درون‌سازمانی و ۵ مؤلفه برون‌سازمانی شناسایی نمودند. همچنین یافته‌های آن‌ها نشان داد که رتبه‌بندی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت را می‌توان به ترتیب شامل؛ مسئولیت‌پذیری، توکل به خدا، صداقت، امانت‌داری، عدالت و غیره دانست. در نمونه مورد بررسی عامل معنویت در رتبه اول، عامل درون‌فردی و برون‌سازمانی در رتبه دوم و سوم، عامل درون‌سازمانی و برون‌فردی در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. زبانی شادباش و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی

۱. نخعی و سبحانی، (۱۳۹۸)

۲. انصاری و همکاران، (۱۳۹۱)

تحت عنوان نقش اخلاق حرفه‌ای در پیامدهای فردی و سازمانی بیان می‌کنند که توجه به اخلاق حرفه‌ای و ارتقای آن در بین کارکنان سازمان باعث تعلق شغلی و درگیر شدن آنان با شغلشان و نیز تلاش فزاینده آنان می‌شود.

### ۱-۳. اخلاق حرفه‌ای و عملکرد پایدار

اخلاق حرفه‌ای، به عنوان مجموعه‌ای از اصول، اغلب به عنوان منشوری برای راهنمایی و هدایت تعریف شده است. این مجموعه اصول، چارچوبی برای اقدام ارائه می‌کند. اخلاق حرفه‌ای مانند شمشیر دو لبه‌ای است که یک لبه آن تهدید و لبه دیگرش فرصت است<sup>۱</sup>. ضعف در توجه به اصول اخلاقی، به کاهش ارتباطات و افزایش خسارات در سازمان منجر می‌گردد و مدیریت را بیشتر بر کنترل گذشته‌نگر تکیه خواهد کرد؛ زیرا افراد اطلاعات را به مدیریت نمی‌رسانند. در این صورت، توان سازمان به جای آنکه صرف هدف شود صرف شایعه، غیبت و کم‌کاری خواهد شد<sup>۲</sup>. امروزه در علم مدیریت بحث روابط انسانی از مهم‌ترین مسائل به شمار می‌رود و تحقق اخلاق در سطوح فردی و سازمانی یکی از اصلی‌ترین آرمان‌های جامعه و نیازمند رویکرد راهبردی است<sup>۳</sup>. با چنین نگرشی، روابط سازمان با محیط، فرصت‌هایی بالقوه و حتمی برای سازمان خواهد بود که براساس اصول فراگیر اخلاقی، به مزیت رقابتی برای سازمان تبدیل می‌شود<sup>۴</sup>. اخلاق حرفه‌ای، تأثیر چشمگیری بر فعالیت‌ها و نتایج آن‌ها در سازمان دارد. اخلاق حرفه‌ای، بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباطات را بهبود می‌بخشد و درجه خطرپذیری را کاهش می‌دهد؛ زیرا هنگامی که اخلاق حرفه‌ای در سازمان حاکم است جریان اطلاعات به راحتی تسهیل می‌گردد و مدیر قبل از ایجاد حادثه، از آن مطلع می‌گردد<sup>۵</sup>. در واقع، امروزه در کنار مسائلی مانند کمبود سرمایه‌ی انسانی و رقابت جهانی، بحث اخلاق حرفه‌ای نیز به عنوان یکی از چالش‌های آتی برای برتری سازمان‌ها برشمرده شده است<sup>۶</sup>. از آنجا که پایداری سازمان، توانایی توسعه و عملکرد پایدار را در بلندمدت به همراه

۱. انصاری و همکاران، (۱۳۹۱)

۲. هارتوگ، (۲۰۰۷)

3. Roman & Ruiz, (2005)

۴. شفیق پور و همکاران، (۱۳۹۶)

۵. خیاط مقدم و طباطبایی نسب، (۱۳۹۵)

۶. حسینی و عباسخانی، (۱۳۹۷)

دارد، در نتیجه سطح خاصی از مزیت را برای سازمان‌ها فراهم می‌آورد تا شرکت‌ها به پایداری در بقا و توسعه دست یابند؛ و از آنجایی که دستیابی به موفقیت سازمانی با پایبندی به جو مبتنی بر اخلاق حرفه‌ای و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای توسط کارکنان و مدیران در سازمان امکان‌پذیر خواهد بود<sup>۲</sup>. در نتیجه لزوم بررسی تأثیر این منبع ناملموس سازمانی بر پایداری در عملکرد سازمان‌ها امری بدیه و حیاتی است.

موفقیت در سازمان‌های امروزی با مفهوم «پایداری» درآمیخته است، در واقع پایداری در عملکرد امروزه مسئله‌ای اساسی برای بسیاری از شرکت‌ها و صنایع محسوب می‌شود و هرچند این عامل با ماهیت متغیر و پویای محیط‌های رقابتی امروزی در تناقض به نظر می‌رسد، اما بیان این نکته ضروری است که لازمه پایداری؛ رشد، تحرک و پویایی مداوم است<sup>۳</sup>. بر این اساس، در سال‌های اخیر به مفهوم پایداری در عملکرد خصوصاً در حوزه‌های تولیدی به‌عنوان راه‌حلی اثربخش در رشد و توسعه صنعت توجه فراوانی شده است. پایداری زمانی شکل می‌گیرد که منبع یا قابلیت ارزشمند، کمیاب، با قابلیت تقلیدپذیری و جایگزینی سخت و ساختارمند موجبات مزیت رقابتی را فراهم نماید<sup>۴</sup>. مطابق با این رویکرد، منابع سطوح مختلفی دارند و می‌توان آن‌ها را به دودسته؛ ملموس و ناملموس تقسیم‌بندی نمود. برخی از این منابع مانند؛ منبع انسانی، علاوه بر ملموس بودن دارای ابعادی ناملموس نیز هستند. از این منظر، سازمان‌ها با پایبندی به مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای به‌عنوان یک منبع ناملموس می‌توانند به بهبود عملکرد پایدار خود در محیط رقابتی کمک کنند<sup>۵</sup>. اخلاق می‌تواند به پرورش یک فرهنگ کیفیت کمک کند؛ فرهنگی که در آن کارکنان تشویق می‌شوند راجع به بهبود فرایندهای کار فکر کنند و در نتیجه موجب بهبود عملکرد سازمان گردند<sup>۶</sup>. همچنین اهم دلایلی که موجب می‌شود سازمان‌ها بر اخلاق حرفه‌ای تأکید کنند عبارت‌اند از: نقش اخلاق به‌عنوان بخشی از استراتژی سازمان و مدیریت سازمان، تأثیر اخلاق روی عملکرد

۱. بورلاکس و همکاران، (۲۰۱۴)

۲. حسینی و عباسی، (۱۳۹۱)

۳. زوبیر و هابیدین، (۲۰۱۲)

4. Yuan & et. al, (2012)

5. Hartog, (2007)

۶. حسینی و عباسخانی، (۱۳۹۷)

سازمان، مسئولیت قانونی مدیران و سازمان‌ها برای رعایت اصول اخلاقی<sup>۱</sup>؛ بنابراین برای بهبود عملکرد سازمانی، لازم است اخلاق حرفه‌ای در کانون توجه قرار گیرد<sup>۲</sup>. این سطح از تأثیرگذاری اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد سازمانی را می‌توان در مطالعات نظری مختلفی نیز ملاحظه نمود. در این راستا، اخوان و یزدی مقدم (۱۳۹۲)، رعایت اخلاقیات توسط نیروهای انسانی را در ارتقای عملکرد سازمانی حائز اهمیت دانسته‌اند. همچنین رحمانی و رجب دری (۱۳۹۵) طی پیمایش انجام شده از ۱۰۴ مدیر صنعتی استان فارس به این نتیجه دست یافتند که؛ اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. حسنی و عباسخانی (۱۳۹۷) در پژوهشی نشان دادند که اخلاق حرفه‌ای و رهبری معنوی در توسعه و پایداری عملکرد سازمانی و ارتقای یادگیری سازمانی تأثیر دارد. در همین راستا، جین و دروزدنکو<sup>۳</sup> (۲۰۱۰)، با بررسی مدیران حوزه فناوری اطلاعات، سه مفهوم اخلاقیات، ارزش‌های کلیدی سازمان و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان را در ارتقای عملکرد و موفقیت سازمانی مؤثر دانسته‌اند. سونسون و وود<sup>۴</sup> در پژوهشی با هدف تهیه یک چارچوب مفهومی از سازمان و اخلاق کسب‌وکار، به ارائه چارچوبی پرداختند که یک پایه برای توسعه و پالایش ارتباط‌های اخلاقی در سازمان فراهم می‌آورد و می‌تواند باعث همکاری و اتحاد در ارتباط‌های اخلاقی شود. اجرای چارچوب ارائه‌شده، باعث اصلاح ساختارها و فرایندهای سازمان شده و موجب بهبود قابلیت‌ها و عملکرد سازمانی می‌شود. چون و همکاران<sup>۵</sup> با مورد بررسی قرار دادن ۳۸۲۱ نیروی کار از ۱۳۰ شرکت کره‌ای، ضمن قرار دادن بررسی اخلاق سازمانی در کنار توسعه حوزه منابع انسانی، آن را در بهبود و موفقیت شرکت در زمینه عملکرد مالی مؤثر دانستند. بدین ترتیب می‌توان بیان نمود که منبع انسانی در تعامل با اخلاق حرفه‌ای می‌تواند سازمان را در مسیر دستیابی به موفقیت و توسعه به سمت عملکرد پایدار سوق دهد.

## ۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به منظور ارائه نگاهی جامع به مسئله تحقیق، در دو مطالعه با استفاده از روش

1. Wark & Krebs, (1997)

۲. رحمانی و رجب دری، (۱۳۹۵)

3. Jin & Drozdenko, (2010)

4. Svensson & Wood, (2011)

5. Chun & et. al, (2013)

تحقیق آمیخته (دو نگاه کیفی و کمی) پیاده‌سازی شده است. رویکرد ترکیب داده‌های کیفی و کمی در این پژوهش آمیخته به صورت دو فاز (زنجیره‌ای) است. در این رویکرد داده‌ها در دو مرحله کیفی و کمی به صورت پیوسته تکمیل شده و در پایان نتایج تجمیع شده رویکردهای کیفی و کمی گزارش داده می‌شوند.<sup>۱</sup> برای این منظور پژوهش در دو مطالعه برای شرح هر بخش کیفی و کمی انجام شده است.

برای این منظور ابتدا در مطالعه اول با توجه به آنکه اخلاق حرفه‌ای همان‌گونه که در ادبیات پژوهش بیان شد با ارزش‌ها، هنجارها و فرهنگ محیط بومی در تعامل است، لذا برای دستیابی به نتایج متناسب با بستر خاص محیطی و در نظر گرفتن ضرورت‌های زمینه‌ای پیاده‌سازی طرح پژوهش، از اساتید و خبرگان بومی برای استخراج ابعاد و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای استفاده شد. لذا در این مسیر با نگاهی بنیادین و کیفی به مسئله تحقیق، از روش تحلیل محتوای کیفی<sup>۲</sup> استفاده شد. تحلیل محتوا یک روش تحقیق برای دستیابی به استنباط‌های تکرارپذیر و معتبر از داده‌های مورد نظر است که طی آن به طوری نظام‌یافته، روندها و مشخصه‌های اساسی یک متن تحلیل می‌شود. در واقع این نوع تحلیل، دانش و بینش جدیدی را برای بازنگری و تفسیر مفاهیم و پدیده‌ها ایجاد می‌کند. به منظور جمع‌آوری داده‌های پژوهش در این بخش، از بررسی نظری ادبیات پژوهش و مصاحبه نیمه ساختاریافته از خبرگان (۸ تن از محققین و اساتید دانشگاهی در حیطه مطالعات مدیریت و اخلاق) استفاده شد که با استفاده از تفسیر ذهنی محتوای داده‌های به دست آمده از طریق فراگردهای طبقه‌بندی، کدبندی و تم‌سازی الگوهای مورد نظر تحلیل شدند. همچنین به منظور مدیریت و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار MAXQDA<sup>۱۰</sup> استفاده شده است.

سپس در مطالعه دوم، این پژوهش با رویکردی کمی-پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه، اهداف پژوهش در قالب مدل پژوهش مورد برازش قرار می‌گیرد. در این راستا شاخص‌های بومی استخراجی از ابعاد اخلاق حرفه‌ای (حاصل از مطالعه اول) در کنار سؤالات استاندارد حاصل از پژوهش‌های پیشین مرتبط با ابعاد عملکرد پایدار، در مجموع منجر به طراحی پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۳۷ سؤال شد. پرسشنامه‌های طراحی شده با توجه به هدف پژوهش با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده در میان شرکت‌های کوچک و متوسط

1. Creswell, (2003)

2. Qualitative Content Analysis

تولیدی مواد غذایی توزیع شدند (با توجه به پراکندگی متفاوت در مناطق شهری تهران، تعداد شرکت‌ها در هر منطقه به صورت وزنی تعیین شده و شرکت‌های مورد نظر به صورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه به سرپرست یا مدیر واحد ارائه شد). لذا در مجموع پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص و استرداد نشده، ۱۶۳ پرسشنامه سالم و کامل از سرپرستان و مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی مواد غذایی تهران جمع‌آوری و وارد مرحله تحلیل شدند. به منظور برازش داده‌های به دست آمده در قالب الگوی پژوهش با استفاده از تجزیه و تحلیل صورت گرفته توسط نرم‌افزار Smart PLS 2، مدل کلی تحقیق (مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری) از منظر کمی مورد برازش قرار گرفت. در ادامه هر یک از دو مطالعه؛ اول (تحلیل کیفی) و دوم (تحلیل کمی) به تفصیل بیان می‌شوند.

### ۳. تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

#### ۳-۱. مطالعه اول

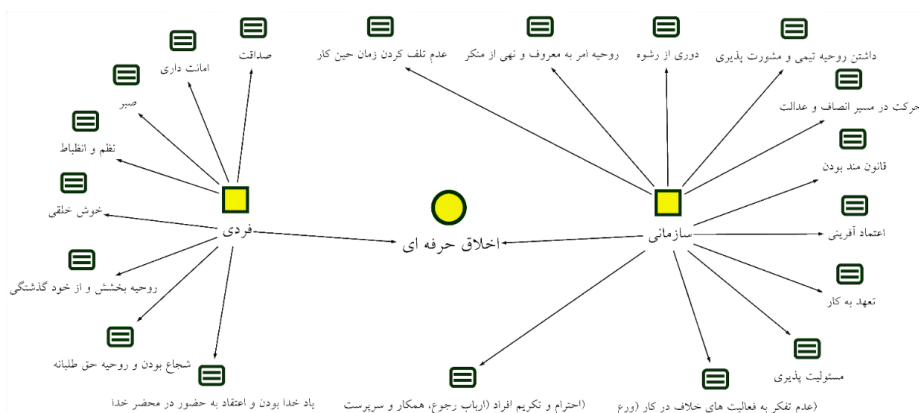
همان‌گونه که بیان گردید در پژوهش حاضر به منظور دستیابی به ابعاد و شاخص‌های بومی و بررسی عمیق حول مفهوم «اخلاق حرفه‌ای»، از روش تحلیل محتوای کیفی داده‌های حاصل از بررسی نظری و مصاحبه‌های تخصصی استفاده شده است. بر این اساس به منظور شناسایی دقیق مؤلفه‌ها و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای، ضمن استفاده از مبانی نظری، از ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته نیز استفاده شد که طی آن ۸ نفر از خبرگان دانشگاهی حول مباحث مدیریت و اخلاق به صورت هدفمند انتخاب شده و مورد مصاحبه عمیق قرار گرفتند. متن مصاحبه‌ها به‌طور کامل در نرم‌افزار MAXQDA وارد شده تا با استفاده از آن کدگذاری داده‌ها راحت‌تر صورت گیرد. برای تحلیل دقیق متن مصاحبه‌ها نیز از روش تحلیل تم استفاده شد که طی آن ابتدا چندین مرتبه این متون مورد بررسی و تحلیل عمیق قرار گرفت و سپس کار دسته‌بندی و کدگذاری آغاز شد. در این مسیر بعد از هر مصاحبه کار تحلیل و کدگذاری انجام گردید، چرا که از این طریق امکان یافتن پرسش‌های عمیق‌تر در مسیر مصاحبه‌های بعدی فراهم می‌آید. مصاحبه‌ها سطر به سطر مورد بررسی قرار گرفت و جملات معنی‌دار که مرتبط با پرسش‌های اصلی پژوهش بودند، علامت‌گذاری گردیدند. مفهوم اصلی جملات معنی‌دار به صورت کد استخراج شد و در نرم‌افزار وارد و دسته‌بندی

گردید. سپس کدها که دربرگیرنده مفهوم مشترکی بودند، در یک طبقه به صورت مقوله قرار داده شدند. لازم به ذکر است که این کار (استخراج جملات معنی‌دار، کدگذاری و دسته‌بندی کدها) برای تک‌تک مصاحبه‌ها انجام شد و با هر مصاحبه جدید طبقه‌های قبلی مورد بازنگری و ادغام در قالب طبقات جدید قرار گرفت. در جدول (۱) نتایج حاصل از تحلیل تم ملاحظه می‌شود.

### جدول ۱. تحلیل محتوای مصاحبه‌ها و ادبیات پژوهش در قالب تحلیل تم

عوامل فردی	صداقت، امانت‌داری، صبر، نظم و انضباط، خوش‌خلقی، روحیه بخشش و از خودگذشتگی، شجاعت و روحیه حق‌طلبی، یاد خدا بودن و اعتقاد به حضور در محضر خدا	برای ایجاد اعتماد در کار باید بین صحبت و عمل در کار شفافیت و صداقت وجود داشته باشد. همکاری در کار باید همراه با توجه به وجدان و ندای قلب باشد تا در همه احوال به شرافتمندی توجه شده و شهامت و شجاعت حفظ شود.
مقوله‌ها	کدهای اولیه	نمونه‌ای از جملات کلیدی
عوامل سازمانی	عدم تلف کردن زمان حین کار، روحیه امریه معروف و نهی از منکر، دوری از رشوه، داشتن روحیه تیمی و مشورت‌پذیری، انصاف و عدالت، قانون‌مند بودن، اعتمادآفرینی، تعهد به کار، مسئولیت‌پذیری، ورع و احترام به افراد	دسته‌بندی فعالیت‌های کاری به کارهای اصلی و جانبی سبب شناسایی فعالیت‌های مزاحم می‌شود. برای بهبود عملکرد باید حتماً انتظارات از فعالیت‌های کاری مشخص و مدون باشد تا تعهد افزایش یابد. چالش بزرگ کسب‌وکارها ایجاد بستری انگیزاننده برای افراد در عین رعایت قوانین و حد انصاف است.

بر مبنای آنچه در جدول (۱) ملاحظه می‌شود، استخراج کدها از عبارات متنی ادبیات پژوهش و عبارات برگرفته شده از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته، کدهای تکراری که مفهوم یکسانی را انتقال می‌دادند، حذف شدند و کدهای دارای بار معنایی یکسان در قالب مقوله‌ها دسته‌بندی شدند. در نهایت و پس از اصلاحات صورت گرفته؛ ۱۹ شاخص (کد) در قالب ۲ مؤلفه اصلی (مقوله) استخراج و غربال گردیدند. در ادامه خروجی نرم‌افزار MAXQDA را در شکل (۱) ملاحظه می‌شود.



شکل ۱- خروجی مدل MAXQDA بیان‌کننده مؤلفه‌ها و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای

بر این اساس همان‌گونه که در شکل (۱) ملاحظه می‌شود، اخلاق حرفه‌ای از دو مؤلفه؛ فردی و سازمانی تشکیل می‌گردد. در ادامه برازش کمی مدل پژوهش برای بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر ابعاد عملکرد پایدار از طریق نرم‌افزار smart PLS 2 مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### ۲-۳. مطالعه دوم

بعد از تعیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای از طریق فرآیند مصاحبه با خبرگان، در این مرحله ابتدا پرسشنامه‌ای ۳۷ سؤالی به صورت؛ ۱۹ سؤال اخلاق حرفه‌ای (۸ سؤال اخلاق حرفه‌ای فردی و ۱۱ سؤال اخلاق حرفه‌ای سازمانی) مستخرج از تحلیل اکتشافی نظر خبرگان و ۱۸ سؤال عملکرد پایدار (عملکرد پایدار جنبه‌ای از عملکرد است که محققانی همچون؛ زوبیر و هاییدین (۲۰۱۲) و چن و همکاران (۲۰۱۰) آن را در سه بعد؛ پایداری محیطی، پایداری اقتصادی و پایداری اجتماعی مورد بررسی قرار داده‌اند. در این پژوهش نیز سؤالات عملکرد پایدار مشتمل بر؛ ۵ سؤال پایداری محیطی، ۸ سؤال پایداری اقتصادی و ۵ سؤال پایداری اجتماعی است). همچنین لازم به ذکر است که روایی سؤالات پرسشنامه تحقیق حاضر علاوه بر روایی محتوا به واسطه استاندارد بودن سؤالات، به وسیله بررسی اساتید و خبرگان دارای روایی صورتی نیز می‌باشند. ضمن اینکه سؤالات این پرسشنامه با استفاده از طیف ۷ گزینه‌ای لیکرت (=۱ به شدت مخالفم، =۷ به شدت موافقم) مقیاس بندی شده‌اند. بر این اساس پرسشنامه کامل تهیه و پس از توزیع، تعداد ۱۶۳ پرسشنامه از مدیران و سرپرستان شرکت‌های کوچک



و متوسط تولیدی مواد غذایی تهران جمع‌آوری گردید. فراوانی افراد پاسخ‌دهنده به سؤالات پرسشنامه به صورت؛ ۶۸ درصد مرد، ۵۵ درصد با مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد، ۶۳ درصد زیر ۴۰ سال و ۴۱ درصد دارای سمت مدیریتی در شرکت مربوط بوده‌اند. در قسمت تحلیل داده‌ها از فن مدل‌سازی معادلات ساختاری<sup>۱</sup> با رویکرد روش حداقل مربعات جزئی<sup>۲</sup> و با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS 2 برای بررسی الگو مفهومی پژوهش بهره گرفته شده است. این روش بهترین ابزار برای تحلیل پژوهش‌هایی است که در آن‌ها روابط بین متغیرها پیچیده، حجم نمونه اندک و توزیع داده‌ها غیر نرمال است. در ادامه به بررسی یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها در دو سطح؛ مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری پرداخته می‌شود. جهت سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده گردید. پایایی شاخص برای سنجش پایایی درونی بوده و شامل سه معیار؛ ضرایب بارهای عاملی<sup>۳</sup>، آلفای کرون باخ و پایایی مرکب<sup>۴</sup> است. برای بررسی روایی همگرا نیز از معیار متوسط واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شده است. بررسی نتایج، نشان از مقادیر مناسب این معیارها در تمامی سنجه‌ها و متغیرهای پژوهش دارد. جهت بررسی روایی واگرا مدل اندازه‌گیری، از معیار فورنل و لارکر<sup>۵</sup> استفاده گردید که خروجی نتایج در جدول (۲) مناسب بودن این معیار را نشان می‌دهد.

## جدول ۲- همبستگی‌های میان متغیرهای مکنون و مقادیر AVE به همراه خروجی R<sup>2</sup> و Q<sup>2</sup>

کد	R <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>	AHF	AHS	PEG	PEJ	PMO
AHF	-	-	۰/۷۱				
AHS	-	-	۰/۴۸	۰/۷۴			
PEG	۰/۴۴	۰/۲۴	۰/۵۵	۰/۵۹	۰/۷۲		
PEJ	۰/۲۵	۰/۲۱	۰/۴۲	۰/۴۴	۰/۵۱	۰/۷۲	
PMO	۰/۳۱	۰/۱۸	۰/۵۴	۰/۴۰	۰/۵۰	۰/۵۱	۰/۷۳

1. Structural Equation Modeling (SEM)

2. Partial Least Squares (PLS)

3. Factor loadings

4. Composite Reliability

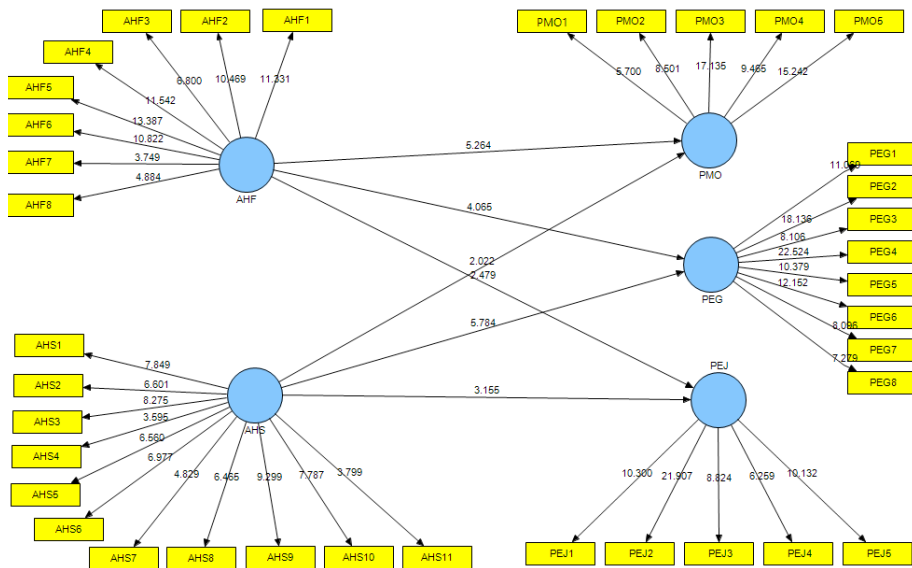
5. Fornell & Larcker

پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون مورد ارزیابی قرار گرفت. برای این منظور نتایج به دست آمده از تحلیل مدل ساختاری در جدول (۲)، معیار  $R^2$  (ضریب تعیین) و  $Q^2$  (ضریب پیش‌بینی) در حد مناسبی گزارش شده است. به منظور کنترل برازش کلی مدل، از معیاری تحت عنوان  $Gof$  استفاده گردیده است. بر این اساس معیار نام‌برده به منظور برازش مدل کلی پژوهش ۰/۳۹ بوده که نشان‌دهنده برازش کلی خوب مدل است. در نهایت فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار گرفته است. لذا نتایج حاصل از ضرایب معناداری برای هریک از فرضیه‌ها، ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به هر یک از فرضیه‌ها و نتایج بررسی فرضیه، در جدول (۳) ارائه شده است.

### جدول ۳- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	متغیر مستقل	اثر	متغیر وابسته	تخمین	آماره t	نتیجه
H۱	اخلاق حرفه‌ای فردی		عملکرد پایدار (محیطی)	۰/۴۵	۵/۲۶	***
H۲	اخلاق حرفه‌ای سازمانی		عملکرد پایدار (محیطی)	۰/۱۸	۲/۰۲	*
H۳	اخلاق حرفه‌ای فردی		عملکرد پایدار (اقتصادی)	۰/۳۵	۴/۰۶	***
H۴	اخلاق حرفه‌ای سازمانی		عملکرد پایدار (اقتصادی)	۰/۴۱	۵/۷۸	***
H۵	اخلاق حرفه‌ای فردی		عملکرد پایدار (اجتماعی)	۰/۲۷	۲/۴۸	*
H۶	اخلاق حرفه‌ای سازمانی		عملکرد پایدار (اجتماعی)	۰/۳۱	۳/۱۵	**
	ns = no significant, *p < .05, **p < .01, ***p < .001					

به این ترتیب نتایج آزمون فرضیه‌ها و ضرایب معناداری با توجه به جدول (۳) نشان می‌دهد که تمامی فرضیه‌های پژوهش در سطح معناداری ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرند. در شکل (۲) کلیه فرضیه‌های پژوهش در قالب مدل عملیاتی (ضرایب معناداری خروجی نرم‌افزار smart PLS) به نمایش داده شد.



شکل ۲- نتایج ضرایب معناداری فرضیه‌های پژوهش (خروجی Smart PLS)

## بحث و نتیجه‌گیری

در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، پرداختن به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزامات است؛ به عبارت دیگر در شرایط کنونی که رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی و غیردولتی به وجود آورده است، توجه به اخلاق راه نجات از این بحران است. لذا چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای اصول اخلاقی باید یکی از دغدغه‌های مدیران ارشد باشد تا تمامی افراد سازمانی با حس مسئولیت و تعهد کامل به کار بپردازند و اصول اخلاقی را رعایت کنند. رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، از یک سو باعث می‌شود جامعه دچار تعارض نشود و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلندمدت خود را تضمین کند؛ اما در مطالعه اخلاق حرفه‌ای عاملی که در بررسی بسیار حائز اهمیت است، «بستر فرهنگی» پدیده‌ای است که مورد مطالعه قرار می‌گیرد. اخلاق به شدت وابسته به فرهنگ است و بر همین اساس در تحقیق حاضر برای اینکه الگوی مناسبی از اخلاق بیان نماییم لازم است تا الگوی پژوهش مبتنی بر فرهنگ اخلاق حرفه‌ای حاکم بر جامعه باشد. چرا که غفلت از این عامل در مقام تبیین و تحلیل

معضلات اخلاقی، تصمیم‌گیری ما را از واقع‌بینی دور خواهد کرد. برای این منظور با استفاده از بررسی نظری و تحلیل کیفی مصاحبه با خبرگان مدیریتی، دسته‌بندی از مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای صورت گرفت که در پایان دو مؤلفه اخلاق حرفه‌ای فردی با شاخص‌های؛ صداقت، امانت‌داری، صبر، نظم و انضباط، خوش‌خلقی، روحیه بخشش و از خودگذشتگی، روحیه حق‌طلبی و شجاعت، یاد خدا بودن و اخلاق حرفه‌ای سازمانی با شاخص‌های؛ عدم تلف کردن زمان حین کار، روحیه امر به معروف و نهی از منکر، دوری از رشوه، داشتن روحیه تیمی و مشورت‌پذیری، انصاف و عدالت، قانون‌مند بودن، اعتمادآفرینی، تعهد به کار، مسئولیت‌پذیری، ورع (عدم تفکر به فعالیت خلاف) و احترام به افراد (مشتریان، همکاران و سرپرستان) استخراج گردیدند. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد مجموعه مؤلفه‌های ذکر شده را می‌توان در دو دسته عوامل فردی و سازمانی جای داد که سازمان‌ها به اقتضای شرایط و محیطی که در آن فعالیت می‌کنند می‌توانند با بهره‌گیری هر یک از این عوامل و تحلیلی جامع و با رویکردی استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای، مزیت رقابتی پایدار برای خود به وجود آورده و در نتیجه به عملکرد پایدار دست یابند. سازمان‌های اخلاق‌مدار با سرلوحه قرار دادن موازین و اصول اخلاقی، در بلندمدت به مزیت رقابتی پایدار دست یافته که این مهم می‌تواند نوید عملکرد پایدار را در بلندمدت به آن‌ها بدهد.

همچنین به منظور بررسی عملیاتی بودن تأثیر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها طی بررسی مبانی نظری، عاملی تحت عنوان «عملکرد پایدار» به عنوان فاکتوری باارزش که ضمن اهمیت، جامعیت نگاه به عملکرد سازمان‌ها را دارد، مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. برای این منظور از ابعاد استاندارد عملکرد پایدار شامل؛ عملکرد محیطی (مانند؛ مصرف انرژی و سطح ضایعات، قوانین)، عملکرد اقتصادی (مانند؛ سطح نوآوری، هزینه تولید، سودآوری و رقابت) و عملکرد اجتماعی (مانند؛ تصویر شرکت، ایمنی و امنیت کار و مسئولیت‌های اجتماعی) استفاده شد. سازمان‌ها برای دستیابی به عملکرد پایدار باید ابعاد سه‌گانه پایدار را مد نظر قرار داده و در هر بعد عملکرد خود را بهبود بخشند تا در نتیجه این بهبود و توسعه به عملکرد پایدار دست یابند. بدین ترتیب طیف گسترده‌ای از شاخص‌های مربوط به پایداری در عملکرد سازمانی مورد مطالعه قرار گرفت. فلذا با مورد آزمون قرار دادن مدل تحقیق در نمونه‌ای از شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی مواد غذایی تهران، مشخص گردید که؛

اول، اخلاق حرفه‌ای در بُعد فردی بر تمامی ابعاد عملکرد پایدار در سطح معناداری ۹۵ درصد مؤثر است؛ و دوم، بُعد اخلاق حرفه‌ای سازمانی نیز بر تمامی ابعاد عملکرد پایدار در سطح معناداری ۹۵ درصد تأثیر دارد. نتایج به دست آمده را هرچند به دلیل کمبود مطالعه حول بررسی اخلاق حرفه‌ای و عملکرد پایدار نمی‌توان به طور کاملاً مستقیم مقایسه نمود، اما به صورت تلویحی، این نتایج با مطالعات؛ اخوان و یزدی مقدم (۱۳۹۲)، رجمانی و رجب دری (۱۳۹۵)، زبانی شادباش و همکاران (۱۳۹۶)، حسنی و عباسخانی (۱۳۹۷)، جین و دروزدنکو (۲۰۱۰)، سونسون و وود (۲۰۱۱) و چون و همکاران (۲۰۱۳) همسو دانست.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که شرکت‌های مواد غذایی که از اصول اخلاق حرفه‌ای در کار خود تبعیت می‌کنند، نه تنها به مزیت رقابتی دست می‌یابند، به عملکرد پایدار نیز در بلندمدت دست خواهند یافت. بدین معنی که مدیرانی که اصول اخلاق حرفه‌ای را رعایت کنند، مشتریان در بلندمدت آنها را نسبت به رقبا ترجیح می‌دهند و این شرکت‌ها هستند که در بلندمدت دوام خواهند یافت. همچنین نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که معیارهای اخلاق فردی تأثیر بیشتری بر عملکرد پایدار دارند، بدین معنی که مدیران باید رعایت معیارهای اخلاقی را از خود شروع کنند. بدین معنی که مدیران قبل از اینکه دیگران را به اخلاق حرفه‌ای و مراقبت‌های اخلاقی دعوت کنند، می‌بایستی خود معیارهای اخلاقی را رعایت کنند. کارکنان با ملاحظه این ویژگی‌های مدیران، الگوی مناسبی در پیروی از اصول اخلاقی خواهند داشت.

با توجه به نتایج به دست آمده؛ برنامه‌ریزی برای توسعه عملکرد پایدار سازمان می‌تواند با توجه به ابعاد ناملموسی همچون اخلاق حرفه‌ای صورت گیرد، چه بسا همان‌گونه که تحقیق حاضر نشان داد این ابعاد اثر مثبت و معناداری بر عملکرد پایدار دارند. در نتیجه سازمان‌ها می‌توانند به وسیله غربال اولیه در مرحله جذب نیرو، ضمن توجه به توانمندی‌های مهارتی افراد، به به‌کارگیری نیروی انسانی مقید به رعایت موازین اخلاقی و قانون در سازمان توجه نمایند و همچنین سازمان‌ها می‌توانند با تدوین منشور اخلاقی برای کارکنان گام مهمی را برای نهادینه‌سازی اخلاق حرفه‌ای در سازمان و به سبب آن توسعه عملکرد پایدار در خود بردارند. با وجود تمام مباحث مطرح شده در پژوهش حاضر مبنی بر اهمیت توجه به اصول و ابعاد اخلاق حرفه‌ای در دستیابی به عملکرد پایدار در شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در

صنعت مواد غذایی، اما پژوهش حاضر در راستای حوزه مطالعاتی مورد هدف با دو محدودیت عمده درگیر بوده است که بر این اساس برای پژوهش‌های آتی پیشنهادهای مطالعاتی نیز ارائه شده است؛

حوزه مطالعاتی غالب در رابطه با اخلاق حرفه‌ای حول پژوهش‌های نظری متمرکز است و در این رابطه کمتر مطالعات تجربی (عملی) با نگاه اقتصادی می‌توان ملاحظه نمود که این امر لزوم تمرکز پژوهش‌های آتی برای گسترش دامنه ابعاد اقتصادی به مطالعات حول این حوزه را متصور می‌شود (بررسی ابعاد مختلف اقتصادی مانند؛ رضایت مشتریان خارجی، بهبود مزیت رقابتی، تقویت همکاری‌های بین سازمانی، عملکرد نوآورانه و غیره).

محدودیت دوم عدم آشنایی و وجود نگاه و برنامه جامع در شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنایع غذایی حول مفهوم اخلاق حرفه‌ای است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی ضمن سنجیدن میزان گرایش شرکت‌ها یا صنایع به اصول اخلاق حرفه‌ای، نگاهی مقایسه‌ای در وضعیت عملکرد شرکت‌ها یا صنایع دارای برنامه و بدون برنامه حول مفهوم اخلاق حرفه‌ای صورت گیرد.

## منابع

- اخوان، پیمان و بزدی مقدم، جعفر. (۱۳۹۲). بررسی توأم نقش اصول اخلاقی و مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۸ (۲)، ۱-۱۶.
- امیری، علی‌نقی؛ همتی، محمد و مبینی، مهدی. (۱۳۹۰). اخلاق حرفه‌ای ضرورتی برای سازمان، فصلنامه معرفت اخلاقی، شماره چهارم.
- امین بیدختی، ع، مردانی، ا. (۱۳۹۴). ارتباط بین سلامت روان و رعایت اخلاق حرفه‌ای در کارکنان پرستاری. مجله اخلاق پزشکی، ۹ (۳۱)، ۴۹-۷۳.
- انصاری، منوچهر؛ حسینی، احد؛ رحمانی، حسین و سیفی، سارا. (۱۳۹۱). تأثیر رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای کارکنان بر وفاداری مشتریان بانک‌ها، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۷ (۳)، ۱-۱۳.
- حسینی، محمد و عباسخانی، افسانه. (۱۳۹۷). مدل یابی ساختاری ارتباط رهبری معنوی و اخلاق حرفه‌ای با عملکرد سازمانی و کیفیت زندگی کاری با نقش واسطه‌ای یادگیری سازمانی در بین کارکنان بیمارستان امام رضا (ع) شهر ارومیه. اخلاق و تاریخ پزشکی، ۱۱ (۱)، ۳۵-۵۳.
- حسینی، نجمه و عباسی، عفت. (۱۳۹۱). راهکارهای نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها از دیدگاه آموزه‌های دینی، فصلنامه اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، ۲ (۱)، ۱۲۹-۱۵۴.

- خیاط مقدم، سعید و طباطبایی نسب، سیده مهدیه. (۱۳۹۵). مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۱ (۱)، ۱۲۷-۱۳۶.
- رجمانی، حلیمه و رجب دری، حسین. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد سازمانی در مدیران صنعتی استان فارس. فصلنامه دستاوردهای حسابداری ارزشی و رفتاری، ۱ (۱)، ۵۲-۷۵.
- شفیع پور، سید فاطمه، زارع زیدی، علیرضا، متانی، مهرداد. (۱۳۹۶). نقش اخلاق حرفه‌ای مدیران در موفقیت سازمان‌ها. مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۲ (۵)، ۳۸-۴۸.
- صلواتی، عادل؛ رحمانی، محمود و رزمان، واحد. (۱۳۹۲). رابطه اخلاق حرفه‌ای با مدیریت دانش، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۸ (۴)، ۱-۱۰.
- طالب نیا، قدرت اله، رجب ڈری، حسین، خانی ذلان، امیررضا. (۱۳۹۸). پیش‌بینی پاسخگویی در حسابداران رسمی بر مبنای اخلاق حرفه‌ای. اخلاق در علوم و فناوری، ۱۴ (۱)، ۱۰۳-۱۰۷.
- عزیزی، شهریار. (۱۳۹۵). روش پژوهش در مدیریت با تأکید بر مثال‌های کاربردی و آماری. تهران: نشر سازمان سمت.
- علمی، محمد. (۱۳۸۷). اخلاق در تجارت؛ رهنمودهای اخلاقی برای موفقیت در کسب‌وکار، سازمان توسعه تجارت، تهران: چاپ و نشر بازرگانی.
- نخعی، غلامرضا، سبحانی، عبدالرضا. (۱۳۹۸). اخلاق حرفه‌ای شاخصی اثرگذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی. اخلاق در علوم و فناوری، ۱۴ (۲)، ۱۶-۲۲.

Bourlakis, M., Maglaras, G., Aktas, E., Gallea, D., & Fotopoulos, C. (2014). Firm size and sustainable performance in food supply chains: Insights from Greek SMEs. *International Journal of Production Economics*, 152, 112-130.

Chen, Y., Okudan, G. E., & Riley, D. R. (2010). Sustainable performance criteria for construction method selection in concrete buildings. *Automation in construction*, 19(2), 235-244.

Chun, J. S., Shin, Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2013). How does corporate ethics contribute to firm financial performance? The mediating role of collective organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Journal of Management*, 39(4), 853-877.

Creswell, J. W. (2003). A framework for design. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, 9-11.

Epelbaum, F. M. B., & Martinez, M. G. (2014). The technological evolution of food traceability systems and their impact on firm sustainable performance: A RBV approach. *International Journal of Production Economics*, 150, 215-224.

Gimenez, C., Sierra, V., Rodon, J. (2012), Sustainable operations: Their impact on the triple bottom line. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 149-159.

- Habidin, N. F., Fuzi, N. M., Zamri, F. I. M., Hibadullah, S. N., & Desa, A. F. N. C. (2014). ISO 26000 efforts and corporate social responsibility performance in Malaysian automotive industry. *International Journal of Business Excellence*, 7(4), 515-529.
- Habidin, N. F., Zubir, A. F. M., Conding, J., Jaya, N. A. S. L., & Hashim, S. (2013). Sustainable manufacturing practices, sustaining lean improvements and sustainable performance in Malaysian automotive industry. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 9(4), 444-459.
- Hartog M. (2007). Ethics and human resource management: professional, *Journal of Business and Professional Ethics*, 21(2):1560-1572.
- Hoppe, T., & Coenen, F. (2011). Creating an analytical framework for local sustainability performance: a Dutch case study. *Local Environment*, 16(3), 229-250.
- Hutchins, M. J., & Sutherland, J. W. (2008). An exploration of measures of social sustainability and their application to supply chain decisions. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1688-1698.
- Ibrahim, Y. M., Hami, N., & Othman, S. N. (2019). Integrating Sustainable Maintenance into Sustainable Manufacturing Practices and its Relationship with Sustainability Performance: A Conceptual Framework. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(4), 30-39.
- Jin, K. & Drozdenko, R. G. (2010). Relationships among perceived organizational core values, corporate social responsibility, ethics, and organizational performance outcome: an empirical study of information technology professionals. *Journal of Business Ethics*, 92 (3): 341-359.
- Kumar, R. (2014). Professional Ethics in Teacher Education: Need and Importance. *Darpan International Research Analysis*, 1(8), 1.
- Moldan, B., Janouskova, S., and Hak, T. (2012). How to understand and measure environmental sustainability: Indicators and targets. *Ecological Indicators*, 17, 4-13.
- Notta, O., Vlachvei, A., & Samathrakakis, V. (2010). Competitiveness - the case of Greek food manufacturing firms. *International Journal Arts Science*. 3(7): 211-225.
- Ofori, G., Briffett, C., Gang, G. and Ranasinghe, M. (2000) Impact of ISO 14000 on construction enterprises in Singapore. *Construction Management and Economics*, 18, 935-947.
- Roman, S and Ruiz, S. (2005) «Relationship Outcomes of Perceived Ethical Sales Behavior: The Customer's Perspective». *Journal of Business Research*, 58 (4), 439-445.
- Russo, A., & Tencati, A. (2009). Formal vs. informal CSR strategies: evidence from Italian micro, small, medium-sized, and large firms. *Journal Business Ethics*, 85: 339-353.
- Singh, S., Olugu, E.U., Musa, S.N., Mahat, A.B. (2015), Fuzzy-based sustainability evaluation method for manufacturing SMEs using balanced scorecard framework. *Journal of Intelligent Manufacturing*, 29(1), 1-18.



- Štreimikienė, D., Girdzijauskas, S., Stoškus, L. (2009), Sustainability assessment methods and their application to harmonization of policies and sustainability monitoring. *Environmental Research, Engineering and Management*, 2(48), 51-62.
- Svensson, G., & Wood, G. (2011). A conceptual framework of corporate and business ethics across organizations: Structures, processes and performance. *The Learning Organization*, 18(1), 21-35.
- Wark, G., & Krebs, D. L. (1997). Sources of variation in real-life moral judgment: Toward a new model of morality. Manuscript submitted for publication, Simon Fraser University, Burnaby, British Columbia, Canada.
- Yuan, C., Zhai, Q., and Domfeld, D. (2012). A three dimensional system approach for environmentally sustainable manufacturing. *CIRP Annals - Manufacturing Technology*, 61: 39-42.
- Zhang, X., Liu, C., Li, W., Evans, S., Yin, Y. (2017), Effects of key enabling technologies for seru production on sustainable performance. *Omega*, 66, 290-307.
- Zubir, A. F. M., Habidin, N. F., Conding, J., Jaya, N. A. S. L., & Hashim, S. (2012). The development of sustainable manufacturing practices and sustainable performance in Malaysian automotive industry. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3(7), 130-138.