University of Sistan and Baluchestan

Public Management Researches

Print ISSN: 2538 - 3418 Online ISSN: 2676 - 7880

Iranian Academy of Management Sciences

Investigating the Effect of Citizens' Expectations of Government Organizations on Commitment to Social Responsibility with the Mediating Role of Professional Ethics

Habib Ebrahimpour[1*], Vali Nemati[2], Shabnam Zarjou[3], Oktay Bazmi[4]

1. Professor, Department of Public Administration and Tourism, faculty of social science, University of Mohaghegh Ardabili,Ardabil, Iran. (Corresponding Author). E-mail: **h_ebrahimpour@uma.ac.ir**
2. Professor assisstant, Department of Public Administration and Tourism, faculty of social science, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.
3. PhD Candidate in human resource management, Department of Leadership and Human Capital, Faculty of Public Administration and Organizational Sciences, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran.
4. Graduated in Public Administration, Faculty of Social Sciences, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran.

Extended Abstract

Abstract

The primary objective of this research is to investigate the influence of citizens' expectations of government organizations on organizational social responsibility, with a mediating role of professional ethics.

Classified as applied research based on its objectives, this study was conducted using a survey method. Grounded in a positivist paradigm, the research population consisted of students at Ardabil University. A sample size of 384 individuals was selected using a multi-stage cluster sampling technique. Standardized questionnaires were employed for data collection, and both bootstrapping and linear regression analyses were conducted using SPSS and AMOS software.

To test the research hypotheses, linear regression analysis was utilized. The results indicated that citizens' expectations of government organizations have a positive and significant impact on both organizational social responsibility and professional ethics. Furthermore, the positive and significant influence of professional ethics on organizational social responsibility was confirmed. Finally, using path analysis, the mediating role of professional ethics in the impact of citizens' expectations on organizational social responsibility was validated in the fourth hypothesis.

Based on the research findings, it can be concluded that the relationship between the two variables of citizens' expectations of government organizations

and organizational social responsibility is strengthened by the mediating variable of professional ethics. If professional ethics improve, this effect becomes stronger, and conversely, if professional ethics weaken, the relationship also weakens.

Introduction

Citizens' expectations drive organizations towards a commitment to social responsibility. However, other factors can also influence this relationship. Professional ethics can be considered a key element in this regard, as challenges and issues related to professional ethics in all organizational and managerial sectors can lead to problems such as irresponsibility, decreased productivity and quality, uncertainty, feelings of inadequacy, anger, failure, fatigue, dissatisfaction, and burnout (Imam Doost et al, 2020).

Given the role of government organizations in providing quality services to citizens and fulfilling their expectations by focusing on social responsibility and considering professional ethics, this research seeks to answer the following question: How do citizens' expectations of government organizations, with an emphasis on professional ethics, affect organizations' commitment to implementing social responsibility?

Case study

University of Mohaghegh Ardabili

Materials and Methods

The primary objective of this research is to examine the role of citizens' expectations of government organizations on organizational social responsibility, with a mediating role of professional ethics. Based on its objectives, this research is classified as applied research and is descriptive in nature, using a survey method. The population of this study includes all 12,000 students at Ardabil Mohaqheqh University who use government services. A sample size of 384 individuals was selected using a multi-stage cluster sampling technique based on Morgan's table. A standardized questionnaire was used as a data collection tool. Content and face validity were used to assess the validity of the research, while Cronbach's alpha was used to assess the reliability of the questionnaire. Results of the Cronbach's alpha test on a sample of 45 students from Ardabil Mohaqheqh University showed that the reliability coefficients for the questionnaires on citizens' expectations of government organizations, commitment to social responsibility, and professional ethics were 0.789, 0.812, and 0.809, respectively, indicating reliable questionnaires for the research.

Discussion and Results

To test the research hypotheses, linear regression analysis was employed. The results indicated that citizens' expectations of government organizations have a positive and significant impact on both commitment to social responsibility and professional ethics. Furthermore, the positive and significant impact of

professional ethics on commitment to social responsibility was also confirmed. Finally, using path analysis, the mediating role of professional ethics in the influence of citizens' expectations of government organizations on commitment to social responsibility was supported in the fourth hypothesis.

Based on the research findings, it can be inferred that the relationship between the two variables of citizens' expectations of government organizations and commitment to social responsibility is strengthened by the variable of professional ethics. If professional ethics improve, this effect will be stronger, and if professional ethics weaken, this relationship will also weaken.

Conclusion

The results demonstrate that citizens' expectations of government organizations have a significant impact on commitment to social responsibility, mediated by professional ethics. Therefore, it can be argued that professional ethics plays a mediating role in the influence of citizens' expectations on government organizations and their commitment to social responsibility.

To explain the research findings regarding the mediating role of professional ethics in strengthening the relationship between citizens' expectations of government organizations and commitment to social responsibility, the concept of citizens' expectations can be defined as a state where employees' opinions, suggestions, and criticisms are considered by managers and colleagues, ultimately leading to more effective decisions and improved processes. Based on this definition of citizens' expectations, the concepts of skills, relationships, and teamwork become significant for the manifestation of citizens' expectations. Thus, the concept of skills and motivating individuals can cover the encouragement dimension of citizens' expectations. The concept of interpersonal relationships can be related to the safety dimension of citizens' expectations, and the concept of teamwork can represent the efficiency dimension of citizens' expectations.

Keywords: Professional ethics, Citizens' expectations, Government organizations, Commitment to social responsibility.

Article Type: Research Article

Cite this article: Ebrahimpour, H., Nemati, V., Zarjou, Sh., & Bazmi, O. (2025) Investigating the Effect of Citizens' Expectations of Government Organizations on Commitment to Social Responsibility with the Mediating Role of Professional Ethics. *Public Management Researches*, 18 (68), 235-266. (In Persian)

DOI: 10.22111/JMR.2025.45108.5979

Received: 10 Mar. 2023 **Revised in revised form:** 06 Sep. 2023

Accepted: 27 Feb. 2024 **Published online:** 22 June 2025

© The Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

پژوهش‌های مدیریت عمومی
شاپا چاپی: ۳۴۱۸-۲۵۳۸ شاپا الکترونیکی: ۷۸۸۰-۲۶۷۶
دانشگاه سیستان و بلوچستان
انجمن علوم مدیریت ایران

بررسی تاثیرانتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای

حبیب ابراهیم پور [۱*]– ولی نعمتی[۲]– شبنم زرجو [۳] – اکتای بزمی[۴]

۱. نویسنده مسئول، استاد گروه مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. h_ebrahimpour@uma.ac.ir

۲. استادیار، گروه مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۳. دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، گروه رهبری و سرمایه انسانی، دانشکده مدیریت دولتی و علوم سازمانی، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۴. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای است. پژوهش حاضر بر اساس ماهیت هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار دارد و به شیوه پیمایشی اجرا شده است و همچنین پایه و اساس پژوهش از فلسفه پارادایمی اثبات‌گرایی تبعیت می‌کند. جامعه آماری پژوهش حاضر دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی است. که تعداد نمونه ۳۸۴ نفر انتخاب شدند همچنین روش نمونه‌گیری نیز خوشه‌ای چند مرحله است. در پژوهش حاضر از ابزار پرسشنامه استاندارد در جهت گردآوری‌داده استفاده شده است، سپس در راستای تجزیه و تحلیل از روش بوت استراپ و رگرسیون خطی از نرم افزارهای SPSS و Amos بهره گرفته شد. در راستای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از رگرسیون خطی استفاده شد که نتایج حاکی از آن بود که انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای تاثیر مثبت و معنی داری دارد و تاثیر مثبت و معنی دار اخلاق حرفه‌ای بر تعهد به مسئولیت اجتماعی نیز به تایید رسید و در نهایت با استفاده از روش تحلیل مسیر، نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای در تاثیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی در فرضیه چهارم تایید شد. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان دریافت، رابطه بین دو متغیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی و تعهد به مسئولیت اجتماعی توسط متغیر اخلاق حرفه‌ای تشدید می شود و اگر اخلاق حرفه‌ای بهبود یابد این اثر قوی‌تر و اگر اخلاق حرفه‌ای ضعیف شود این رابطه نیز ضعیف خواهد شد.

واژه‌های کلیدی: اخلاق حرفه‌ای، انتظارات شهروندان، سازمان‌های دولتی، تعهد به مسئولیت اجتماعی.

استناد: ابراهیم پور، حبیب؛ نعمتی، ولی؛ زرجو، شبنم؛ بزمی، اکتای. (۱۴۰۴). بررسی تاثیرانتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ایی، *پژوهش‌های مدیریت عمومی*. ۱۸(۶۸)، ۲۶۶-۲۳۵.

DOI: 10.22111/JMR.2025. 45108.5979

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۹ **تاریخ ویرایش:** ۱۴۰۲/۰۶/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۸ **تاریخ انتشار:** ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

نوع مقاله: علمی پژوهشی **ناشر:** دانشگاه سیستان و بلوچستان

حق مؤلف © نویسندگان

مقدمه

پس از بحران مالی ۱۹۲۴، سازمان‌ها با ضرورت بازتعریف روابط خود با ذی‌نفعان مواجه شدند. این تحول ناشی از افزایش مطالبات ذی‌نفعان برای شفافیت و پاسخگویی بیشتر بود که فضای رقابتی جدیدی ایجاد کرد. در این بستر، سازمان‌ها به این درک رسیدند که شناخت جامعه و محیط پیرامونی پیش‌نیاز ضروری موفقیت و اثربخشی سازمانی است *(Maqbool & Zameer, 2018)*. این آگاهی سازمانی به تدریج منجر به توجه ویژه به نقش استراتژی‌های سازمانی در توسعه اقتصادی شد. استراتژی‌هایی که نه تنها بر عملکرد داخلی سازمان، بلکه بر تعاملات بیرونی آن نیز تأثیرگذار بودند (*Abbas & Doghan, 2022*) در این چارچوب، مسئولیت اجتماعی شرکتی (*CSR*) به عنوان حلقه اتصال بین انتظارات ذی‌نفعان و استراتژی‌های سازمان ظهور کرد.

مسئولیت اجتماعی به سرعت به دغدغه اصلی مدیران تبدیل شد، چرا که آثار آن فراتر از مرزهای سازمان گسترش یافت. مطابق تئوری هویت اجتماعی، این تأثیرات چنان عمیق بود که حتی احساسات و رضایت ذی‌نفعان را نیز تحت تأثیر قرار داد (*Kohan Ali & Abbas Nezhad, 2022*). این یافته‌ها نشان داد که *CSR* صرفاً یک ابزار راهبردی نیست، بلکه تبدیل به یک ضرورت نهادی شده است.

گسترش جهانی این نگاه را می‌توان در پیوستن بیش از ۷۷۰۰ شرکت از ۱۳۰ کشور به پیمان جهانی سازمان ملل مشاهده کرد. این شرکتها با پذیرش مسئولیت پیامدهای فعالیت‌های خود، به ارتباط نظام‌مند بین ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی اعتراف کرده‌اند *(Kohan Ali & Abbas Nezhad, 2022)*. اما علیرغم این پیشرفت‌ها، مباحث نظری و عملی حول پیامدهای CSR طی چهار دهه گذشته همچنان لاینحل باقی مانده است (*Benlemlih & Bitar, 2018*) این تناقض نشان می‌دهد که اگرچه *CSR* به دغدغه اصلی سازمان‌های معاصر تبدیل شده (*Paul et al., 2020*)، اما هنوز جای کار نظری و عملی بسیاری وجود دارد.

در این میان، انتظارات شهروندان به عنوان نیروی محرکه جدیدی در عرصه *CSR* ظهور کرده است. سازمان‌هایی که *CSR* را در استراتژی خود ادغام می‌کنند، نه تنها موقعیت رقابتی خود را بهبود می‌بخشند، بلکه قادر به جذب و حفظ ذی‌نفعان کلیدی می‌شوند

(*Swaen et al., 2021*). این امر مستقیماً بر شهرت سازمان تأثیر می‌گذارد، چرا که شهرت سازمانی برآیند ادراکات جمعی ذی‌نفعان است.

نکته حائز اهمیت این است که با تحول انتظارات اجتماعی، ماهیت CSR نیز دگرگون می‌شود *(Latapí Agudelo et al., 2019)* این پویایی ایجاد توازن دشواری برای سازمان‌هاست، چرا که عدم پاسخگویی به این انتظارات می‌تواند به نارضایتی شهروندان و آسیب به شهرت سازمان بینجامد.

لذا تجربه بخش دولتی نشان داده که اجرای اصلاحات مسئولیت‌پذیرانه می‌تواند به افزایش رضایت شهروندان منجر شود *(de Walle, 2018)* در مقابل، غفلت از این امر سازمان‌ها را با چالش‌های جدی مواجه می‌سازد*(Demirdoven et al., 2020)*.

بنابراین می‌توان دریافت انتظارات شهروندان، سازمان‌ها را به التزام و تعهد به مقوله مسئولیت اجتماعی سوق می‌دهد، که عناصر دیگری نیز در این رابطه می‌تواند دخیل باشد،که در این راستا از اخلاق حرفه‌ای می‌توان به عنوان عنصر کلیدی نام برد زیرا چالش‌ها و مسائل مربوط به اخلاق حرفه‌ای در تمامی بخش‌های سازمانی و مدیریتی، موجب خلق مسائلی از قبیل عدم مسئولیت‌پذیری، نزول بازدهی و کاهش کیفیت‌کاری، ایجاد عدم اطمینان، حس ناتوانی، احساس خشم و عدم موفقیت، احساس خستگی، ناخشنودی و فرسودگی می‌شود*(Imam Doost et al., 2020)*. که این خود چرخه معیوبی از نارضایتی ایجاد می‌کند.

در نهایت با توجه به نقش سازمان‌های دولتی در ارائه خدمات مناسب به شهروندان و ایفای نقش آنان در فراهم‌آوری خشنودی و تامین انتظارات آنان در جهت توجه به مسئولیت اجتماعی و با در نظر گرفتن اخلاق حرفه‌ای، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال است: انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی با تکیه بر اخلاق حرفه‌ای بر تعهد سازمان‌ها در جهت پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی چه تاثیری دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در این بخش به بررسی پیشینه و ادبیات مربوط به متغیرهای پژوهش(انتظارات شهروندان، مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای) پرداخته خواهد شد.

مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی در سال ۱۹۸۳ توسط ا بی کارول[1] ارائه شد: "مسئولیت اجتماعی شامل اجراء عملیات سازمانی به گونه‌ای است که از نظر اقتصادی سودآور، قانونمند، اخلاقی و به همراه حمایت اجتماعی باشد" بنابراین، مسئولیت اجتماعی فلسفه‌ای است که رابطه شرکت و سهامداران را تعریف می‌کند *(Maqbool & Zameer,2018)*.

آغاز رشد الکترونیسم و به دنبال آن افت ناگهانی سرمایه طبیعی منجر به تقاضای رو به افزایش توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شده است (*Kohan Ali & Abbas Nezhad,2022*). کمیسیون اروپا (۲۰۰۱) "مسئولیت‌پذیری اجتماعی" را به عنوان مفهومی تعریف کرد که به موجب آن سازمان‌ها و شرکت‌ها نگرانی‌های اجتماعی و زیست محیطی را در عملیات و کسب وکار خود و در تعامل خود با سهامدارانشان به صورت داوطلبانه لحاظ می‌کنند *(Maqbool & Zameer,2018)*. مینتزبرگ[2] (۱۹۸۳) اذعان کرد مسئولیت اجتماعی می‌تواند به چهار حالت اجراء شود، اولین حالت، خالص‌ترین شکل از اجراء مسئولیت اجتماعی است، و به حالتی گفته می‌شود که مسئولیت اجتماعی به تنهایی پیاده‌سازی شده و بدون نیت خاصی از طرف سازمان مربوطه پیگیری و انجام می‌شود و سازمان هیچ انتظاری از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی ندارد و هدف از اجراء آن این است که سازمان‌ها از منظر اجتماعی مسئولیت پذیر باشند، ازین‌رو این حالت از مسئولیت اجتماعی شرافتمندانه‌ترین شکل از اجراء آن می‌باشد. در حالت دوم سازمان‌ها به دنبال منفعت شخصی خود هستند و ازین نظر با این هدف به اجراء مسئولیت‌پذیری اجتماعی تاکید دارند که ازین طریق منفعت خود را نیز مهیا کنند، در این حالت منافع می‌تواند ملموس و یا غیر ملموس باشد. در سومین حالت مسئولیت اجتماعی، که مینتزبرگ آنرا به عنوان یک سرمایه‌گذاری صحیح در نظر می‌گیرد، یعنی بر اساس "تئوری سرمایه‌گذاری سالم" بازار سهام به اقدامات شرکت‌ها واکنش نشان می‌دهد و به رفتارهای مسئولیت پذیر اجتماعی توسط بازار پاداش داده می‌شود. حالت چهارم از مسئولیت اجتماعی، که به حالت دوم نزدیک‌تر است، مسئولیت اجتماعی را از آن جهت ضروری می‌دانند که به منظور

[1]. AB Carroll

[2]. Mintzberg

اجتناب از اجبار و دخالت نفوذهای سیاسی خارجی (اجبار از سوی مقامات) لازم الاجرا است *(Wan-Jan,2006)*.

انتظارات شهروندان

واژه شهروند از (civis) نشآت گرفته است و از نظر لغوی به معنای موجودیتی است که ساکن یک شهر یا کشور بوده و از حقوق موجود نسبت به خود برخوردار است، از نظر اصطلاحی، مفهوم شهروندی به عنوان منزلتی اجتماعی در نگرش به جامعه مدنی است، با این حال نمی‌توان از شهروند تعریفی ساده و ایستا که برای همه شرایط و همه زمان‌ها به کار رود، ارائه کرد *(Danaei fard et al., 2018:109)*. از سویی، مفهومی که در بحث شهروندی و ارتباط آن با سازمان‌های دولتی می‌توان مورد بررسی قرار داد، انتظارات شهروندان است، انتظارات شهروندان را می‌توان به عنوان ترکیبی از ارزیابی‌های کلی و ذهنی از تجربیاتی که آنان از خدمات عمومی دارند، و احساسات یا نظرات در مورد "خدمات عینی" شده و همچنین ارزیابی‌های قضاوتی است تعریف کرد (*Im & Lee,2012*). انتظارات شهروندان از خدمات عمومی به میزان وسیعی، به مجموعه‌ای از رفتارهای سیاسی مرتبط است، این رفتارها عبارتند از حمایت یا مخالفت‌ها، پیشنهادهایی برای افزایش مالیات یا کاهش خدمات، جو متشنج، اعتراض و شورش *(DeHoog et al., 1990)*. در این راستا می‌توان به مدل انتظار- عدم تایید اشاره کرد، طبق مدل انتظار- عدم تایید، که به رویکرد غالب در تبیین انتظارات و رضایت از خدمات عمومی تبدیل شده است، فرض می‌شود شهروندان عملکرد یک خدمات را در مقابل انتظارات خود مقایسه می‌کنند و زمانی از خدمات ارائه شده رضایت حاصل می‌شود، که عملکرد درک شده انتظارات را برآورده کند یا از آن فراتر رود *(Zhang et al., 2022)*. در نهایت انتظارات شهروندان، قضاوت از آنچه که افراد فکر می‌کنند انجام خواهد شد و یا باید تحت شرایط خاص انجام شود تعریف می‌شود *(Danaei fard et al., 2018:111)*

اخلاق حرفه‌ای

اخلاق به ما می‌گوید که آیا رفتار ما درست است یا نه و این‌که ما چگونه نسبت به دیگران فکر و رفتار می‌کنیم و چگونه می‌خواهیم آنها در برابر ما و دیگران فکر و عمل کنند

(Wangloan et al., 2022). دورکیم[1] (۱۹۶۱) معتقد بود، اخلاقیات عواطفی را تشکیل می‌دهند که در افراد تلقین شده‌اند و اجازه بازنمایی‌ها و در نهایت نظم اجتماعی مشترک را می‌دهند. وبر[2] (۱۹۷۸) ارزش‌های اخلاقی را در درون افراد می‌دانست و معتقد بود باورها در مورد خوب / بد یا درست / غلط بودن در اخلاقیات تاثیرگذار است. به طور کلی، اخلاق به سیستمی از ارزش متناسب با فرهنگی اطلاق می‌شود که کدهایی درباره درست و غلط، یا خوب و بد را شامل می‌شود. اخلاق خود به اخلاق عمقی و سطحی تقسیم می‌شود، اخلاق عمیق به موضوعاتی از قبیل «چه نوع آدمی بودن خوب است» اشاره دارد. در حالی‌که اخلاق سطحی به «چه باید کرد در یک موقعیت خاص» می‌پردازد (*Herman & Pogarsky,2022*) خالد و همکاران (۲۰۱۷) بیان می‌دارند، که اخلاق به طور کلی به دو دسته تقسیم می‌شود، اخلاق عمومی و اخلاق خاص، که اخلاق خاص دو بخش اخلاق فردی و اخلاق اجتماعی را شامل می‌شود (*Wangloan et al., 2022*).

پیشینه پژوهش

کریمی و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش خود که با هدف طراحی مدل اثر مسئولیت اجتماعی بر شهرت سازمانی با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای در بین مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه انجام شد، به این نتیجه دست یافتند که اخلاق حرفه‌ای بر شهرت سازمانی و همچنین بر مسئولیت اجتماعی و مسئولیت اجتماعی بر شهرت سازمانی تاثیر مثبت و معناداری داشته است. بر این اساس مسئولیت اجتماعی بر شهرت سازمانی بیشترین تاثیر و اخلاق حرفه‌ای بر شهرت سازمانی کمترین تاثیر را داشته است.

فرزین و سمیعی(۲۰۲۱) در پژوهش خود که با هدف ارائه الگوی اخلاق حرفه‌ای در ایجاد مزیت استراتژیک با تاکید بر نقش میانجی مسئولیت اجتماعی انجام شد به این نتیجه دست یافتند که بین اخلاق حرفه‌ایی و مسئولیت اجتماعی رابطه‌ی خطی معنی‌داری وجود دارد هرچه اخلاق‌حرفه‌ایی ارتقاء می‌یابد مسئولیت اجتماعی نیز بهبود می‌یابد. اخلاق با میانجی‌گری مسئولیت اجتماعی، مزیت استراتژیک را در سازمان ارتقاء می‌دهد.

---

[1]. Durkheim

[2]. Weber

یافته‌های مطالعه گوئین و همکاران[1] (۲۰۲۵) نشان داد که تنها رهبری اخلاقی متمرکز بر ارتقاء به صورت مستقیم با مشارکت کارکنان در رفتار شهروندی سازمان‌محور مرتبط است. انگیزه خدمت عمومی به عنوان یک عامل میانجی ظاهر شد که به هر دو رویکرد رهبری اخلاقی این امکان را می‌دهد تا به طور غیرمستقیم مشارکت در رفتارهای شهروندی سازمان‌محور و فردمحور را ترویج دهند.

یافته‌های تحقیق مِهناز جین و همکاران[2] (۲۰۲۴) نشان دهنده رابطه مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی ادراک شده، شهرت بانک و وفاداری مشتریان و همچنین رضایت مشتری است. این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که شهرت بانک نقش میانجی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی ادراک شده و وفاداری مشتریان ایفا می‌کند، در حالی‌که رابطه بین فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و وفاداری مشتریان تأثیر منفی بر رضایت مشتری دارد. یافته ها حاکی از آن است که درجه رضایت مشتری نقش میانجی در این رابطه ندارد.

سیلوا و همکاران[3](۲۰۲۳) در پژوهش خود که با هدف بررسی درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت صورت پذیرفت، آنان به این نتیجه دست یافتند که رابطه مستقیم بین درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمانی (CSR) و عملکرد آن‌ها وجود ندارد؛ بلکه این رابطه از طریق رضایت شغلی و اعتماد سازمانی واسطه‌گری می‌شود.

چاتزو پولو[4] و همکاران (۲۰۲۲)، در پژوهش خود که با هدف مسئولیت اجتماعی شرکت و نتایج کارکنان که با رویکرد کمی_قیاسی و روش معادلات ساختاری انجام شد. به این نتیجه دست یافتند که از بین دو جهت‌گیری، تنها مسئولیت اجتماعی خارجی با افزایش سطح تعهد کارکنان و افزایش رضایت شغلی همراه است. به طور خاص، رضایت‌شغلی به طور کامل تأثیر مسئولیت اجتماعی خارجی بر تعهد رفتاری را نشان می‌دهد و تا حدی تأثیر آن نیز بر تعهد نگرشی، احساس می‌شود. در کمال تعجب، مسئولیت اجتماعی داخلی هیچ ارتباط قابل توجهی با نگرش‌های شغلی یا رفتارهای کاری

1. Quynh et al
2. Mehnaz, Jin et al
3. Silva et al
4. Chatzopoulou et al

ندارد. همچنین، اثر مسئولیت اجتماعی خارجی بر نتایج کارکنان زمانی قوی‌تر است که در هماهنگی با مسئولیت اجتماعی داخلی به کار گرفته شود.

نوین و همکاران[1](۲۰۲۰)، در پژوهش خود که به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر تعهد سازمانی از طریق اعتماد و شناسایی سازمانی که با ارزیابی تأثیر مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های دارویی ویتنامی و با رویکرد کمی_قیاسی و روش معادلات ساختاری با هدف کاربردی انجام شد. به این نتیجه دست یافتند که فعالیت‌ها و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبتی بر اعتماد، شناسایی و تعهد سازمانی دارد. همچنین اعتماد و شناسایی سازمانی نقش میانجی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و رفتار شهروندی در شرکت‌های دارویی ویتنامی ایفا می‌کنند.

جورج و همکاران[2] (۲۰۲۰) در پژوهش خود که با هدف مسئولیت اجتماعی شرکت، اعتماد سازمانی و تعهد صورت پذیرفت، به این نتیجه نائل شدند که هر سه بعد مسئولیت اجتماعی به طور غیرمستقیم تأثیر معناداری بر تعهد عاطفی دارد. همچنین سایر یافته‌ها حاکی از آن بود که هم کارمند و هم مشتری تأثیر غیرمستقیم اما معناداری بر تعهد عاطفی کارکنان دارد.

مرور انتقادی پیشینه

تحلیل انتقادی پژوهش‌های مذکور نشان می‌دهد که اگرچه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (*CSR*) به عنوان متغیری کلیدی در تعیین تعهد سازمانی، رضایت شغلی و شهرت سازمانی مورد تأکید قرار گرفته است، اما تناقض‌ها و ابهاماتی در یافته‌ها وجود دارد که نیاز به بازنگری مفهومی و روش‌شناختی دارد. نخست آنکه در مطالعه نوین و همکاران (۲۰۲۰) و جورج و همکاران (۲۰۲۰)، مسئولیت اجتماعی به‌صورت یکپارچه و بدون تمایز بین ابعاد داخلی و خارجی آن بررسی شده است، درحالی‌که چاتزو پولو و همکاران (۲۰۲۲) نشان می‌دهند که تنها مسئولیت اجتماعی خارجی بر تعهد و رضایت شغلی تأثیرگذار است و مسئولیت اجتماعی داخلی فاقد اثر معنادار است. این تناقض ممکن است ناشی از تفاوت در نمونه‌های پژوهش (شرکت‌های دارویی ویتنامی در مقابل سایر صنایع) یا تفاوت در تعریف

[1]. Nguyen et al
[2]. George et al

عملیاتی متغیرها باشد. همچنین مرور انتقادی پژوهش‌های سیلوا و همکاران (۲۰۲۳)، مِهناز جین و همکاران (۲۰۲۴) و گوئین و همکاران (۲۰۲۵) نشان می‌دهد که رابطه بین مسئولیت اجتماعی سازمانی (CSR) و پیامدهای سازمانی، از جمله عملکرد کارکنان و وفاداری مشتریان، به‌صورت مستقیم و ساده‌انگارانه قابل‌تبیین نیست. در عوض، این مطالعات بر نقش کلیدی متغیرهای میانجی تأکید دارند که سازوکارهای پیچیده این ارتباط را روشن می‌کنند.

از سوی دیگر، پژوهش‌های داخلی مانند فرزین و سمیعی (۲۰۲۱) و کریمی و همکاران (۲۰۲۲) بر رابطه خطی بین اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی تأکید دارند، اما به سازوکارهای زمینه‌ای این رابطه کمتر پرداخته‌اند. برای مثال، این احتمال وجود دارد که رابطه اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی تحت تأثیر متغیرهای تعدیل‌گری مانند فرهنگ سازمانی یا رهبری اخلاقی قرار گیرد که در این مطالعات نادیده گرفته شده‌اند. نکته حائز اهمیت دیگر، غلبه گفتمان ابزاری بر پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی است. در اکثر مطالعات مورد اشاره، CSR به عنوان ابزاری برای دستیابی به مزیت استراتژیک یا بهبود شهرت سازمانی تلقی شده است، درحالی‌که این نگاه ممکن است از ماهیت ذاتی و ارزش‌محور مسئولیت اجتماعی فاصله بگیرد.

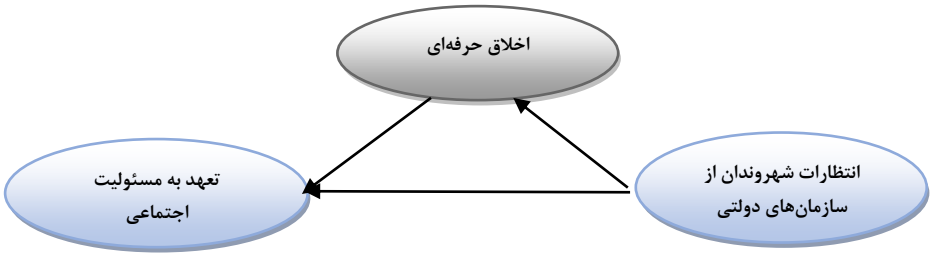
در مجموع، به‌رغم ارزشمندی پژوهش‌های انجام‌شده، به نظر می‌رسد ادبیات موجود از سه محدودیت اصلی رنج می‌برد: نخست، نادیده گرفتن نقش متغیرهای زمینه‌ای مانند فرهنگ ملی یا صنعت خاص مورد مطالعه؛ دوم، تمرکز بیش از حد بر روش‌های کمّی و غفلت از رویکردهای کیفی که می‌توانند لایه‌های پنهان رابطه اخلاق، مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی را آشکار کنند؛ و سوم، عدم توجه به امکان وجود رابطه غیرخطی یا تعاملی بین متغیرها. برای نمونه، شاید مسئولیت اجتماعی تنها در سطوح خاصی از اخلاق حرفه‌ای یا اعتماد سازمانی تأثیرگذار باشد که با روش‌های خطی متداول قابل شناسایی نیست.

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش برگرفته از تحقیق عبدول موتی و همکاران[1](۲۰۲۲) و ساها و همکاران[2](۲۰۲۰) است عبدول موتی و همکاران(۲۰۲۲) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که ارتباط ارزشی و استانداردهای اخلاقی از عوامل کلیدی تعهد خرده‌فروشان به *CSR* هستند و این تعهد به نوبه خود منجر به رفتار شهروندی مشتریان می‌شود. همچنین ساها و همکاران(۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود، عوامل مالی به‌عنوان اصلی‌ترین موانع در پذیرش اقدامات *CSR* شناسایی کردند. در مقابل، محیط داخلی و خارجی سازمان به‌عنوان یک عامل حیاتی برای موفقیت در اجرای این اقدامات شناخته شد. همچنین نتایج پژوهش آنان نشان داد که ارزش‌های شخصی بر رهبری اخلاقی تأثیر گذار است و رهبری اخلاقی نیز به نوبه‌ی خود تأثیر مستقیم و مثبتی بر *CSR* دارد. علاوه بر این، رهبری اخلاقی هم تأثیر مستقیم و هم تأثیر غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی بر جای می‌گذارد.

با تلفیق این یافته‌ها، می‌توان مدلی مفهومی طراحی کرد که در آن ارزش‌های اخلاقی و ارتباط ارزشی به عنوان عوامل بنیادین در نظر گرفته می‌شوند.

بنابراین مدل مفهومی حاصل از این تلفیق، چارچوبی جامع ارائه می‌دهد که هم به عوامل درون‌سازمانی مانند اخلاق حرفه‌ای می‌پردازد و هم بر پیامدهای برون‌سازمانی مانند انتظارات شهروندان تأکید دارد. لذا در پژوهش حاضر با اقتباس از تلفیق دو پژوهش ذکر شده، سه متغیر از قبیل انتظارات شهروندان، تعهد به مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای(با نقش میانجی) انتخاب و در چارچوب مدل مفهومی به نمایش گذاشته شد.



شکل شماره۱: مدل مفهومی پژوهش(ساها و همکاران[3]، ۲۰۲۰ و عبدل موتی و همکاران[1]، ۲۰۲۲)

[1]. Abdelmoety et al

[2]. Saha et al

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: اخلاق حرفه‌ای در تاثیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی نقش میانجی دارد.

فرضیه اول فرعی: انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی آنان تاثیر معنی‌داری دارد.

فرضیه دوم فرعی: انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر اخلاق حرفه‌ای تاثیر معنی‌داری دارد.

فرضیه سوم فرعی: اخلاق حرفه‌ای بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تاثیر معنی‌داری دارد.

روش پژوهش

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای است که بر اساس ماهیت هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار دارد و براساس نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی –پیمایشی است و از نظر رویکرد از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری پیروی می‌کند. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی به تعداد ۱۲۰۰۰ نفر هستند، که از خدمات بخش دولتی استفاده می‌کنند. تعداد نمونه از جدول مورگان ۳۸۴ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده نیز، پرسشنامه استاندارد است. در بررسی روایی پژوهش از روش روایی محتوا و صوری بهره گرفته شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج آزمون آلفای کرونباخ بر روی ۴۵ نفر از دانشجویان دانشگاه محقق اردبیل به عنوان نمونه نشان داد که ضریب اعتماد به دست آمده برای پرسشنامه‌های انتظار شهروندان از سازمان‌های دولتی (۰/۷۸۹)، تعهد به مسئولیت اجتماعی (۰/۸۱۲) و اخلاق حرفه‌ای (۰/۸۰۹) به دست آمدند که نشان‌دهنده پایایی قابل اعتماد برای پرسشنامه‌های تحقیق بود. پرسشنامه انتظارات شهروندان از سازمانهای دولتی: بر اساس مدل دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۷) در قالب ۹ بعد اطلاع رسانی (سوالات ۱ تا ۲، اعتبار سوالات ۳ تا ۵، اطمینان خاطر سوالات ۶ تا ۹، پاسخگویی و شفافیت سوالات ۱۰ تا ۱۲، عوامل فیزیکی و مشهود سوالات

۱۳ تا ۱۵، وجود چشم انداز و التزام واقعی به وظایف و رسالت سازمان سوالات ۱۶ تا ۱۸، همدلی سوالات ۱۹ تا ۲۱، سرعت دریافت خدمات سوالات ۲۲ تا ۲۴ را تشکیل می دهند.

پرسشنامه تعهد به مسئولیت اجتماعی: از مدل حیدرزاده و ره پیما (۲۰۱۳) در قالب ابعاد تعهد به کارکنان سوالات ۱ تا ۴، تعهد به ارباب رجوع سوالات ۵ تا ۸، تعهد به قوانین و مقررات سوالات ۹ تا ۱۱ و تعهد به جامعه سوالات ۱۲ تا ۱۵ را تشکیل می دهند پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای: بر اساس مدل هیوود و همکاران (۲۰۰۹) و ۴ مولفه مسئولیت اجتماعی (۵ سوال)، تعلق به اجتماع علمی (۴ سوال)، خود کارایی (۵ سوال)، مسئولیت علمی (۶ سوال) و در ۱۹ گویه تشکیل شده است.

روش تحلیل داده در پژوهش حاضر کمی و از نوع آماری است که در دو بخش توصیفی و استنباطی قابل ارائه می‌باشد و ابزار تجزیه و تحلیل داده نیز *Spss* و *Amos* می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش نیز تحت عنوان آمار استنباطی با توجه به نرمال بودن داده‌ها برای بررسی فرضیه‌های اول تا سوم فرعی از رگرسیون خطی استفاده شد سپس با استفاده از روش بوت استراپ به بررسی فرضیه اصلی تحقیق پرداخته شده است.

آزمون فرضیه اول فرعی

انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تاثیرمعنی‌داری دارد.

جدول شماره۱: خلاصه مدل رگرسیون برای فرضیه اول فرعی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰/۸۳۲	۰/۶۹۲	۰/۶۸۱	۱/۹۳۳

طبق نتایج جدول۱ ضریب همبستگی بین انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی و تعهد به مسئولیت اجتماعی برابر ۰/۸۳۲است با توجه به ضریب تعیین که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر x به تغییرات کل، ۰/۶۹۲می‌باشد. می‌توان بیان نمود که ۶۹ درصد تغییرات در تعهد به مسئولیت اجتماعی، توسط تغییرات در انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی می‌باشد چنان‌چه آماره دوربین- واتسون در بازه قابل قبول ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به

اینکه آماره دوربین واتسون برابر ۱/۹۳۳ است، بنابراین می توان گفت کـه عـدم همبسـتگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره۲: نتایج تحلیل واریانس یکطرفه فرضیه اول فرعی

	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
رگرسیون	۱۲۵۳۳/۲۲	۸	۱۵۶۶/۶۵۳	۶۳/۰۶۸	۰/۰۰۰
اختلاف	۵۵۸۹/۱۷۳	۳۷۵	۲۴/۸۴۱	-	-
کل	۱۸۱۲۲/۳۹۳	۳۸۳	-	-	-

طبق نتایج جدول ۲ و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمـون f بـرای سـطح اطمینـان ۰/۹۵ کمتـر از ۰/۰۵ اسـت و آمـاره f بیشـتر از بـازه بحرانـی ۳/۸۹ مـی باشـد (۶۳/۰۶۸). بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون بلامانع است و یـا بـه عبارتی متغیر مستقل انتظارات شهروندان از سازمان‌هـای دولتـی تـوان پـیش بینـی متغیـر وابسته تعهد به مسئولیت اجتماعی را دارد.

جدول شماره ۳: نتایج ضریب رگرسیون خطی برای فرضیه اول فرعی

متغیر پیش بین	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	t	sig
	B	SE	BETA		
مقدار ثابت	۱۱/۰۹۳	۱/۶۹۷	-	۶/۵۳۶	۰/۰۰۰
اطلاع رسانی	۰/۰۳۹	۰/۱۹۶	۰/۰۱۲	۲	۰/۸۴۱
اعتبار	۰/۵۹۹	۰/۱۷۶	۰/۱۹	۳/۴۰۷	۰/۰۰۱
اطمینان خاطر	۰/۴۲۵	۰/۲۴۵	۰/۱۴۱	۱/۷۳۴	۰/۰۸۴
پاسخگویی و شفافیت	۰/۷۲۶	۰/۳۴	۰/۱۵۷	۲/۱۳۷	۰/۰۳۴
عوامل فیزیکی و مشهود	۰/۹۲۲	۰/۲۶۲	۰/۲۲۳	۳/۵۲۴	۰/۰۰۱
وجود چشم انداز و التزام واقعی	۰/۵۵	۰/۱۷۸	۰/۱۸۸	۳/۰۹۱	۰/۰۰۲
همدلی	۰/۵۶۱	۰/۲۶۱	۰/۱۱۸	۲/۱۴۹	۰/۰۳۳
سرعت دریافت خدمات	۱/۳۷۷	۰/۲۵۸	۰/۳۰۴	۵/۳۴۱	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۳ با توجه به سطح معناداری محاسبه شده برای این آزمـون (۰,۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ (سطح خطای محاسباتی) می‌باشد و و همچنین با توجه به مقدار آمـارۀ t استیودنت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین بـازۀ ۱/۹۶۲ + و ۱/۹۶۲ - قـرار نمـی‌گیـرد،

بنابراین می‌توان فرضیهٔ H1 را قبول نمود و چنین برداشت نمود که ابعاد (اعتبار، پاسخگویی و شفافیت، عوامل فزیکی و مشهود، وجود چشم انداز و الزام واقعی، همدلی و سرعت دریافت خدمات) متغیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارند و در این میان دو بعد اطلاع رسانی و اطمینان خاطر به سبب سطح معناداری به دست آمده که بیشتر از ۰/۰۵ است تاثیر معناداری بر متغیر وابسته ندارند. همچنین با توجه به ضریب تعیین برآورد شده برای متغیرهای تحقیق (۰/۶۹) می‌توان گفت انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی ۶۹ درصد از واریانس تعهد به مسئولیت اجتماعی در نزد دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی را تبیین می‌کند. بعبارتی ۶۹ درصد تغییرات در تعهد به مسئولیت اجتماعی از نظر دانشجویان در دانشگاه محقق اردبیلی به انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بستگی دارد.

آزمون فرضیه دوم فرعی

انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر اخلاق حرفه‌ای تاثیرمعنی‌داری دارد.

جدول شماره۴: خلاصه مدل رگرسیون برای فرضیه دوم فرعی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۱/۷۹۸	۰/۶۳۶	۰/۶۲۴	۱/۶۶۳

طبق نتایج جدول ۴ ضریب همبستگی بین انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی و اخلاق حرفه‌ای برابر ۰/۷۹۸ است با توجه به ضریب تعیین که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر x به تغییرات کل، ۰/۶۳۶ می‌باشد. می‌توان بیان نمود که ۶۳ درصد تغییرات در اخلاق حرفه‌ای، توسط تغییرات در انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی می‌باشد چنان‌چه آماره دوربین- واتسون در بازه قابل قبول ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره دوربین واتسون برابر ۱/۶۶۳است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره ۵: نتایج تحلیل واریانس یکطرفه فرضیه دوم فرعی

	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
رگرسیون	۳۰۷۷/۴۸۹	۸	۳۸۴/۶۸۶	۴۹/۲۳۵	۰/۰۰۰
اختلاف	۱۷۵۷/۹۶۸	۳۷۵	۷/۸۱۳	-	-
کل	۴۸۳۵/۴۵۷	۳۸۳	-	-	-

طبق نتایج جدول ۵ و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون f برای سطح اطمینان ۰/۹۵کمتر از ۰/۰۵ است و آماره f بیشتر از بازه بحرانی ۳/۸۹ می باشد (۴۹/۲۳۵). بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون بلامانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی توان پیش‌بینی متغیر وابسته اخلاق حرفه‌ای را دارد.

جدول شماره ۶: نتایج ضریب رگرسیون خطی برای فرضیه دوم فرعی

متغیر پیش بین	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	t	sig
	B	SE	BETA		
مقدار ثابت	۵/۷۷۶	۰/۹۵۲	-	۶/۰۶۸	۰/۰۰۰
اطلاع رسانی	-۰/۱۲۷	۰/۱۱	-۰/۰۷۴	-۱/۱۵۵	۰/۲۵
اعتبار	۰/۱۷۱	۰/۰۹۹	۰/۱۰۵	۱/۷۳۱	۰/۰۸۵
اطمینان خاطر	-۰/۰۲۷	۰/۱۳۸	-۰/۰۱۷	-۰/۱۹۵	۰/۸۴۵
پاسخگویی و شفافیت	۰/۲۳۵	۰/۱۹۱	۰/۰۹۸	۱/۲۳۳	۰/۲۱۹
عوامل فیزیکی و مشهود	۰/۲۵۱	۰/۱۴۷	۰/۱۱۷	۱/۷۱	۰/۰۸۹
وجود چشم انداز و التزام واقعی	۰/۱۶۱	۰/۱	۰/۱۰۷	۱/۶۱۳	۰/۱۰۸
همدلی	۰/۷۳۵	۰/۱۴۶	۰/۲۹۸	۵/۰۱۸	۰/۰۰۰
سرعت دریافت خدمات	۰/۷۷۴	۰/۱۴۵	۱۰/۳۳	۵/۳۵۳	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۶ با توجه به سطح معناداری محاسبه شده برای این آزمون (۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ (سطح خطای محاسباتی) می‌باشد و و همچنین با توجه به مقدار آمارهٔ t استیودنت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین بازهٔ ۱/۹۶۲ + و ۱/۹۶۲ - قرار نمی‌گیرد، بنابراین می‌توان فرضیهٔ H1 را قبول نمود و چنین برداشت نمود که دو بعد همدلی و سرعت دریافت خدمات متغیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر اخلاق حرفه‌ای تأثیر مثبت و معناداری دارند و ابعاد دیگر متغیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی (اطلاع رسانی، اعتبار، اطمینان خاطر، پاسخگویی و شفافیت، عوامل فیزیکی و مشهود، وجود چشم انداز و التزام واقعی) قادر به پیش بینی متغیر وابسته نیستند. همچنین با توجه به ضریب تعیین برآورد شده برای متغیرهای تحقیق (۰/۶۳۶) می‌توان گفت انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی ۶۳ درصد از واریانس اخلاق حرفه‌ای در نزد دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی را تبیین

می‌کند. بعبارتی ۶۳ درصد تغییرات در اخلاق حرفه‌ای از نظر دانشجویان در دانشگاه محقق اردبیلی به انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بستگی دارد.

آزمون فرضیه سوم فرعی

اخلاق حرفه‌ای بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تاثیرمعنی‌داری دارد.

جدول شماره ۷: خلاصه مدل رگرسیون برای فرضیه سوم فرعی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰/۸۱۸	۰/۶۶۹	۰/۶۶۴	۱/۹۸۴

طبق نتایج جدول ۷ ضریب همبستگی بین اخلاق حرفه‌ای و تعهد به مسئولیت اجتماعی برابر ۰/۸۱۸ است با توجه به ضریب تعیین که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل، ۰/۶۶۹ می‌باشد. می‌توان بیان نمود که ۶۶ درصد تغییرات در تعهد به مسئولیت اجتماعی، توسط تغییرات در اخلاق حرفه‌ای می‌باشد چنان‌چه آماره دوربین- واتسون در بازه قابل قبول ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره دوربین واتسون برابر ۱/۹۸۴ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره۸: نتایج تحلیل واریانس یکطرفه فرضیه سوم فرعی

	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
رگرسیون	۳۲۳۶/۳	۴	۸۰۹/۷۵	۱۱۵/۸۶	۰/۰۰۰
اختلاف	۱۵۹۹/۱۵۷	۳۷۹	۶/۹۸۳	-	-
کل	۴۸۳۵/۴۵۷	۳۸۳	-	-	-

طبق نتایج جدول ۸ و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون f برای سطح اطمینان ۰/۹۵ کمتر از ۰/۰۵ است و آماره f بیشتر از بازه بحرانی ۳/۸۹ می باشد (۱۱۵/۸۶). بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون بلامانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل اخلاق حرفه‌ای توان پیش بینی متغیر وابسته تعهد به مسئولیت اجتماعی را دارد.

جدول شماره ۹: نتایج ضریب رگرسیون خطی برای فرضیه سوم فرعی

متغیر پیش بین	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	t	sig
	B	SE	BETA		
مقدار ثابت	۴/۳۷	۰/۸۷۱	-	۵/۰۲	۰/۰۰۰
مسئولیت اجتماعی	۰/۹۵	۰/۱۲۸	۰/۴۰۱	۷/۴۱۴	۰/۰۰۰
تعلق به اجتماع علمی	۰/۷۵۲	۰/۰۸۱	۰/۵۲۸	۹/۲۳۸	۰/۰۰۰
خودکارایی	۰/۳۰۹	۰/۱۳۵	۰/۱۲۶	۲/۲۹۱	۰/۰۲۳
مسئولیت علمی	۰/۱۱۸	۰/۰۸۱	۰/۰۸۵	۱/۴۵۸	۰/۱۴۶

طبق نتایج جدول ۹ با توجه به سطح معناداری محاسبه شده برای این آزمون (۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ (سطح خطای محاسباتی) می‌باشد و و همچنین با توجه به مقدار آمارهٔ t استیودنت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین بازهٔ ۱/۹۶۲ + و ۱/۹۶۲ - قرار نمی‌گیرد، بنابراین می‌توان فرضیهٔ H1 را قبول نمود و چنین برداشت نمود که ابعاد (مسئولیت اجتماعی، تعلق به اجتماع علمی، خودکاریی) متغیر اخلاق حرفه‌ای بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارند و تنها بعد مسئولیت علمی قادر به پیش بینی متغیر وابسته نبود. همچنین با توجه به ضریب تعیین برآورد شده برای متغیرهای تحقیق (۰/۶۶) می‌توان گفت اخلاق حرفه‌ای ۶۶ درصد از واریانس تعهد به مسئولیت اجتماعی در نزد دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی را تبیین می‌کند. به عبارتی ۶۶ درصد تغییرات در تعهد به مسئولیت اجتماعی از نظر دانشجویان در دانشگاه محقق اردبیلی به اخلاق حرفه‌ای بستگی دارد.

فرضیه اصلی: اخلاق حرفه‌ای در تاثیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی نقش میانجی دارد.

برای برازش الگوی مفهومی به داده ها از تحلیل مسیری[1] استفاده شد. برای برازش مدل از روش درست نمایی ماکسیمم استفاده و ماتریس واریانس کواریانس داده‌ها به عنوان اطلاعات ورودی وارد مدل شد.

پس از تایید برازش مدل نظری بر اساس داده‌ها، حال در قالب این مدل می‌توان روابط تعریف شده را از لحاظ معنی‌داری و ارزیابی فرضیه‌های پژوهشی، مورد بررسی قرار داد. برای برازش مدل نظری به داده‌ها، از نرم‌افزار *Amos* 22 استفاده شد.

شاخص‌های برازش: شاخص‌های برازش برای بررسی مناسب بودن مدل تحلیل مسیری برای

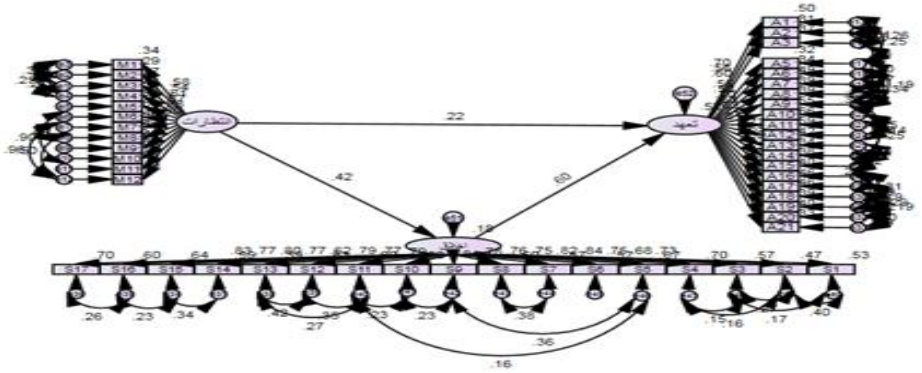
[1]. Path Analysis

مدل‌های تحقیق در حالت با و بدون نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای در زیر ارائه شده است:

جدول شماره ۱۰: نمای مدل استاندارد با ضرایب استاندارد با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای

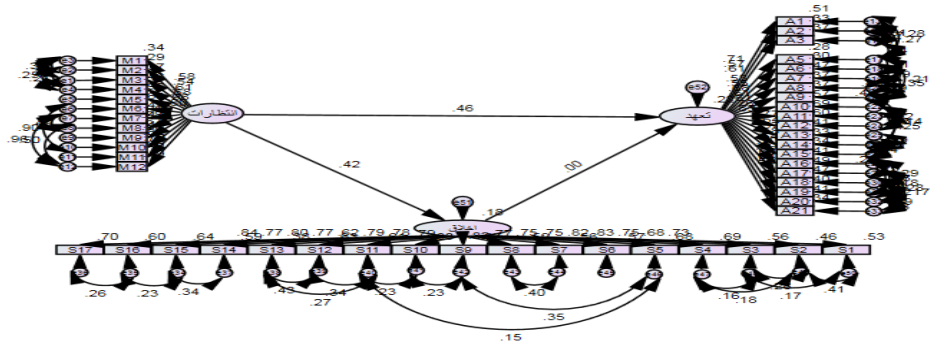
گروه‌بندی شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مدل	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص برازش توکر-لویس	TLI	۰/۹۰۷	NNFI>٪۹۰
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۲۴	NFI>٪۹۰
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۰۹	CFI>٪۹۰
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۰۰	IFI>٪۹۰
شاخص‌های برازش مقتصد	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۷۴۲	بالاتر از ۵۰ درصد
	شاخص برازش تطبیقی مقتصد	PCFI	۰/۸۰۱	بالاتر از ۵۰ درصد
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۷۱	کمتر از ۸ درصد

همچنان که از نتایج حاصل از اجرای نرم افزار ایموس پیداست، شاخص‌ها دارای برازش مناسب هستند (تمامی شاخص‌های برازش تطبیقی بیشتر از ۰/۹) است، همچنین، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد، نیز ۰/۰۷۱ به دست آمده است، که کمتر از ۰/۰۸ است، بنابراین برازش مدل، مناسب ارزیابی شد. همچنین سایر شاخص‌های برازش مدل همانطور که در جدول فوق نشان داده شده و با مقایسه آنها با حد قابل قبول وضعیت مناسبی را نشان می‌دهند.



شکل شماره ۲: ضرایب استاندارد تحلیل مسیری برای مدل مفهومی با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای

ضرایب استاندارد تحلیل مسیری برای مدل مفهومی تحقیق بدون نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای بعد از نمایش در نمودار زیر ارائه شده است:



شکل شماره ۳: نمودار مسیری با ضرایب استاندارد تحلیل مسیری برای مدل مفهومی بدون نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای

بررسی معنی‌داری ضرایب تحلیل مسیری در مدل مفهومی با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای بعد از آرایش مدل در جدول زیر ارائه شده است:

جدول شماره ۱۱: معنی‌داری ضرایب تحلیل مسیر در حالت کلی با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای بعد از آرایش مدل

تاثیر	ضریب رگرسیونی	.S.E	نسبت بحرانی (C.R)	PVALUE	نتیجه
انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی ---> اخلاق حرفه‌ای	۰/۴۱۹	۰/۰۹۵	۶/۰۳۹	***	تایید
اخلاق حرفه‌ای ---> تعهد به مسئولیت اجتماعی	۰/۵۹۸	۰/۰۶۳	۸/۲۸۹	***	تایید
انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی ---> تعهد به مسئولیت اجتماعی	۰/۲۱۱	۰/۰۷۰	۳/۵۹۳	***	تایید

*** معنی داری در سطح کمتر از ۰/۰۰۱

بر اساس نتایج جدول فوق، ضرایب تحلیل مسیری برای تمامی متغیرها معنی‌دار بودند.

جدول شماره ۱۲: معنی‌داری ضرایب تحلیل مسیر در حالت کلی بدون نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای

تاثیر	ضریب رگرسیونی	.S.E	نسبت بحرانی (C.R)	PVALUE	نتیجه
انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی ---> اخلاق حرفه‌ای	۰/۴۲۴	۰/۰۹۵	۶/۰۹۲	***	تایید
اخلاق حرفه‌ای ---> تعهد به مسئولیت اجتماعی	-	-	-	-	-
انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی ---> تعهد به مسئولیت اجتماعی	۰/۴۵۷	۰/۰۹۱	۶/۱۱۵	***	تایید

*** معنی‌داری در سطح کمتر از ۰/۰۰۱

برای سنجش نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای از مراحل پیشنهادی بارون و کنی[1] (۱۹۸۶) به روش رگرسیون سلسله مراتبی هم زمان «تحلیل مسیر» در ایموس استفاده شد. مراحل اجرای این روش بدین قرار بود که در مرتبه اول ضریب رگرسیون، انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی روی تعهد به مسئولیت اجتماعی و در مرتبه دوم رگرسیون، انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی روی اخلاق حرفه‌ای و تعهد به مسئولیت اجتماعی به صورت هم زمان محاسبه شد. برای بررسی اثر غیر مستقیم انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر اخلاق حرفه‌ای، اختلاف ضریب رگرسیون انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی از مرحله اول به مرحله دوم بررسی شد. بر پایه پیشنهاد بارون و کنی چنانچه با ورود متغیر میانجی به معادله، اثر متغیر مستقل از گام اول به گام دوم کاهش پیدا کند میانجی‌گری احراز می‌شود با توجه به نتایج به دست آمده از نمودارهای ۲ و ۳ در هنگامی که اخلاق حرفه‌ای نقش میانجی دارد و هنگامی که بدون نقش میانجی می‌باشد طبق نظر بارون و کنی مشاهده شد که در مرحله اول آزمون بارون و کنی ضریب رگرسیونی انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی ۰/۴۵۷ است و ضریب رگرسیونی انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر اخلاق حرفه‌ای نیز برابر ۰/۴۲۴ است هنگامی که در مرحله دوم هنگامی که از مسیر اخلاق حرفه‌ای به سمت تعهد به مسئولیت اجتماعی ترسیم شد طبق نتایج به دست آمده، ضریب مسیر (۰/۵۹۸) معنی‌دار بود و ضریب رگرسیونی انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی از ۰/۴۵۷ به ۰/۲۱۱ تنزیل پیدا کرد بنابراین بر اساس پیشنهاد بارون و کنی چنانچه با ورود متغیر میانجی (اخلاق حرفه‌ای) به معادله، اثر متغیر برونزاد یا مستقل از گام اول به گام دوم کاهش پیدا کند میانجی‌گری احراز می‌شود که در نتیجه می‌توان ادعا کرد متغیر اخلاق حرفه‌ای در ارتباط بین انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی و تعهد به مسئولیت اجتماعی نقش میانجی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای است، و از آنجاییکه شهروند محوری منجر به تعامل بیشتر شهروندان با دولت می‌شود (*Kumar et al., 2020*). و همچنین انتظارات افراد در مورد خدمات و محصولات و نیز نحوه و کیفیت ارائه آن به طور روزافزون در حال تغییر

[1]. Baron & Kenny

است سازمان‌ها می‌بایست پاسخگوی این نیازها و انتظارات باشند (*Rezaiyan et al., 2021*). ازین‌رو، با توجه به اهمیت و یافته‌های پژوهش به تفسیر و نتیجه‌گیری از یافته‌ها پرداخته می‌شود: طبق نتایج به دست آمده، انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی با میانجی‌گری اخلاق حرفه‌ای تاثیرگذار است. ازین‌رو می‌توان ادعا کرد اخلاق حرفه‌ای در تاثیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی و تعهد به مسئولیت اجتماعی نقش میانجی دارد. در تبیین نتایج پژوهش مبنی بر نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای در افزایش ارتباط بین انتظارات از سازمان‌های دولتی و تعهد به مسئولیت اجتماعی می‌توان اینگونه بیان کرد که مفهوم انتظارات از سازمان‌های دولتی بیانگر حالتی است که طی آن ارائه دیدگاه‌ها، پیشنهادها و انتقادات کارکنان، از سوی مدیران و همکاران مورد توجه قرار می‌گیرد و در نهایت منجر به کارآمدی تصمیمات و بهبود روندهای موجود می‌شود. براساس این تعریف از انتظارات از سازمان‌های دولتی، سه مفهوم مهارت، روابط و کار تیمی، برای بروز انتظارات از سازمان‌های دولتی اهمیت می‌یابند. به این ترتیب که مفهوم مهارت و برانگیختن افراد می‌تواند بعد تشویق از انتظارات از سازمان‌های دولتی را پوشش دهد. مفهوم روابط فردی می‌تواند در ارتباط با بعد ایمنی از انتظارات از سازمان‌های دولتی مطرح شود و مفهوم کار تیمی نیز می‌تواند نمایانگر بعد کارآمدی از انتظارات از سازمان‌های دولتی باشد. حال تأملی در معنا و مفهوم اخلاق حرفه‌ای می‌تواند راهگشا و روشن کننده بحث باشد. در واقع اخلاق حرفه‌ای با اجزایی همچون امیدواری، تاب‌آوری، خوش بینی و خودکارآمدی مشخص می‌شود. اعتقاد بر این است که افرادی که از اخلاق حرفه‌ای بالایی برخوردارند، افرادی امیدوار، خوش‌بین، مقاوم، دارای پشت‌کار و دارای سعه صدر هستند و از احساس خودکارآمدی بالایی برخوردارند. بدیهی است وقتی افراد احساس خودکارآمدی بالایی داشته باشند و نسبت به موفقیت در آینده خوشبین و امیدوار باشند، این احتمال وجود دارد که رغبت و انگیزه بیشتری برای بیان دیدگاه‌ها و مطرح کردن پیشنهادها و انتقادات خود دارند و هم اینکه از احساس امنیت و آرامش خاطر بیشتری نیز برخوردار خواهند بود، چرا که این افراد خوش‌بین هستند و کمتر از ناملایمات احتمالی، رنجیده خاطر می‌شوند. علاوه بر این، افرادی که خوش‌بین و مثبت‌گرا هستند و به توانایی‌های خود نیز اعتماد دارند، با مشارکت و حضور فعال خود در صحنه‌های سازمانی، احتمال موفقیت و کارآمدی تصمیمات را نیز افزایش می‌دهند. بنابراین می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای از طریق فراهم آوردن زمینه مهارت، روابط و کار تیمی، بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تأثیر گذار است. از سوی دیگر، اخلاق حرفه‌ای خود تحت تأثیر انواع جو سازمانی، از جمله جو اخلاقی قرار می‌گیرد. چرا که نمی‌توان انتظار امیدواری، خوش‌بینی و تاب‌آوری افراد را داشت مگر آنکه جو

حاکم بر سازمان، یک جو عدالت محور، مبتنی بر نوع دوستی، مبتنی بر ارزش‌های والا و پایبند به احترام به شأن انسان باشد. به بیان دیگر چنانچه جو اخلاقی سازمان به گونه‌ای باشد که کارکنان احساس کنند که سازمان با آنها منصفانه برخورد می‌کند، به آنها در جهت رفع مشکلات و تعهد به مسئولیت اجتماعی‌شان کمک می‌کند، به منافع آنها اهمیت می‌دهد و به آنها صرفا به عنوان ابزاری برای رسیدن به منافع سازمانی نمی‌نگرد، به احتمال زیاد کارکنان نیز نسبت به آینده خوش‌بین خواهند بود و مشارکت بیشتری در تصمیم‌گیری‌های سازمانی خواهند داشت. با این توضیحات می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای از یکسو تحت تأثیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی است و از سوی دیگر بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تأثیر می‌گذارد.

بنابراین قابل انتظار است که نتایج پژوهش، حاکی از نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای در افزایش ارتباط بین انتظارات از سازمان‌های دولتی و تعهد به مسئولیت اجتماعی باشد. دستاورد پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهشگرانی از قبیل دانگ و همکاران[1](۲۰۲۰)، چیما و همکاران[2](۲۰۲۰)، عبدل‌موتی و همکاران(۲۰۲۲)، ساها و همکاران (۲۰۲۰) همسو است.

پیشنهادهای کاربردی

در راستای یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه اصلی(اخلاق حرفه‌ای در تاثیر انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی نقش میانجی دارد) پیشنهاد می‌شود:

نخست، ایجاد سازوکارهای شفاف برای دریافت و پردازش انتظارات شهروندان ضروری است. این امر می‌تواند از طریق برگزاری جلسات منظم با نمایندگان جامعه، راه‌اندازی سامانه‌های الکترونیکی دریافت پیشنهادها و تشکیل کمیته‌های مشترک شهروند-سازمان محقق شود. چنین اقداماتی به درک بهتر نیازهای جامعه و انعکاس آن در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی کمک می‌کند.

دوم، تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای ویژه هر سازمان دولتی که به طور مشخص ارتباط بین ارزش‌های اخلاقی و مسئولیت اجتماعی را ترسیم کند، می‌تواند راهنمای عمل کارکنان باشد. این منشور باید شامل سازوکارهای پاسخگویی و گزارش‌دهی باشد تا از تبدیل شدن آن به سندی تشریفاتی جلوگیری شود.

سوم، آموزش مستمر کارکنان در سطوح مختلف سازمانی درباره اصول اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی سازمانی ضرورت دارد. این آموزش‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که کارکنان

1. Dang et al
2. Cheema et al

بتوانند انتظارات شهروندان را در چارچوب ارزش‌های اخلاقی و مأموریت سازمان تفسیر و عملیاتی کنند.

چهارم، طراحی سیستم ارزیابی عملکردی که شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی را در کنار شاخص‌های فنی و اجرایی اندازه‌گیری کند، می‌تواند انگیزه لازم برای توجه جدی به این موضوعات را ایجاد کند. این سیستم باید مشوق‌های مناسبی برای واحدها و افراد پیشرو در این زمینه پیش‌بینی کند.

در راستای یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه اول فرعی(انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر تعهد به مسئولیت اجتماعی آنان تاثیر معنی‌داری دارد) پیشنهاد می‌شود:

سازمان‌های دولتی می‌توانند با ایجاد سازوکارهای نظام‌مند برای شناسایی و اولویت‌بندی انتظارات شهروندان، گام اول را بردارند. این کار از طریق نظرسنجی‌های دوره‌ای، تشکیل جلسات مشورتی با گروه‌های مختلف ذینفع و تحلیل داده‌های رسانه‌های اجتماعی امکان‌پذیر است. در این فرآیند، توجه به خواسته‌های اقشار مختلف جامعه و مناطق گوناگون ضروری است.

در نهایت، ایجاد سیستم پایش و ارزیابی مستمر که میزان تحقق تعهدات مسئولیت اجتماعی و میزان پاسخگویی به انتظارات شهروندان را اندازه‌گیری کند، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به طور مداوم عملکرد خود را بهبود بخشند. این سیستم باید شاخص‌های کمی و کیفی مناسبی داشته باشد و نتایج آن به صورت شفاف با عموم مردم به اشتراک گذاشته شود.

در راستای یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه دوم فرعی(انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی بر اخلاق حرفه‌ای تاثیر معنی‌داری دارد) پیشنهاد می‌شود:

سازمان‌های دولتی می‌بایست سیستم ارزشیابی عملکردی طراحی کنند که شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای مبتنی بر انتظارات شهروندان را به صورت کمّی و کیفی اندازه‌گیری نماید. این سیستم باید مشوق‌های مناسبی برای رفتارهای اخلاق‌مدارانه پیش‌بینی کند و عملکرد واحدهای مختلف را به صورت شفاف مقایسه نماید. انتشار عمومی نتایج این ارزیابی‌ها می‌تواند هم موجب پاسخگویی بیشتر سازمان شود و هم اعتماد شهروندان را جلب کند.

در نهایت، ایجاد فرهنگ سازمانی که بر اساس آن پاسخگویی به انتظارات شهروندان به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از اخلاق حرفه‌ای تلقی شود، نیازمند رهبری الگوساز و تعهد مدیریت ارشد است. مدیران ارشد باید در عمل نشان دهند که توجه به خواسته‌های مشروع شهروندان را در اولویت تصمیم‌گیری‌های خود قرار داده‌اند. این الگوسازی می‌تواند به تدریج در تمام سطوح سازمان نهادینه شود و رفتارهای اخلاق‌مدارانه را به بخشی طبیعی از فرآیندهای سازمانی تبدیل کند.

در راستای یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه سوم فرعی(اخلاق حرفه‌ای بر تعهد به مسئولیت اجتماعی تاثیر معنی‌داری دارد) پیشنهاد می‌شود:

سازمان‌ها می‌توانند با طراحی برنامه‌های آموزشی تلفیقی، ارتباط بین اصول اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی را برای کارکنان شفاف‌سازی کنند. این برنامه‌ها بهتر است شامل کارگاه‌های تعاملی، مطالعات موردی سازمان‌های پیشرو و گفت‌وگوهای گروهی درباره چالش‌های اخلاقی در عمل باشد. چنین آموزش‌هایی کمک می‌کند کارکنان درک عمیق‌تری از تأثیر تصمیمات روزمره خود بر جامعه پیدا کنند.

ایجاد سازوکارهای تشویقی معنادار برای رفتارهای اخلاق‌مدارانه و مسئولانه می‌تواند انگیزه کارکنان را افزایش دهد. این سازوکارها بهتر است فراتر از پاداش‌های مادی بوده و شامل قدردانی عمومی، فرصت‌های توسعه شغلی و مسئولیت‌های چالش‌برانگیزتر باشد. همچنین، سیستم گزارش‌دهی شفاف درباره اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمان و نقش هر بخش در این اقدامات، حس تعلق و مسئولیت‌پذیری کارکنان را تقویت می‌کند.

تشکیل گروه‌های کاری میان‌بخشی با مأموریت تلفیق اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی در فرآیندهای سازمانی نیز پیشنهاد می‌شود. این گروه‌ها می‌توانند با بررسی دقیق فرآیندهای کلیدی سازمان، راهکارهایی برای نهادینه کردن ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی در هر مرحله ارائه دهند. مشارکت دادن نمایندگان تمام سطوح سازمانی در این گروه‌ها، تضمین می‌کند که راهکارهای پیشنهادی کاربردی و قابل اجرا باشند.

در نهایت، سازمان‌ها می‌توانند با مشارکت دادن کارکنان در طراحی و اجرای پروژه‌های مسئولیت اجتماعی، ارتباط عینی بین اخلاق حرفه‌ای و تأثیر اجتماعی را نشان دهند. وقتی کارکنان به صورت مستقیم شاهد نتایج مثبت رفتارهای اخلاقی و مسئولانه خود بر جامعه باشند، تعهد درونی بیشتری به این ارزش‌ها پیدا خواهند کرد. مستندسازی و انتشار گسترده این تجربیات موفق، هم در داخل سازمان و هم برای عموم، می‌تواند چرخه مثبتی از یادگیری و الگوسازی ایجاد کند.

اجرای این پیشنهادها می‌تواند به سازمان‌های دولتی کمک کند تا از یک سو انتظارات شهروندان را به شیوه‌ای اخلاق‌مدارانه درک کنند و از سوی دیگر، برنامه‌های مسئولیت اجتماعی خود را با نیازهای واقعی جامعه همسو سازند. این رویکرد نه تنها اعتماد عمومی را افزایش می‌دهد، بلکه اثربخشی اقدامات مسئولیت اجتماعی را نیز بهبود می‌بخشد.

حمایت و قدردانی

نویسندگان این مقاله، به رسم حق‌شناسی بر خود وظیفه می‌دارند از ریاست و معاونت پژوهشی دانشگاه محقق اردبیلی تشکر نمایند.

منابع فارسی

احمدی کهن‌علی، رضا و عباس نژاد، طیبه. (۱۴۰۱). سناریونگاری آینده‌پژوهشی مسئولیت اجتماعی. *فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی*، (۴۹)۱۳، ۳۹-۵۵. doi: 10.22034/smsj.2022.147765

امام دوست، زینب؛ جباری، نگین و نیازآذری، کیومرث. (۱۳۹۹). مدیران جامعه ی مدرن و رویارویی با چالش های اخلاق حرفه ای (مطالعه موردی: مدارس گرگان)، *سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، ۴(۱)*، ۱۱۳-۱۲۳.

دانایی فرد، حسن؛ دلخواه، جلیل و اسلامی، عباس. (۱۳۹۷). واکاوی انتظارات شهروندان از سازمان‌های دولتی در ایران: روش ترکیبی اکتشافی .*مطالعات رفتار سازمانی، (۱)۷، ۱۳۶-۱۰۷*.

رضاییان فردویی، صدیقه؛ حورعلی، منصوره؛ عطری نژاد، الهه و فربد، ابراهیم. (۱۴۰۰). رتبه‌بندی عوامل کلیدی مؤثر بر افزایش شفافیت و پاسخگویی دولت الکترونیک در شهرداری ، مورد مطالعه: شهرداری‌های شهر تهران .*مطالعات مدیریت دولتی ایران، (۴)۴، ۱۶۷-۲۰۵*.

فرزین، امید و سمیعی، روح اله. (۱۴۰۰). ارائه الگوی نقش اخلاق حرفه ای در ایجاد مزیت استراتژیک با تاکید بر نقش میانجی مسئولیت اجتماعی. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، (۴)۱۳، ۱۱۹-۱۳۳ .

کریمی، علی.، فرازیانی، فاتح و احمدی، علی. (۱۴۰۱). طراحی مدل تأثیر مسئولیت اجتماعی بر شهرت سازمانی با نقش واسطه ای اخلاق حرفه ای در بین مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه. *مطالعات جامعه شناسی در ورزش*، ۲(۴)، doi: 10.30486/4s.2022.1962286.1050.

References

Abdelmoety, Z. H., Aboul-Dahab, S., & Agag, G. (2022). A cross cultural investigation of retailers commitment to CSR and customer citizenship behaviour: The role of ethical standard and value relevance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *64*(C), 102796. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102796

Ahmadi-Kohnali, R & Abbas Nejad, T. (2022). Futuristic scenario planning of social responsibility. *Strategic Management Studies Quarterly*, 13(49), 39-55. doi: 10.22034/smsj.2022.147765.(In Persian)

Benlemlih, M., & Bitar, M. (2018). Corporate social responsibility and investment efficiency. *Journal of business ethics*, *148*(3), 647-671.

Carvalho, A. S., Martins Pereira, S., Jácomo, A., Magalhaes, S., Araújo, J., Hernández-Marrero, P., & Schatman, M. E. (2018). Ethical decision making

in pain management: a conceptual framework. *Journal of pain research*, 15(11). 967-976. DOI: 10.2147/JPR.S162926

Chatzopoulou, E. C., Manolopoulos, D., & Agapitou, V. (2022). Corporate Social Responsibility and employee outcomes: Interrelations of external and internal orientations with job satisfaction and organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, *179*(3), 795-817.

Cheema, S., Afsar, B., & Javed, F. (2020). Employees' corporate social responsibility perceptions and organizational citizenship behaviors for the environment: The mediating roles of organizational identification and environmental orientation fit. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(1), 9-21.

Danai Fard, H ; Qarfib, J & Islami, A. (2018), Analyzing citizens' expectations from government organizations in Iran: a mixed exploratory method, Organizational Behavior Studies Quarterly, 7th year, number 1 (serial number 25), spring 2018: pp. 135-107.(In Persian)

Dang, V. T., Nguyen, N., & Pervan, S. (2020). Retailer corporate social responsibility and consumer citizenship behavior: The mediating roles of perceived consumer effectiveness and consumer trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *55*(C).1-10.

DeHoog, R. H., Lowery, D., & Lyons, W. E. (1990). Citizen satisfaction with local governance: A test of individual, jurisdictional, and city-specific explanations. *The Journal of Politics*, *52*(3), 807-837.

Demirdoven, B., Cubuk, E. B. S., & Karkin, N. (2020, September). Establishing relational trust in e-Participation: a systematic literature review to propose a model. In *Proceedings of the 13th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance* (pp. 341-348).

de Walle, S.V. (2018). Explaining citizen satisfaction and dissatisfaction with public services. *The Palgrave handbook of public administration and management in Europe*, 227-241.

Farzin, O., & Samii, R. (2021). Presenting a model of the role of professional ethics in creating strategic advantage, emphasizing the mediating role of social responsibility. Iranian Social Development Studies, 13(52), 119-133. doi: 10.30495/jisds.2021.19445.(In Persian)

Herman, S., & Pogarsky, G. (2022). Morality, deterrability, and offender decision making. *Justice Quarterly*, *39*(1), 1-25.

Im, T., & Lee, S.J. (2012). Does management performance impact citizen satisfaction?. *The American Review of Public Administration*, *42*(4), 419-436.

Imam Dost , Z., Jabari, N., & Niaz Azari ,K. (2020). Managers of modern society and facing the challenges of professional ethics (case study: Gorgan schools). Islamic lifestyle with a focus on health; 4 (1): 113-123.(In Persian)

George, N. A., Aboobaker, N., & Edward, M. (2021). Corporate social responsibility, organizational trust and commitment: a moderated mediation model. *Personnel Review*, *50*(4), 1093-1111.

Karimi, A., Farazyani, F., & Ahmadi, A. (2022). Designing a model of the effect of social responsibility on organizational reputation with the mediating role of professional ethics among managers and employees of the General Directorate of Sports and Youth in Kermanshah province. *Sociological Studies in Sport*, *2*(4), -. doi: 10.30486/4s.2022.1962286.1050.(In Persian)

Kumar, S., Baishya, K., Sadarangani, P. H., & Samalia, H.V. (2020). Cultural Influence on e-Government Development. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, *23*(1), 17-33.

Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, *4*(1), 1-23.

Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information & Management*, *57*(3), 103197.

Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, *4*(1), 84-93.

Mehnaz, Jin, J., Hussain, A., Warraich, M. A., & Waheed, A. (2024). Impact of perceived CSR practices on customers loyalty. The mediating role of reputation and customer satisfaction. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 31(5), 3724-3734.

Nguyen, T., Pham, T., Le, Q., & Bui, T. (2020). Impact of corporate social responsibility on organizational commitment through organizational trust and organizational identification. *Management Science Letters*, *10*(14), 3453-3462.

Pan, C., Abbas, J., Álvarez-Otero, S., Khan, H., & Cai, C. (2022). Interplay between corporate social responsibility and organizational green culture and their role in employees' responsible behavior towards the environment and society. *Journal of Cleaner Production*, *366*(15), 132878. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132878

Quynh, T. N. T., Alang, T., & Le, T. D. (2025). Examining the relationships between ethical leadership and organisational citizenship behaviours in a

transitional country: the mediation of public service motivation. Asia Pacific Journal of Public Administration, 1-28.

Rezaeian Fardoei, S., Hourali, M., Atri Nejad, E., & Farbod, E. (2021). Ranking Key Factors Affecting the Improvement of Transparency and Accountability of e-Government in Municipality (Case Study: Tehran Municipality). *Journal of Iranian Public Administration Studies*, *4*(4), 167-205. doi: 10.22034/jipas.2022.295666.1206.(In Persian)

Saha, R., Shashi, Cerchione, R., Singh, R., & Dahiya, R. (2020). Effect of ethical leadership and corporate social responsibility on firm performance: A systematic review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(2), 409-429.

Silva, P., Moreira, A. C., & Mota, J. (2023). Employees' perception of corporate social responsibility and performance: the mediating roles of job satisfaction, organizational commitment and organizational trust. Journal of Strategy and Management, 16(1), 92-111.

Swaen, V., Demoulin, N., & Pauwels-Delassus, V. (2021). Impact of customers' perceptions regarding corporate social responsibility and irresponsibility in the grocery retailing industry: The role of corporate reputation. *Journal of Business Research*, *131*, 709-721.

Wan-Jan, W. S. (2006). Defining corporate social responsibility. *Journal of Public Affairs: An International Journal*, *6*(3-4), 176-184.

Wangloan, E. H., Moeins, A., Marhalinda, M., & Endri, E. (2022). The Influence Of Transformational Leadership, Professional Ethics, And Work Competence On Organizational Commitment And Its Implications For The Performance Of Ship Safety. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, *25*(1), 1-10.

Zhang, J., Chen, W., Petrovsky, N., & Walker, R. M. (2022). The expectancy-disconfirmation model and citizen satisfaction with public services: A meta-analysis and an agenda for best practice. *Public Administration Review*, *82*(1), 147-159.