



## رابطه رهبری اخلاقی سازمانی و ارتقای مسؤلیت‌پذیری اجتماعی در فرماندهی انتظامی استان هرمزگان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۰۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۴

صفحه: ۱۷-۳۲

امید بخشنده<sup>۱</sup>

### چکیده

سازمان‌ها به مثابه یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی دوران کنونی، در قبال جامعه مسوول هستند و ارتقای مسوولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها در گرو شناسایی عوامل موثر بر ارتقای مسوولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان است. هدف از این مطالعه تبیین رابطه رهبری اخلاقی و ارتقای مسوولیت‌پذیری اجتماعی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پژوهش توصیفی، همبستگی محسوب می‌گردد. به منظور گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استاندارد رهبری اخلاقی دهوق و دن هارتگ (۲۰۰۸) و پرسشنامه استاندارد مسوولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۱۹۹۱) استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه کارکنان ستاد فرماندهی انتظامی استان هرمزگان بوده که نمونه آماری براساس فرمول کوکران؛ ۱۹۵ نفر می‌باشد. به منظور تحلیل استنباطی داده‌های حاصله از ابزارهای اندازه‌گیری از نرم افزار SPSS و ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون و آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج آزمون نشان می‌دهد که بین رهبری اخلاقی و مولفه‌های آن با مسوولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معناداری بالایی وجود دارد. همچنین براساس آزمون فریدمن، تقسیم قدرت با ضریب ۳/۱۹ در اولویت اول قرار دارد، در نتیجه بیش‌ترین رابطه را با مسوولیت‌پذیری اجتماعی شده دارد و رهنمودهای اخلاقی با ضریب ۳/۰۸ در رتبه دوم و وضوح نقش با ضریب ۲/۸۹ در رتبه پنجم و پایانی قرار دارد در نتیجه کم‌ترین رابطه را با مسوولیت‌پذیری اجتماعی در ناچا دارد.

**کلید واژه ها:** رهبری اخلاقی، مسوولیت‌پذیری اجتماعی، کارکنان، هرمزگان.

<sup>۱</sup>. نویسنده مسؤل و کارشناس ارشد مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی



## مقدمه

امروزه پیچیده شدن روزافزون سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی و غیرقانونی در محیط‌های کاری، توجه مدیران و رهبران را به ایجاد و حفظ اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت و پاسخگویی اجتماعی در همه‌ی سازمان‌ها ضروری کرده است (رحیم‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰). اخلاق، مسئولیت و پاسخگویی که می‌توان آن‌ها را باید و نبایدهای ارزشی - فلسفی و ملاک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار نسبت به خود و دیگران و جامعه تعریف کرد، از مباحثی است که در یکی دو دهه‌ی اخیر مورد توجه دانشمندان و صاحب‌نظران علم مدیریت قرار گرفته است (تقی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹). مفهوم اخلاق حرفه‌ای به مجموعه‌ای از قوانین اخلاقی گفته می‌شود که از ماهیت حرفه یا شغل به دست آمده است (آراسته و جاهد، ۱۳۹۰). مسئولیت‌پذیری به عنوان یکی از شاخص‌های رفتار شهروندی، در بین تمامی سازمان‌ها و نظام‌های اجتماعی به امری بدیهی و قابل قبول تبدیل شده است. گرچه این مفهوم (مسئولیت‌پذیری) از مفاهیم جدید عصر حاضر شناخته می‌شود، سبب شده سازمان‌ها و مدیران امروزی توجه خود را به نیازهای محیطی، مراجعان و مصرف‌کنندگان خدمات خود، مبذول داشته و این هدف را در مأموریت‌ها و راهبردهای سازمانی خود به بهترین شکل ممکن مورد توجه قرار دهند و دستیابی به این نوع رفتار در بین مجموعه‌ی نیروی انسانی این سازمان‌ها از آرزوهای مدیران موفقیت‌محور به حساب می‌آید. در سال‌های اخیر، تلاش‌هایی در جهت تحول بنیادین در ناجا در راستای کیفیت‌بخشی و ارتقای رفتار مسئولانه و پاسخ‌گو از طرف فرماندهان و مدیران صورت گرفته است؛ اما تحولات اخیر تأثیر آن‌چنان شگرف و قابل توجهی از خود به جای نگذاشته‌اند؛ چرا که پایه‌ی هر تحول در ناجا به تغییر رفتار فردی و جمعی نیروی انسانی موجود برمی‌گردد.

## بیان مساله

رهبری اخلاقی یکی از رویکردهایی است که در دهه‌های پایانی قرن بیستم میلادی به‌طور جدی در ادبیات رهبری و مدیریت وارد شده است. عملکرد افراد در سازمان می‌تواند نقش عمده‌ای در موفقیت هر سازمان داشته باشد و با قاطعیت می‌توان بیان کرد که عملکرد فردی و سازمانی افراد تحت تأثیر عواملی همچون تعهد، آموزش، باورها و رهبری در سازمان‌ها قرار دارد. اخیراً رهبری اخلاقی توسط بسیاری از محققان در زمینه‌ی رفتار سازمانی و مدیریت مورد توجه قرار گرفته است. محققان، رهبری اخلاقی را به‌عنوان رفتاری مورد توجه قرار دادند که بر ابعاد اخلاقی در روش‌های رهبری تمرکز دارد (الومبو و دیگران، ۲۰۱۱). مسأله‌ی اساسی این پژوهش این است که چرا مسئولیت‌پذیری در بین کارکنان و مدیران تا حدودی پایین است؟ در بررسی علل پایین بودن مسئولیت اجتماعی در ناجا به‌طور اعم و در بین مدیران و کارکنان در استان هرمزگان به‌طور اخص، می‌توان به این موارد اشاره کرد: پایین بودن میزان رضایت شغلی و سلامت هیجانی، روانی و اجتماعی؛ مدیران و کارکنان بیش از آن که بر زندگی سازمانی خود مسلط باشند، ناچارند بسیاری از جنبه‌های تحمیلی زندگی شغلی و سازمانی خود را بپذیرند؛ بیش از آنکه در فکر تغییر و توسعه‌ی فردی و سازمانی خود باشند، بیشتر خود را قربانی زندگی سازمانی می‌دانند و به دلیل رشد فردگرایی در ناجا همچون دیگر بخش‌های جامعه، بیش از آن که در فکر شکوفایی اجتماعی باشند، بیشتر در فکر خودشکوفایی بوده و منافع فردی را بر منافع جمعی ترجیح می‌دهند. این پژوهش به این سوال پاسخ می‌دهد که چه رابطه‌ای بین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد.



## مروری بر ادبیات پژوهش

### رهبری اخلاقی

هریسون (۲۰۰۵) از نخستین کسانی بودند که رهبری اخلاقی را به عنوان یک سبک مستقل در نظر گرفتند. آنها با استناد به نظریه یادگیری اجتماعی رهبری اخلاقی را به صورت نمود رفتار مناسب به لحاظ هنجاری در اعمال شخصی و روابط میان فردی و ترغیب چنین رفتارهایی در پیروان از طریق ارتباطات دوجانبه، تشویق و تصمیم گیری تعریف نمودند (Brown, Treviño and Harrison, 2005). رهبری اخلاقی، نمایش رفتار مناسب به صاورت هنجاری از طریق اعمال شخصی و روابط بین فردی و ترویج این گونه رفتارها در میان پیروان از طریق ارتباطات دوجانبه، تشویق و تصمیم گیری است (باراون و تریونو، ۲۰۰۶). مفهوم رهبری اخلاقی یکی از زیرشاخه های رفتارهای اخلاقی است که اخیراً در سازمان ها به مسئله ای مهم تبدیل شده است. البته تا به امروز، در عرصه پژوهش به طور یکپارچه و منظم درباره این متغیر تحقیق نشده است. رهبران اخلاقی افرادی پایبند به اصول، جامعه پذیر و درستکار شناخته می شوند که تصمیم های متعادل و خوب می گیرند، غالباً پیرامون اصول اخلاقی با پیروانشان ارتباط برقرار می کنند. معیارهای اخلاقی شفاف را تنظیم می کنند و پاداش ها و تنبیه ها را به کار می برند تا محیطی سالم و با بهره وری بالا در سازمان ایجاد کنند (براون و تریونو، ۲۰۰۶: ۵۹۷). رهبری اخلاقی به صورت نمایش رفتار مناسب هنجاری از طریق اعمال فردی و ارتباطات بین فردی و ترویج چنین رفتاری به پیروان از طریق ارتباطات دوسویه، تقویت و تصمیم گیری تعریف شده است (والومبا و همکاران، ۲۰۱۰: ۱). رهبری اخلاقی، رهبری را توصیف می کند که بر اساس اعتقاد به آنچه درست یا نادرست است تصمیم گیری می کند. رهبران اخلاقی افراد را طوری هدایت می کنند که به حقوق و جایگاه آنها احترام گذاشته می شود. رهبری اخلاقی، نمایش رفتار مناسب به صورت هنجاری از طریق اعمال شخصی و روابط بین فردی و ترویج این گونه رفتارها در میان پیروان از طریق ارتباطات دوجانبه، تشویق و تصمیم گیری است (براون و تریونو، ۲۰۰۶). می توان گفت رهبر اخلاقی کسی است که سعی دارد پتانسیل و ابتکارات هر فرد را شناسایی کند و به طور همزمان به محافظت از سلامت جامعه بپردازد و به حفظ حقوق و آزادی آنها نیز کمک کند. رهبران اخلاقی صراحتاً بر توجه به استانداردهای اخلاقی از طریق فرایندهای ارتباطی و پاسخگویی تمرکز می کنند. و برای آنها اهمیت قائل می شود (محمد داودی و ولایی ملکی، ۱۳۹۱: ۶۲). براون و همکارانش (2005) رهبری اخلاقی را تک بعدی در نظر گرفته و رفتارهای مختلفی را برای یک رهبر اخلاقی برشمردند. آنها رهبران اخلاقی را صادق، قابل اعتماد، منصف و با ملاحظه دانستند.

بیشتر محققان رهبری اخلاقی را نمایش رفتارهای اخلاقی از جانب رهبر در روابط درون شخصی و برون شخصی وی و انتقال این هنجارها به پیروان که از طریق سه روش ارتباطات دوجانبه، تقویت رفتار و تصمیم گیری اخلاقی صورت می گیرد، می دانند (رسیک و دیگران، ۲۰۱۱: ۴۳۶). رهبری اخلاقی نیز به سازمان این امکان را می دهد که به شیوه خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل داد به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه رهبری باعث می شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و بدین گونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد.



## مسئولیت پذیری اجتماعی

مسئولیت اجتماعی موضوعی جدید نیست اما به نظر می‌رسد که افزایش علاقه در میان دانشگاهیان و دست اندرکاران به مسئولیت اجتماعی به خاطر منفعت‌هایی که مسئولیت اجتماعی برای اقتصاد، جامعه و محیط زیست دارد تازه و جدید باشد (هندرسون، ۲۰۰۷). مسئولیت پذیری اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه ای انجام دهد که در آن فعالیت می‌کند (رویارویی و مهردوست، ۱۳۸۸: ۴۶). مسئولیت‌پذیری یعنی پاسخگویی در قبال وظیفه و تکلیف، بنابراین مسئول در قبال رفتار خود و عوارض ناشی از آن، مورد سوال و بازخواست قرار می‌گیرد و تشویق و یا تنبیه می‌گردد. البته پاداش و یا توبیخ فرع بر مسئولیت است و مسئولیت فرع بر تکلیف و تکلیف فرع بر اختیار و اختیار یا حق تصمیم‌گیری، نیز از جمله خصوصیات منحصر به انسان است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی چهارچوبی اخلاقی است برای هر فرد یا سازمان، تا با حساسیت در مورد مسایل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محیط زیستی رفتار نماید. تلاش برای انجام مسئولیت اجتماعی به افراد، سازمان‌ها و دولت‌ها کمک می‌نماید تا نقش و تاثیر مثبتی در توسعه پایدار یک جامعه داشته باشند. مسئولیت‌پذیری اجتماعی به توانایی سازمان برای پشتیبانی از اقداماتی اشاره دارد که رفاه نیروی کار آنها و نیز جامعه را مورد توجه قرار می‌دهد (Parast and etel, 2012). بهترین روش برای سنجش میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی یک سازمان، سنجش آن بر مبنای دیدگاه کارکنان، مشتریان و تأمین‌کنندگان مواد اولیه، سهام‌داران و مسئولان حفاظت محیط زیست است (Khalili and etel, 2011). در طول سال‌های اخیر اهمیت بحث مسئولیت اجتماعی، روز به روز بیشتر شده است؛ به طوری که امروزه از آن به عنوان یک اولویت اصلی برای سازمان‌ها یاد می‌کنند.

## پیشینه پژوهش

کرمی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به رابطه بین اخلاق حرفه‌ای، رهبری اخلاقی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدارس استان کردستان پرداختند. نتایج نشان داد رابطه اخلاق حرفه‌ای، رهبری اخلاقی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت و معنی‌دار بود. همچنین رابطه اخلاق حرفه‌ای با رهبری اخلاقی مثبت و معنی‌دار بود. از روش پیشینه احتمال برای آزمون الگوی نظری پژوهش و برازش آن با داده‌های گردآوری شده استفاده شد. در این پژوهش از روش تحلیل کانونی استفاده شد. شاخص‌های برازش در حد مطلوبی قرار داشتند، نتایج نشان داد مدل آزمون شده برازش مناسبی با داده‌های گردآوری شده دارد.

سیف‌پناهی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی به رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سنندج) پرداختند. یافته‌ها نشان داد که رهبری اخلاقی رابطه معناداری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی داشت. یافته‌ها همچنین نشان داد که دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی رهبر می‌توانستند نقش معناداری در پیش‌بینی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان داشته باشند.

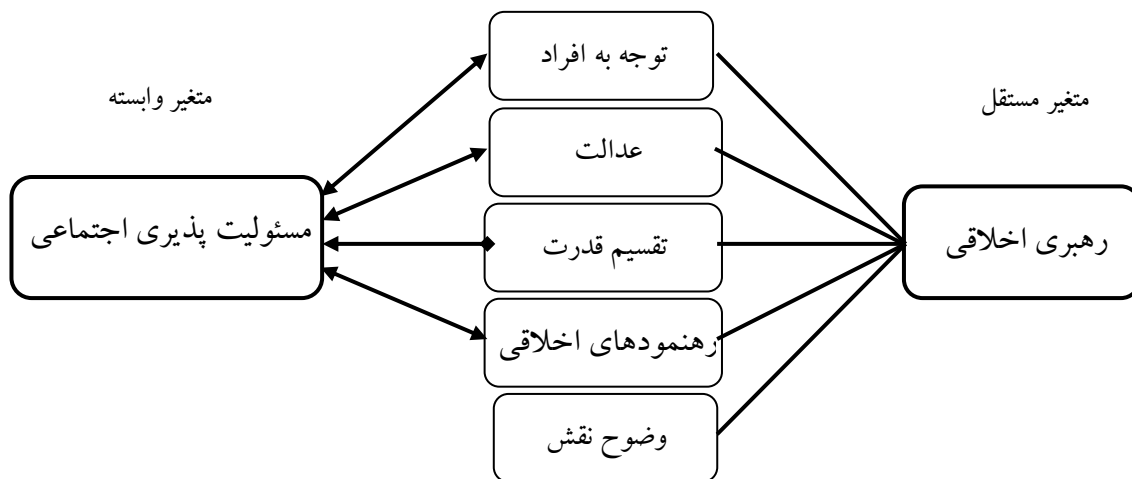
زندى و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود به رابطه رهبری اخلاقی و مسوولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سنندج) پرداختند. یافته‌ها همچنین نشان داد که دو مؤلفه الگو بودن و عمل‌گرایی رهبر می‌توانستند نقش معناداری در پیش‌بینی مسوولیت‌پذیری اجتماعی سازمان داشته باشند.

دوستار و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیق خود به رهبری اخلاقی و بررسی تاثیر ابعاد آن بر تعهد سازمانی پرداختند. نتایج نشان می دهد که بعد شفاف سازی نقش فقط بر روی تعهد عاطفی، بعد انصاف و اخلاق بر تعهد عاطفی و تعهد هنجاری و بعد تسهیم قدرت بر روی هر سه بعد تعهد سازمانی تأثیر گذار است.

قاسم زاده و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی به رابطه اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی نقش میانجی گر فرهنگ خدمتگزاری پرداختند. نتایج نشان داد که؛ اخلاق حرفه ای با مسئولیت اجتماعی، پاسخگویی و فرهنگ خدمتگزاری دارای رابطه مثبت و معنی دار است. همچنین، نتایج نشان داد که؛ رابطه بین اخلاق حرفه ای و پاسخگویی فردی، از طریق فرهنگ خدمتگزاری، میانجیگری می شود. اما، نقش میانجی گر فرهنگ خدمتگزاری در رابطه بین اخلاق حرفه ای و مسئولیت اجتماعی تأیید نشد.

### مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مفاهیم ارائه شده، در این پژوهش، مدل مفهومی زیر (شکل ۱) برای تأثیر ادراک از رهبری اخلاقی بر رفتارهای انحرافی سازمانی کارکنان مورد پذیرش و بررسی قرار گرفت. در این پژوهش برای بررسی سنجش رهبری اخلاقی با پنج بعد (انصاف، رهنمودهای اخلاقی، جهت گیری فردی، اشتراک قدرت، شفافیت نقش) و برای رفتارهای انحرافی بهره گرفته شده است.



نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش

بر اساس آنچه بیان گردید به نظر می رسد مطالعه رابطه بین رهبری اخلاقی و ارتقای مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان یک مسئله مطرح باشد که به صورت فرضیه های بشرح ذیل ارائه شده است:

### فرضیه اصلی

— بین رهبری اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.

### فرضیات فرعی

— بین توجه به افراد و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.

— بین عدالت و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.



- بین تقسیم قدرت و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین رهنمودهای اخلاقی رهبری اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین وضوح نقش و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین ابعاد رهبری اخلاقی از نظر اولویت تفاوت معناداری وجود دارد.

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای نتیجه یا دستاورد تحقیق از نوع کاربردی می‌باشد، زیرا هدف از پژوهش حاضر توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص بوده و هدف نهایی آن، حل مشکلات خاص درون سازمانی می‌باشد و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و در زمره تحقیقات پیمایشی می‌باشد. این پژوهش به لحاظ بررسی تاثیر بین دو متغیر، تحقیق همبستگی نیز خوانده می‌شود. در این پژوهش به رابطه رهبری اخلاقی سازمانی و ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداخته شده و وجود یا عدم وجود یک رابطه مثبت و معنی‌دار میان این دو متغیر مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری در این پژوهش، متشکل از کلیه کارکنان ستاد فرماندهی انتظامی استان هرمزگان بوده‌اند و برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه‌گیری کوکران استفاده شده که تعداد ۱۹۵ نفر برآورد که این تعداد با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌های موردنیاز در این پژوهش، از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در خصوص جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق از روش کتابخانه‌ای و اسنادی (شامل کتاب‌های دانشگاهی، پایان‌نامه‌ها، مقالات و پایگاه‌های اطلاعاتی) استفاده شد. همچنین برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد رد یا تأیید فرضیه‌های پژوهش از روش میدانی (از طریق طراحی پرسش‌نامه‌ها و توزیع آن در بین نمونه‌ی آماری و جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز در خصوص هر کدام از متغیرهای پژوهش). از دو پرسش‌نامه به شرح ذیل استفاده شد: هر پرسش‌نامه دارای سه قسمت بود که در ابتدا هدف از گردآوری داده‌ها و ضرورت همکاری پاسخ‌دهنده در ارائه‌ی پاسخ موردنیاز بیان شده است. به همین خاطر بارزش بودن داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها و شناخت وضع موجود و ارائه‌ی راهکارهایی در خصوص افزایش مسئولیت‌پذیری مدیران و کارکنان در پایان پژوهش ضرورت همکاری آنان مورد تأکید قرار گرفته است تا پاسخ‌دهندگان برای پاسخ‌دادن به سؤالات ترغیب شوند. در قسمت دوم، اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان شامل جنسیت، مدرک تحصیلی درخواست شده است. این دو بخش برای هر دو پرسش‌نامه مشترک و یک‌جا ارائه شده است. در قسمت انتهایی، برای هر کدام از متغیرهای مورد پژوهش (رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی) پرسش‌نامه‌ی استاندارد آورده شده است. پرسش‌نامه‌ی رهبری اخلاقی: برای سنجش و اندازه‌گیری متغیر رهبری اخلاقی در بین مدیران و کارکنان (به‌منظور سنجش و اندازه‌گیری میزان رهبری اخلاقی مدیران در بین کارکنان تحت مدیریت خود و رهبری اخلاقی کارکنان در محیط کار استفاده شد). استان هرمزگان با استفاده از پرسش‌نامه‌ی دهوق و دن هارتگ (۲۰۰۸)، با پنج مؤلفه‌ی توجه به افراد (۴ سؤال)، عدالت (۴ سؤال)، تقسیم قدرت (۴ سؤال)، رهنمودهای اخلاقی (۴ سؤال) و وضوح نقش (۴ سؤال)، با ۲۰ سؤال در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت شد. و پرسش‌نامه استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۱۹۹۱) با ۲۰ سؤال استفاده شده است.



برای سنجش روایی پرسشنامه ها، تعداد ۳۰ پرسشنامه در اختیار عده ای از استادان صاحب نظر قرار داده شد تا قابلیت فهم سؤالات، تعداد سؤالات، توالی منطقی سؤالات و حساسیت برانگیز نبودن سؤالات کنترل شود و از آن ها خواسته شد تا ضمن پاسخ دادن به سؤالات، نظرات خود را در خصوص بهبود پرسش نامه و سؤالات آن ارایه کنند. سرانجام، پس از بررسی های زیاد و با حذف و اصلاح پاره ای از عبارات و افزودن برخی سؤالات، پرسش نامه ی نهایی تهیه و تنظیم گردید. برای تعیین پایایی مکرر پرسش نامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که به شرح جدول شماره ۱ به دست آمد که نشان دهنده پایایی بالای پرسش نامه استفاده شده است. در این پژوهش متغیر وابسته یا ملاک، مسئولیت پذیری اجتماعی و متغیر مستقل یا پیش بین این پژوهش رهبری اخلاقی می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده ابتدا آمار توصیفی که به بررسی متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق شامل جنسیت، سن و میزان تحصیلات می پردازد؛ مورد بررسی قرار می گیرد. بعد از آمار توصیفی، نتایج آمار تحلیلی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS ارائه می شود. در آمار تحلیلی این پژوهش به منظور رابطه رهبری اخلاقی سازمانی و ارتقای مسؤلیت پذیری اجتماعی از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن، رگرسیون و آزمون فریدمن استفاده شده است.

جدول ۱: آلفای کرونباخ

مسئولیت پذیری اجتماعی	رهبری اخلاقی
۲۰ سوال	۲۰ سوال
۰/۸۱۷	۰/۹۲۶

### توصیف داده ها

تحلیل توصیفی داده های تحقیق بر حسب ویژگی های شخصی پاسخ دهندگان در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: توصیف داده ها بر حسب ویژگی های شخص پاسخ دهندگان

ویژگی های پاسخ گویان	جنسیت		تحصیلات				
	مرد	زن	دیپلم	فوق دیپلم	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری
فراوانی	۱۹۲	۳	۱۳	۲۲	۱۲۷	۳۳	۰
درصد	۹۷/۹۵	۲/۰۵	۰/۶۶/۶۶	۰/۱۱/۲۸	۶۵/۱۳	۰/۱۶/۹۲	۰

بر اساس جدول شماره ۲، ۱۹۲ نفر از کارکنان را آقایان و ۳ نفر را خانم ها تشکیل داده اند. هم چنین بر اساس تحصیلات، ۰/۶۶/۶۶ درصد از پاسخ گویان دیپلم، ۰/۱۱/۲۸ درصد فوق دیپلم، ۶۵/۱۳ درصد کارشناسی، ۰/۱۶/۹۲ درصد کارشناسی ارشد داشتند.

### تجزیه و تحلیل داده ها

به منظور مشخص کردن نوع آزمون مورد استفاده برای فرضیه های تحقیق ابتدا به بررسی نرمال بودن یا غیرنرمال بودن داده های مربوط به فرضیات از طریق آزمون کولموگروف - اسمیرنوف پرداخته شده و سپس با استفاده از نتایج این آزمون، از روش های آماری پارامتری یا غیرپارامتری مناسب برای آزمون فرضیه ها استفاده شده است، بنابراین فرضیه ها به شکل زیر خواهد بود:

$$H_0: \text{توزیع داده های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است.}$$



H1: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست.

این آزمون به منظور مشخص کردن نرمال بودن توزیع داده‌های یک متغیر استفاده می‌شود. متغیرهایی که سطح معناداری آزمون آن‌ها، از ۰/۰۵ بالاتر به دست می‌آید، دارای توزیع نرمال هستند. اگر داده‌ها دارای توزیع نرمال باشند امکان استفاده از آزمون پارامتریک وجود دارد و در غیر این صورت باید از آزمون ناپارامتریک استفاده کنیم. پس از تحلیل در برون‌داد آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، اگر آزمون معنی‌دار بود یعنی  $p$  کوچکتر از ۰/۰۵ صدم بود، به معنی این است که توزیع نرمال نیست و باید از آزمون ناپارامتریک استفاده کنیم. بنابراین اگر نتیجه این آزمون معنی‌دار نباشد امکان استفاده از آزمون‌های پارامتریک وجود دارد.

جدول ۳: آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

آیتم‌ها	رهبری اخلاقی	توجه به افراد	عدالت	تقسیم قدرت	رهنمودهای اخلاقی	وضوح نقش
میانگین	۲/۶۲۰	۲/۶۱۰	۲/۶۸۲	۲/۸۳۰	۲/۹۰۷	۲/۷۵۳
انحراف استاندارد	۱/۳۳۵	۱/۳۳۲	۱/۵۲۶	۱/۲۳۴	۱/۴۷۸	۱/۳۳۵
آماره آزمون	۰/۲۵۸	۰/۲۵۶	۰/۲۵۲	۰/۳۲۹	۰/۱۸۹	۰/۱۷۰
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به آزمون عدم نرمالیتی به عمل آمده از داده‌های حاصل از پژوهش و این که داده‌ها دارای توزیع نرمالی ندارد، لذا برای آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده خواهیم نمود.

#### یافته‌های استنباطی

**فرضیه اصلی:** بین رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به داده‌های جدول شماره 4، چون سطح معناداری بین دو متغیر رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۰/۰۰۰ صدم است و کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا این فرضیه که رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مستقیم وجود دارد، تأیید می‌شود. همچنین شدت این رابطه بین دو متغیر مذکور برابر است با ۰/۸۴۰ که نشان از رابطه نسبتاً خوب دو متغیر دارد.

جدول 4: نتیجه‌ی آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

مسئولیت‌پذیری اجتماعی	رهبری اخلاقی
ضریب همبستگی اسپیرمن	$P = .840$
مقدار احتمال	۰/۰۰۰
تعداد	۱۹۵

جدول 5: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل رگرسیون	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره	سطح معناداری
	۴۴/۵۷۹	۱	۴۴/۵۷۹	۵۶۵/۴۲۷	۰/۰۰۰





		۰/۰۷۹	۱۹۳	۱۵/۲۱۶	باقیمانده
			۱۹۴	۵۹/۷۹۵	کل

جدول 6: نتایج ضرایب رگرسیونی رهبری اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضرایب غیر استاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد		T آماره	sig
			B	Beta		
اصلی	مقدار ثابت	۲/۲۶۴	۰/۰۴۴	۰/۸۶۳	۵۱/۰۲۵	۰/۰۰۰
					۲۳/۷۷۹	۰/۰۰۰

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. می توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد مسئولیت پذیری اجتماعی، ۰/۸۶۳ واحد رهبری اخلاقی را ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه اثرگذاری مثبت وجود دارد. آزمون T مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان داده شده است که این مقدار برای این متغیر برابر با ۰/۰۰۰ بوده، در نتیجه مسئولیت پذیری اجتماعی موثر است.

**فرضیه فرعی اول:** بین توجه به افراد و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به داده های جدول شماره 7، چون سطح معناداری بین دو متغیر توجه به افراد و مسئولیت پذیری اجتماعی ۰/۰۰۰ صدم است و کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد، لذا این فرضیه که توجه به افراد و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مستقیم وجود دارد، تأیید می شود. همچنین شدت این رابطه بین دو متغیر مذکور برابر است با ۰/۶۵۶ که نشان از رابطه خوب دو متغیر دارد.

جدول 7: نتیجه ی آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن توجه به افراد و مسئولیت پذیری اجتماعی

توجه به افراد	مسئولیت پذیری اجتماعی
P= /۶۵۶	ضریب همبستگی اسپیرمن
۰/۰۰۰	مقدار احتمال
۱۹۵	تعداد

جدول 8: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

سطح معناداری	T آماره	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل رگرسیون
۰/۰۰۰	۱۵۳/۹۵۵	۲۶/۵۳۳	۱	۲۶/۵۳۳	مدل رگرسیون
		۰/۱۷۲	۱۹۳	۳۳/۲۶۲	باقیمانده
			۱۹۴	۵۹/۷۹۵	کل

جدول 9: نتایج ضرایب رگرسیونی توجه به افراد و مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضرایب غیر استاندارد	ضریب استاندارد	T آماره	sig
-----	---------------------	----------------	---------	-----



		Beta	خطای استاندارد	B		
۰/۰۰۰	۳۷/۸۵۷	۰/۶۶۶	۰/۰۶۶	۲/۴۸۱	مقدار ثابت	اصلی
۰/۰۰۰	۱۲/۴۰۸		۰/۰۲۲	۰/۲۷۸		

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. می توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد مسئولیت پذیری اجتماعی، ۰,۶۶۶ واحد توجه به افراد را ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه اثرگذاری مثبت وجود دارد. آزمون T مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان داده شده است که این مقدار برای این متغیر برابر با ۰,۰۰۰ بوده، در نتیجه مسئولیت پذیری اجتماعی موثر است.

**فرضیه فرعی دوم:** بین عدالت و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به داده های جدول شماره 10، چون سطح معناداری بین دو متغیر عدالت و مسئولیت پذیری اجتماعی ۰,۰۰۰ صدم است و کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد، لذا این فرضیه که عدالت و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مستقیم وجود دارد، تأیید می شود. همچنین شدت این رابطه بین دو متغیر مذکور برابر است با ۰,۸۰۵ که نشان از رابطه دو متغیر دارد.

جدول 10: نتیجه ی آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن عدالت و مسئولیت پذیری اجتماعی

عدالت	مسئولیت پذیری اجتماعی
P= .۸۰۵	ضریب همبستگی اسپیرمن
۰/۰۰۰	مقدار احتمال
۱۹۵	تعداد

جدول 11: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

سطح معناداری	آماره F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل رگرسیون
۰/۰۰۰	۳۹۳/۷۶۴	۴۰/۱۲۷	۱	۴۰/۱۲۷	مدل رگرسیون
		۰/۱۰۲	۱۹۳	۱۹/۶۶۸	باقیمانده
			۱۹۴	۵۹/۷۹۵	کل

جدول 12: نتایج ضرایب رگرسیونی عدالت و مسئولیت پذیری اجتماعی

sig	آماره T	ضریب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مقدار ثابت	مدل اصلی
		Beta	خطای استاندارد	B		
۰/۰۰۰	۵۱/۹۷۵	۰/۸۱۹	۰/۰۴۶	۲/۴۰۶		
۰/۰۰۰	۱۹/۸۴۳		۰/۰۱۵	۰/۲۹۸		

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. می توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد مسئولیت پذیری اجتماعی، ۰٫۸۱۹ واحد عدالت را ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه اثرگذاری مثبت وجود دارد. آزمون T مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان داده شده است که این مقدار برای این متغیر برابر با ۰٫۰۰۰ بوده، در نتیجه مسئولیت پذیری اجتماعی موثر است.

**فرضیه فرعی سوم:** بین تقسیم قدرت و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به داده های جدول شماره 13، چون سطح معناداری بین دو متغیر تقسیم قدرت و مسئولیت پذیری اجتماعی ۰٫۰۰۰ صدم است و کوچکتر از ۰٫۰۵ می باشد، لذا این فرضیه که تقسیم قدرت و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مستقیم وجود دارد، تائید می شود. همچنین شدت این رابطه بین دو متغیر مذکور برابر است با ۰٫۸۶۹ که نشان از رابطه دو متغیر دارد.

جدول 13: نتیجه ی آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن رهنمودهای تقسیم قدرت و مسئولیت پذیری اجتماعی

تقسیم قدرت	مسئولیت پذیری اجتماعی
P= .۸۶۹	ضریب همبستگی اسپیرمن
۰/۰۰۰	مقدار احتمال
۱۹۵	تعداد

جدول 14: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

سطح معناداری	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره	سطح معناداری
مدل رگرسیون	۴۴/۵۸۸	۱	۴۴/۵۸۸	۵۶۵/۸۹۴	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱۵/۲۰۷	۱۹۳	۰/۰۷۹		
کل	۵۹/۷۹۵	۱۹۴			

جدول 15: نتایج ضرایب رگرسیونی تقسیم قدرت و مسئولیت پذیری اجتماعی

sig	T آماره	ضریب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۴۱/۷۶۴	۰/۸۶۴	۰/۰۵۰	۲/۱۰۵	اصلی مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۲۳/۷۸۹		۰/۰۱۶	۰/۳۸۹	

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. می توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد مسئولیت پذیری اجتماعی، ۰٫۸۶۴ واحد تقسیم قدرت را ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه اثرگذاری مثبت وجود دارد. آزمون T مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان داده شده است که این مقدار برای این متغیر برابر با ۰٫۰۰۰ بوده، در نتیجه مسئولیت پذیری اجتماعی موثر است.

**فرضیه فرعی چهارم:** بین رهنمودهای اخلاقی رهبری اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به داده های جدول شماره 16، چون سطح معناداری بین دو متغیر رهنمودهای اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی ۰,۰۰۰ صدم است و کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد، لذا این فرضیه که رهنمودهای اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه مستقیم وجود دارد، تأیید می شود. همچنین شدت این رابطه بین دو متغیر مذکور برابر است با ۰,۸۰۶ که نشان از رابطه دو متغیر دارد. جدول 16: نتیجه ی آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن رهنمودهای اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی

مسئولیت پذیری اجتماعی	رهنمودهای اخلاقی
ضریب همبستگی اسپیرمن	$P = ۰,۸۰۶$
مقدار احتمال	۰/۰۰۰
تعداد	۱۹۵

جدول 17: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

سطح معناداری	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره	سطح معناداری
مدل رگرسیون	۳۷/۲۳۱	۱	۳۷/۲۳۱	۳۱۸/۴۵۶	۰/۰۰۰
باقیمانده	۲۲/۵۶۴	۱۹۳	۰/۱۱۷		
کل	۵۹/۷۹۵	۱۹۴			

جدول 18: نتایج ضرایب رگرسیونی رهنمودهای اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد	T آماره	sig
	B	خطای استاندارد			
اصلی	۲/۳۴۴	۰/۰۵۴	۰/۷۸۹	۴۳/۳۰۹	۰/۰۰۰
	۰/۲۹۶	۰/۰۱۷		۱۷/۸۴۵	۰/۰۰۰

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. می توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد مسئولیت پذیری اجتماعی، ۰,۷۸۹ واحد رهنمودهای اخلاقی را ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه اثرگذاری مثبت وجود دارد. آزمون T مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان داده شده است که این مقدار برای این متغیر برابر با ۰,۰۰۰ بوده، در نتیجه مسئولیت پذیری اجتماعی موثر است

**فرضیه فرعی پنجم:** بین وضوح نقش و مسئولیت پذیری اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به داده های جدول شماره 19، چون سطح معناداری بین دو متغیر وضوح نقش و مسئولیت پذیری اجتماعی اثر معنادار وجود دارد. ۰,۰۰۰ صدم است و کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد، لذا این فرضیه که وضوح نقش و مسئولیت پذیری اجتماعی اثر معنادار وجود

دارد. رابطه مستقیم وجود دارد، تأیید می شود. همچنین شدت این رابطه بین دو متغیر مذکور برابر است با ۰,۷۳۸ که نشان از رابطه دو متغیر دارد.

جدول 19: نتیجه ی آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن وضوح نقش و مسئولیت پذیری اجتماعی

مسئولیت پذیری اجتماعی	وضوح نقش
ضریب همبستگی اسپیرمن	$P = ۰,۷۳۸$
مقدار احتمال	۰/۰۰۰
تعداد	۱۹۵

جدول 20: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

سطح معناداری	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره	سطح معناداری
مدل رگرسیون	۳۲/۳۶۳	۱	۳۲/۳۶۳	۲۲۷/۶۸۶	۰/۰۰۰
باقیمانده	۲۷/۴۳۲	۱۹۳	۰/۱۴۲		
کل	۵۹/۷۹۵	۱۹۴			

جدول 21: نتایج ضرایب رگرسیونی وضوح نقش و مسئولیت پذیری اجتماعی

مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد	T آماره	sig
	B	خطای استاندارد			
اصلی	۲/۳۶۳	۰/۰۶۲	۰/۷۳۶	۳۸/۱۲۲	۰/۰۰۰
	۰/۳۰۶	۰/۰۲۰		۱۵/۰۸۹	۰/۰۰۰

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. می توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد مسئولیت پذیری اجتماعی، ۰,۷۳۶ واحد وضوح نقش را ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه اثرگذاری مثبت وجود دارد. آزمون T مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان داده شده است که این مقدار برای این متغیر برابر با ۰,۰۰۰ بوده، در نتیجه مسئولیت پذیری اجتماعی موثر است.

**فرضیه فرعی ششم:** بین ابعاد رهبری اخلاقی از نظر اولویت تفاوت معنادار وجود دارد.

معنادار شدن آزمون فریدمن بدین معنا است که تفاوت بسیار معناداری بین اولویت بندی رهبری اخلاقی وجود دارد.

جدول 22: رتبه بندی ابعاد رهبری اخلاقی بر مبنای آزمون فریدمن

رتبه	میانگین	عوامل تأثیرگذار	تعداد	آزمون فریدمن
چهارم	۲/۹۲	توجه به افراد	۱۹۵	
سوم	۲/۹۳	عدالت	۷/۷۵۹	



درجه آزادی	۴	تقسیم قدرت	۳/۱۹	اول
سطح معناداری	۰/۱۰۱	رهنمودهای اخلاقی	۳/۰۸	دوم
		وضوح نقش	۲/۸۹	پنجم

نتیجه این آزمون با مقدار ۰/۱۰۱ و در سطح ۹۹ درصد اطمینان یعنی در سطح خطای ۱ درصد ( $\text{Sig}=0/000$ ) معنادار نیست. هم چنین نتیجه میانگین رتبه‌ها در جدول شماره 22 نشان می‌دهد که تقسیم قدرت با ضریب ۳/۱۹ در اولویت اول قرار دارد، در نتیجه بیشترین رابطه را با مسئولیت پذیری اجتماعی شده دارد و رهنمودهای اخلاقی با ضریب ۳/۰۸ در رتبه دوم و وضوح نقش با ضریب ۲/۸۹ در رتبه پنجم و پایانی قرار دارد در نتیجه کمترین رابطه را با مسئولیت پذیری اجتماعی در ناچا دارد.

### بحث و نتیجه گیری

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان پدیده‌های جامعه شناختی و روان‌شناختی نه تنها در بهبود زندگی تک تک افراد نقش دارد، بلکه نوعی زندگی سالم و مثبت را برای افراد و جامعه فراهم می‌آورد. تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین رهبری اخلاقی و مولفه‌های آن با مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که؛ اخلاق حرفه‌ای و توجه به اخلاقیات در سازمان می‌تواند افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پاسخ‌گویی سازمانی را به دنبال داشته باشد که این امر، اهمیت توجه به مباحث اخلاقی را در سازمان گوشزد می‌کند. با توجه به نقش کلیدی رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ارتقای توسعه‌ی فردی و سازمانی، ضروری به نظر می‌رسد که مدیران و مسئولان مربوطه توجهات خاصی به متغیرهای مذکور داشته باشند و با از بین بردن موانع، بسترهای لازم را برای نهادینه‌سازی اخلاقیات و ارتقای مسئولیت‌پذیری فراهم کنند. ناچا یکی از مؤثرترین نهادهای اجتماعی در فرایند توسعه و فرهنگ تربیت و پرورش اجتماعی در جوامع به حساب می‌آیند. مسئولیت‌پذیری و توجه به مفاهیم اخلاقی در بین شهروندان و نیروی انسانی سازمان‌ها از جمله شاخص‌های تربیت اجتماعی به حساب می‌آیند. باید کوشید که این اصل مهم در بین نیروی انسانی سازمان‌ها نهادینه شود. این پژوهش تلاش کرد که تمامی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی را مورد بررسی قرار داده و الگوی مناسبی را برای ارتقای مسئولیت‌پذیری متناسب با بین نیروی انسانی این سازمان ارائه کند. همچنین فرضیه ششم براساس آزمون فریدمن نشان می‌دهد که تقسیم قدرت با ضریب ۳/۱۹ در اولویت اول قرار دارد، در نتیجه بیشترین رابطه را با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شده دارد و رهنمودهای اخلاقی با ضریب ۳/۰۸ در رتبه دوم و وضوح نقش با ضریب ۲/۸۹ در رتبه پنجم و پایانی قرار دارد در نتیجه کمترین رابطه را با مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ناچا دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های تحقیق کرمی و همکاران (۱۳۹۶)، سیف پناهی و همکاران (۱۳۹۴) و زندی و همکاران (۱۳۹۴) هم سو می‌باشد. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای کاربردی بشرح ذیل ارائه می‌گردد:

۱. اعمال اهرم‌های تشویقی برای سوق دادن کارکنان به سمت مشارکت‌های اجتماعی به منظور ایجاد حلقه‌ها و پیوندهای دوستی برای ارتقای رهبری اخلاقی در سازمان.
۲. تشویق و تقویت روابط اجتماعی میان واحدها، افراد و همکاری‌های گروهی در سازمان.

۳. از آنجایی که در گسترش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان‌ها مدیران نقش مهمی دارند، زمینه‌ای فراهم شود که مدیران با جنبه‌های مختلف مسئولیت‌پذیری اجتماعی آشنا شوند تا بتوانند نقشی مؤثر در این زمینه داشته باشند.
۴. به فرماندهان و مدیران سازمان توصیه می‌شود از طریق صحبت با زیردستان پیرامون ارزش‌های اجتماعی، نشان دادن صداقت و شفافیت در تعامل با ذی‌نفعان مختلف، پایبندی به استانداردهای اخلاقی، تلاش در جهت تدوین یا بازنگری منشور اخلاقی سازمان، تشویق کارکنان به رعایت منشور اخلاقی سازمان، و در نظر گرفتن خیر و صلاح ذی‌نفعان مختلف، در جهت ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان گام بردارند.

#### منابع

- آراسته، حمیدرضا و جاهد، حسین علی (۱۳۹۰). رعایت اخلاق در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی: گزینه‌ای برای بهبود رفتارها، نشریه‌ی نشاء علم، شماره ۵(۲)؛ صص ۴۰-۳۱.
- تقی‌زاده، هوشنگ و سلطانی فسقندیس، غلامرضا (۱۳۸۹). تأثیر اخلاق کسب و کار بر مسئولیت اجتماعی بنگاه، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۵، صص ۹۴-۱۰۴.
- دوستار، محمد و همکاران (۱۳۹۴). رهبری اخلاقی و بررسی تاثیر ابعاد آن بر تعهد سازمانی، نشریه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال ۲۴، شماره ۷۹، صص ۴۵-۲۷.
- رویارویی و مهردوست (۱۳۸۸). بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی، پژوهشنامه علوم اجتماعی، شماره ۳، صص ۴۳-۵۹.
- زندی و همکاران (۱۳۹۴). رابطه رهبری اخلاقی و مسوولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سندج)، نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۶، شماره ۴ (پیاپی ۶۰)، صص ۲۲۲-۲۱۳.
- رحیم‌نیا، فریبرز و نیکخواه فرخانی، زهرا (۱۳۹۰). تأثیر جو اخلاقی سازمان بر هویت سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشندگان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۶(۴)، صص ۷۱-۸۱.
- سیف پناهی، حامد و همکاران (۱۳۹۴). رابطه رهبری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان سایت اداری سندج)، فصل‌نامه جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۶، شماره ۴، صص ۲۲۲-۲۱۳.
- قاسم‌زاده، ابوالفضل و همکاران (۱۳۹۲). رابطه اخلاق حرفه‌ای با مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی: نقش میانجی گر فرهنگ خدمتگزاری، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال نهم، شماره ۲، صص ۸-۱.
- کرمی، محمد و همکاران (۱۳۹۶). رابطه بین اخلاق حرفه‌ای، رهبری اخلاقی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدارس استان کردستان، نشریه مدیریت مدرسه، دوره ۵، شماره ۱، صص ۱۱۲-۹۳.
- محمدداودی، ا.، ولایی ملکی، م (۱۳۹۲). تحلیل روابط رهبری اخلاقی با سلامت سازمانی؛ مطالعه موردی، فصلنامه مطالعات منابع انسانی، شماره ۳(۹)، صص ۷۸-۶۱.
- Brown, ME. Trevino, LK. (2006) "Ethical Leadership: A Review and Future Directions". The Leadership Quarterly; No. 17, p 595-616.



- Brown ME, Trevino LK, Harrison DA. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97: 117-134.
- Resick, CH.J., Hanges, P.J., & Dickson, M.W. (2006). A Cross-Cultural Examination of the Endorsement of Ethical Leadership, *Journal of Business Ethics*, 63, 345-359.
- De Hoogh, A. H. & Den Hartog, D. N. (2008). Ethical and despotic leadership,
- Henderson, J. C. (2007) corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami, *Hospitality Management*, 26: 228–239.
- Parast MM, Adams SG. Corporate social responsibility, benchmarking, and organizational performance in the petroleum industry: a quality management perspective. *Int J Prod Econ* 2012; 139(2):447-58.
- Khalili M, Saghafian H, Sanoubar N. A study of relationship between corporate social responsibility and financial performance. *J Busin Admin Res* 2011; 2(4):28-52 (Persian).





## **The Relationship between Organizational Ethical Leadership and Promotion of Social Responsibility in Hormozgan Province Police Command**

### **Abstract**

Organizations, as one of the most important social institutions of today, are responsible for society and promoting their social responsibility depends on identifying the factors affecting the promotion of social responsibility of employees. The purpose of this study is to explain the relationship between ethical leadership and promoting social responsibility. The present study is applied in terms of purpose and in terms of descriptive research method is correlation. Data were collected using the standard questionnaire of ethical leadership of Deutch and Dan Hartg (2008) and Carroll's (1991) standard questionnaire of social responsibility. The statistical population of this study included all staff of Hormozgan Police Command Headquarters. The sample was 195 according to Cochran formula. The inferential analysis of the data was done by spss software and Spearman correlation coefficient and Friedman test. The results show that there is a significant relationship between ethical leadership and its components with social responsibility. Also, according to Friedman test, power sharing is less than 3.19 in the first priority, thus having the highest relationship with social responsibility and ethical guidelines with a coefficient of 3.08 in the second rank and role clarity with a coefficient of 2.89 in the fifth and last rank. As a result, it has the least relationship with social responsibility in the country.

**Keywords:** Ethical Leadership, Social Responsibility, Staff, Hormozgan.