مقاله پژوهشی

مدل سازی رابطه بین سرمایهٔ اجتماعی، سرمایهٔ فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای در شرکت‌های بازرگانی

سمیه پورحسن*

گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور

(تاریخ دریافت: 96/2/11، تاریخ پذیرش: 96/4/10)

چکیده

زمینه: سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای به‌عنوان یکی از مزیت‌های اساسی در دست‌یابی به موفقیت در سازمان‌ها محسوب می‌شوند. هدف پژوهش حاضر مدل‌سازی رابطه بین سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه‌ای در شرکت‌های بازرگانی با تأکید بر صنایع غذایی می‌باشد.

روش: پژوهش حاضر از نوع کاربردی و توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری شامل شرکت‌های فعال در حوزه صنایع غذایی بودند. در این پژوهش تعداد 384 نفر از مدیران و کارمندان این شرکت‌ها به‌عنوان نمونه انتخاب گردیده و روش نمونه‌گیری با استفاده از روش تصادفی طبقه‌ای و فرمول کوکران انجام شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه سرمایه اجتماعی مدل ناهاپیت و گوشال، پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو و پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای کرستن و همکاران بوده است. بعد از جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های فوق‌الذکر، آنها کدگذاری شده و با استفاده از روش رگرسیون تحلیل شدند. در نهایت مدل پژوهشی با استفاده از تحلیل عاملی تأیید گردید.

یافته‌ها: نتایج تجزیه و تحلیل روش آماری رگرسیون نشان داد که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی 73 درصد، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی 92 درصد، بعد شناختی سرمایه اجتماعی 93 درصد، سرمایه فرهنگی تجسم یافته 94 درصد، سرمایه فرهنگی عینی 96 درصد و سرمایه فرهنگی نهادی 89 درصد از واریانس اخلاق حرفه‌ای را پیش‌بینی می‌کنند و مجموع 6 متغیری که در الگو وارد شده‌اند به میزان 89 درصد میزان اخلاق حرفه‌ای را در نمونه مورد بررسی پیش‌بینی کردند.

نتیجه‌گیری: در نهایت بررسی نتایج رابطه بین متغیرها نشان داد که مدل مورد نظر در جامعه مورد پژوهش از برازش خوبی برخوردار بوده است.

کلیدواژگان: *اخلاق حرفه‌ای، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، صنایع غذایی*

سرآغاز

اخلاق حرفه‌ای[1] یکی از عناصر مهم و مؤثر در روند توسعه، بهره‌وری، بهبود کار سازمان و داشتن تعهد بالای کارکنان در محیط کار است. با توجه به اینکه مهمترین و ارزشمندترین سرمایه سازمان، سرمایه انسانی آن است، توجه به این سرمایه گرانبها بر روند شکست و یا پیروزی سازمان‌ها تأثیر زیادی دارد. سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه شاخص‌هایی که درباره سه مؤلفه اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها طرح می‌شوند(1). 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 در همه سازمان‌ها ضروری کرده است(3و2). براساس دیدگاه برخی صاحب نظران، سرمایه اجتماعی به ارتباط میان افراد، شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای رفتاری متقابل و اعتماد ناشی از آنها که ظرفیت مشارکت برای نیل به مقاصد شخصی را افزایش می‌دهند اشاره دارد. براساس اندیشه صاحب نظران جوهره سرمایه اجتماعی اعتماد مبتنی بر هنجارهای عمومی است(4). محققان بر این باورند که میزان سرمایه اجتماعی که یک فرد از آن برخوردار است بسته به شبکه ارتباطات وی می‌تواند به‌طور مؤثری تغییر یابد(5). امروز سازمان‌هایی که قابلیت‌های سرمایه انسانی بالاتری دارند می‌توانند از مزایای ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی و یا سرمایه اجتماعی برخوردار گردند (6). نیروی انسانی مقید به ارزشهای حرفه‌ای در یک سازمان حاضر است فراتر از وظایف مقرر در شرح وظایف فعالیت

* نویسنده مسؤول؛ نشانی الکترونیکی: porhasan @ gmail.com

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره 4، 1397

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]

نماید(7). اخلاق حرفه‌ای در سازمانهایی که به ارائه خدمات حرفه‌ای می‌پردازند از اهمیت قابل‌توجهی برخوردار است(8). یکی از معضلات و مشکلات اساسی سازمانها ترک خدمت کارکنان به ویژه کارکنان متخصص و ارزشمند است. مدیران و محققان کناره‌گیری از کار را پرهزینه، مشکل آفرین و بیشتر با عواقب تهدید کننده برای کارآیی سازمان می‌دانند(9). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که جو اخلاقی[2] و اصول حرفه‌ای[3] کار در سازمان و میزان رعایت آنها بر رفتار کارکنان مؤثر بوده و سازمان‌ها می‌توانند با ارائه آموزش، تهیه شیوه نامه‌ها و دستورالعمل‌ها به رعایت بیشتر اخلاق حرفه‌ای در محیط کاری کمک کنند. در شرایط کنونی عدم رعایت برخی معیارهای اخلاقی، همگام با تحولات مدرنیزه شدن و گذر از الگوهای محکم و قوی اخلاق سنتی، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی، غیردولتی و بازرگانی به‌وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در اثر کمرنگ شدن آموزه‌های مذهبی و اعتقادی، جذابیت های مادی، کارکردهای غیرضروری ساختارها، تسلط الگوهای منفعت طلبانه فردی، عدم اعمال سیستم های تنبیهی، امنیت شغلی و ... مانع از رشد اخلاق حرفه‌ای شده و تعهد، مسئولیت‌پذیری، انضباط و دقت را به حداقل رسانده است(10). اخلاق حرفه‌ای عبارت است از اصول و استانداردهایی که برخورد مناسب و عمل قابل‌قبول را در زمینه‌های مختلف شغل هدایت کرده و به‌عنوان راهنمای کارکنان مختلف مورد تأکید قرار می‌گیرد. بر اساس این تعریف اخلاق حرفه‌ای ناشی از شغل فرد بوده و مسئولیت اخلاقی فرد در سازمان، تعیین کننده نوع رفتار اخلاقی او می‌باشد. اخلاق حرفه‌ای در واقع یک نظام ساختاری و کاربردی است که تلاش می‌کند تضادهای احتمالی را شناسایی نموده و برای آن راهکارهای صحیحی ارائه دهد. در تعریفی دیگر می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق[4] است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار داده و شیوه متداول در میان اهل این رشته است(11).

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها علی الخصوص سازمان بازرگانی به‌صورت دستورالعمل و شیوه‌نامه میسر نبوده و مدیران شرکت‌ها و سازمان های خصوصی باید با ایجاد جو و فرهنگ سازمانی مناسب به این امر دست یابند. در این بین نقش سرمایه اجتماعی[5] و سرمایه فرهنگی[6] بسیار بارز بوده و مدیران می‌توانند با شناسایی، اعمال و ایجاد سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی و تمرکز بر این دو متغیر به افزایش رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای مبادرت ورزند. مفهوم سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده، چند وجهی و بین رشته‌ای است که توجه بسیاری از صاحب‌نظران را به خود جلب نموده است. سرمایه اجتماعی را اغلب شبکه‌ای از ارزش‌ها و هنجارها به‌حساب می‌آورند. از زمان طرح این مفهوم تاکنون تحقیقات زیادی درباره آن صورت گرفته و تأثیر سرمایه اجتماعی در کاهش مسائل اجتماعی، افزایش سلامت روان، کاهش جرایم، افزایش پیوندهای اجتماعی، ایجاد شبکه‌های حمایتی برای اعضاء خانواده، کاهش مصرف مواد مخدر، کاهش خشونت خانوادگی، افزایش فعالیت‌های بهداشتی، کاهش احتمال ترک تحصیل نوجوانان، کاهش میزان خودکشی،کاهش کودک آزاری و افزایش تسهیل در جریان و پردازش اطلاعات بررسی و تأیید شده است(12). برخی محققان و صاحب نظران جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را با رویکرد سازمانی در سه بعد به‌صورت زیر بیان کرده‌اند. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی اشاره با الگوی ارتباطی اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی دارد یعنی اینکه به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. این بعد شامل جنبه‌های روابط شبکه، ترتیبات شبکه و سازمان مناسب می‌باشد. بعد شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه بوده و شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی است و مهم‌ترین جنبه‌های آن شامل زبان و کدهای مشترک، حکایات مشترک، فرهنگ مشترک می‌باشد. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملات خود برقرار می‌کنند و مهمترین جنبه‌های آن عبارتند از اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارها و هویت می‌باشند(13).

یکی دیگر از سرمایه‌های جدید، مفهوم سرمایه فرهنگی است. این نوع سرمایه در دهه 1960 از سوی بوردیو و همکارانش ابداع شده و به جهت اهمیت و گستردگی نقش این نوع سرمایه، بسیاری از تحلیلگران و نظریه‌پردازان اجتماعی از آن به‌عنوان منبع بسیار مهمی در تعیین ساختار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی یاد نموده‌اند(14). سرمایه فرهنگی، قابلیت، توانایی و مهارت‌هایی است که یک فرد برای حفظ شرایط موجود طبقاتی و کسب موقعیت‌های جدید اجتماعی از آن بهره‌مند می‌گردد. تولید این سرمایه در حوزه فردی مستلزم آموزش خانوادگی و یا آموزش هدفمند نظام آموزشی کشوری است. امروزه در رقابتهای استراتژیک جهانی آنچه در موازنه‌های قدرتی و نابرابری‌های سیاسی به‌عنوان عامل اثرگذار شناخته شده شامل سرمایه‌های اقتصادی، انسانی و اجتماعی نبوده بلکه مزایای رقابتی دنیا در عرصه توسعه پایدار در ممالک مختلف جهان در حوزه سرمایه‌های فرهنگی معین و مشخص می‌باشد(15). سرمایه فرهنگی دارای تعاریف و نظریه‌های مختلفی است که در این پژوهش از نظریه بوردیو در رابطه با آن استفاده شده است. بوردیو سرمایه فرهنگی را دارای 3 بعد می‌داند. سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته[7] بعد حک شده فرهنگی در جسم، اندیشه، احساس و رفتار انسان، سرمایه فرهنگی متجسد اطلاق می‌شود. سرمایه متجسد همان مهارت‌ها و توانایی‌های اکتسابی است. از نظر بوردیو اکثر خواص و کارکردهای سرمایه فرهنگی در همین بعد ریشه دارد. سرمایه اجتماعی نهادینه شده شامل امتیازات یا سرمایه‌های حاکی از عناوین کمیاب، که سرمایه فرهنگی نهادینه شده[8] اطلاق می‌شود. یکی از مهم‌ترین مصادیق این نوع سرمایه فرهنگی، مدارک و مدارج تحصیلی است. سرمایه فرهنگی نهادینه شده میان توانمندی‌های ذاتی و اکتسابی فرد تمایز ایجاد می‌کند(16). بعد عینیت یافتگی[9] شامل سرمایه‌هایی است که به صورت کالاهای فرهنگی (تصویرها، کتاب‌ها، لغت نامه‌ها، ادوات، ماشین آلات و ...) در خارج از ذهن تحقق می‌یابد. سرمایه عینیت یافتگی در حقیقت تجلیات و آثار سرمایه متجسد است که در ابعاد مستقل و منسجم ظاهر

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]

می‌شود(17). از زمان ابداع این مفهوم تاکنون مطالعات بسیاری درباره نقش و اهمیت آن در زندگی اجتماعی انجام شده و اهمیت آن در مواردی مثل بردباری اجتماعی، موفقیت تحصیلی، هویت اجتماعی، فعالیت‌های ورزشی، روابط دموکراتیک درون خانواده و ... بررسی و تأیید شده است (16).

این پژوهش به دنبال بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای در محیط کار می‌باشد. در واقع مسئله پژوهش حاضر از چند جنبه ایجاد شده است. اول اینکه خلاء پژوهشی در زمینه بررسی مفاهیم سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی در رابطه با جامعه مورد بررسی و در شرکتهای بازرگانی[10] به طور کلی وجود داشته و محقق با انجام این پژوهش در محیط کاری بازرگانی به غنی‌تر شدن مبانی نظری و تجربی در زمینه این امر کمک می‌کند. دوم اینکه تا به حال رابطه بین متغیرهای سرمایه‌ای و اخلاقی بررسی نشده است. سوم اینکه با شناسایی متغیرهای تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای در شرکت‌ها و سازمان‌های بازرگانی و صنایع غذایی[11] می‌توان این متغیرها را کنترل کرده تا هر چه بیشتر از میزان بی اخلاقی در محیط کار کاسته شده و به تبع آن هم خود فرد و هم شرکت‌های صنایع غذایی از کارایی و اثربخشی بیشتری بهره‌مند شوند. بنابراین سوال پژوهش حاضر این است که آیا رابطه‌ای بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای در بین کارکنان و مدیران شرکت‌های صنایع غذایی وجود دارد یا خیر؟

روش

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث چگونگی بدست آوردن داده های مورد نیاز از نوع توصیفی(غیر آزمایشی) و پیمایشی است. جامعه آماری مورد بررسی در این تحقیق شامل کلیه کارکنان و مدیران شرکتهای بازرگانی در حوزه صنایع غذایی در شهر تهران بودند. حجم جامعه آماری حدود 1000 نفر، نمونه آماری شامل384 نفر از افراد جامعه بودند که با استفاده از روش تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. از نظر ویژگی های جمعیت شناختی نمونه حاضر شامل زنان و مردان بود که بیشتر افراد نمونه را مردان (75%) و مابقی را زنان تشکیل می‌دادند. از نظر بازه سنی نیز افراد از 25 سال به بالا بودند و از نظر مدرک تحصیلی تمامی افراد مدرک تحصیلی کارشناسی به بالا را داشتند. داده‌های مربوط به سن کارکنان نشانگر آن است که 26/7 درصد دارای سن 25 تا 35 سال، 43/7 درصد دارای سن 36 تا 45 سال، 29/6 درصد دارای سن 46 تا 55 و 1/6 درصد دارای سن بالای 55 سال بودند. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از 3 پرسشنامه استفاده شد.

الف)پرسشنامه مربوط به سرمایه اجتماعی: این پرسشنامه سه بعد ساختاری(5 گویه)، ارتباطی(13 گویه)و شناختی(2 گویه) را می‌سنجد. روایی این پرسشنامه در پژوهش برخی محققان و صاحب نظران تأیید شده است(13).

همچنین پایایی آن برای بعد ساختاری 0/85، بعد ارتباطی 0/82 و بعد شناختی 0/81 به‌دست آمد. در این پژوهش آلفای کرونباخ پرسشنامه در بعد ساختاری 0/84، بعد ارتباطی 0/79 و در بعد شناختی 0/85 بدست آمد.

ب)پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو: این پرسشنامه دارای ابعاد سرمایه فرهنگی تجسم یافته[12]، سرمایه فرهنگی عینی[13] و سرمایه فرهنگی نهادی[14] می‌باشد. روایی این پرسشنامه در پژوهش برخی محققان و صاحب نظران تأیید شده است(13). همچنین پایایی آن برای بعد سرمایه فرهنگی تجسم یافته 0/80، سرمایه فرهنگی عینی 0/82 و سرمایه فرهنگی نهادی 0/83 به‌دست آمد.

در این پژوهش آلفای کرونباخ پرسشنامه در بعد سرمایه فرهنگی تجسم یافته 0/78، سرمایه فرهنگی عینی 0/75 و سرمایه فرهنگی نهادی 0/80 بدست آمد.

ج) پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای: برای اندازه‌گیری اخلاق حرفه‌ای در محیط کار از پرسشنامه برخی محققان و صاحب نظران استفاده شد(18). این پرسشنامه 16 سوال داشته که 8 بعد مسئولیت پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، برتری جویی و رقابت طلبی، احترام به دیگران، همدردی با دیگران و رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را اندازه‌گیری می‌کند. روایی و پایایی این پرسشنامه در پژوهش برخی محققان و صاحب نظران مورد تأیید قرار گرفته است(10). پایایی این پرسشنامه در این پژوهش 0/87 به‌دست آمد.

پس از تهیه پرسشنامه و تأیید نهایی آنها، پرسشنامه‌ها توسط پژوهشگر بین افراد نمونه توزیع گردید و از آنها درخواست شد تا با دقت به تمامی سوالات پاسخگو دهند. در هنگام پاسخگویی پژوهشگر برای رفع ابهامات احتمالی حضور داشت و به سوالات افراد در رابطه با پرسشنامه‌ها پاسخگو می‌داد. به تمامی افراد اطمینان داده شد که اطلاعات آنها محرمانه خواهد بود. بعد از جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های فوق‌الذکر داده‌ها کدگذاری شده و با روش رگرسیون به بررسی تأثیر متغیرها بر روی هم پرداخته شد. در نهایت مدل پژوهشی و روابط بین متغیر ها با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی آزمون شده و به کمک نرم افزار spss و لیزرل تحلیل‌ها بر روی آنها انجام گرفت.

یافته‌ها

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

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره 4، 1397

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]

جدول 1. آماره‌های رگرسیون گام به گام

گام	متغیرهای پیش بینی	ضریب همبستگی چندگانه	مجذور ضریب همبستگی چندگانه	مجذور همبستگی چندگانه تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	ضریب F	معناداری
1	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/86	0/73	0/73	0/23	76/64	0/001
2	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	0/96	0/92	0/91	0/12	63/49	/001
3	بعد شناختی سرمایه اجتماعی	0/97	0/94	0/93	0/11	6/95	0/014
4	سرمایه فرهنگی تجسم یافته	0/97	0/95	0/94	0/10	5/39	0/029
5	سرمایه فرهنگی عینی	0/98	0/97	0/96	0/8	15/61	0/001
6	سرمایه فرهنگی نهادی	0/95	0/90	0/89	0/10	41/22	0/001

چنانکه در جدول 1 مشاهده می‌شود طی شش گام، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، بعد شناختی سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینی و سرمایه فرهنگی نهادی قادر به پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بوده‌اند. ستون سوم جدول 1 ضرایب تعدیل شده را بیان می‌کند، طبق اطلاعات جدول 1 بعد ساختاری سرمایه اجتماعی 73 درصد، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی 92 درصد، بعد شناختی سرمایه اجتماعی 93 درصد، سرمایه فرهنگی تجسم یافته 94 درصد، سرمایه فرهنگی عینی 96 درصد و سرمایه فرهنگی نهادی 89 درصد از واریانس اخلاق حرفه‌ای را پیش‌بینی می‌کنند. البته این ضرایب به‌ترتیب با ضرایب ماقبل خود همپوشانی دارند. در واقع مجموع 6 متغیری که در الگو وارد شده‌اند به میزان 89 درصد میزان اخلاق حرفه‌ای را در نمونه مورد بررسی پیش‌بینی کرده که این عدد، عدد بسیار بالایی می‌باشد. در جدول زیر خروجی آماری آزمون آنوا آورده شده که مربوط به معنی‌داری مقادیر مجذور همبستگی می‌باشد.

جدول 2. آماره های آزمون انوا

متغیر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	4/06	1	4/06	76/64	0/001
بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	5/08	2	2/54	158/78	0/001
بعد شناختی سرمایه اجتماعی	5/17	3	1/72	132/41	0/001
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	5/23	4	1/30	118/12	0/001
سرمایه فرهنگی عینی	5/34	5	1/06	155/17	0/001
سرمایه فرهنگی نهادی	6/23	6	1/30	118/12	0/001

با توجه به نتایج جدول فوق کلیه مجذورات همبستگی در سطح 0/05 معنی‌دار است. در جدول زیر بلوک‌بندی متغیرها به همراه ضرایب استاندارد و غیراستاندارد ارائه شده است.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]

مقاله پژوهشی

جدول شماره 3. ضرایب استاندارد و غیر استاندارد

بلوک	مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد	تی	سطح معنی‌داری
		B	خطا	بتا		
1	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/612	0/070	0/86	8/75	0/001
2	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/314	0/054	0/442	5/86	0/001
	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	0/456	0/057	0/600	7/96	0/001
3	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/275	0/051	0/386	5/43	0/001
	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	0/395	0/057	0/519	6/97	0/001
	بعد شناختی سرمایه اجتماعی	0/184	0/070	0/18	2/63	0/001
4	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/252	0/048	0/355	5/30	0/001
	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	0/358	0/054	0/472	6/57	0/001
	بعد شناختی سرمایه اجتماعی	0/177	0/064	0/173	2/75	0/001
	سرمایه فرهنگی تجسم یافته	0/128	0/055	0/130	2/32	0/001
5	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/155	0/045	0/218	3/45	0/001
	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	0/283	0/047	0/373	6/03	0/001
	بعد شناختی سرمایه اجتماعی	0/115	0/053	0/113	2/17	0/001
	سرمایه فرهنگی تجسم یافته	0/123	0/044	0/125	2/83	0/001
	سرمایه فرهنگی عینی	0/125	0/057	0/300	3/95	0/001
6	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/245	0/045	0/218	3/45	0/001
	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	0/183	0/047	0/373	5/03	0/001
	بعد شناختی سرمایه اجتماعی	0/115	0/023	0/104	1/17	0/001
	سرمایه فرهنگی تجسم یافته	0/2123	0/041	0/201	2/41	0/001
	سرمایه فرهنگی عینی	0/125	0/017	0/140	2/95	0/001
	سرمایه فرهنگی نهادی	0/123	0/044	0/125	2/83	0/001

مطابق جدول 3 متغیرها در 6 بلـوک وارد تحلیـل رگرسـیون شـده‌انـد. دومین ستون ضرایب غیر استاندارد را نشان مـی‌دهـد. ایـن ضـرایب از تحلیل رگرسیون بر روی نمره‌های خـام بـه دسـت آمـده اسـت. بـرای ساختن معادله رگرسیون، از نمره خام که در حقیقت مهمترین کاربرد این روش آماری است، استفاده شده است. ضرایب بلوک 6 در جدول 3 وزن اختصاصی هر متغیر را با متغیر وابسته که همان اخلاق حرفه‌ای است را با تعدیل اثر متغیرهای ماقبل نشان می‌دهد. بر طبق جدول 3، معادلات تأثیر متغیرهای پژوهشی بر اخلاق حرفه‌ای از طریق فناوری اطلاعـات بعد از زدودن اثر متغیر ماتقدم به حالت زیر در می‌آیند:

جدول شماره 4. معادله های ورود متغیرها

معادله	متغیر
y=0/663 +(〖0/612〗 _1×X_1)	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی
y=0/334+(〖0/456〗 _1×X_1)	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی
y=0/240+(〖0/184〗 _1×X_1)	بعد شناختی سرمایه اجتماعی
y=0/162+(〖0/128〗 _1×X_1)	سرمایه فرهنگی تجسم یافته
y=0/183+(〖0/225〗 _1×X_1)	سرمایه فرهنگی عینی
y=0/334+(〖0/128〗 _1×X_1)	سرمایه فرهنگی نهادی

در نهایت با استفاده فرمول‌های فوق و استفاده از رگرسیون همزمان معادله رگرسیونی عوامل موثر بر اخلاق حرفه‌ای به حالت زیر ارائه شدند:

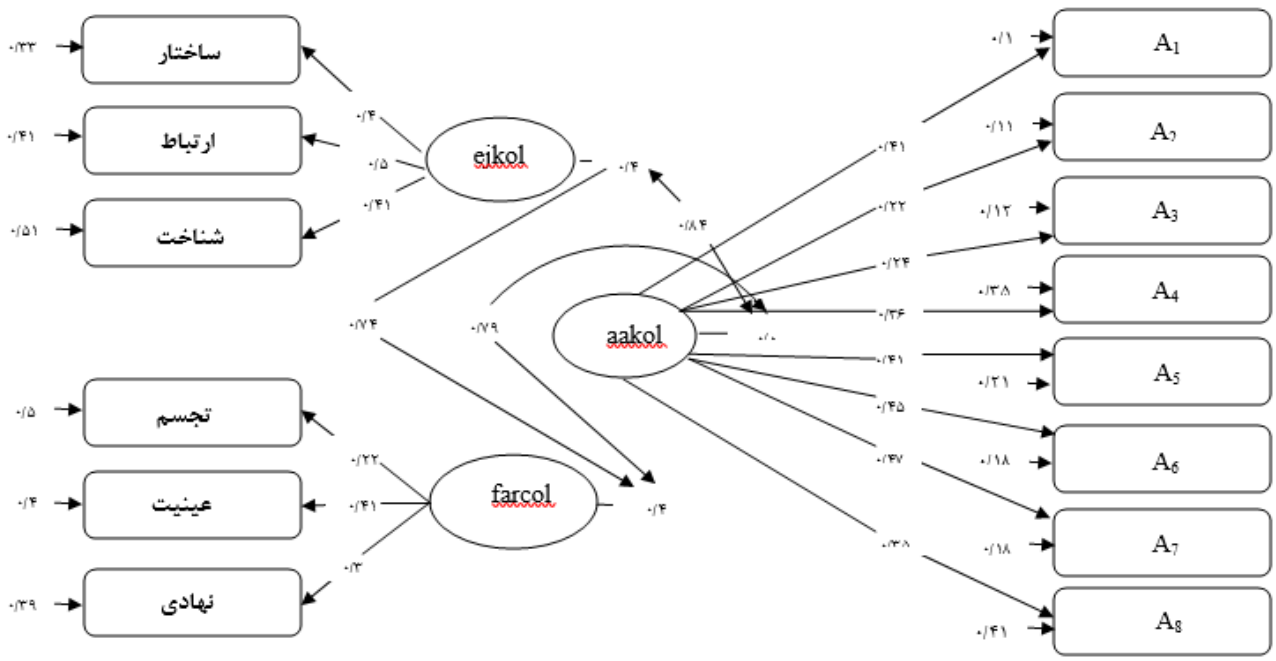
$$(b_4 * + (b_3 * X_3)+(b_2 * X_2)+Y^{\prime}=a+(b_1* X_1)$$
$$5/499+(0/612* = +(b_6 * X_6)) (b_5 * X_5 +X_4)$$
$$+(0/128* X_4)+(0/184* X_3)+ X_1)+(0/456 * X_2)$$
$$(0/128 * X_6) +(0/225 * X_5)$$

در این فرمول X_1 معادل بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، X_2 معادل بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، X_3 معادل بعد شناختی سرمایه اجتماعی، X_4 معادل سرمایه فرهنگی تجسم یافته، X_5 معادل سرمایه فرهنگی عینی و X_6 معادل سرمایه فرهنگی نهادی است. در واقع نمره خام هر یک از مقیاس‌ها را که در فرمول مربوطه قرار داده شود میزان اخلاق حرفه‌ای بدست می‌آید.

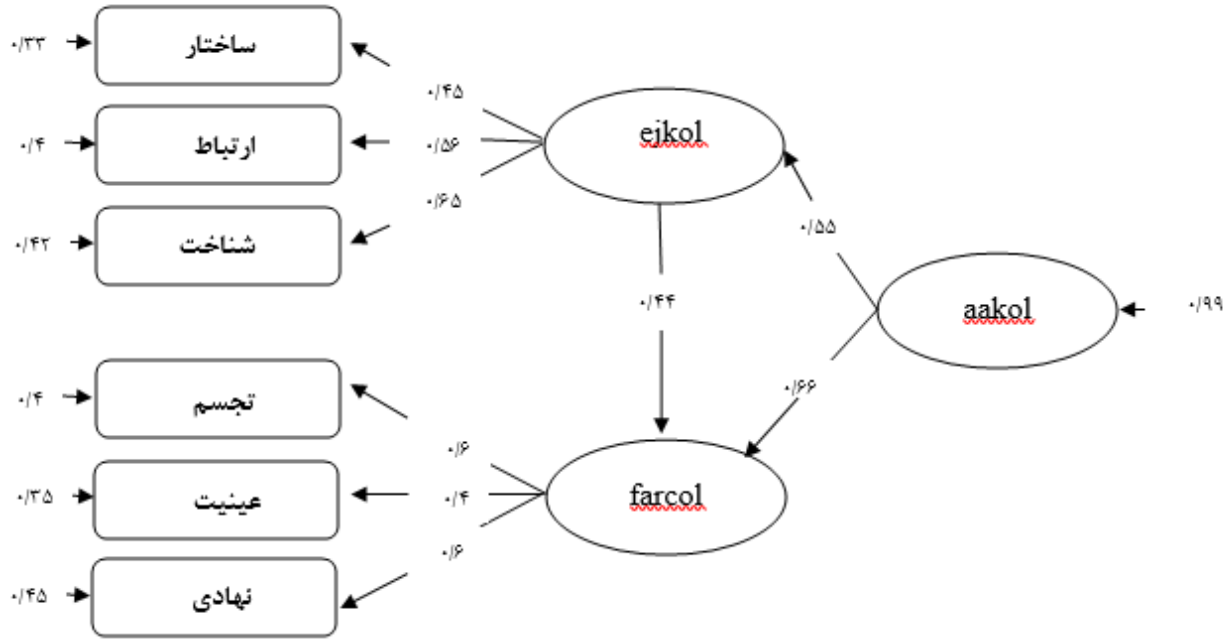
برای بررسی روابط بین متغیر وابسته و مستقل پژوهش با میانجی‌گـری متغیرهای انگیزه سازمانی و فرهنگ سازمانی، از تحلیل عاملی تأییـدی استفاده شد که نتایج آن به صورت زیر است:

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره 4، 1397



نگاره 1. مدل تحلیل عاملی تأییدی در حالت ضرایب معنی‌داری



نگاره 2. مدل کلی پژوهش

برای سنجش کفایت برازش مدل، آماره‌ها و شاخص‌های مختلفی عرضه شده است. از آنجاکه هر یک از این شاخص‌ها تنها جنبهٔ خاصی از برازش مدل را منعکس می‌سازند، ازاین‌رو برای سنجش برازش مدل، از چندین شاخص استفاده شد. برخی از محققان و صاحب نظران آماره‌ها و شاخص‌های آماره خی دو، ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب، شاخص برازش تطبیقی و ریشه دوم میانگین مجذورات پسمانده‌های استانداردشده را پیشنهاد داده‌اند(13). همچنین برخی از محققان و صاحب نظران نیز ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب، شاخص تاکر-لویز، شاخص برازش تطبیق، شاخص مرکزی مکدونالد و ریشه دوم میانگین مجذورات پسمانده‌های استانداردشده را پیشنهاد داده‌اند (13). در پژوهش حاضر ازشاخص‌های خی دو، نسبت خی دو بر درجه

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]

آزادی، ریشه میانگین خطای برآورد، نیکویی برازش، برازندگی تعدیل یافته، برازندگی نرم شده و برازندگی نرم نشده استفاده شده است. در جدول 5 این اطلاعات آورده شده‌اند. نگاره بالا حالت معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده و اندازه‌گیری متغیر را نشان می‌دهد. همان‌طوری‌که مشاهده می‌شود تمامی ضرایب بدست آمده معنادار بوده زیرا مقدار آزمون معناداری بزرگتر از1/96یا کوچکتر از 1/96- نشان دهنده معنادار بودن روابط است. بنابراین با توجه به نمودار نتایج تحلیل عاملی تأییدی می‌توان گفت که تمامی سوال‌ها به طرز معناداری متغیر را اندازه‌گیری می‌کنند. در جدول 5 شاخص‌های برازش مدل آورده شده‌اند.

جدول 5. شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی

نام شاخص	شاخص‌های برازش	
	مقدار	حد مجاز
$\frac{\chi^2}{df}$	2/26	کمتر از 3
RMSEA (ریشه میانگین خطای برآورد)	0/07	کمتر از 0/08
GFI (نیکویی برازش)	0/94	بالاتر از 0/90
CFI (برازندگی تعدیل یافته)	0/93	بالاتر از 0/90
NFI (برازندگی نرم شده)	0/95	بالاتر از 0/90
NNFI(برازندگی نرم نشده)	0/93	بالاتر از 0/90

به‌طورکلی در کار با برنامه لیزرل هر یک از شاخص‌های به‌دست آمده به تنهایی دلیل برازندگی یا عدم برازندگی مدل نبوده و این شاخص‌ها را در کنار هم بایستی تفسیر نمود. مقادیر به‌دست آمده برای این شاخص‌ها نشان می‌دهد که در مجموع مدل تحلیل عاملی تأییدی در جهت تبیین و برازش داده‌ها از وضعیت مناسبی برخوردار است.

بحث

فعالیت‌های سازمان های امروزی در محیط‌های متلاطم که همراه با تغییرات گسترده در حوزهٔ مدیریت سازمان می‌باشند، توجه به نقش راهبردی اخلاق در محیط کاری در بهبود عملکرد برای حفظ بقا و کسب مزیت رقابتی را دوچندان نموده است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی 73 درصد، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی 92 درصد، بعد شناختی سرمایه اجتماعی 93 درصد، سرمایه فرهنگی تجسم یافته 94 درصد، سرمایه فرهنگی عینی 96 درصد و سرمایه فرهنگی نهادی 89 درصد از واریانس اخلاق حرفه‌ای را پیش‌بینی می‌کنند. مجموع 6 متغیر مورد استفاده 89 درصد میزان اخلاق حرفه‌ای را در نمونه مورد بررسی پیش‌بینی کرده که این عدد، عدد بسیار بالایی می‌باشد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش برخی از محققان و صاحب نظران که به بررسی عوامل مؤثر براخلاق حرفه‌ای در محیط صنعتی پرداخته همسو است(19).

این پژوهشگران اشاره می‌کنند که طبق نظریه حسگری[15] ، افراد در طول زمان و با توجه به شرایط به رفتارهای خود معنی می‌بخشند. اگر سازمان دارای مسئولیت اجتماعی باشد و سرمایه اجتماعی بالایی را در بین کارکنان خود داشته باشد، مدیران و کارکنان موارد اخلاقی را به خوبی رعایت می‌کنند. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی ارتباطی اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی دارد یعنی اینکه شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید و این بعد شامل جنبه‌های روابط شبکه، ترتیبات شبکه و سازمان مناسب می‌باشد. بعد شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها بوده و شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی است و مهمترین جنبه‌های آن عبارتند از زبان و کدهای مشترک، حکایات مشترک و فرهنگ مشترک می‌باشد. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملات خود برقرار کرده و مهمترین جنبه‌های آن شامل اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارها و هویت می‌باشدکه نتایج آن پژوهش با این نتیجه همسو است(13).

همچنین برخی از محققان و صاحب‌نظران نیز در پژوهش خود به رابطه مثبت و معنی‌دار سرمایه اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در محیط کار اشاره می‌کنند که نتایج آن پژوهش با این نتیجه همسو است(20). از طرفی سرمایه فرهنگی بر اخلاق حرفه‌ای تأثیرگذار بوده است. به سرمایه فرهنگی تجسم یافته که شامل بعد حک شده فرهنگی در جسم، اندیشه، احساس و رفتار انسان است، سرمایه فرهنگی متجسد اطلاق می‌گردد. سرمایه متجسد همان مهارتها و توانایی‌ها ی افراد است. از نظر بوردیو، اکثر خواص و کارکردهای سرمایه فرهنگی در همین بعد ریشه دارد. به سرمایه فرهنگی نهادینه شده شامل امتیازات یا سرمایه‌های حاکی از عناوین کمیاب، سرمایه فرهنگی نهادینه شده اطلاق می‌شود. یکی از مهم‌ترین مصادیق این نوع سرمایه فرهنگی، مدارک و مدارج تحصیلی است. سرمایه فرهنگی نهادینه شده میان توانمندی‌های ذاتی و اکتسابی فرد تمایز ایجاد می‌کند. نتایج این یافته با نتایج پژوهش‌های پیشین که به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای پرداخته‌اند همسو است(13).

بعد عینیت یافتگی شامل سرمایه‌هایی است که به صورت کالاهای فرهنگی در خارج از ذهن تحقق می‌یابد. سرمایه عینیت یافتگی در حقیقت تجلیات و آثار سرمایه متجسد است که در اشکال مستقل و منسجم ظاهر می‌شود. از زمان ابداع این مفهوم تاکنون مطالعات بسیاری درباره نقش و اهمیت آن در زندگی اجتماعی انجام شده و اهمیت آن در مواردی مثل بردباری اجتماعی، موفقیت تحصیلی، هویت

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره 4، 1397

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]

اجتماعی، فعالیت‌های ورزشی، روابط دموکراتیک درون خانواده و ... بررسی و تأیید شده است(16). نتایج بررسی این بخش با نتایج پژوهش برخی محققان و صاحب نظران همسو است(21و 22). افزایش میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگی این امکان را برای کارکنان فراهم می‌کند که با دید و شیوه مثبتی در سازمان عمل کنند که در نتیجه آن می‌توان اخلاق حرفه‌ای را در سازمان ارتقاء داد. نتایج این پژوهش با این نتیجه همسو است(13).

براساس نتایج بدست آمده از این پژوهش پیشنهادات زیر ارائه می‌گردند:

با توجه به وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای کارکنان پیشنهاد می‌گردد تقویت اخلاق حرفه‌ای به‌عنوان یکی از اولویتهای اساسی در جهت بالا بردن کارآیی کارکنان مد نظر مدیران شرکت‌ها قرار گیرد.

با عنایت به ارتباط مستقیم سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای پیشنهاد می‌گردد این مؤلفه‌ها در مورد کارکنان سایر شرکت‌ها نیز مورد مطالعه قرار گیرند.

این تحقیق مانند سایر تحقیقات دارای محدودیتهایی بوده است. در این راستا به تعدادی از محدودیتهای فراروی این تحقیق اشاره می‌گردد:

در این تحقیق تنها از پرسشنامه جهت مطالعه استفاده گردیده این در حالی‌است که سایر روش‌های مطالعاتی مانند مصاحبه و مشاهده می‌توانند نتایج متفاوتی را نشان دهند.

یکی دیگر از محدودیت‌های این تحقیق معطوف شدن جامعه آماری به کارکنان صنایع غذایی شهر تهران می‌باشد که بایستی به هنگام تعمیم به کارکنان سایر بخش‌ها ملاحظات لازم در نظر گرفته شوند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش از طریق بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی با اخلاق حرفه‌ای در محیط کار با توجه به مدل‌سازی صورت گرفته به این نتیجه دست یافت که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینی و سرمایه فرهنگی نهادی قادر به پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بوده‌اند. با توجه به نتایج تحلیل عاملی تأییدی می‌توان گفت تمامی سوال‌ها به‌طرز معناداری اندازه‌گیرنده متغیر بوده و در جهت تبیین و برازش داده‌ها از وضعیت مناسبی برخوردار هستند.

ملاحظات اخلاقی

جهت رعایت اصول اخلاقی در این پژوهش، توزیع پرسشنامه ها توسط محقق صورت گرفته و هنگام مراجعه به محیطهای اداری جهت تکمیل پرسشنامه‌ها پس از اخذ موافقت، نسبت به توضیح اهداف تحقیق به کارکنان اقدامات لازم صورت گرفته و پرسش شوندگان نسبت به حفظ اطلاعات خود اطمینان حاصل نمودند.

واژه نامه

1. Ethics	اخلاق حرفه‌ای
2. Moral atmosphere	جو اخلاقی
3. Professional principles	اصول حرفه‌ای
4. Moral knowledge	دانش اخلاق
5. Social capital	سرمایه اجتماعی
6. Cultural capital	سرمایه فرهنگی
7. Embodied	تجسم یافته
8. Institutionalized	نهادینه شده
9. Objectified	عینیت یافتگی
10. Trading company	شرکت‌های بازرگانی
11. Food industry	صنایع غذایی
12. Cultural capital embodied	سرمایه فرهنگی تجسم یافته
13. Objective cultural capital	سرمایه فرهنگی عینی
14. Institutional cultural capital	سرمایه فرهنگی نهادی
15. Sense-making Theory	نظریه حسگری

References

1. Raju K. (2013). Anti-competitive effects on intellectual property rights: emerging jurisprudence and lessons for India. Journal of Intellectual Property Law; 18(2).
2. Ghasemzadehi A, Maleki S, Brooki-Milan S. (2015). Mediating role of organizational identification in the relationship between professional ethics, organizational citizenship behavior, and job deviation behavior. Iran J Med Ethics Hist Med; 7 (4): 66-79. (In Persian).
3. Ghasemzadeh A, Zavvar T, Mahdiuon R, Rezaee A. (2014). Relation between professional ethics with social responsibility and individual accountability: mediating role of serving culture. Ethics in Sciences & Technology; 9 (2): 69-76. (In Persian).
4. Razmi SJ, Kavosi SH. (2015). The relationship between social capital and tax compliance: the mediating role of tax ethics. Ethics in Science and Technology; 10(2); 74. (In Persian).
5. Sharifian-Thani M. (2014). Social capital: concepts and theoretical framework. Journal of Social Welfare; 1(2): 2. (In Persian).
6. Rabii A, Amini MT, Ataollahi T. (2015). The relationship between moral intelligence with social capital. Ethics in Science and Technology; 10(3): 30. (In Persian).
7. Ansari M, Hosseini A, Rahmani H, Seifi S. (2013). The effect of principles of staff professional ethics on consumer's royalty of banks. Ethics in Sciences & Technology; 7(1): 1-12. (In Persian).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]

8. Ahmadi F. (2014). Evaluation of effective factors on professional ethics of service organizations. Ethics in Sciences & Technology; 8(3): 1-10 (In Persian).

9. Mesbahi M, Abbaszadeh A. (2014). The systematic pattern for professional ethics in higher education. Journal of Physiological Ethics; 3(10): 11-33. (In Persian).

10. Yazdi M. (2016). The relationship between professional ethics with mental health and organizational citizenship behavior of employees. Journal of Educational Administration Research Quarterly; 28: 12-25. (In Persian).

11. Salajege A, Safari S. (2015). Relationship between professional ethics and function of professors. Ethics in Science & Technology. 3(3): 12-24. (In Persian).

12. Sepehrnia R, Delavar A, SalehiAmiri R. (2015). The relationship of education with the promotion of cultural capital in Iran. Educational Psychology; 11(38): 1-28. (In Persian).

13. Ebrahimi M. (2016). The study of relationship between social capital and the establishment of knowledge management. [MA. thesis]. Delijan: Islamic Azad University, Naraq Branch.

14. Nadali M. (2008). Investigating the relationship between cultural capital and social tolerance. [MA. thesis]. Isfahan :Humanities Faculty, Isfahan University.

15. Phillips R, Shockley G. (2010). Linking cultural capital conceptions to asset-based community development. Mobilizing communities: asset building as a community development strategy, 92-111.

16. Saadati M, Abbaszadeh M, Hatami R. (2013). Investigating the relationship between cultural capital, social capital and aggression. Military Knowledge Journal of E.A.; 3(3): 1-20.

17. Zalpoor K, Shahidi S, Zarani F, Mazaheri MA, Heydari M. (2016). Comparison of interpersonal problems and aggression in students with grandiose and vulnerable narcissism and student without it. Clinical Psychology Studies; 6(22): 67-84.

18. Christian M.S, Gatza A.S & Slaughter J.E (2011) Work engagement a quantitate review and test of its relation with task and contextual performance. Personal Psychology; 64(1): 89-136.

19. Jafariani H, Yazarlou A. (2015). Investigating factors affecting professional ethics in industrial managers. Organizational Behavior Studies Quarterly; 4(1): 25-50. (In Persian).

20. Panahi A, Sarboland K. (2015). The study of the relationship between social capital and professional ethics. 2nd International Conference on Economics, Management and Iranian Islamic Culture. Available at: https:// www. civilica.com/ Paper-VALIASR02-ALIASR02_130.html. Accessed: February 6, 2018

21. Ghasemzadeh A, Maleki S, Sharifi L. (2016). The mediating role of professional ethics regarding intellectual capital, organizational learning and knowledge sharing. Journal of Medical Education Development; 9(22): 76-86. (In Persian).

22. Zarghar P. (2015). The relationship between organizational culture and work ethics in the central headquarters of the ministry of economic affairs and finance. [MA. thesis]. Tehran: Islamic Azad University.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.11.9]