

## عنوان مقاله:

مدل سازی رابطه بین سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه ای در شرکت های بازرگانی

## محل انتشار:

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 13، شماره 4 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

سمیه پورحسن

## خلاصه مقاله:

زمینه: سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه ای به عنوان یکی از مزیت های اساسی در دست یابی به موفقیت در سازمانها محسوب می شوند. هدف پژوهش حاضر مدل سازی رابطه بین سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و اخلاق حرفه ای در شرکتهای بازرگانی با تاکید بر صنایع غذایی می باشد. روش: پژوهش حاضر از نوع کاربردی و توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری شامل شرکتهای فعال در حوزه صنایع غذایی بودند. در این پژوهش تعداد ۳۸۴ نفر از مدیران و کارمندان این شرکتهای به عنوان نمونه انتخاب گردیده و روش نمونه گیری با استفاده از روش تصادفی طبقه ای و فرمول کوکران انجام شد. ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه سرمایه اجتماعی مدل ناهایت و گوشال، پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو و پرسشنامه اخلاق حرفه ای کرستن و همکاران بوده است. بعد از جمع آوری داده ها از پرسشنامه های فوق الذکر، آنها کدگذاری شده و با استفاده از روش رگرسیون تحلیل شدند. در نهایت مدل پژوهشی با استفاده از تحلیل عاملی تایید گردید. یافته ها: نتایج تجزیه و تحلیل روش آماری رگرسیون نشان داد که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی ۷۳ درصد، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی ۹۲ درصد، بعد شناختی سرمایه اجتماعی ۹۳ درصد، سرمایه فرهنگی تجسم یافته ۹۴ درصد، سرمایه فرهنگی عینی ۹۶ درصد و سرمایه فرهنگی نهادی ۸۹ درصد از واریانس اخلاق حرفه ای را پیش بینی می کنند و مجموع ۶ متغیری که در الگو وارد شده اند به میزان ۸۹ درصد میزان اخلاق حرفه ای را در نمونه مورد بررسی پیش بینی کردند. نتیجه گیری: در نهایت بررسی نتایج رابطه بین متغیرها نشان داد که مدل مورد نظر در جامعه مورد پژوهش از برازش خوبی برخوردار بوده است.

## کلمات کلیدی:

Professional ethics, Social capital, Cultural capital, Food industry, اخلاق حرفه ای، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، صنایع غذایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1725024>

