

بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی در کار آفرینی زنان

(با تأکید بر زنان کار آفرین استان گیلان)

دکتر علی ربیعی
دانشیار گروه مدیریت رسانه و
ارتباطات دانشگاه پیام نور تهران

پروانه خوشه چین
کارشناس ارشد مدیریت اجرایی
دانشگاه پیام نور تهران

امروزه کار آفرینی به عنوان عامل و منشأ اصلی ابداعات، رقابت، رشد و توسعه اقتصاد پایدار شناخته شده است. زنان سهم ناچیزی از بازار کار ایران را دارا می باشند. از این رو توسعه کار آفرینی زنان به عنوان راهی برای برون رفت از بیکاری در کشور ضروری به نظر می رسد. از دیگر سو افراد و سازمانها پی برده اند که می توانند از طریق ارتقاء اصول اخلاقی در کسب و کار، زمینه نوآوری و کار آفرینی را فراهم آورند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی بر کار آفرینی زنان در ایران انجام شده است. در این راستا پس از بیان آموزه های نظری تلاش شده تا به این سؤال پاسخ داده شود که آیا میان رعایت اصول اخلاقی و کار آفرینی زنان رابطه وجود دارد؟ روش مطالعه در این مقاله، توصیفی - پیمایشی می باشد. یافته های مطالعه نشان می دهد که بین رعایت اصول اخلاقی و کار آفرینی زنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان می دهد که اصول اخلاقی، دارای قدرت قابل تأثیر در کار آفرینی زنان است. میزان R^2 برابر ۰.۷۵۲ می باشد که این میزان نشان می دهد ۷۵.۲ درصد از تغییرات مربوط به کار آفرینی زنان مربوط به میزان رعایت اصول اخلاقی در آنهاست.

واژگان کلیدی: اخلاق، اخلاق کار، کار آفرینی، کار آفرینی زنان

مقدمه

در عصر حاضر به دلیل پیشرفتهای علمی و فنی بازنمایی های ذهنی بشر از کره زمین به دهکده جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه های ارتباطی بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه ای و جهانی به یکدیگر وصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت پذیری دانسته اند، بدیهی است که در این رقابت جهانی نه تنها کشورها، بلکه کلیه نهادها و افراد باید به طور دائم قابلیت های رقابت پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند. (بدری و همکاران، ۱۳۸۵، ۷۴) پس از گذشت چندین دهه، کار آفرینی بیش از پیش در تولید محصولات و خدمات جدید، در سرتاسر جهان، مورد توجه قرار گرفته است و افراد و سازمان ها، به دنبال کار آفرین شدن هستند. هم افراد و هم شرکت های بزرگ در حال تلاش هستند که فعالیت های کار آفرینی خود را افزایش دهند. (Brenkert, 2009, p.449)

کار آفرینی می تواند به عنوان فرایند کشف و توسعه فرصت ها، به عبارت دیگر خلق ارزش برای سازمان موجود یا جدید درک شود. این تعریف تأکید می کند که کار آفرینی ذاتاً یک مفهوم پویا است. در این فرایند پویا، داشتن تعدادی هنجارهای سازمانی ثابت که راهنمای اخلاقی را پیشنهاد می دهد، می تواند سودمند باشد. در این مفهوم، آن مطرح است که فعالیت های کار آفرینی اغلب، بیشتر در سازمان های جدید به وجود می آیند. (Bortoff, 2004) با وجود این که تعدادی از تحقیقات تفاوت محکم و سازمان یافته بین کار آفرینان و غیر کار آفرینان را روی ابعادی مانند تحمل ریسک، اعلام کرده اند، بوکار و رزنتال^۱ (۲۰۰۵) استدلال کردند که صفات مورد نیاز برای کار آفرینی موفق - نوآوری، خلاقیت، تازگی، حساسیت - به طور تئوریک و سازمان یافته برای تصمیم گیری اخلاقی حیاتی هستند و به این نتیجه رسیده اند که اخلاق و کار آفرینی به طور نزدیکی با هم همتراز شده اند. به طور مشابه دانهام^۲ و همکارانش (۲۰۰۸) استدلال کردند که موفقیت کار آفرینی به نوآوری اخلاقی احتیاج دارد. (Harris et al, 2009: 408)

1. Buchholz and Rosenthal
2. Dunham

از طرفی دیگر، کارآفرینی یک نقش مهم اخلاقی بوده و وضعیت اخلاقی کارآفرین از اهمیت بسزایی برخوردار است. اخلاق می تواند به عنوان مکانیزم ارتباطی بین اجتماع و امور شخصی باشد. (Anderson, Smith, 2007, p.5)

در طول تاریخ هرگز نمونه ای یافت نمی شود که جامعه ای بدون داشتن یک نظام اخلاقی پایدار بتواند به بقای خود ادامه دهد. در دو دهه گذشته دنیا شاهد توسعه کشورهای بزرگ بوده است. در یک نگاه اجمالی به این کشورها مشاهده شد، که یکی از مهمترین دلایلی که باعث نیل به چنین توسعه ای در آنها شده، توجه به اخلاق و تدوین اصول اخلاقی و پایبندی به آن اصول و ایجاد یک نظام اخلاقی یکپارچه در تمام سطوح و حرفه های گوناگون بوده است. این اصول بر مبنای برنامه ریزی درست از نظر اخلاق و وجدان کاری و حرفه ای در کشورهای توسعه یافته، سالهاست که به مورد اجرا گذاشته شده، اما مدت کوتاهی است که مورد توجه کشورهای در حال توسعه قرار گرفته است. (الوانی، ۱۳۸۳، ۱۰)

رفتار غیر اخلاقی در کسب و کار به یک مسئله مهم برای همه اعضای جامعه تبدیل شده است. فعالیتها و رفتار اخلاقی در سازمانها نگرانی مهمی برای فعالان و محققان می باشد افراد، درباره رفتار نامناسب سازمانها و مدیران، درباره فعالیت های اخلاقی کارمندان نگران هستند. (Kincaid, et al, 2008, p.470)

امروزه کارآفرینان با مشکلات اخلاقی چالش برانگیزی مواجه هستند. آنها معمولاً در محیط های کاری پرتنش، فعالیت کرده و اغلب در تلاش برای تمرکز بر بازتاب اخلاقی تصمیمات خود می باشند. تصمیمات آنها می تواند آینده یک سازمان را تقویت یا به شدت تضعیف کند. (Hannafey, 2003, p.99)

زنان در کشورهای در حال توسعه امید اول برای ارتقای خانواده ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند (گلرد، ۱۳۸۸، ۱۳۱)

همچنین کارآفرینی زنان نقش مهمی را در اقتدار زنان و توسعه جوامع ایفا می کند.

با توجه به این که زنان نیمی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می دهند و در سال های اخیر رشد قابل توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه ایران به وجود آمده است، لذا توجه به فعالیت های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می تواند به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی نماید. (میرغفوری، ۱۳۸۸، ۳)

کشورهای در حال توسعه برای رهایی از هرگونه عقب افتادگی بفاصله مخصوص رکود اقتصادی، با تشویق و گسترش افلاق کار و وجدان کار می توانند رومیه تلاش مضاعف، ایثار و از خودگذشتگی را بین کارآفرینان افزایش دهند، که در پی آن با نوآوری و کارآفرینی می توان به رشد و توسعه اقتصادی و ثروت و رفاه در آن جامعه دست یافت.

کشورهای در حال توسعه برای رهایی از هرگونه عقب افتادگی به خصوص رکود اقتصادی، با تشویق و گسترش اخلاق کار و وجدان کار می توانند روحیه تلاش مضاعف، ایثار و از خودگذشتگی را بین کارآفرینان افزایش دهند، که در پی آن با نوآوری و کارآفرینی می توان به رشد و توسعه اقتصادی و ثروت و رفاه در آن جامعه دست یافت. آموزه های دینی به عنوان محرک اصلی اخلاق و وجدان کار محسوب می شوند لذا در جامعه دینی ایران با توسل بر این آموزه ها و پیروی از دستورات اقتصادی دین مبین اسلام می توان سرعت هرگونه حرکت اقتصادی را دو چندان نمود و تعالی انسانها را در فعالیت و کار بیشتر تعریف کرد. (خانی، جزئی، ۱۳۸۷، ۹۶)

گرچه در ایران، افزایش قابل ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکارناپذیر جامعه است، اما تجربه اجتماعی حاکی از آن است که تعداد کمی از زنان شاغل، کارآفرین هستند، زیرا برای ظهور

فعالیت های کارآفرینانه، وجود زمینه ها و شرایط اجتماعی - فرهنگی مناسب ضروری است. از طرفی رفتار غیر اخلاقی در کسب و کار، به یک مسئله مهم برای همه اعضای جامعه تبدیل شده است. فعالیت کارآفرینی آمیخته با ارزش های اخلاقی در افزایش توان زنان کارآفرینان در راستای کسب سود و ثروت و تأمین منافع اجتماعی و منافع آیندگان تأثیر بسیاری دارد. همچنین انگیزه پیشرفت زنان کارآفرینان در سایه ارزش های اخلاقی تقویت شده و سرعت پیشرفت روند نوآوری و در نهایت کارآفرینی و اشتغال زایی، افزایش می یابد و طیف وسیعی از بیکاران و جویندگان کار از موقعیت بوجود آمده استفاده کرده و شاغل می شوند. رشد و توسعه اقتصادی کشور نیز به موجب فعالیت هایی از این قبیل زودتر به وقوع می پیوندد.

توسعه کارآفرینی در یک کشور نیازمند اقدامات همه جانبه و هماهنگی در جنبه های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، خانوادگی و حتی فردی است. زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقاء خانواده ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها سبب سود اقتصادی می شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می نماید. اما میلیون ها زن در این کشورها با موانع ساختاری و فرهنگی در کسب و کار مواجه شده اند. آنها معمولاً در محیط های کاری موفق فعالیت می کنند و آنها اغلب، تلاش می کنند که زمان و دورنمای مناسب برای بازتاب اخلاقی متمرکز شده، پیدا کنند. در عصر حاضر، مباحث اخلاقی در چارچوب منشور (کد) های اخلاقی و قوانین رفتار حرفه ای مشاغل پا به درون سازمانها نهاده است. به ویژه اگر این منشورها در بستر یک نظام ارزشی و اعتقادی یکپارچه، مانند

اخلاق: Ethics به معنای اخلاق از واژه ی یونانی Ethikos اخذ شده که با واژه Ethos به معنای منش مرتبط است. برخی عقیده دارند که می‌توان هر دو واژه ethical, moral را به معنای اخلاقی و مترادف با هم در نظر گرفت. (امینی، ۱۳۸۷، ۹۷) مفهوم Morality نیز به معنی اخلاق، با درستی و نادرستی یک عمل مرتبط شده است. آن از واژه لاتین Mos و Moris که به معنی "عادت" می‌باشد اخذ شده است. البته کلمه Moral بیشتر به جنبه های عملی اخلاق اشاره دارد، در حالی که Ethical بیشتر به اصول علم اخلاق مربوط می‌شود. Ethics به ویژه فلسفه اخلاق، به طور عمومی به عنوان یک شاخه از فلسفه اخلاق توصیف شده است که به مفهوم خوب یابد، درست یا نادرست پرداخته است و استانداردهایی را برای زندگی اخلاقی تنظیم می‌کند و از استانداردهای وضع شده (برقرار شده) حمایت می‌کند. (Marjorie P.Garcia, 2011: 149)

اخلاق در لغت، جمع واژه خلق و به معنی خوی‌ها است، از این رو دانش بررسی و ارزش‌گذاری بر خوی‌ها و رفتارهای آدمی، علم اخلاق نامیده می‌شود. دانش اخلاق، بررسی اخلاقیات است. (فروود، ۱۳۸۶، ۱)

اخلاق عبارت از تشخیص فضایل از رذایل یا به عبارت دیگر، تمیز «درست»، «شایسته» و «عادلانه» از «نادرست»، «ناشایست» و «غیرعادلانه» است. این تشخیص در پرتو تمییز وجه افتراق حسن و قبح بوسیله عقل آدمی حاصل می‌شود و فضایل به خاطر نیکی و شایستگی مورد قبول فرد و جامعه قرار می‌گیرد و این دو (فرد و جامعه)، خود را به زیور، زیبایی و جمال اخلاق می‌آریند. (بابایی اهری، ۱۳۸۱، ۹۹)

طبقه بندی‌های اخلاق

هر کسی که به کسب و کار مشغول است با سه حوزه اخلاق مرتبط است: اخلاق فردی، اخلاق شغلی و اخلاق سازمانی. این سه حوزه اخلاق از زمینه های مشترکی برخوردارند. (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۵، صص ۵۲-۵۱)

۱) اخلاق فردی

انسان‌ها در رفتارهای ارتباطی برون شخصی نیز می‌توانند اخلاقی یا غیراخلاقی عمل کنند. بنابراین هر فردی، صرف نظر از این‌که شاغل است یا نه، نسبت به رفتارهای خود دارای مسئولیت است. فرد در زندگی شخصی خود نسبت به خود، خانواده، شهروندان و تمام کسانی که با آنها در ارتباط و یا تعامل است، مسئولیت اخلاقی دارد. رعایت این مسئولیت ملاک فضیلت آمیز بودن رفتار وی در زندگی شخصی است و عدم رعایت آنها دلیل رذیلت آمیز بودن آن است. این مسئولیت بر اصول معینی استوار است. این اصول در مجموع اخلاق فردی را می‌آفرینند.

اخلاق فردی بر هر نوع اخلاق دیگر، به یک معنا تقدم دارد، زیرا

ارزش‌های اسلامی، تدوین گردند همچون چتری فراگیر همه مصالح عمومی و حکومتی، سازمانی و شخصی را در بر گرفته و نوعی وحدت، انسجام و هماهنگی میان عوامل برقرار می‌نماید. (الوانی، ۱۳۷۹) بررسی تأثیر ملاحظاتی اخلاقی در کارآفرینی از طریق شفاف‌سازی واقعیت‌ها می‌تواند به توسعه کارآفرینی یاری رساند. با وجود این که مراجع منتشره در زمینه کارآفرینی زنان بسیار زیاد است، اما بررسی این موضوع از دیدگاه اخلاقی نسبتاً ناچیز می‌باشد، در حالی که یکی از عواملی که کارآفرینی زنان را با مشکل مواجه می‌سازد عدم توجه کافی به موضوعات اخلاقی است. مطالعه حاضر به بررسی شاخص‌های اخلاقی و ارتباط مشخص آن کارآفرینی زنان و مفاهیم آن پرداخته و به دنبال پاسخگویی به این سوال خواهد بود که آیا میان رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان رابطه وجود دارد. در این پژوهش، با استفاده از منابع و کنکاش در مبانی نظری، دو مقوله «کارآفرینی» و «اخلاق» با تأکید بر اخلاق کارآفرینی و چگونگی تعامل و ارتباط بین آنها، بررسی و مطالعات لازم صورت می‌گیرد. در این راستا، نخست ادبیات کارآفرینی و اخلاق و ارتباط بین آنها، مورد بحث قرار گرفته و پس از تحقیقات لازم به سؤال تحقیق پاسخ داده می‌شود.

مفاهیم کارآفرینی: کارآفرینی به کار گرفتن خلاقیت برای تجاری ساختن ایده و خلق کسب و کار جدید، در عمل همزاد تاریخی بشر بوده است. در قلب کارآفرینی ابتکار، خلاقیت، تازگی و حساسیت نهفته است. (Rogene, 2005, p.307)

کارآفرینی در حقیقت توسعه یک داد و ستد مخاطره آمیز جدید، خارج از سازمان فعلی است. (Parker, 2011, p.20) مفهوم کارآفرینی روی ایجاد کسب و کار جدید و رشد کسب و کار موجود متمرکز شده است. (Wood, 2011, p.153)

مفهوم کارآفرینی زنان: کارآفرینی در حقیقت توسعه یک داد و ستد مخاطره آمیز جدید، خارج از سازمان فعلی است. (Parker, 2011: 20) مفهوم کارآفرینی روی ایجاد کسب و کار جدید و رشد کسب و کار موجود متمرکز شده است. (Wood, 2011: 153) لای (1995) نیز زنان کارآفرین را به این شکل تعریف می‌کند: زنانی که به تنهایی یا با مشارکت کسب و کاری نوآوری محصولات جدیدی را تولید کنند تا در بازار بر رقبا غلبه یابند. (گلرد، ۱۳۸۷: ۱۸۶) اهمیت زنان در دنیای کار به عنوان مالکان یا شاغلان کسب و کار، یک پدیده مهم از هر نظر در تمام کشورهای توسعه یافته در دهه های اخیر بوده است. (1: et al Peris-Ortiz, 2011) توانایی کارآفرینان که اقتصاد را طرح ریزی کنند می‌تواند به وسیله تأثیر اخلاق کارشان، ارزش و رونق برای اقتصاد ایجاد کند. برای کارآفرینان مهم است که پایه ای برای خصایص اخلاقی شان بسازند به این علت که روی ارزش های اجتماعی یک اقتصاد خاص اثر می‌گذارند. (Nihalani, 2010: 10)

اخلاق بسی فراتر از شغل افراد است. (قراملکی، ۱۳۸۳، ۹۹)

۲) اخلاق کار

اخلاق کار به حوزه‌ای از فرهنگ گفته می‌شود که عقاید و ارزش‌های مربوط به کار را در بر می‌گیرد و قابل شناسایی است و از قواعد کلی حاکم بر فرهنگ و جامعه تبعیت می‌کند. (کاویان، ۱۳۸۴، ۲) پتی (۲۰۰۲) نیز، آن را هنجاری فرهنگی می‌داند که در یک جامعه شکل می‌گیرد و انتظار دارد همه کارمندان، کار خود را خوب انجام دهند (Kegan, 2009).

اصول اخلاقی اسلام در بعد اخلاق کار

برخی از اصول اخلاقی کار با توجه به درجه اهمیت آن در قرآن و تأکید پیامبر(ص) بر آن در اینجا شمرده می‌شود که عبارتند از:

- **سعه صدر در کار:** ظرفیت داشتن در برابر سختی‌ها، ناملایمات و نیز فرصت‌ها، رفاه‌ها و امکانات.
- **قاطعیت در کار:** در تصمیم‌گیری، اجراء، تشویق و تنبیه، نظارت.
- **نظم و انضباط در کار:** نه‌عجله (شتاب)، نه‌فوت وقت (وقت‌کشی)، نه‌تسویف (به‌فردا انداختن)
- **حسن خلق در کار:** یکی از دستورات مهم اجتماعی اسلام خوش خلقی در کار است. (علیمحمدی، ۱۳۷۸، ۵۵)
- **ایمان به کار:** اسلام شرط اساسی موفقیت در کار را ایمان به کار می‌داند و بر دوری جستن از شک و تردید و دودلی نسبت به کارها تأکید دارد.
- **نیت الهی در کار:** از دیدگاه اسلام هر عملی که مبتنی بر اراده است بدون نیت تحقق نمی‌یابد و با توجه به این که نیت آدمی ریشه در اعتقادات او دارد در نتیجه نیت فرد مسلمان ریشه در اعتقادات او دارد.
- **عاقبت‌نگری:** توجه به عاقبت هر کار قبل از انجام آن و در صورت نتیجه مطلوب جدیت و برنامه‌ریزی جهت رسیدن به آن نتیجه، آن‌چنان که پیامبر اکرم (ص) فرمود هرگاه به کاری همت می‌گمارید، به عاقبت آن بیندیشید، اگر مایه رشد و سعادت یافتید پیگیری کنید، اگر موجب گمراهی و انحطاط تشخیص دادید از آن صرف نظر کنید.
- **دقت در انجام کار:** از دیدگاه اسلام روحیه بی‌دقتی نوعی بیماری است و نمایانگر عدم احساس تعهد است و فرد را به ورطه سقوط می‌کشانند، تا آنجا که در برابر کار و تلاش خود هیچگونه مسئولیتی قائل نیست.
- **مشورت در کار:** یکی از راه‌های رشد اندیشه، مشورت است. مشورت موجب شکوفایی استعدادها و گشایش راه‌های نوین می‌گردد. خداوند در قرآن کریم بر این امر بسیار سفارش کرده است. به عنوان نمونه در سوره آل عمران آیه ۱۵۹ به پیامبر امر می‌کند که در کارها با مسلمانان مشورت کند.
- **تعاون و همکاری:** تعاون و همکاری همیشه مورد تأکید اسلام

بوده است. زیرا همکاری در کارها، علاوه بر این که سرعت و شتاب کار را افزایش می‌دهد و جامعه را سریعتر از نتیجه کار بهره‌مند می‌کند، روحیه اجتماعی را نیز تقویت و الفت و محبت را در بین افراد افزون می‌گرداند. (تقوی، ۱۳۷۲، ۳۹)

- **تقوا و توکل در کار:** از دیدگاه اسلام تقوا و توکل در کار موجب می‌شود که ناهمواری‌ها و سختی‌ها در کار هموار شود و دستیابی به هدف آسان گردد. (عرب زاده، ۱۳۷۲، ۱۹۵)

۳) اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای در حقیقت یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پای بند بود. (سرمدی و شالباف، ۱۳۸۶، ۱۰۰)

اخلاق و کارآفرینی:

در حالی که تعدادی از تحقیقات تمایز اصولی بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان روی بعدی مانند قدرت تحمل ریسک را فراخوانی می‌کنند، بوک هالز و رزنال^۱ (۲۰۰۵) استدلال کردند که صفات مورد نیاز برای کارآفرینی موفق قوه تخیل، خلاقیت، تازگی، حساسیت به‌طور اصولی و علمی در تصمیمات اخلاقی حیاتی هستند و اشاره می‌کنند که اخلاق و کارآفرینی به دقت همتراز شده‌اند. به‌طور مشابه دیگران (دانهام^۲ و همکارانش، ۲۰۰۸) استدلال کردند که موفقیت وابسته به کارآفرینی به تصور اخلاقی، علاوه بر، مدیریت مؤثر ابعاد استراتژیک آغاز یک فعالیت اقتصادی جدید نیاز دارد. تعدادی از تحقیقات حاکی از آن است که کارآفرینان ممکن است حقیقتاً بطور کلی تأکید بیشتری روی رفتار اخلاقی داشته باشند و سطوح بالاتری از استدلال اخلاقی را ارائه دهند. تحقیقات دیگر نشان می‌دهند بی‌طرفی - یا عدالت رویه‌ای یک عنصر مهم در مدیریت ارتباط بین کارآفرینان و سرمایه‌گذاران اصلی می‌باشد و منجر به یک مجموعه خروجی‌های مطلوب برای کارآفرین می‌شوند. بوکار و هیسریچ (۲۰۰۱) شواهدی را دال بر این که رفتار اخلاقی بالاتر در بین کارآفرینان وجود دارد، یافته‌اند. تحقیقات دیگر پی برده‌اند که کارآفرینان یک گرایش عمل قوی را دارا هستند که ممکن است آنها را از بررسی بطور کافی به ملاحظات اخلاقی جلوگیری کند. لانگنکر^۳ (۱۹۸۸، ۱۹۸۹a) اظهار کرد که کارآفرینان بیشتر از مدیران شرکت‌های بزرگ روی سود مالی شخصی تمرکز کرده‌اند حتی اگر آن از هزینه دیگران یا شکستن معیارهای عدالت بدست آید. اگر چه این اثر در طی زمان نوسان داشته است. تعدادی از پژوهشگران مانند کتز^۴ (۱۹۸۵) درباره فاکتورهای ویژه منفی

1 . Buchholz and Rosenthal

2 . Dunham et al

3 . Longenecker

4 . Kets de Vries

که می تواند در اخلاق و خصوصیات شخص کارآفرین نفوذ کند و بر رفتارشان چیره شود، هشدار دادند. (Harris, et al, 2009, p.408) و (Morris et al, 2002, p.335)، اخلاق وابسته به ارزشهاست. کارآفرینی با ارزشها خلق می شود. ارزشها و خلق ارزش با روشهای جالب توجه با هم در تعامل هستند. ونکاتارامان (۲۰۰۲) ارتباطات بین این دو را توضیح داده است: چنانچه ما اخلاق و کارآفرینی را همچون حوزه هایی که با یکدیگر جستجو می شوند که توصیف کنند، شرح دهند، پیش بینی کنند و تعیین کنند که چگونه ارزشها کشف، خلق و توزیع و شاید تخریب شوند را درک کنیم، آنگاه فقط چیزهایی که ما می توانیم از یکدیگر یاد بگیریم، وجود ندارد، اما با همدیگر ما دو روی یک سکه را نشان می دهیم: خلق ارزش و به اشتراک گذاری. (Venkataraman, 2002, pp.45-46) در واقع بحثهای مداوم در اخلاق کار و کارآفرینی وجود دارد که در ظاهر کاملاً متفاوت پدیدار می شوند، اما اساساً درباره خیلی از چیزهای مشابه هستند. در اخلاقیات گفتگو در باب ماهیت ارزشها و در کارآفرینی ماهیت فرصت ها است. (Susan S. ، 2009 ، 341) (Harmeling et al

در وضع مطلوب (به طور ایده آل) کارآفرینان تصمیمات اخلاقی مثبت را جستجو می کنند. آنها فرصت ها را شناسایی می کنند، اما فرصت طلب نیستند. آنها منابع را تجاوزکارانه (پرخاشگرانه)، اتخاذ می کنند اما بیرحم نیستند. آنها باید انعطاف پذیر باشند، اما نباید درستی شان را در معرض سوءظن قرار دهند. و آنها باید در هر زمانی محتاط، قابل اعتماد و استوار باشند تا این که روابط کاری ایجاد کنند که آنها را در سرتاسر مسیر شغلی شان در مکان خوب نگه دارد. کارآفرینی باید همچون یک فعالیت ارزشمند، قابل احترام و متهورانه به رسمیت شناخته شود. برخلاف تصور کارآفرین بیرحم و غیر اخلاقی، تعدادی از افراد، در انجمن

بررسی اخلاق کار معتقدند که کارآفرینان بیشتر از مدیران شرکتهای بزرگ مستعد رفتار اخلاقی هستند. (June Ferrill, Getzler-Linn ، 131، 2006)

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه پژوهش حاضر نشان می دهد

توسعه کارآفرینی در یک کشور نیازمند اقدامات همه جانبه و هماهنگی در جنبه های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، خانوادگی و متنی فردی است. زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقاء خانواده ها و رشد و توسعه کشورهای فوود هستند.

تاکنون در کشور، مطالعه ای که به طور جامع و مشخص به موضوع این تحقیق بپردازد صورت نپذیرفته است و این موضوع خود ضرورت انجام این مطالعه را آشکارتر می سازد. خلاصه برخی تحقیقاتی که مرتبط بوده اند در اینجا آورده شده اند. برای نمونه خلیلیان (۱۳۷۷) به بررسی نقش و تأثیر اصول اخلاقی در شرکت ملی گاز، منطقه ۳ پرداخت. نتایج تحقیقات وی میزان رعایت اخلاق در سازمان علی رغم ضعیف بودن بعضی از عوامل اخلاقی در مجموع در حد متوسط قرار دارد و تکیه بر اصول اخلاقی به واسطه سه خاصیت عقلایی، سیستمی و اقتضایی بودن عوامل اخلاقی می تواند شالوده و اساس مدیریت قرار گرفته و همچنین به عنوان تئوری مدیریت بر مبنای اخلاق مطرح گردد. گل سفیدی (۱۳۸۲) به بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر اخلاق کار در استانداری و سازمان جهاد

کشاورزی استان چهار محال و بختیاری پرداخت. نتایج نشان می دهد که این عامل نقطه شروعی برای سازمانهای دولتی و خصوصی برای بکارگیری و اهمیت دادن به مسائل اخلاقی و مسئولیتهای اجتماعی است. مهدی نیا (۱۳۸۶)، به بررسی فرهنگ سازمانی و تعهد کاری مدیران با کارآفرینی آنان در سازمان ملی جوانان پرداخت. نتایج نشان داد: ۱) بین ابعاد فرهنگ سازمانی و کارآفرینی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد. ۲) بین تعهد کاری مدیران با کارآفرینی آنان رابطه مثبت و معناداری مشاهده شده است. در حالی که هیچ گونه ارتباط معناداری بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی مدیران مشاهده نشده است. کوروش پارسا معین و دکتر فتح ناظم (۱۳۸۹) تحقیقی با عنوان «ارتباط کارآفرینی و تعهد سازمانی با تحلیل رفتگی شغلی» را انجام دادند. نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد که به طور کلی بین کارآفرینی و تعهد سازمانی و تحلیل رفتگی شغلی همبستگی معنادار وجود دارد.

سالمون (۱۹۹۹) برخی از فضاها کسب و کار را به شرح زیر توصیف کرده است. سرسخت بودن، رواج زمینه های اجتماعی سازگار، داشتن هویت فردی، داشتن تمامیت فردی، نسبتاً خوب انجام دادن، پیروزی، شریک بودن و وظیفه، نوآر بودن، در فکر پروراندن چیزهای بهتر یا متفاوت، داشتن ایده ها و محصولات جدید، حق دیگران را دادن، ایجاد یک محیط خوشایند، انجام دادن چیزهای درست علی رغم موانع، داشتن شجاعت در مواقع سخت مورد انتقاد، گفتن حقیقت، دروغ نگفتن، وفادار بودن، حق دیگران را دادن، کار کردن برای بهبودی یک سازمان و شرایط افراد در آن، تحسین شدن بوسیله ی دیگران، رفتار کردن به طور خارق العاده، قابل اعتماد، مسئول. (Kevin, 2003, p.200)

در تحقیق دیگری میلر و همکارانش (۲۰۰۲) یک مقیاس چند بعدی و جامع از اخلاق کار

قبلی بودند. روش نمونه گیری در این تحقیق تمام شمار بوده و ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه ای است که به شیوه لیکرت طراحی گردیده است. در تعیین روایی این تحقیق، از روش نظرسنجی از خبرگان استفاده شده است.

برای محاسبه میزان پایایی از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در این مطالعه برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ از نرم افزار SPSS استفاده شده است و بر اساس نتیجه حاصله ضریب (۰/۹۲۹) برای کل پرسشنامه و ضریب (۰/۸۹۱) برای مقیاس اخلاق و ضریب (۰/۸۲۲) برای مقیاس کارآفرینی، از پایایی کافی برخوردار است.

این پژوهش شامل دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی است که در خصوص همه سؤالات پرسشنامه، علاوه بر استخراج فراوانی، جداول و نمودارها، پارامترهای مرکزی و پراکندگی، از آمار استنباطی نیز استفاده شده است. در روش آمار استنباطی جهت تحلیل و تفسیر و تعمیم نتایج حاصله، محاسباتی صورت گرفته است. در این پژوهش برای بررسی رابطه بین متغیرهای مدل از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شده است. در این پژوهش متغیر اخلاق به عنوان متغیر مستقل و متغیر کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

یافته های پژوهش

مطالعه نتایج توصیفی نشان داد که اکثریت کارآفرینان در رده سنی ۳۰-۴۰ سال (۲۸ درصد) و (۲۶/۷ درصد) در رده سنی ۳۰-۲۰ سال بودند. اکثر زنان در این مطالعه متأهل (۷۳/۳ درصد) و (۲۶/۷ درصد) مجرد بودند. از نظر سطح تحصیلات (۶۱/۳ درصد) دارای مدرک لیسانس، (۱۴/۷ درصد) فوق دیپلم، (۱۳/۳ درصد) دیپلم و ۱۰/۷ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بودند.

به منظور بررسی رابطه بین اخلاق و کارآفرینی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۱ نشان داده شده است. نتایج نشان می دهد که بین کارآفرینی و رعایت اصول اخلاقی میزان r مشاهده شده ($r=0/867$) در سطح آلفای ۵ درصد معنادار می باشد و فرض صفر رد می شود. همچنین جهت رابطه به صورت مثبت و مستقیم است، در نتیجه می توان گفت میان رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان رابطه وجود دارد. به دلیل معناداری رابطه بین متغیرها از آزمون رگرسیون تک متغیره به شیوه Enter برای میزان پیش بینی متغیر وابسته با توجه به متغیر مستقل استفاده شد.

را توسعه داده اند. این ابعاد به کار سخت، فراغت، مرکزیت کار، زمان از دست رفته، اخلاقیات و خوداتکایی طبقه بندی شده اند. (Pogson et al, 2003, 190)

الخطیب و همکارانش در تحقیقی که در سه کشور مختلف انجام داده اند، در میان گذاشته اند که ایدئولوژیهای اخلاقی کارکنان، داوری و رفتارهای اخلاقی آنان را تحت تأثیر قرار داده است. همچنین معتقدند که آرمان گرایی عامل خیلی مهم در تعیین ادراکات رفتار اخلاقی و تمایلات رفتار غیرقانونی یا نامشروع کارکنان بوده است. (Al-khatib et al, 2002) در پژوهشی که توسط Fisser و همکاران در سال ۲۰۰۵ تحت عنوان بررسی رابطه بین اخلاق و کارآفرینی انجام شد، نشان داد که مقوله های اخلاقی خاص که در کارآفرینی بوجود می آید، عبارتند از این که: کارآفرینان با ملاحظات اخلاقی جدید روبرو می شوند، هنگامی که محصولات را براساس تکنولوژی های جدید تولید می کنند. گسترش تکنولوژی جدید، مرزها را گسترش می دهد و سؤالاتی را درباره مطلوب بودن موقعیت جدید، به وجود می آورد. از این لحاظ کارآفرینان با تنگناهای سخت مواجه شده اند؛ و دیگر آن که فعالیت های کارآفرینی، اغلب در سازمان های جدید بوجود می آید. در چنین سازمان هایی قواعد راهنما، به عبارت دیگر فرهنگ کار توسعه داده نشده است و این قابلیت های بصیرت اخلاقی خود کارآفرینان را می طلبد. (Fisser et al, 2005, p.207) پژوهشی که توسط اندرسون و اسمیت در سال ۲۰۰۷ تحت عنوان فضاهای اخلاقی در کارآفرینی انجام شد، نشان داد که یک ضرورت اخلاقی در کارآفرینی وجود دارد. تجزیه و تحلیل آنها نشان داد که ساختارهای اجتماعی ادراک عموم، هم دارایی اخلاقی و هم نتایج اخلاقی را در پی دارد (Anderson, 2007). پائول و همکارانش (۲۰۰۸) در قالب مقاله ای با عنوان، فهم رابطه پیچیده بین خلاقیت و ایدئولوژی های اخلاقی، به نکات زیر اشاره می کنند. یافته های پژوهش حاکی از آن است که افراد خلاق به آنچه که Forsyth، فرصت طلب نامیده است، تمایل دارند. فرصت طلبان می توانند در شرایط مبهم، به طور مؤثر تصمیمات اخلاقی بگیرند. آنها به این نتیجه رسیدند که آموزش اخلاقیات می تواند به توسعه راه حل های خلاق تر برای مشکلات منجر شود. (Paul et al, 2008, p.101)

روش تحقیق

پژوهش حاضر مطالعه ای اکتشافی است که به طریق میدانی با ماهیت توصیفی- پیمایشی (زمینه یابی) انجام گرفته و از نظر هدف کاربردی می باشد. برای گردآوری اطلاعات در این تحقیق از روش های کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است.

جامعه آماری در این تحقیق متشکل از زنان کارآفرین در استان گیلان است که کسب و کاری را به طور مستقل یا با شراکت، تأسیس و اداره کرده اند و پیش از تأسیس این کسب و کار دارای تجربه کار

جدول شماره ۱: ماتریس همبستگی بین رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان

اصول اخلاقی	کارآفرینی		
۰,۸۶۷	۱ ۰,۸۶۷	کارآفرینی اصول اخلاقی	ضریب همبستگی پیرسون (r)
۰,۰۰۰	۰ ۰,۰۰۰	کارآفرینی اصول اخلاقی	سطح معناداری
۷۵ ۷۵	۷۵ ۷۵	کارآفرینی اصول اخلاقی	تعداد

نتایج مربوط به ضریب تعیین رگرسیون بین متغیر کارآفرینی و رعایت اصول اخلاقی نشان می‌دهد میزان R^2 برابر با $R^2 = 0.752$ می‌باشد که این میزان نشان می‌دهد ۷۵,۲ درصد از تغییرات مربوط به کارآفرینی زنان مربوط به میزان رعایت اصول اخلاقی در آنها است. به عبارتی ۷۵,۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل قابل تبیین است.

جدول ۲: ضریب تعیین رگرسیون بین رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان

مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعدیل	خطای انحراف از برآورد
	۰,۸۶۷	۰,۷۵۲	۰,۷۴۹	۲۴۹.۵

جدول تحلیل واریانس (جدول شماره ۳) نتایج ضریب تعیین رگرسیون را نشان می‌دهد F مشاهده شده ($F = 427/221$) در سطح آلفای ۵ درصد معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. در نتیجه ضریب تعیین رگرسیون قابل تأیید است.

جدول ۳: تحلیل واریانس بین رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان

مدل رگرسیون	مجموع مجذورات	درجه‌گذاری	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
رگرسیون باقی‌مانده کل	۳۶۳.۶۱۰۲ ۲۰۱۱.۸۲۴ ۱۸۷.۸۱۱۴	۱ ۷۳ ۷۴	۳۶۳.۶۱۰۲ ۵۵۹.۲۷	۴۲۷.۲۲۱	۰,۰۰۱

جدول بتا نتایج نهایی رگرسیون را نشان می‌دهد و با توجه به جدول ۴ می‌توان معادله خط رگرسیون را ترسیم کرد.

$$\text{اصول اخلاقی} = ۸/۴۹۲ + ۰/۵۰۳ \times \text{کارآفرینی}$$

معادله خط رگرسیون، نشان می‌دهد متغیر اصول اخلاقی دارای قدرت قابل تأثیر بر میزان کارآفرینی زنان است و این تأثیر قابل پیش بینی است و به این صورت که به ازاء یک واحد افزایش در اصول اخلاقی در کارآفرینان زن میزان کارآفرینی آنها ۸۶۷ درصد افزایش می‌یابد که این میزان پیش بینی از نظر آماری در سطح آلفای ۵ درصد معنادار است. (جدول شماره ۴)

جدول ۴: مربوط به معادله خط رگرسیون بین رعایت اصول اخلاقی و کارآفرینی زنان

سطح معناداری	t	بتای استاندارد	بتای غیر استاندارد	B	مدل رگرسیون
		بتا	خطای معیار		
۰,۱۰۳ ۰,۰۰۱	۱/۶۵۳ ۱۴/۸۸	۰,۸۶۷	۵/۱۳۸ ۰,۰۳۴	۸/۴۹۲ ۰,۵۰۳	عرض از مبدا (a) اصول اخلاقی

نتیجه گیری و پیشنهادات

- هم اکنون در شرایطی قرار داریم که رفته رفته کارآفرینی در کشور در حال نهادینه شدن است و طبیعی است که عدم توجه به معیارهای اخلاقی و تأکید مطلق بر کارآفرینی و دستاوردهای اقتصادی مربوط به آن، کارآفرینان را دچار نوعی از خودبیگانگی و فاصله گرفتن از فرهنگ اخلاق مدار ملی و مذهبی مان خواهد کرد. ارائه درکی درست از ویژگی‌های کسب و کار و آگاهی دادن کارآفرینان از نتایج رویکردهای غیر اخلاقی برخی کسب و کارها یا تبعات فعالیت‌های آنها، رسالتی است که بر دوش تک تک صاحب‌نظران و به ویژه زعمای دینی است.
- از آنجایی که ارزش‌های دینی و فرهنگی و شخصی در تعیین جهت و شدت رفتار افراد مؤثرند، از این رو باید زمینه را در جهت تقویت این ارزش‌ها فراهم نمود.
- قوانین و مقررات رسمی اخلاق کسب و کار، که ضمانت اجرایی دارند، جایگزین هنجارها و معیارهای نانوشته سازمانی گردد.

پیشنهاداتی برای بهبود فعالیت های کار آفرینی

- اطلاع رسانی دقیق و شفاف در همه عرصه ها
- ارتقا فرهنگ و عزم ملی حمایت از سرمایه‌دار مولد و فرهنگ کار و بهره‌وری با آموزش‌های مهارتی
- توسعه تشکلات حرفه‌ای و تخصصی کارآفرینان و ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین یکدیگر
- بوجود آوردن شرایطی که استعدادهای نهفته افراد را به کار گیرد تا منجر به خلاقیت در کار و حل مسائل به روش‌های خلاق شوند.
- اصلاح برخوردهای منفی برخی از سازمانها و نهادهای دولتی و خصوصی با زنان کارآفرین
- اصلاح سیاست‌ها و قوانین موجود در جهت حمایت از کارآفرینی زنان

پیشنهادات کاربردی برای تحقیقات آتی

- انجام تحقیق مشابه با استفاده از جامعه‌های متفاوت، جهت مشاهده این‌که آیا یافته‌های این تحقیق مورد تأیید است یا نه.
 - بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی بر فرایند کارآفرینی زنان
 - انجام تحقیق مشابه بر روی مردان کارآفرین و مقایسه این دو پژوهش
 - ارائه مطالعات تطبیقی و بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی در کارآفرینی زنان در کشورهای دیگر به ویژه کشورهای با بافت شبیه ایران
 - بررسی تاثیر رعایت ملاحظات اخلاقی در محیط کار بر رشد اقتصادی و اشتغال در جامعه
 - دسته‌بندی دقیق‌تر اصول و شاخص‌های اخلاقی و توجه به رویکرد اخلاق اسلامی که در آن بعد نیت درونی و درونی‌سازی اخلاق به شکل ویژه در نظر گرفته شده است.
- پژوهش حاضر به منظور بررسی تأثیر ملاحظات اخلاقی در کارآفرینی زنان در ایران و به شیوه میدانی صورت پذیرفته است. نتایج نشان می‌دهد که شاخص‌های اخلاقی بر کارآفرینی زنان تأثیرگذار می‌باشند. براساس مطالعات صورت گرفته توسط بوکار و هیسریچ (۲۰۰۱) شواهدی وجود دارد که رفتار اخلاقی بالاتر در بین کارآفرینان را نشان می‌دهد. همچنین بوک هالز و رزنتال (۲۰۰۵)، استدلال کرده‌اند صفات مورد نیاز برای کارآفرینی موفق، به طور اصولی و علمی در تصمیمات اخلاقی حیاتی هستند و اخلاق و کارآفرینی به دقت هم‌تراز شده‌اند. همچنین مطالعات دانهام (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که موفقیت وابسته به کارآفرینی به تصور اخلاقی، علاوه بر، مدیریت مؤثر ابعاد استراتژیک آغاز یک فعالیت اقتصادی جدید نیاز دارد. همچنین مطالعات پائول (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که کارآفرینان می‌توانند در شرایط مبهم، به طور مؤثر تصمیمات اخلاقی بگیرند که موارد مطرح شده در تحقیقات فوق با توجه به نتایج کسب شده از این مطالعه مورد تأیید قرار می‌گیرد.
- پیشنهاداتی مربوط به افزایش رعایت اصول اخلاقی در افراد**
- با توجه به نتایج بدست آمده از این پژوهش، مشخص شد یکی از عوامل مهم برای نیل به رسالت تعریف شده در کارآفرینی، رعایت اصول اخلاقی می‌باشد. با توجه به این مهم، پیشنهاد می‌گردد زمینه رعایت اصول اخلاقی در محیط کسب و کار افراد فراهم آید تا زمینه برای ظهور کارآفرینی مهیا شود. اصول اخلاقی به عنوان سرمایه اجتماعی از مفاهیمی است که موجب بهره‌وری بالاتر نیروی انسانی می‌گردد. در این راستا نتایج تحقیق نشان می‌دهند که توجه و تأکید بر اصول اخلاقی موجب می‌شود که کارآفرینی زنان افزایش یابد.
 - چنانچه جامعه‌ای در صدد افزایش رشد و توسعه باشد، می‌بایست توجه جدی‌تر به مقوله کارآفرینان، بسترسازی مناسب برای رشد، توسعه و ترویج نهضت کارآفرینی و تنظیم منشور اخلاقی برای کارآفرینی و کارآفرینان داشته باشد.
 - سازمان‌ها می‌توانند با توسل به عواملی روحیه نوآوری و کارآفرینی را در کارکنان خود ارتقا دهند. از جمله این عوامل توجه به اخلاق کاری است. از آنجا که رشد اخلاق امری همه جانبه است، پیشنهاد می‌شود که به افراد در محیط‌های کسب و کار آموزش داده شود تا سبب پیشرفت رشد اخلاقی آنها شود. آموزش اخلاق جمعی و مدنی در مدارس نیز می‌تواند راهگشا باشد.
 - با توجه به افزایش کارآفرینی در زنان ارائه الگویی برای تبیین اصول اخلاقی و ارزیابی براساس آن ضروری است. در این زمینه می‌توان به منابعی همچون متون مذهبی، عرف و اصول علمی و فنی و استانداردهای مربوطه استناد کرد.

منابع

۱. الوانی سید مهدی، (۱۳۷۹) منشور اخلاقیات سازمانی در کلام مولا علی (ع)، مدیریت دولتی، شماره ۴۸ و ۴۹.
۲. الوانی، مهدی، (۱۳۸۳)، «اخلاقیات و مدیریت»، فصلنامه مطالعات مدیریت، ش ۴۲-۴۱.
۳. امینی فسخودی عباس (۱۳۸۷) پویایی اخلاق تجاری: تابعی از فرهنگ و زمان (نمونه ها و الگوها)، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم، شماره های ۳ و ۴، صص ۹۷-۱۰۵.
۴. بابایی اهری، مهدی، (۱۳۸۱)، «اخلاق در کسب و کار، کمال مدیریت»، سال اول، شماره یک، تهران: دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی.
۵. بدری احسان، لیاقتدار محمد جواد، عابدی محمدرضا، جعفری ابراهیم، (۱۳۸۵)، «بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، سال دوازدهم، شماره دوم، صص ۹۱-۷۳.
۶. پارسا معین کوروش، فتاح ناظم، ارتباط کارآفرینی و تعهد سازمانی با تحلیل رفتگی شغلی، فصلنامه تازه های روانشناسی صنعتی/سازمانی، سال اول، شماره سوم، تابستان ۱۳۸۹، صص ۱۷-۷.
۷. تقوی، سیدرضا (۱۳۷۲)، تکامل فرهنگ کار (نخستین سمینار علمی و پژوهشی، برخورد پیامبر اسلام با کار)، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، چاپ کیهانک.
۸. خانی جزینی، جمال (۱۳۸۷)، اخلاق کار و وجدان کار در کارآفرینی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم، شماره های ۳ و ۴.
۹. خلیلیان علی، (۱۳۷۷)، نقش و تأثیر اصول اخلاقی در مدیریت شرکت ملی گاز، منطقه ۳، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی: زهرا برومند، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۱۰. سرمدی، محمدرضا، شالیباف، عذرا (۱۳۸۶) «اخلاق حرفه ای در مدیریت کیفیت فراگیر»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دوم، شماره های ۳ و ۴، صص ۱۱۰-۹۹.
۱۱. عرب زاده، فریبا (۱۳۷۲)، «تکامل فرهنگ کار»، (نخستین سمینار علمی و پژوهشی)، ارزش و اهمیت کار از نظر قرآن و سنت، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، چاپ کیهانک.
۱۲. علیمحمدی، غلامرضا (۱۳۷۸) «ظرافتهای اخلاقی کار»، کار و جامعه، ش ۳۵، صص ۵۷-۵۲.
۱۳. کاویان، بهنام (۱۳۸۴)، «بررسی اخلاق کار در بخش دولتی و خصوصی»، تدبیر، ش ۱۶۵، صص ۴۸-۴۵.
۱۴. گلرد، پروانه (۱۳۸۷) بهره وری زنان کارآفرین ایرانی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۶، صص ۲۰۹-۱۷۹.
۱۵. گلرد، پروانه، (۱۳۸۸)، «خانواده و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان ایرانی»، پژوهش زنان، دوره ۷، شماره ۱، صص ۱۴۹-۱۳۱.
۱۶. گل سفیدی، دادوش (۱۳۸۲)، عوامل سازمانی مؤثر بر اخلاق کار در استانداری و سازمان جهاد کشاورزی استان چهارمحال و بختیاری، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی: رسول آقا داوود.
۱۷. فرامرزی فراملکی، احد، (۱۳۸۳)، «اخلاق حرفه ای»، قم، انتشارات مجنون.
۱۸. فرامرزی فراملکی، احد، (۱۳۸۵)، «سازمان های اخلاقی در کسب و کار» چاپ اول، قم: مجنون.
۱۹. فرهود، داریوش، (۱۳۸۶)، «مروری بر تاریخچه اخلاق همراه با گردآوری زمینه های گوناگون اخلاقی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دوم، شماره های ۱ و ۲.
۲۰. مهدی نیا، افسانه (۱۳۸۶)، بررسی فرهنگ سازمانی و تعهد کاری مدیران با کارآفرینی آنان در سازمان ملی جوانان، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی بدیع الزمان مکی آل آقا.
۲۱. میرغفوری، سید حبیب الله، صیادی تورانلو، حسین، طاهری دمنه، محسن، (۱۳۸۸)، «تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: استان یزد)»، پژوهش نامه مدیریت تحول سال اول، شماره ۲.
22. Al-khatib, J.A.C.J & Robertson, A.& Stanton, D& Vital, S.J, 2002, Business Ethic in state: A Three country study, International Business Review, vol.11, pp.97-111.
23. Anderson, A. R., Smith, R. (2007), The Moral Space in Entrepreneurship: Ethical Imperatives and Moral Legitimacy, Aberdeen Business School Working Paper Series.
24. Brenkert, George G. (2009), Innovation, rule breaking and the ethics of entrepreneurship, Journal of Business Venturing, Vol. 24, pp. 448-464.
25. Bortoff, D.L., (2004), "Ethics and Culture Management", Ethics Quality articles www.ethicquality.com
26. Fisscher Olaf, Frenkel David, Lurie Yotam, Nijhof Andre (2005) "Stretching Frontiers: Exploring the Relationship Between Entrepreneurship and Ethics", Journal of Business Ethics, 60:207-209
27. Getzler-Linn Lisa, Ferrill June (2006). "Creating a Brand of Ethics Specific to Entrepreneurship Education and Embedding It in the Curriculum" 129-142.
28. Hannafey, F. T. (2003), « Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review », Journal of Business Ethics, Vol. 46, pp. 99-110.
29. Harris J.D, Sapienza Harry J, Bowie Norman « Ethics and Entrepreneurship » Journal of Business venturing 24(2009) 407-418
30. Kevin J. Shanahan, Michael R. Hyman (2003) ,The Development of a Virtue Ethics Scale, Journal of Business Ethics 42: 197-208.
31. Kegans, L. (2009), « Occupational Work Ethic Differences: Implications for Organizational Diversity Initiatives in Health Care Organizations », Performance improvement quarterly, Vol. 22, N. 3. PP. 83-94.
32. Kincaid. Clark S, Baloglu Seyhmus, Corsun David (2008) "Modeling ethics: The impact of management actions on restaurant workers' ethical optimism", International Journal of Hospitality Management 27, 470-477
33. Marjorie p. Garcia (2011) "Educating Future Moral Business Entrepreneurs" Aera Research Journal, volume: 2, Issue: 3, 148-153
34. Morris Michael. H., Schindehutte, Walton John, Allen Jeffrey, (2002), The Ethical Context of Entrepreneurship: Proposing and Testing A Developmental Framework, Journal of Business Ethics 40:331-361
35. Nihalani Meeta (2010), « The Economic and Social Development: Entrepreneurs Impacting the work ethics of the Society », Lachoo Management Journal, Volume 1, Number 1, July - December 1-6.
36. Parker Simon. C (2011) "Intrapreneurship or entrepreneurship?" , Journal of Business Venturing 26, 19-34.
37. Paul E, Bierly III, Robert W, Kolodinesky, Brain J. Charette " understanding the complex relationship between creativity and ethical ideologies", Journal of Business Ethics (2009) 86:101-112
38. Peris-Ortiz, Marta, Rueda-Armengot, Carlos, Benito Osorio, Diana "Women in business: entrepreneurship, ethics and efficiency" Springer Science+Business Media, LLC 2011
39. Pogson C.E et al. (2003), "Differences in self-reported work ethic across three career stages", Journal of Vocational Behavior 62, 189-201.