

پیامدهای نهادینه کردن رفتارهای اخلاقی در کار (با مطالعه تحلیلی تحقیقات تجربی)

داود کیا کجوری *

شهربانو اسحق نیموری **

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۸/۱۵

تاریخ تأیید مقاله: ۹۱/۱۰/۲۲

چکیده:

اخلاق یک ضرورت و لازمه جامعه سالم است و به علت کارکردها و پیامدهای مثبت فردی، سازمانی و اجتماعی آن است که همواره توجه دانشمندان و مدیران سازمان‌ها را برانگیخته تا برای حفظ و ارتقای سطح آن کوشش کنند. رفتارهای اخلاقی به استقرار و حفظ استانداردهایی کمک می‌کند که افراد را به سوی انجام اقدامات مثبت برای موفقیت سازمان، هدایت می‌کند. مطالعه حاضر، با بررسی نتایج تحقیقات انجام شده توسط محققین داخلی و خارجی، برخی رفتارهای اخلاقی و نتایج حاصل از به‌کارگیری آنها را به‌عنوان شباهت‌های تحقیقات مطرح کرده است. تحلیل نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، نهادینه شدن رفتارهای اخلاقی با بالا بردن وفاداری و رضایت شغلی کارکنان، سبب افزایش ارزش سازمان و در نتیجه تعالی جامعه می‌شود. با توجه به اینکه همه سازمان‌ها به‌دنبال رشد ارزش‌های اخلاقی هستند، سیستم آموزشی سازمان و مدیران برای حمایت از ارزش‌ها و رفتارهای اخلاقی باید برنامه‌ریزی همه‌جانبه داشته باشند تا رفتارهای اخلاقی در محل کار نهادینه گردد.

واژگان کلیدی: مطالعه تحلیلی، اخلاق، رفتارهای اخلاقی در کار.

* استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس Email: davoodkia@yahoo.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی چالوس Email: Shahrbanoo_eshaghi@yahoo.com

مقدمه

رشد و توسعه روزافزون و تغییرات سریع در سازمان‌های امروزی، افزایش رقابت در بین آنها و پیچیدگی قوانین و مقررات اداری باعث شده است قوانین و مقررات خشک و بی‌روح بر فضای سازمان‌ها حاکم گردد و مدیران از توجه به مهمترین سرمایه سازمان یعنی نیروی انسانی غافل بمانند. در دنیای امروز توجه به ارزش‌های انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاق، یک نوع برتری رقابتی محسوب می‌شود و موفقیت سازمان در گرو آن است (سرمدی و شالباف، ۱۳۸۶). ضعف در سیستم اخلاقیات منجر به کاهش ارتباطات و در نهایت خسارت سازمانی می‌شود. بنابراین معرفتی که می‌تواند به عنوان کاتالیزور برای موفقیت سازمان عمل کند، اخلاق کار است. هدف اخلاق کار این است که در سازمان‌ها چه ارزش‌هایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه کرد و نسبت به آن پایبند بود. (نجاتی و زیبایی، ۱۳۸۷).

در مقاله حاضر به دلیل اهمیت رفتارهای اخلاقی و نقش آنها در تعالی سازمان و جامعه با مطالعه تحلیلی رفتارهای اخلاقی و جایگاه آن در سازمان‌ها در مطالعات محققین داخلی و خارجی، به پیامدهای فردی، سازمانی و اجتماعی ناشی از نهادینه شدن اخلاق در سازمان‌ها اشاره خواهد شد. همچنین با هدف تأکید بر رفتارهای اخلاقی در سازمان، به جمع‌بندی نظرات محققین پرداخته، تا با همسو کردن نظرات آنان به نهادینه کردن اخلاق در سازمان کمک شود.

۱. نتایج تحقیقات تجربی

با گسترش مبحث اخلاق کار، محققین بسیاری به موضوع رفتارهای اخلاقی در کار هم در حوزه‌های نظری و هم در حوزه‌های عملی پرداخته‌اند، که در ادامه به برخی از آنها خواهیم پرداخت.

۱-۱. نتایج تحقیقات داخلی

۱. در تحقیقی با هدف بررسی عوامل مؤثر بر رفتار اخلاق فردی و حرفه‌ای، یافته‌ها نشان می‌دهد، ارزش‌های اخلاقی و جو اخلاقی سازمان تعیین‌کننده‌های مهم رفتار اخلاقی هستند و به مدیران الگو بودن و به کارکنان عمل به تعهدات را توصیه می‌کند (حمیدی‌زاده و نکویی‌زاده، ۱۳۸۸).

۲. پاداش و گل‌پرور (۱۳۸۹) با هدف بررسی رابطه بین رهبری اخلاق‌مدار با انگیزش درونی برای نوآوری و خلاقیت در کار دریافتند، رهبری اخلاق‌مدار باعث انگیزش درونی، نوآوری و تقویت خلاقیت در کار می‌گردد و نیز نتیجه‌گیری کرده‌اند که به‌کارگیری رهبری

اخلاقی، بستر لازم را برای نوآوری و خلاقیت فراهم می‌آورد.

۳. در تحقیقی با هدف به‌کارگیری الگوی دایره اخلاق در تحلیل اخلاق نتایج نشان داد، گرایش کارکنان به رویکرد نفع‌گرایی جمعی است، کسب بالاترین سود برای بیشتر افراد و برخی کردارها را مستقل از نتایج آن، درست یا غلط تلقی می‌شود، توجهی ندارند. با توجه به یافته‌ها پیشنهاد می‌کند که اقداماتی مانند تدوین منشور اخلاقی، نظام پاداش مناسب و الگو شدن مدیران مناسب خواهد بود (داوری و دیگران، ۱۳۸۸).

۴. در تحقیقی با هدف بررسی دیدگاه کتابداران نسبت به اصول اخلاق حرفه‌ای، یافته‌ها انجام وظایف به فوریت و دقت، رعایت صداقت، به‌کارگیری ابتکار عمل و احساس مسئولیت در برابر سازمان و جامعه را نشان می‌دهد و نیز پیشنهاد تدوین قوانین اخلاقی، احترام به اصول اخلاق حرفه‌ای از سوی مدیران و ایجاد فرهنگ مناسب را می‌دهد (اسفندیاری و حسنلو، ۱۳۸۸).

۵. یافته‌های تحقیقی با هدف بررسی عوامل مؤثر بر اخلاقیات فناوری اطلاعات با رویکرد رفتار شهروندی نشان می‌دهد، بالاترین میزان همبستگی در رابطه بین ارزش‌های اخلاقی سازمانی و تعهد سازمانی و کمترین رابطه بین تعهد سازمانی و بعد فردی رفتار شهروندی سازمانی است و به مدیران توصیه می‌کند تا تعهد افراد را از طریق گسترش ارزش‌های اخلاقی ارتقا دهند (سهرابی و خانلری، ۱۳۸۸).

۶. در پژوهشی با هدف بررسی ارتباط بین اخلاق اینترنتی و صفات شخصیتی دانشجویان، یافته‌ها نشان می‌دهد که هوشمندی و مسئولیت‌پذیری به میزان قابل توجه و برون‌گرایی، سازگاری و ثبات عاطفی به میزان کمتری با رفتارهای غیراخلاقی دانشجویان ارتباط منفی دارد و توصیه شد، سیاست‌ها و قوانین در استفاده از کامپیوتر و اینترنت تدوین شود (امیرخانی و دیگران، ۱۳۸۹).

۷. در پژوهشی با بررسی نقش ارزش‌های اخلاقی و رهبری اخلاق‌مدار و تنش شغلی کارکنان، نتایج نشان داد که بین ارزش اخلاقی با تنش شغلی و رهبری اخلاق‌مدار با تنش شغلی رابطه معنادار وجود دارد و برقراری نظام آموزش برای تقویت مشخصه‌های رهبری اخلاق‌مدار را برای مدیران توصیه می‌کند (نیری و دیگران، ۱۳۸۹).

۸. یافته‌های تحقیقی با هدف بررسی رابطه بین رفتار اخلاقی مدیران و رضایت شغلی کارکنان نشان داد، بین رفتار اخلاقی مدیران (مسئولیت‌پذیری، قاطعیت، رفتار عادلانه و امانتداری) با رضایت شغلی کارکنان رابطه مثبت وجود دارد و نتیجه‌گیری می‌کند که رفتارهای

اخلاقی در محیط کار می‌بایست نهادینه گردد (بهشتی‌فر و نکوئی، ۱۳۸۹).

۹. علیزاده (۱۳۷۴) با هدف بررسی عوامل مؤثر در برانگیختن وجدان کار، به این نتیجه رسید که این عوامل عبارتند از: نگرش مثبت به سازمان، رهبری اثربخش، ایمان به ارزش کار، نظام ارزشیابی عادلانه، ساختار سازمانی کارآمد و ارتباطات مؤثر و نتیجه‌گیری کرده است که برقراری نظام ارزشیابی صحیح، ساختار سازمانی کارآمد، کانال‌های ارتباطات غیررسمی و هماهنگی بین اهداف به سازمان کمک خواهد کرد.

۱۰. یافته‌های تحقیقی با هدف بررسی رابطه میان اخلاق کار و کیفیت خدمات نشان می‌دهد، بین علاقه و پشتکار در کار، روابط انسانی و مشارکت در کار با کیفیت خدمات رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و نیز توصیه کرده که سازمان‌ها با وارد ساختن اخلاقیات و سیستم‌های تشویقی و انگیزشی، حس مسئولیت را در کارکنان تقویت کنند (سلاجقه و سیستانی، ۱۳۸۹).

۱۱. نتایج پژوهشی با هدف بررسی وضعیت سازمان‌ها در ارتباط با تدوین و اجرای منشور اخلاقی حاکی از آن است که تدوین منشور اخلاقی، نیز الزاماً تضمین‌کننده استقرار اخلاقیات در سازمان و اجرای منشور نیست و توصیه می‌کند که برای اجرا و بهینه‌سازی اصول اخلاقی، یکپارچه‌سازی معیارهای اخلاقی در سازمان‌ها مناسب خواهد بود (صالح‌نیا و توکلی، ۱۳۸۸).

۲-۱. نتایج تحقیقات خارجی

۱. بالکی^۱ و دیگران (۲۰۱۱) با بررسی رابطه بین فساد سازمانی با فرهنگ و نگرش به کار و اخلاق کار، به این نتیجه رسیده‌اند که بین فساد سازمانی و فرهنگ و اخلاق کار و نگرش نسبت به کار رابطه منفی وجود دارد، و براساس یافته‌ها معتقدند که فساد سازمانی را می‌توان از طریق افزایش نگرش مثبت به کار، توسعه مقررات و ایجاد فرهنگ عاری از فساد کاهش داد.

۲. پتی و هیل^۲ (۲۰۰۵) در تحقیقی با هدف بررسی اختلاف اخلاق کاری بین دو گروه سرپرستان و کارگران دریافتند که سرپرستان از لحاظ ابتکار عمل و کارگران در صادق بودن و قابل اعتماد بودن؛ خودشان را بالاتر می‌دانند و بیان داشتند که می‌توان اطلاعات مورد نیاز را برای شرکت در فعالیت‌های تیمی و درک بهتر از نگرش‌های موجود در محیط کار، فراهم کرد.

1. Balci

2. Petty & Hill



۳. پالت^۱، (۲۰۱۱) در تحقیقی با هدف بررسی رفتارهای اخلاقی در بانکداری به این نتیجه رسیده است که بانکها با تمرکز بر کسب و کار و اخلاقیات، در دستیابی به سود و ایجاد ارزش توانمند می‌شوند و در بازار و نزد مشتریان نشان اعتبار کسب می‌کنند.

۴. چادهاری^۲ (۲۰۱۱) با بررسی تأثیر اصول اخلاقی بر توسعه مزیت رقابتی بانکها و رضایت مشتری به این نتیجه رسیده است که عامل قدرت نفوذ ارزش‌های اخلاقی منجر به رضایت مشتری و در نهایت کسب مزیت رقابتی می‌شود.

۵. کونمی^۳ و دیگران (۲۰۰۹) با هدف بررسی رابطه میان نهادینه شدن اخلاق کار، کیفیت زندگی کاری و پیامدهای شغلی، دریافتند که بین نهادینه کردن اخلاق و کیفیت زندگی کاری با نتایج حاصل از کار (رضایت شغلی، تعهد سازمانی و روح تیمی) رابطه وجود دارد و توصیه کرده‌اند که سازمانها با نهادینه کردن اخلاق می‌توانند به تعهد و بهره‌وری بالا دست یابند.

۶. مأنوس^۴ (۲۰۱۰) با هدف بررسی نقش اخلاق در مدیریت استراتژیک به این نتیجه رسیده است که میان به‌کارگیری استراتژی و وجدان و الزامات اخلاقی شرکتها شکاف وجود دارد. در نتیجه اخلاق باید جلوتر از مدیریت استراتژیک و در درون فرایند استراتژیک جای گیرد و نیز شرکتها باید با ترکیبی از برنامه‌ریزی‌های اخلاقی و استراتژیکی به فعالیت خود ادامه دهند.

۷. پارلایز^۵ (۲۰۱۰) با هدف بررسی تأثیر اخلاق کسب و کار بر مزیت رقابتی مؤسسات خدماتی به این نتیجه رسیده‌اند که اخلاق کسب و کار بر مزیت رقابتی و شاخص‌های عملکرد سازمانی اثر می‌گذارد. بنابراین سازمانها می‌توانند با تمرکز بر پاسخگویی سریع به نیاز مشتری، ارتباطات اخلاقی، سبک رهبری مناسب و ارتقاء نوآوری به مزیت رقابتی دست یابند.

۸. هارون^۶ و دیگران (۲۰۱۱) با هدف بررسی عوامل مؤثر بر رفتارهای غیراخلاقی، به این نتیجه رسیدند که قدرت سرپرستان، ابهام در نقش و اهداف؛ بر شکل‌گیری رفتار غیراخلاقی مؤثر است. همچنین نوع نگرش، نظارت و الزامات وجدان نیز از جمله عوامل مؤثر هستند و برای کاهش رفتارهای غیراخلاقی به نظارت، حمایت، تشویق و شفاف‌سازی نقش و تنظیم اهداف نیاز است.

1. Paulet
2. Chowdhury
3. Konmee
4. Manus
5. Purlys
6. Haron

۹. شافر^۱ و سیمونز (۲۰۱۱) با هدف بررسی تأثیر فرهنگ اخلاقی سازمانی بر تصمیم‌گیری اخلاقی به این نتیجه رسیده‌اند که فرهنگ با هنجارهای قوی روی رفتار اخلاقی که برگرفته از فرهنگ خانواده و ارزش‌های سستی و فرهنگی است باعث کاهش درگیری‌ها می‌شود و با توجه به اهمیت آن کارهای پیشگیرانه و حمایت از ترویج اخلاق را توصیه کرده‌اند.

۳-۱. مطالعه تطبیقی نتایج تحقیقات تجربی

۳-۱-۱. شباهت‌ها

در این بخش با تکیه بر نتایج به دست آمده از تحقیقات انجام شده و ارائه شده در فوق به مواردی از شباهت‌های آنها در زمینه مختلف پرداخته خواهد شد که عبارتند از:

الف) رفتارهای اخلاق کار

در تعریف اخلاق حرفه‌ای یا اخلاق کسب و کار عده‌ای آن را شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه دانسته‌اند. ویژگی اخلاق کار از قبیل صداقت، منصفانه بودن، فروتنی، تحمل، تلاش، شجاعت و مسئولیت مربوط به کار است^۲. از جمله ویژگی‌ها و مشخصه‌های اخلاقی، مشتمل بر درستی، علاقه به دیگر انسان‌ها، عدالت و اعتماد متقابل از طریق الگوبرداری از طریق مشاهده رفتار الگوهای نقش جذاب و مناسب است. افراد به واسطه مجاورت با کارکنان و صمیمیت در روابط، به عنوان الگوی اخلاقی انتخاب می‌شوند^۳. کوناک و جونز اخلاقیات را اینگونه تعریف می‌کنند: فعالیت‌ها و قواعدی که رفتار پاسخگویانه را بین افراد و گروه‌ها پی‌ریزی می‌کنند^۴. اسفندیاری مقدم و حسنلو، طی پژوهشی مؤلفه‌ها و کدهای اخلاقی را برشمردند:

۱. **مسئولیت در برابر خود:** رعایت انصاف در رفتار و قضاوت‌های خویش در تمام مراحل انجام کار، پایبندی به اصول اخلاقی و ارزش‌های انسانی، اولویت قائل شدن به درخواست‌های ارباب رجوعان در تمام مدت انجام وظیفه، به کارگیری ابتکار عمل و احساس مسئولیت و نظم در کلیه فعالیت‌های حرفه‌ای، رعایت صراحت و درستی در انجام وظایف و انجام وظایف به دقت و وقت‌شناسی.

۲. **مسئولیت در برابر همکاران:** برخورد نیکو و محترمانه با همکاران و احترام به دانش همکاران.

۳. **مسئولیت در برابر حرفه:** عدم اعمال عقاید شخصی در وظایف حرفه‌ای، حمایت از

1. Shafer
2. Suar, 2004
3. Bamey, 2005
4. Conaock & Johns, 1998

نوآوری‌ها، عشق به کار.

۴. **مسئولیت در برابر مشتریان:** حمایت از حریم ارباب رجوع و ارائه عالی‌ترین سطح خدمات.

۵. **مسئولیت در برابر سازمان:** تلاش در جهت تحقق اهداف سازمان و رعایت اصول اخلاقی سازمان.

۶. **مسئولیت در برابر جامعه:** خودداری از انجام اعمال خلاف قانون، اخلاق، رسوم و مصلحت جامعه و ارج نهادن به هویت و فرهنگ کشور.

ب) پیامدهای فردی رفتارهای اخلاقی کار

زمانی که افراد در محیط کاری خود به امور شغلی و کاریشان علاقه‌مند باشند (یا به عبارتی دیگر نسبت به آن دارای انگیزش درونی باشند)، برای انجام کار به نحو احسن، تلاش می‌کنند و در این راه از ابداع شیوه‌ها و روش‌های جدید کار استفاده خواهند کرد. وقتی سرپرستان و مدیران با رعایت معیارهای ارزشی و اخلاقی با کارکنان خود رفتار نکنند، کارکنان در درجه اول احساس می‌کنند، با آنها منصفانه برخورد شده است و این احساس به برقراری اهدافی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی و انسانی مشترک کمک می‌کند و به نظر می‌رسد که چیزی جز انگیزش درونی برای نوآوری نباشد. پایبندی به اصول اخلاقی و مدیریت اخلاق مانند حمایت انسانی و عاطفی، تقویت حس پیوند انسانی با دیگران، احترام و توجه به ارزش‌های اخلاقی و انسانی مورد پذیرش همه، برای کارکنان اطمینان خاطر و اعتماد لازم را فراهم می‌آورد. این اطمینان و اعتماد بستر خوش‌بینی و مثبت‌اندیشی برای آینده می‌شود و به دنبال آن سطح انگیزش را در کارکنان افزایش می‌دهد، که منجر به خلاقیت و ابتکار عمل می‌گردد. اگر اخلاق در زندگی انسان وجود داشته باشد، کار کردن شیرین و توأم با رضایت شغلی و احساس رضایتمندی و خودشکوفایی می‌شود. تأثیر ارزش‌های اخلاقی متناسب با نگرش و رفتارهای مدیریت و اینکه مدیران چگونه ارزش‌های سازمانی را درک می‌کنند، به‌طور مستقیم باعث افزایش روحیه کار گروهی و صداقت در محیط کار می‌شود. از جمله آثار دیگر رعایت اصول اخلاقی، حضور فعال کارکنان، نبود کم‌کاری‌های پنهان و آشکار، برخورد مناسب با ارباب رجوع، افزایش تعهد و حس وفاداری در برابر سازمان و مدیریت، افزایش سطح بهره‌وری فردی و مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها است.

ج) پیامدهای سازمانی رفتارهای اخلاقی کار

با افزایش انتظارات اجتماعی از سازمان‌ها، جوامع نسبت به مسائلی مانند محیط‌زیست،

حقوق شهروندان و نیروی انسانی حساس تر شده‌اند. بی‌توجهی سازمان‌ها به این حقوق و عدم رعایت اصول اخلاقی در برخورد با ذینفعان می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان ایجاد کند و مشروعیت سازمان و اقدامات آن را مورد پرسش قرار دهد. کاربرد اخلاقیات منجر به افزایش اثربخشی، کارایی و بهره‌وری سازمانی، افزایش عمر مفید سازمان، تقویت نظام شایسته‌سالاری در سازمان و کاهش روند ریزش نیروهای متخصص می‌شود. با ایجاد ضمانت‌های اجرایی و نهادینه کردن رفتار اخلاقی در سازمان می‌توان اخلاقیات و اصول اخلاقی را در سازمان تقویت کرد که در نتیجه سبب کاهش تبعیض، کاهش بی‌عدالتی، افزایش روحیه سازمانی و تعهد کارکنان می‌شود. رعایت اخلاقیات، باعث کاهش هزینه‌ها و مخارج فعالیت‌ها شده و همچنین موجب کاهش فشار بیرونی مانند فشار از طرف دولت و ذینفعان نیز می‌گردد. افزایش عملکرد سازمانی و قیمت سهام سازمانی، رعایت استانداردها و افزایش کیفیت خدمات، در نتیجه به کارگیری اصول اخلاقی است. بررسی‌ها نشان می‌دهد، هر چه فرهنگ سازمانی و اخلاق کار در یک سازمان بیشتر باشد، فساد کاری رو به کاهش است.

هنگامی که استانداردها یا ارزش‌های اخلاقی سازمان به‌طور گسترده میان اعضایش رایج شود، موفقیت سازمان افزایش می‌یابد. همچنین افزایش عدالت سازمانی، افزایش تعهد سازمانی و افزایش در رفتار شهروندی سازمانی از جمله پیامدهای اخلاق کار می‌باشد. حکومت اخلاقیات در بنگاه‌ها پله ترقی و پیشرفت به سوی افق‌های ترسیم شده در چشم‌اندازها می‌باشد و عدم توجه به اخلاق در کسب و کارها؛ نتیجه‌ای جز طی کردن به سوی فتنای مطلق در برنخواهد داشت.

د) پیامدهای اجتماعی رفتارهای اخلاقی کار

اخلاق یکی از سرمایه‌های اجتماعی است که اگر جایگاه والایی در اقتصاد و بازرگانی پیدا نکند، فقدان آن اقتصاد و بازرگانی را به انهدام می‌کشاند. اگر اخلاق رعایت شود، موجبات رضایت مردم و پیشرفت امور و شکوفایی کار در جامعه می‌شود. تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهد که استفاده از اصول اخلاقی درحالی که به‌طور آشکار سبب بهبود وضعیت جامعه در کوتاه مدت می‌شود، در واقع در بلندمدت باعث بهبود تصمیم‌گیری‌ها نیز می‌شود. کاربرد اخلاقیات علاوه بر رشد و تعالی انسان‌ها، باعث بالندگی سازمان‌ها و پیشرفت جامعه نیز می‌گردد. از جمله پیامدهای اجتماعی نهادینه شدن اصول اخلاق کار: افزایش مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به نیازهای جامعه و انعکاس تصویر ذهنی مطلوب از سازمان‌ها در جامعه است.



اهم دلایلی که موجب می‌شود، سازمان‌ها اخلاقیات را مورد تأکید قرار دهند عبارتند از: نقش اخلاقیات به عنوان بخشی از استراتژی سازمان و مدیریت سازمانی، تأثیر رعایت اخلاقیات در ایجاد تصویر مناسب از سازمان در جامعه، فراگیر شدن بحث اخلاقیات، رضایتمندی ذینفعان و کاهش ناراحتی‌های اجتماعی است. یکی از اهداف اصلی در تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای در جامعه ایجاد رضایتمندی در نیروی انسانی و در نهایت مشتریان در جامعه است. از جمله مسئولیت سازمان در برابر جامعه: خودداری از انجام اعمال خلاف قانون، اخلاق، رسوم و مصلحت جامعه و ارج نهادن به هویت و فرهنگ کشور است، که خود افق‌های روشنی را برای اقتصاد و فرهنگ جامعه به دنبال دارد.

ه) تأثیر منشور اخلاقی سازمان‌ها بر رفتارهای اخلاقی

پیچیده‌تر شدن روزافزون سازمان‌ها، و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرمسئولانه در محیط‌های کاری، توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق کار و مدیریت اخلاق معطوف ساخته است. در این راستا بسیاری از سازمان‌ها به صورت رسمی اصول اخلاقی تعریف کرده‌اند و نظام‌های آموزشی برای این امر ایجاد شده است. همچنین برای ایجاد یک فرهنگ قوی و نوین (به تبع آن یک اخلاق حرفه‌ای قدرتمند و کارا)، باید منشور اخلاقی مناسبی، تهیه و به بدنه سازمان تزریق گردد. از آنجا که منشور اخلاقیات سازمان، سندی است حاوی معیارهای اخلاقی - ارزشی که برای ایجاد هماهنگی و وحدت رویه و روش در بین کارگزاران سازمان تدوین می‌شود و آنان را در رفتار و عملکردشان به سوی آرمان‌های سازمان هدایت می‌کند، می‌توان به اهمیت بالای تدوین و اجرای منشور در موفقیت سازمان پی برد. منشور اخلاقیات سازمان باید در جهت تحقق سه هدف باشد: ۱. آموزش مردم درباره رسالت نهایی سازمان، ۲. بهبود محیط و شرایط اخلاقی، ۳. ارائه رهنمود برای حل مشکلات اخلاقی. با توجه به اینکه نتایج آماری حاکی از آن است، با وجود تأکید بر اخلاق، هنوز مشکلاتی در این زمینه وجود دارد و از طرفی تدوین منشور اخلاقی از سوی سازمان‌ها نیز الزاماً تضمین‌کننده استقرار اخلاقیات و اجرای منشور نیست، آنچه که در وهله اول ضروری است این است که مدیران باید خود به این اصول احترام گذارند و در رفتار خود، آنها را تجلی دهند. دوم بین سازمان و کارکنان آن روابط مؤثر، شفاف و دوستانه برقرار باشد. البته برای اجرای موفق منشور اخلاقی، پشتوانه مدیران ارشد، روش‌های مختلف برای پاسخ به موارد ابهام و آگاه‌سازی کارکنان از نتایج این اقدامات و انجام حسابرسی اخلاقی برای سنجش موفقیت برنامه‌های اخلاقی لازم است.

و) راهکارهایی در جهت نهادینه کردن رفتارهای اخلاقی در کار

در راستای نهادینه کردن اخلاقیات در سازمان‌ها، راهکارهایی را به‌عنوان ششمین شباهت ارائه می‌کنیم که عبارتند از:

۱. تدوین منشور اخلاقی و تزریق آن به بدنه سازمان،
۲. یکپارچه‌سازی معیارهای اخلاقی در سازمان‌ها،
۳. برقراری روابط مؤثر، شفاف و دوستانه بین سازمان و کارکنان آن،
۴. تأکید بر اصول اخلاقی به صورت مداوم، به‌خصوص در تصمیمات مربوط به کارمندیابی، استخدام و ارتقای افراد،
۵. تأکید بر اصول اخلاقی در برنامه‌های بهسازی سازمان (ارزیابی و آموزش کارکنان)،
۶. فراهم‌سازی روش‌های پاسخگویی به ابهامات از نظر اخلاقی و آگاه‌سازی کارکنان،
۷. به‌وجود آوردن جوی مشارکتی در سازمان،
۸. حسابرسی اخلاقی برای سنجش موفقیت برنامه‌های توسعه اصول اخلاقی،
۹. نظام پاداش مناسب و ارزیابی،
۱۰. به‌کارگیری اصول مدیریت و رهبری اخلاقی،
۱۱. نقش مثبت مدیران و الگو بودن نوع رفتار آنان،
۱۲. نهایتاً برنامه‌های اخلاقی می‌باید، پشتوانه مدیران ارشد را به همراه داشته باشد.

۴. یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به مباحث و یافته‌های تحقیقات انجام شده که بدان‌ها اشاره شده است، حاصل مطالعات انجام شده در مورد مطالعه تحلیلی رفتارهای اخلاقی در کار و پیامدهای ناشی از آن، شباهت‌هایی بوده، که در مقاله حاضر تنها به ذکر شش مورد از شباهت‌ها پرداخته شده است. جدول ۱، چکیده‌ای از شباهت‌های مذکور را نشان می‌دهد.

اخلاق سازمانی، جزئی از فرهنگ حاکم بر سازمان است. برای تغییر اخلاق؛ لازم است که فرهنگ سازمان متحول گردد. هر قدر فرهنگ جدید فراگیرتر باشد و اعضای سازمان نسبت به آن توافق نظر بیشتری داشته باشند، اخلاقیات در سازمان رایج می‌شود. شناسایی رویکرد اخلاقی مورد پذیرش افراد سازمان از سویی؛ حافظ بقا و بالندگی سازمان است و از سوی دیگر، راهنمای مدیران در زمینه سیاستگذاری‌ها و خط‌مشی‌های مربوط به توسعه و بهبود منابع انسانی است. اخلاق خوب سازمانی تأثیر مثبت و شگرفی بر فعالیت و نتایج

جدول ۱. خلاصه‌ای از شباهت‌های تحقیقات داخلی و خارجی پیرامون اخلاق کار

| ردیف | شباهت | شرح مختصر |
|------|--------------------------------------|---|
| ۱ | رفتارهای اخلاقی در کار | از جمله رفتارهای اخلاق کار شامل، صداقت، منصف بودن، فروتنی، مسئولیت‌پذیری، تلاش، درستی و پاسخگو بودن است. |
| ۲ | پیامدهای فردی رفتارهای اخلاقی کار | رضایت شغلی، علاقه و دل‌بستگی به کار، جدیت بیشتر در کار، خلاقیت، اطمینان خاطر، تعهد و وفاداری فردی به سازمان، افزایش سطح بهره‌وری فردی و مشارکت در تصمیم‌گیری |
| ۳ | پیامدهای سازمانی رفتارهای اخلاقی کار | افزایش مشروعیت سازمان، سود بیشتر، افزایش کارایی و اثربخشی سازمانی، افزایش عملکرد سازمانی، کاهش هزینه‌ها، افزایش عمر مفید سازمان، برقراری نظام شایسته‌سالاری، افزایش ارزش سازمان و حفظ استانداردهای سازمان |
| ۴ | پیامدهای اجتماعی رفتارهای اخلاقی کار | پیشرفت نظام اقتصادی و بازرگانی جامعه، رضایت مردم و شکوفایی جامعه، رشد و تعالی سازمان‌های جامعه، فراگیر شدن اخلاقیات در جامعه، کاهش احساس ناامیدی در جامعه، حفظ هویت و استانداردهای جامعه |
| ۵ | مشور اخلاقی سازمان‌ها | در راستای ایجاد فرهنگ اخلاقی قوی، سازمان‌ها باید منشور اخلاقی مناسبی تدوین، و به اجرا درآورند. آنچه برای این امر ضروری است، پشتوانه مدیریت و الگو بودن مدیران و شفافیت در روابط بین سازمان و کارکنان است |
| ۶ | راهکارها | تدوین منشور اخلاقی، تأکید بر اصول اخلاقی در استخدام، آموزش و ارزیابی، برقراری جوی مشارکتی و بدون ابهام و حمایت همه‌جانبه مدیریت |

سازمانی دارد، به طوری که بهره‌وری و پویایی سازمان بهبود یافته و خطرات پیش‌رو سازمان کاهش می‌یابد. به‌طور ویژه، هنگامی که رفتارهای اخلاقی یا ارزش‌های اخلاق سازمان به‌طور گسترده‌ای میان اعضایش رعایت شود، موفقیت سازمانی افزایش می‌یابد. مراد از رعایت اصول اخلاقی در سازمان‌های تجاری و صنعتی نیز اتخاذ تصمیم‌های مدیریتی است که بتواند میان عملکرد اقتصادی سازمان اعم از درآمدها، هزینه‌ها، سودها، سهم سهامداران و عملکرد اجتماعی آنان اعم از تعهدات در برابر کارکنان، مشتریان، اعتباردهندگان، عرضه‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و کل اعضای جامعه و نیز محیط زیست آشتی ایجاد کند و حساسیت‌های جامعه و ارزش‌ها و هنجارهای آن را مدنظر قرار داده و آنها را در فرهنگ سازمانی خود جای دهد. به‌دلیل رشد و توسعه سازمان‌ها و افزایش نقش آنها در اجتماع، پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های سازمان و تأثیر آنها اهمیت روزافزون یافته است. تحقیقات مهمی برای بررسی پیامدهای اخلاق مثبت سازمان انجام شده است، که ارزش‌های اخلاقی حس هویت را به اعضای سازمان منتقل می‌کند و ثبات نظام اجتماعی آن را مستحکم می‌کند. در مجموع می‌توان گفت چنانچه زیرساخت اخلاق، از کارکرد صحیحی برخوردار گردد، محیطی را فراهم می‌کند که استانداردها و شاخص‌های رفتار شخصی مطلوب، مورد تشویق و حمایت قرار می‌گیرد.

به‌طور کلی مقاله حاضر، علاوه بر مشخص کردن رفتارهای اخلاقی، به پیامدهای فردی،

سازمانی و اجتماعی حاصل از نهادینه شدن رفتارهای اخلاقی براساس مطالعات تجربی پرداخته است و اذعان می‌دارد که جهت تحقق رفتارهای اخلاقی، تدوین منشور اخلاقیات سازمان، عملی ساختن آن‌ها و ایجاد واحدهای آموزشی، ضروری است. مدیریت سازمان می‌تواند، با به‌وجود آوردن جوی مشارکتی در سازمان، حس وفاداری به سازمان را در کارکنان تقویت نماید، به‌نحوی که کارکنان؛ منافع سازمان را بر منافع شخصی مقدم بدانند. با توجه به این واقعیت که سازمان‌ها مهمترین نهادهای جامعه هستند، بنابراین وارد ساختن اخلاقیات امری ضروری است.

پس از بررسی نتایج به‌دست آمده از تحقیقات انجام شده و کاربرد این‌گونه شیوه بررسی موضوعات، پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده ارائه می‌شود، که عبارتند از: مطالعه تطبیقی رفتارهای اخلاق کار و ارائه چارچوب منسجم از آنها برای نهادینه کردن اخلاق در سازمان‌ها. مطالعه تطبیقی عوامل مؤثر بر اخلاق کار و مدیریت اخلاق در سازمان‌ها.

منابع:

- اسفندیاری مقدم، علیرضا. (۱۳۸۹). حسنلو سکینه. دیدگاه اعضای انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی نسبت به اصول اخلاق حرفه‌ای کتابداری، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم شماره‌های ۱ و ۲.
- الوانی، سیدمهدی و دیگران. (۱۳۸۹). تحلیل اخلاق سازمانی با استفاده از الگوی دایره اخلاق، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم شماره ۳ و ۴.
- امیرخانی، امیرحسین و دیگران. (۱۳۸۹). ارتباط بین اخلاق اینترنتی و پنج الگوی شخصیتی دانشجویان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره‌های ۳ و ۴.
- بهشتی فرملیکه و نکوئی مقدم، محمود. (۱۳۸۹). رابطه رفتار اخلاقی مدیران با رضایت شغلی کارکنان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره‌های ۱ و ۲.
- پاداش، فریبا و گل‌پرور، حسن. (۱۳۸۹). رابطه رهبری اخلاق‌مدار با انگیزش درونی برای نوآوری و خلاقیت کارکنان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم شماره‌های ۱ و ۲.
- حمیدی‌زاده، محمدرضا و نکویی‌زاده، مریم. (۱۳۸۹). رفتار مبتنی بر اخلاق فردی و حرفه‌ای و خدمات پس از فروش، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره‌های ۱ و ۲.
- سرمدی، محمدرضا و شالباف، عذرا. (۱۳۸۶). اخلاق حرفه‌ای در مدیریت کیفیت فراگیر، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۳ و ۴.
- سلاجقه، سننجر و سیستانی، فاطمه. (۱۳۸۹). بررسی رابطه میان اخلاق کار و کیفیت خدمات در سازمان‌های دولتی شهر کرمان، همایش ملی چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایران.
- سهرابی، بابک و خانلری، امیر. (۱۳۸۸). اخلاق، فناوری اطلاعات و رفتار شهروندی سازمانی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال چهارم، شماره‌های ۱ و ۲.
- صالح‌نیا، منیره و اله توکلی، زینب. (۱۳۸۸). اخلاق سازمانی با تأکید بر منشور اخلاقی، فصلنامه اخلاق در علوم

و فناوری، سال چهارم، شماره‌های ۳ و ۴.

- علیزاده، اکبر. (۱۳۷۴). بررسی عوامل مؤثر در برانگیختن وجدان کار از دیدگاه مدیران و کارکنان ادارات و نهادهای استان کهگیلویه و بویراحمد، کارشناس ارشد علوم اداری و مدیریت دانشگاه اصفهان.

- میرسپاسی، ناصر. (۱۳۷۲). مدیریت منابع انسانی و روابط کار، تهران: ناشر مؤلف، چاپ دوازدهم، صص ۱۶-۱۷، ۵۲۷.

- نجاتی، علیرضا و زیبایی، مهدی. مدیر تازه کار: مدیریت و اخلاق حرفه‌ای، اخلاق واقعی سازمان مزیتی

استراتژیک، قابل دسترسی در: ۲۰۰۸: <http://Modiran/novin.blogfa.com> Accessed: ۱۳/۸

- نیری، شیرین و دیگران. (۱۳۸۹). نقش ارزش‌های اخلاقی در رهبری اخلاق‌مدار بر کاهش تنش شغلی کارکنان.

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره‌های ۳ و ۴.

- Balci, A. et al. (2011), The relationship of organizational corruption with organizational culture, attitude towards work and work ethics: a search on Turkish high school teachers. *Asia Pacific Educ. Rev.*

- Barney, J. B. (2005), Should strategic management research engage public policy debates? *Academy of Management Journal* 48:945948-.

- Chowdhury, M. H. (2011), Ethical issues as competitive advantage for bank management. *Humanomics* Vol. 27 No. 2, pp. 109 - 120.

- Conaock, M. & Johns, L. (1998), «Total quality management and its humanistic orientation towards organizational analysis», *The TQM Magazine*, 10 (4), 2631-.

- Haron, H. et al. (2011), Factors Influencing Unethical Behavior of Insurance Agents. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 1; January.

- Koonmee, K. et al. (2009), Ethics institutionalization, quality of work life, and employee job-related outcomes: A survey of human resource managers in Thailand. *Journal of Business Research*,.

- McManus, J. (2011), Revisiting ethics in strategic management. *CORPORATE GOVERNANCE*, VOL. 11 NO. 2, pp. 214 - 223.

- Paulet, E. (2011). Banking ethics, *Corporate Governance*, Vol. 11 Iss: 3, pp.293 – 300.

- Petty, G. C. Hill R.B. (2005), Work ethic characteristics Perceived work ethics of supervisors and workers, university of Georgia.

- Purlys, C. (2010), INFLUENCE OF BUSINESS ETHICS FOR ENTERPRISE COMPETITIVENESS. 6th International Scientific Conference.

- Shafer, W. E. Simmon, R. S. (2011), Effects of organizational ethical culture on the ethical decisions of tax practitioners in mainland China. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 24 Iss: 5, pp.647 – 668.

- Suar, D. (2004), Institutionalization of ethics in Business. In A. Das Gupta (Ed.) *Human values in management*. USA: Ashgate Publishing.