

فهم فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی در سازمانهای مردم‌نهاد آموزشی

وحید قنبری¹

میثم لطیفی²

علیرضا اسلامبولچی³

علی اصغری صارم⁴

چکیده

هدف: تصمیم‌گیری اخلاقی، ضرورتی برای شایستگی‌های مدیریت و کمک به توانمندسازی منابع انسانی تلقی می‌شود. به دلیل نقش سازمانهای مردم‌نهاد در اقتصاد مقاومتی و توسعه کارآفرینی، هدف پژوهش حاضر، فهم فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی و ارائه مدل بومی برای این سازمانها بود. **روش:** ماهیت این پژوهش، اکتشافی بوده و با استفاده از نظریه داده‌بنیاد انجام شده است. جامعه آماری شامل مدیران و افراد خبره در سمن‌های آموزشی استان همدان بود که به روش نظری و با استفاده از تکنیک گلوله‌برفی و با توجه به اصل اشباع، در مجموع با 19 نفر مصاحبه شد. **یافته‌ها:** یافته‌های حاصل از طراحی مدل پارادایمی منجر به شناسایی 17 مؤلفه اصلی شد که در شش بُعد دسته‌بندی شدند. **نتیجه‌گیری:** تصمیم‌گیری اخلاقی تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل بین فردی، سازمانی، فراسازمانی و مذهبی صورت می‌گیرد و پیامدهای چنین تصمیماتی، منعکس‌کننده رفتار اخلاقی مثبت، ایجاد انگیزه مثبت در فراگیران و مردم، انضباط اقتصادی و راهکار توسعه مدیریت دانش و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی در جامعه است.

واژگان کلیدی: تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری اخلاقی، سمن‌های آموزشی، رویکرد داده‌بنیاد.

♦ دریافت مقاله: 98/10/29؛ تصویب نهایی: 99/03/18

1. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
2. دانشیار دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران(نویسنده مسئول)/نشانی: تهران: بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، نرسیده به چهارراه قدس/نمابر: 02188093484 /Email: Latifi@isu.ac.ir
3. استادیار گروه مدیریت و حسابداری، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
4. استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

الف) مقدمه

یکی از فراگردهایی که تمام مدیران به طور مداوم با آن سروکار دارند، تصمیم‌گیری¹ است. امروزه رشد مقوله اخلاق² و تأثیر آن بر نظامهای تصمیم‌گیری در سازمانها از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار شده است. اندیشمندان علم مدیریت به این باور رسیده‌اند که مدیران در هنگام اخذ تصمیمات، باید مؤلفه‌های اخلاقی را مد نظر قرار دهند و تصمیماتشان، بعد اخلاقی را داشته باشد. (آذر و همکاران، 1387)

اخلاق‌پژوهان انتقادهای زیادی در رابطه با فرایندهای ساده‌سازی شده تصمیم‌گیری اخلاقی مطرح کرده‌اند (علی‌اکبری و رضانی، 1391). فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی متأثر از عوامل فردی، موقعیتی و مشروط به موضوع است (همان). از این رو، مدل‌سازی پیشایندها و پسایندهای تصمیم‌گیری اخلاقی، به ویژه در سازمانهایی که اهمیت تصمیم‌گیری در آنها نمود بیشتری دارد، اقدامی انکار نشدنی و ویژه تلقی می‌شود. از جمله این گونه سازمانها، سازمانهای مردم‌نهاد³ یا به اختصار «سمن» می‌باشند. انجام بررسی‌های اولیه با برخی از مدیران سازمانهای مردم‌نهاد آموزشی و در راستای فهم ضرورت تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در این سازمانها، گواه بر این است که اخلاق‌مداری⁴ و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در سطوح مختلف این سازمانها می‌تواند اثرات و تبعات مثبتی را برای اجتماع، صنعت و جامعه رقم زند؛ زیرا نقش پررنگی را در تعالی نهادی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و آموزشی کشور دارند. از سوی دیگر، با توجه به تنگناهای موجود، به نظر می‌رسد که اولویت آموزش در کشور ما، در میان سایر وظایف حاکمیتی، سیر نزولی داشته و باعث خروج نظام آموزشی از استانداردهای لازم و عدم توجه به امر حرفه‌ای‌گری و مهارت در امر مهم آموزش شده است⁵ (مطهری و محمدداودی، 1395). با وجود این خلأها، نقش سمن‌های آموزشی پررنگ‌تر شده است؛ در حالی که در سالهای اخیر، سمن‌ها با روند صعودی تصمیم‌گیری‌های غیر مدبرانه و غیر اصولی و به نوعی غیر اخلاقی مواجه بوده‌اند (فرامرزی فراملکی، 1397) و با توجه به اهمیت موضوع در سازمانهای مردم‌نهاد آموزشی، این رویه معیوب باعث هدررفت انرژی، منابع مالی، زمان و از همه مهم‌تر خدشه‌دار شدن اعتماد مردم جامعه به سمن‌های فعال در حوزه آموزش خواهد شد.

پژوهشها نشان می‌دهد اخلاق سازمانی و تصمیمات اخلاقی در سرآمدی و ارتقای سازمانهای مردم‌نهاد آموزشی نقش بسزایی دارد و همچنین در اصلاح اجتماعی و هدایتی آنها مؤثر است؛ به طوری که کارکرد و نیروی انسانی در این سازمانها به خاطر تفاوت در ساختار، فرهنگ و جنس نیروی کار که داوطلبانه⁶ است، متفاوت است. (رحیم‌زاده، 1395)

1. Decision Making

2. Ethics

3. NGOs

4. Ethical

6. Voluntary

5. بیانیه مشترک انجمنها و سمن‌های فعال در حوزه آموزش/ <http://hamiassociation.org/>

259 ♦ وحید قنبری و همکاران

انجام این پژوهش می‌تواند به مدیران و فعالان حوزه سمن‌های آموزشی کمک کند تا با دستیابی به فهم و شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدل مد نظر، ضمن افزایش توانمندی در حوزه آموزش و کاهش موانع مدیریتی، با فرهنگ‌سازی و تعالی مقوله اخلاق و فضایل رفتاری، هویت اجتماعی سمن‌های آموزشی تقویت شود و کارآمدتر و اثربخش‌تر مدیریت شوند. با امعان نظر به اهمیت و ضرورت موضوع اخلاق در سمن‌های آموزشی، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ جامع و روشن به این سؤال است که فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی در سمن‌های فعال در حوزه آموزش، به چه شکل است و ابعاد و مؤلفه‌های آن کدام است؟

2. ادبیات تحقیق

به سبب ماهیت اکتشافی پژوهش کیفی،¹ اهمیت مرور ادبیات موضوع تا حدود زیادی کاهش پیدا می‌کند (دانایی‌فرد و همکاران، 1392). بر این اساس، در این بخش نگاهی گذرا بر ادبیات نظری و مطالعات پیشین خواهیم داشت.

یک) تصمیم‌گیری اخلاقی

از نظر سایمون² مدیریت و تصمیم‌گیری دو واژه مترادف‌اند (سایمون، 1960: 2). به گفته بارنارد،³ تصمیم‌گیری اصل و اساس وظایف مدیران را تشکیل می‌دهد (بارنارد، 1938: 189). استار نیز معتقد است تصمیم‌گیری، پایه و اساس تمام وظایفی است که مدیر در سازمان انجام می‌دهد (استار، 1971: 8). تصمیم‌گیری عبارت است از انتخاب یک راه از میان راه‌های مختلف. از طرفی، تصمیم اخلاقی⁴ تصمیمی است که هم از نظر وجدانی و هم از نظر قانونی برای بخش بزرگی از جامعه قابل قبول است. (فلی‌پور، 1394: 44-45)

اغلب نویسندگان، اخلاق و سیرت⁵ را مترادف می‌دانند که رفتار اخلاقی⁶ نشانگر «خوب و درست» در مقابل «بد و غلط» است. اخلاق، مطالعه فلسفی ارزش معنوی رفتار انسانی و قواعد حاکم بر آن است (فرامرزی قراملکی، 1397). با توجه به تعاریف اخلاق، تصمیم‌گیری اخلاقی موضوع بسیار جذابی در ادبیات اخلاق کسب و کار است.

تصمیم‌گیری اخلاقی، فرایندی است که افراد در اخلاق خود برای تعیین درستی یا نادرستی یک موضوع از آن استفاده می‌کنند و در فرایندی چهار مرحله‌ای، شامل شناخت موضوع اخلاقی، قضاوت اخلاقی، قصد اخلاقی و رفتار اخلاقی اجرا می‌شود (مهدوی و موسوی‌نژاد، 1390: 43). این فرایند، متأثر از عوامل فردی، موقعیتی و مشروط به موضوع است (مهدوی و علیپور، 1389: 34). همچنین فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی در سازمان، بر نقش آفرینی متقابل خصیصه‌های افراد، ویژگی‌های زمینه‌ای و شرایط ساختاری تمرکز دارد. (مهرانی و همکاران، 1390)

1. *Exploratory Nature of Qualitative Research*

2. *Herbert Alexander Simon*

3. *Chester Irving Barnard*

4. *Ethical Decision*

5. *Morality*

6. *Ethical Behavior*

دو) سازمانهای مردم‌نهاد

سازمان مردم‌نهاد¹ به معنای سازمان غیر دولتی که در ایران به اختصار «سمن» یا تشکلهای غیر دولتی نامیده می‌شوند، توسط گروهی از اشخاص حقیقی غیر حکومتی به صورت داوطلبانه با رعایت مقررات مربوط تأسیس می‌شود و غیر انتفاعی، غیر سیاسی و عضوپذیر است. سازمانهای غیر دولتی یا سمن‌ها در دنیای مدرن به عنوان رابط بین دولت و جامعه، نقشهای متعددی را بر عهده دارند؛ ولی نقش آموزش و شفاف‌سازی، اصلی‌ترین کارکرد آنان برای ارتقای سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار است. (رحیم‌زاده، 1395: 21-22)

سمن‌های آموزشی؛ حضور سمن‌ها به طور مستقیم و غیر مستقیم برای ایفای نقش آموزشی به واسطه برخورداری از الزامات احساس می‌شود و ضرورت فراهم ساختن بستر لازم برای مشارکت مردم و گروههای اجتماعی در توسعه پایدار کشور مورد نیاز جدی است (فرامرزی قراملکی، 1397). امروزه یکی از کارکردها و نقشهای مهم سمن‌ها در حوزه آموزش برای فرهنگ و هنر، حمایت از حیوانات، توسعه اجتماعی، تحصیلات، محیط زیست، سلامت و بهداشت، حقوق انسانی و مدنی، خدمات انسانی، پژوهش و تحقیقات و دینی مذهبی است که از رشد چشمگیری نیز برخوردار بوده است. (رحیم‌زاده، 1395: 21-22)

3. پیشینه پژوهشهای مرتبط

با بررسی سوابق پژوهشهای مرتبط در سایتهای معتبر علمی داخل و خارج کشور، پژوهشی مرتبط با موضوع پژوهش حاضر که در سازمانهای مردم‌نهاد انجام شده باشد، یافت نشد و سازمانهای مورد مطالعه به لحاظ ساختار، فرهنگ و نوع نیروی کار که داوطلبانه است، با سایر سازمانها متفاوتند و موضوعات پژوهشی در این سازمانها که نوعاً مشابه با سایر سازمانها نیست، موضوعی نو و جدید است که در ادامه نمونه‌هایی از مطالعات آمده است.

اکثر مدل‌های تصمیم‌گیری اخلاقی، مفهومی از آگاهی را نشان می‌دهند که در آن یک موقعیت برداشتهای اخلاقی نیز دارد که جونز (1991) آن را تشخیص یک مسئله معنوی می‌نامد و هانت و ویتل (1986) این ساختار را «مشکل اخلاقی مشاهده شده» برچسب‌گذاری کرده‌اند. اغلب مطالعات تجربی، رابطه قوی را بین مشاهدات اخلاقی و مقاصد اخلاقی نشان داده‌اند. (شافر و همکاران، 2011)

مطهری و محمدداوودی (1395) در پژوهشی با هدف بررسی اینکه آیا تصمیم‌گیری اخلاقی پیش‌نیاز مدیران سازمانهای آموزشی است، نتیجه گرفتند که عوامل متعددی مانند فرهنگ سازمانی، وضعیت اخلاقی و اشتغال، فضای کاری و ... تصمیم‌گیری اخلاقی فرد را در سازمان تحت تأثیر قرار می‌دهد.

محمدی الیاسی و بدلی (1394) در پژوهشی کاربردی به طور ویژه نشان دادند که شرایط و عوامل محیطی مانند سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، بر شکل‌گیری و شدت و ضعف قواعد اخلاقی در کسب‌وکار اثرگذارند.

وحد قنبری و همکاران ♦ 261

بومر و همکاران (1987) با ارائه جامع‌ترین مدل رفتار اخلاقی، این رفتار را تحت تأثیر تصمیم‌گیری اخلاقی می‌دانند. بر این اساس، مدل تصمیم‌گیری اخلاقی را تحت تأثیر شش دسته از عوامل شامل ویژگی‌های فردی، محیط فردی، محیط حرفه‌ای، محیط کار، محیط سیاسی و دولتی و محیط اجتماعی معرفی می‌کنند. زنی و همکاران¹ (2016) پژوهشی را با هدف بررسی ایجاد حس در تصمیم‌گیری اخلاقی انجام دادند و نتیجه گرفتند که یک سری از تعصبات شناختی و راهبردهای فراشناختی بر تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مؤثر است.

ب) روش پژوهش

پژوهش حاضر در چارچوب رویکرد کیفی انجام شده است. از آنجا که این پژوهش به دنبال مطالعه کیفی فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی افراد در سمن‌های آموزشی است، نظریه داده‌بنیاد² همچون روش پژوهش کیفی که به شکل استقرایی و زمینه‌ای در ارتباط با یک پدیده به کار می‌رود (استراوس و کوربین، 1387: 23)، مناسب به نظر می‌رسد.

روش نمونه‌گیری، نظری است. مصاحبه‌شوندگان بر اساس سؤالیهای تحقیق، مصاحبه‌های قبلی و حساسیت نظری گزینش شدند و مناسب‌ترین افراد تحت مشاهده و مطالعه قرار گرفتند تا اشباع نظری³ حاصل شود (دانایی‌فرد و امامی، 1386) و همین اشباع نظری، مرحله پایانی نمونه‌گیری بود. پس از 19 مصاحبه نیمه‌ساخت یافته،⁴ از نفر شانزدهم به بعد اطلاعات جدیدی اضافه نشد و اشباع نظری حاصل شد. در فرایند مصاحبه‌ها، گزینش مصاحبه‌شونده‌ها با استفاده از تکنیک گلوله‌برفی⁵ و با حداکثر تنوع از سمن‌های فعال در حوزه‌های آموزش سلامت، خانواده، کشاورزی و محیط زیست انجام گرفت. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و بررسی مجدد آنها با افراد مصاحبه‌شونده، فرایند تحلیل داده‌های مصاحبه‌ای با نرم‌افزار MAXQD 10 انجام و خروجی آن به صورت پایگاه داده و در نهایت در قالب گزارش مطالعه ارائه شد. در جدول 1، روش‌شناسی پژوهش ارائه شده است.

جدول 1: روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش	نوع پژوهش			رویکرد پژوهشی	فلسفه
	راهبرد	نتیجه	هدف		
داده‌بنیاد	استفهامی	اکتشافی	بنیادی	کیفی	ساخت‌گرایی اجتماعی
روش گردآوری داده‌ها	روش نمونه‌گیری			حجم نمونه	جامعه آماری
مصاحبه نیمه ساختار یافته	نظری			19 مورد	خبرگان سمن‌های آموزشی

1. Zeni, Buckley, Mumford, Griffith

2. Grounded Theory

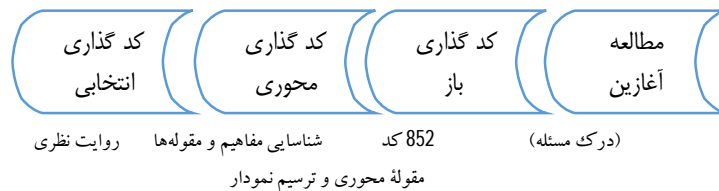
3. Theoretical Saturation

4. Semi-Structured Interview

5. Snowball Technique

1. نظریه داده‌بنیاد

راهبرد این پژوهش، استقهامی (بلیکی، 1384) و روش تحلیل داده‌ها، نظریه داده‌بنیاد است (کرسول، 2012). بنابر این در این روش، توجه اصلی بر تفسیر داده‌هاست و به جای فرایند خطی، رفت و برگشت مستمر میان گردآوری و تحلیل داده‌ها در جریان است (دانایی‌فرد و امامی، 1386). در این روش، طی فرایندی رفت و برگشتی، به تدریج از دل کدها، مفاهیم و از دل مفاهیم، مقوله‌ها و از دل مقوله‌ها، نظریه بیرون می‌آید (استراوس و کوربین، 1387: 22-23). مراحل مختلف تحلیل در شکل 1 ارائه شده است.



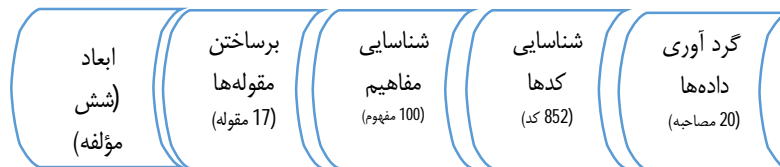
شکل 1: مراحل تحلیل در پژوهش

برای بررسی میزان اعتبارپذیری پژوهش کیفی، قابلیت یافته‌های این پژوهش از طریق چهار معیار لینکلن و گوبا¹ (1985) شامل اعتبارپذیری،² انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری³ (گرچی‌پور و همکاران، 1398)، به دو شیوه بازخور مشارکت‌کننده و دریافت نظرات همکاران اقدام شد که در هر دو روش، با تفسیر یافته‌ها، روایی و اعتبار پژوهش را تأیید کردند.

2. مراحل اجرایی پژوهش

یک) کدگذاری باز

در کدگذاری باز، شواهد گفتاری مدیران و خبرگان به مفاهیم کلیدی تعلق گرفت و پس از بررسی و تجزیه و تحلیل، در نهایت 17 مقوله در قالب کدگذاری باز بر اساس ارتباطات احصایی در عملیات میدانی بین مقوله‌ها و در شش مؤلفه اصلی دسته‌بندی شدند. خلاصه‌ای از کدگذاری باز در شکل 2 ارائه شده است.



شکل 2: خلاصه کدگذاری باز (طرح پژوهش)

1. Lincoln & Guba
2. Credibility
3. Confirmability

263 ♦ وحید قنبری و همکاران

فرایند کدگذاری باز بدین صورت بود که پس از بررسی داده‌ها، برچسب زنی به رویدادها، رخدادها و استخراج مفاهیم، هر یک از این مفاهیم با یکدیگر مقایسه شدند تا شباهتها و تفاوت‌هایشان مشخص شود. این کار به منظور تشکیل مقوله‌ها صورت پذیرفت.

برای مثال، با مقایسه مفاهیم مختلف، محقق متوجه شد که مفاهیم «توانایی سازمان در حل مسائل آموزشی»، «توان تحلیل راهکارهای مفید در آموزش»، «فهم و شناخت درست مسیر آموزش» و «توانایی استفاده و کاربرد مناسب دانش»، به یک چیز اشاره دارند؛ اینکه جو و فضای آموزشی ایجاد شده می‌تواند رفتار کارکنان و فراگیران را جهت دهد و مصاحبه‌شوندگان در صحبت‌های خود به این عوامل به عنوان شرایط سازمانی تأثیرگذار اشاره داشتند به این صورت که بسترهای رشد و توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی را فراهم می‌کند. با توجه به این مطلب، محقق از همه مفاهیم مذکور، مقوله «هوش سازمانی» را استخراج کرده است. این مفهوم در سطح بالاتری از مفاهیم ذکر شده بوده و انتزاعی‌تر است و همه آن مفاهیم را پوشش می‌دهد. دیگر مقوله‌ها نیز به همین صورت استخراج شدند. در مجموع، 17 مقوله به دست آمده از مفاهیم و کدهای متعدد، شناسایی و استخراج شدند.

این مقوله‌ها به تنهایی نمی‌توانند حامل معنایی خاص برای تصمیم‌گیری اخلاقی باشند. تنها هنگامی می‌توانند در پرورش یک نظریه مرتبط با تصمیم‌گیری اخلاقی نقش داشته باشند که آنها را در ارتباط با مقوله‌های دیگر قرار دهیم. به عبارت دیگر؛ تلاش شد همزمان با تحلیل مقوله‌های احصا شده و مفاهیم مرتبط با آنها، صورت‌بندی نظری مرتبط با مدل پارادایمی و ارتباط سازه‌ای مقوله‌ها شکل ابتدایی خود را پیدا کند و در نهایت مقوله‌های مرتبط در شش بُعد دسته‌بندی و نامگذاری شدند. در جدول 2، نتایج کدگذاری باز به طور خلاصه ارائه شده است.

جدول 2: نتایج حاصل از کدگذاری باز

مقوله‌ها	مفاهیم
هوش فرهنگی	شناخت و پایش مسائل جهانی اثرگذار بر بوم کشور؛ توان یادگیری از الگوهای جدید فرهنگی و به کار بردن آن در تعامل میان فرهنگی؛ فهم و شناخت درست قومیت‌های فرهنگی ایرانی.
هدایت منابع	توان برنامه‌ریزی و زمان‌بندی مناسب فعالیتها؛ به کارگیری درست منابع در دسترس در جهت رسیدن به اهداف آموزش؛ پیگیری مستمر برنامه‌ها برای اطمینان استفاده بهینه از منابع تخصیص داده شده؛ حضور مستمر و میدانی در نحوه به کارگیری منابع.
هوش سازمانی	توان تحلیل راهکارهای مفید آموزشی، فهم و شناخت درست مسیر آموزش، توان ایجاد ائتلاف‌های سازمانی؛ توانایی یادگیری رفتارها در موقعیت‌های غیراستاندارد؛ توانایی استفاده و کاربرد مناسب دانش.
برنامه‌ریزی	شناسایی و پایش فرصتها و قابلیت‌های سازمانی برای ایجاد تغییرات سازنده، توان ایجاد ائتلاف‌های داخلی و بسیج آنها برای تحقق اهداف و چشم‌انداز، توان برنامه‌ریزی و نشر چشم‌انداز و فرایندهای تغییرات سازمانی.

دو) کدگذاری محوری

کدگذاری محوری، مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است. هدف این مرحله، برقراری رابطه بین مقوله‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. کدگذاری محوری بر تمرکز و تعیین یک مقوله به عنوان مقوله هسته‌ای یا مرکزی استوار است و سپس سایر مقولات به عنوان مقولات فرعی به آن ارتباط داده می‌شوند. در این پژوهش به منظور برقراری پیوند بین مقوله‌ها، از مدل پارادایمی پیشنهادی استراوس و کوربین استفاده شده است که به نظریه‌پرداز کمک می‌کند تا فرایند نظریه‌پردازی را آسان‌تر انجام دهد. پس از تعریف مقوله محوری، با

264 ♦ فهم فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی در سازمانهای مردم‌نهاد آموزشی

کدگذاری مجدد داده‌ها، انواع شرایط تأثیرگذار بر مقوله محوری، شامل شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر؛ کنشها و واکنشهایی که برای اداره، کنترل یا پاسخ به مقوله محوری به وجود می‌آیند (راهبردها) و پیامدهای ناشی از آنها تعریف می‌شوند. طی کدگذاری محوری، مقوله‌های مستخرج از کدگذاری باز، در شش دسته شامل مقوله مرکزی، شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها قرار گرفته‌اند. (داناوی فرد و امامی، 1386؛ استراوس و کورین، 1387)

از بین مقوله‌های استخراج شده، مقوله «توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی» به منزله مقوله مرکزی در نظر گرفته شده و در مرکز مدل قرار گرفته است. دلیل انتخاب این مقوله این است که در اغلب داده‌ها رد پای آن را می‌توان به وضوح مشاهده کرد. بنابر این، می‌توان این مقوله را در مرکز قرار داد و دیگر مقوله‌ها را به آن مرتبط کرد. برچسب انتخاب شده برای مقوله مرکزی نیز انتزاعی و در عین حال از جامعیت برخوردار است. خروجی نهایی این تحلیلها پس از دستیابی به اشباع نظری در قالب 17 کد محوری به دست آمده است که در ادامه به صورت نمونه در جدول 3، در شش دسته نامگذاری شده است.

جدول 3: نتایج حاصل از کدگذاری محوری

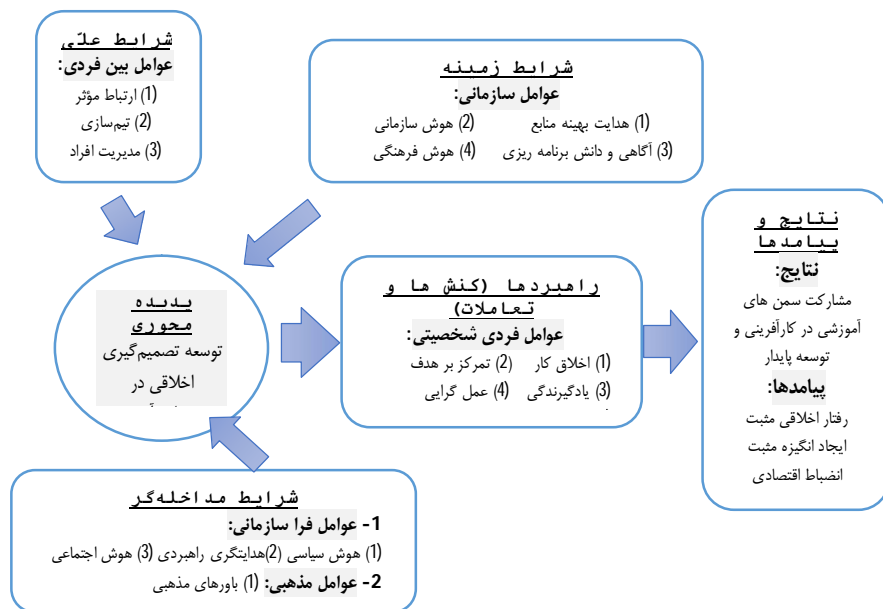
نوع مقوله	مقوله	مفاهیم
شرایط زمینه‌ای (بعد سازمانی)	هوش فرهنگی	شناخت و پایش مسائل جهانی اثرگذار بر بوم کشور؛ توان یادگیری از الگوهای جدید فرهنگی و به کار بردن آن در تعامل میان فرهنگی؛ فهم و شناخت درست قومیت‌های فرهنگی ایرانی؛ قابلیت انطباق با فرهنگهای متفاوت؛ شناخت خرده فرهنگهای متعدد منطقه‌ای و محلی.
	هدایت بهینه منابع	توان برنامه‌ریزی و زمان‌بندی مناسب فعالیتها؛ به کارگیری درست منابع در دسترس در جهت رسیدن به اهداف تعیین شده؛ تخصیص مناسب منابع به صورت سازگار با هدفگذاری‌ها نه تمایلات شخصی؛ پیگیری مستمر برنامه‌ها برای اطمینان از استفاده بهینه از منابع تخصیص داده شده؛ حضور مستمر و میدانی در نحوه به کارگیری.
	هوش سازمانی	شناخت و پایش مسائل جهانی سازمان، توان تحلیل راهکارهای مفید آموزشی؛ فهم و شناخت درست مسیر سازمان، توان ایجاد ائتلافهای سازمانی؛ توانایی سازمان در حل مسائل آموزش؛ توانایی یادگیری رفتارها در موقعیتهای غیر استاندارد؛ توانایی استفاده و کاربرد مناسب دانش.
	دانش برنامه‌ریزی	شناسایی و پایش فرصتها و قابلیت‌های سازمانی برای ایجاد تغییرات در آموزش، ایجاد نگرش مشترک میان واحدها و تقویت مثبت‌اندیشی در رسیدن به اهداف، توان تحقق چشم‌انداز آموزشی، توان برنامه‌ریزی و نشر چشم‌انداز و فرایندهای تغییرات سازمانی، ایجاد شرایط لازم برای اجرای برنامه‌ها.
شرایط مداخله‌گر (بعد فراسازمانی)	هدایتگری راهبردی	همسوسازی کارکنان با اهداف بلندمدت آموزش، توان ایجاد ائتلافهای داخلی و بسیج آنها برای تحقق اهداف و چشم‌انداز آموزشی؛ توان خلق و نشر چشم‌انداز و فرایندهای تغییرات سازمانی؛ ایجاد شرایط لازم برای پرورش خلاقیتها و نوآوری‌های سازمانی.
	هوش اجتماعی	همدلی، ارائه راه‌های نوآورانه، نفوذ اجتماعی، اجتماع‌پذیری، گفتگو و شنیدن فعال، پایش رخدادها و شرایط و تحولات محیطی و اجتماعی، تسهیلگری در تحقق فعالیت‌های آموزشی؛ ایجاد فرصتهای سازنده برای جذب فراگیران آموزش برای بهره‌مندی دوجانبه.
	هوش سیاسی	درک مسائل سیاسی و اجتماعی جاری اثرگذار بر تصمیمات سازمانها؛ شناخت جایگاه سیاسی سازمان نسبت به سازمانهای بیرونی و آموزشی مرتبط؛ مهارت ایجاد ارتباط مؤثر در خارج سازمان و توان اثرگذاری بر افراد و نفوذ در منابع آموزش؛ درک و احساس امنیت اجتماعی.
باورهای مذهبی	رضایت الهی، رعایت موازین اسلامی، توجه به معنویات، رعایت عدالت آموزشی، امانت‌نگری، فعالیت‌های مذهبی؛ رعایت احکام اسلامی و شرعیات.	
شرایط علی (بعد بین فردی)	ارتباط مؤثر	توان شناسایی خواسته‌های مشابه و متضاد گروه مورد نظر، عشق و علاقه درونی به خدمت کردن به جامعه هدف و رضایت‌مندی آنان، رصد کردن مستمر خواسته‌ها و نیازهای روز آموزش، تشخیص درست جایگاه روابط مورد نظر برای ارائه خدمات بهینه.

265 ♦ وحید قنبری و همکاران

	تیم‌سازی	تقویت حس تعاون و اعتماد میان کارکنان؛ داشتن روحیه کار تیمی و اعتقاد به کار جمعی؛ تلاش در همسوسازی و همگون‌سازی خواسته‌های متفاوت افراد؛ کمک به افراد در پذیرش مسئولیتها و نقشهای مؤثر در تیمهای کاری؛ توجه عدالت‌محور به تمام افراد تیم اعم از ضعیف و قوی.
	مدیریت افراد	تفویض اختیارات با توجه به توانمندی‌های افراد؛ ارائه بازخورد مؤثر و سازنده برای بهبود عملکرد افراد؛ به کارگیری درست و مناسب از توانایی‌ها و قابلیت‌های کارکنان؛ توان بسیج و هدایت افراد در جهت رسیدن به اهداف تعیین شده آموزش.
راهبردها (بعد فردی شخصیتی)	عملگرایی	پیشگام و چالش‌پذیر در انجام کارها و پذیرش مسئولیتها، جلوگیری از به تأخیر انداختن کارها و نتیجه‌گرا بودن؛ داشتن روحیه پیگیری مستمر و تمام‌کننده؛ خود اتکا و خودساخته بودن؛ توان انجام کار در پیچیدگی‌ها و چالشها.
	اخلاقی کار	اولویت منافع سازمان و جامعه نسبت به منافع شخصی؛ پایداری به قوانین و ضوابط حاکم بر سازمان؛ وظیفه‌شناس و مسئولیت‌پذیر؛ هم در سازمان و هم در جامعه؛ داشتن حسن خلق و فهم کرامت انسانی؛ اخلاق حرفه‌ای در مدیریت امور آموزشی.
	تمرکز بر هدف	توان نفوذ و اثرگذاری در دیگران برای هدایت در مسیر تعیین شده؛ ایجاد انگیزه درونی و الهام‌بخشی در فرد برای ارتقا و بهبود دانش؛ ایجاد شرایط و فرصتهای مناسب برای ایجاد فضای رشد در افراد؛ همراهی و همکاری نزدیک با افراد برای توسعه شخصی آنها.
	یادگیرندگی	توان یادگیری و ظرفیت ذهنی بالا؛ پایش مستمر محیط‌های مرتبط با سازمان و کسب اطلاعات از مراجع مختلف آموزشی؛ عدم اکتفا مجدد اشتباهات گذشته در آموزش، برخورداری از برنامه توسعه حرفه‌ای و شخصی.
	تلاش و جدیت	ایجاد انگیزه درونی در فرد برای ارتقا و بهبود شخصی؛ ایجاد شرایط و فرصتهای مناسب رشد و توسعه در کارکنان و فراگیران؛ تمایل شخصی به انتقال تجربه و داشته‌ها به دیگران؛ همراهی و همکاری نزدیک با افراد برای توسعه شخصی آنان.
	توان تحلیل	وجود تفکر خلاق و چندبعدی به مسائل، شناخت و درک درست اطلاعات و مفاهیم؛ تشخیص ارتباط میان پدیده‌ها و رویدادها؛ در نظر گرفتن مجموعه عوامل و ملاحظات نه بخشی از آنها؛ توان انتقال مفاهیم و اطلاعات به صورت ساده و قابل فهم.
پیامدها	رفتار اخلاقی مثبت؛ ایجاد انگیزه مثبت؛ انضباط اقتصادی؛ انضباط اجتماعی.	

سه) کدگذاری انتخابی و ارائه مدل پارادایمی

کدگذاری انتخابی، مرحله سوم و اصلی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است. در کدگذاری انتخابی، مقوله‌های احصاشده در مراحل قبلی به یکدیگر ربط داده شده و روابط بین آنها بررسی می‌شود. این امر، همان فرایند کشف نظریه است. به عقیده کرسول، نظریه‌پرداز زمینه‌بنیان می‌تواند نظریه خود را به سه شیوه ممکن ارائه کند: یک الگوی کدگذاری بصری،¹ مجموعه‌ای از قضا یا (یا فرضیه‌ها) و داستانی که به شکل روایی نوشته می‌شود. در این مرحله، پژوهشگر بر حسب فهم خود از متن، پدیده مورد مطالعه یا چارچوب مدل پارادایم را به صورت روایتی بیان می‌کند (دانایی فرد و امامی، 1386: 123). در این مقاله علاوه بر ارائه مدل پارادایمی (شکل 3)، نظریه داده‌بنیاد به شکل داستان روایت شد.



شکل 3: مدل بومی فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی افراد در سمن‌های آموزشی

ج) بحث

1. روایت نظری

بر اساس مدل پارادایمی و نتایج به دست آمده از کدگذاری چندین مرحله‌ای داده‌ها، همچنین استخراج مقوله‌ها و ابعاد، برای اینکه بتوان فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی را در سمن‌های آموزشی پیاده‌سازی کرد، عوامل و شرایط زیادی را باید در نظر گرفت. برخی از این عوامل به طور مستقیم با عوامل دیگر در ارتباطند و برخی با توجه به نوع تأثیرگذاری احساس می‌شوند. تصمیم‌گیری اخلاقی در سمن‌های آموزشی در حال توسعه بوده و تحت تأثیر سه دسته از عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر طبقه‌بندی می‌شوند. شرایط علی عبارت است از وقایعی که به وقوع یا توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی منجر شده و بر مقوله مرکزی اثر می‌گذارند. این شرایط، حوادث و اتفاقاتی است که به وقوع یا گسترش پدیده مد نظر در سمن‌های آموزشی مورد مطالعه می‌انجامد و شامل عوامل بین فردی از جمله: ارتباط مؤثر، تیم‌سازی و مدیریت افراد است. در این میان، شرایط فرا سازمانی از جمله: هوش سازمانی، هوش اجتماعی و هدایتگری راهبردی از یک سو و تأثیر عوامل مذهبی از جمله باورهای مذهبی شامل رضایت الهی، رعایت موازین اسلامی، توجه به معنویات، رعایت عدالت، رعایت احکام اسلامی و شرعیات هر فرد از سوی دیگر، به عنوان عوامل واسطه‌ای و مداخله‌گر عمل می‌کنند. در واقع؛ شرایط مداخله‌گر شرایط ساختاری‌ای هستند که به توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می‌گذارند. آنها راهبردها را درون بستر

خاصی محدود یا تسهیل می‌کنند. همچنین، عوامل سازمانی از جمله: هدایت بهینه منابع، هوش سازمانی، هوش فرهنگی و آگاهی و دانش برنامه‌ریزی، به منزله عوامل بستر و زمینه، مجموعه شرایطی است که زمینه توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی را فراهم می‌سازد و از طرفی بر پدیده مد نظر و رفتارها و راهبردهای حاصل از توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی تأثیرگذار است. این عوامل به طور کلی و در امتداد یکدیگر، در تدوین و ایجاد و اتخاذ تصمیم‌گیری اخلاقی در سمن‌های آموزشی اثر داشته‌اند.

با توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی، افراد و ذی‌نفعان در برابر آن مواضع خاصی اتخاذ می‌کنند و راهبردهای خاصی را در پیش می‌گیرند. راهبردها مبتنی بر کنشها و واکنشهایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مد نظرند که در سمن‌های آموزشی شامل عوامل فردی شخصیتی در اجرای فعالیتهاست. از دیدگاه مدیران و صاحب‌نظران، نتایج نهایی حاصل از تصمیمات اخلاقی باعث مشارکت سمن‌های آموزشی در کارآفرینی و توسعه پایداری می‌شود و پیامدهای منتج از چنین تصمیماتی، منعکس‌کننده رفتار اخلاقی مثبت، ایجاد انگیزه مثبت در فراگیران و مردم، انضباط اقتصادی و انضباط اجتماعی در جامعه در شرایط اقتصاد مقاومتی است.

یک (پدیده محوری؛ توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی در سمن‌های آموزشی)

ماهیت نهادی و ارزشی بودن سازمانهای مردم‌نهاد آموزشی، وجه تمایز خود را نسبت به دیگر نهادها بیش از پیش افزایش داده است. با توجه به نتایج یافته‌های این پژوهش که حاصل مطالعه اکتشافی در توسعه نظریه و فهم فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی و تدقیق مؤلفه‌ها و سطح روابط شناسایی در بین آنهاست، از مدل‌های عمومی به سطح مدل بومی برای سازمانهای مورد مطالعه، منجر به ظهور یک مدل بومی شد و در نهایت، همه مقوله‌های بومی شناسایی و در 17 مؤلفه اصلی جمع‌بندی و در قالب شش بُعد دسته‌بندی شدند که مقوله هسته‌ای آنها، توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی است. شناسایی ابعاد، به مثابه عوامل اثرگذار و اثرپذیر در فرایند توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی در سمن‌های آموزشی، در مجموع نشان داد عوامل بین فردی در امتداد سایر عوامل سازمانی، فراسازمانی و مذهبی، باعث توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی می‌شوند.

نتایج حاصل از شناسایی پدیده محوری و بررسی ادبیات نظری نشان داد که فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی در سمن‌های آموزشی طی چهار مرحله انجام می‌شود که عبارتند از: ادراک اخلاقی، قضاوت اخلاقی، تمایل اخلاقی و انجام عمل اخلاقی؛ که این مطالعه نیز با پژوهش امیرشاهی و همکاران (1390) منطبق بوده و این پدیده متأثر از عوامل اثرپذیر و اثرگذار است. همچنین با توجه به نتایج می‌توان گفت که در فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی یا رشد رفتار اخلاقی، تصمیم‌گیری اخلاقی فرایندی چندوجهی است که نمی‌توان با استفاده از آنها نسخه واحدی برای موقعیتهای مختلف پیچید. در شناسایی این پدیده برای طراحی مدل بومی در این سازمانها، این موضوع در سطح روابط بومی تدقیق یافت و با معرفی شاخصها به عنوان شرایط مؤثر در توسعه مقوله مرکزی، راهنمای انجام این فرایند در این نوع از سازمانهاست.

دو) شرایط علی؛ به مثابه عوامل بین فردی

عوامل بین فردی¹ به مثابه شرایط علی و مقوله اصلی در شکل‌گیری و شروع تصمیم‌گیری در سمن‌های آموزشی‌اند که در مطالعات پیشین به عنوان عامل مؤثر در توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی بررسی نشده‌اند و حتی منطبق با نتایج یافته‌های پژوهشی در خصوص عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری اخلاقی در کسب‌وکارها (نقل از: محمدی الیاسی و بدلی، 1394؛ مطهری و محمدداوودی، 1395؛ زنی و همکاران، 2016) نیستند که نشان از ساختار متفاوت سازمانهای غیردولتی آموزشی با سایر سازمانهای دولتی و خصوصی دارد. با توجه به بررسی وضعیت ساختاری و کارکردی سازمانهای مردم‌نهاد امروزی، یکی از نقاط عطف مدل طراحی‌شده در پژوهش حاضر، شناسایی عوامل بین فردی به عنوان شرایط علی و عوامل مؤثری است که امروزه به عنوان مهم‌ترین قوام شروع فعالیت و اهداف کارکردی در این سازمانها بر آنها تأکید می‌شود. (فرامرز قراملکی، 1397)

سه) شرایط بستر یا زمینه؛ به مثابه عوامل سازمانی

عوامل سازمانی² به عنوان شرایط زمینه و حاکم، شامل شرایط خاصی‌اند که بر تصمیم‌گیری اخلاقی در سمن‌های آموزشی تأثیر می‌گذارند. شرایط زمینه و بستر همان محل وقایع مرتبط با پدیده و نشان‌دهنده خصوصیات‌اند که به توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی دلالت می‌کنند و در سایر مطالعات و پژوهشهای مرتبط، به خصوص جامع‌ترین مدل طراحی‌شده در این خصوص؛ یعنی مدل بومر و همکاران (1987) دیده نشده‌اند. ولی در سازمانهای غیر سمن، این شرایط دیده شده که تأثیرگذاری فاکتورهای سازمانی در این مدل بسیار تأمل‌برانگیز است؛ یعنی جو و فضای سازمانی ایجادشده می‌تواند رفتار افراد را جهت دهد و به عنوان شرایط زمینه‌ای، بسترهای رشد و توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی را فراهم کند.

همچنین عوامل فراسازمانی³ و عوامل مذهبی⁴ شرایط کلی‌تر و وسیع‌تری از قبیل مکان، فرهنگ، سطح فناوری، تاریخچه و... می‌باشند که به عنوان شرایط واسطه‌ای و مداخله‌گر، بر چگونگی کنشهای افراد در اتخاذ تصمیمات اخلاقی دخالت دارند و در این میان، باورهای مذهبی افراد نقش مهم و مؤثری را در تصمیم‌گیری اخلاقی افراد در سمن‌ها بازی می‌کنند. اغلب پژوهشها نیز تأثیر باورهای مذهبی را بر تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای اخلاقی تأیید کرده‌اند. (فرامرز قراملکی، 1397)

1. Interpersonal Factors
2. Organizational Factors
3. Transactional Factors
4. Religious Factors

چهار) راهبردها؛ به مثابه عوامل فردی شخصیتی

عوامل فردی شخصیتی¹ در قالب شرایط راهبردی و در راستای توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی افراد، رفتار و فعالیت‌های هدف‌داری‌اند که در پاسخ به مقوله محوری و متأثر از شرایط علی، زمینه و مداخله‌گر ایجاد می‌شوند. این رفتار نقش مهمی را در کنش و تعاملات افراد و متأثر از توسعه تصمیم‌گیری اخلاقی بازی می‌کنند. اغلب پژوهش‌های مطرح در خصوص تصمیم‌گیری اخلاقی، فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی را متأثر از سه عامل فردی، ساختاری و زمینه‌ای معرفی می‌کنند؛ به طوری که فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی در سازمان، بر نقش آفرینی متقابل خصیصه‌های افراد، ویژگی‌های زمینه‌ای و شرایط ساختاری تمرکز دارد. جامع‌ترین مدل حاضر؛ یعنی مدل بومر و همکاران (1987) نیز به دنبال توسعه این مهم بوده است و سایر پژوهش‌های مرتبط داخلی و خارجی نیز بر عوامل فردی و شخصیتی اشاره داشته‌اند (مطهری و محمدداودی، 1395؛ زنی و همکاران، 2016) و معیارهای لازم را تبیین کرده‌اند. سازمان‌های مردم‌نهاد با اخلاق حرفه‌ای تعامل چندسویه دارند؛ زیرا سمن حامی و مروج اخلاق حرفه‌ای در اصناف، گروه‌های اجتماعی و حتی آموزش اخلاق شهری در جامعه است. از سوی دیگر، قوام سمن و عدم انحراف آن از هویت مردم‌نهاد، محتاج پایداری به ملاک‌های اخلاقی از بدو پیدایش آن است. پایداری به اخلاق در مناسبات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی (فرامرزی قراملکی، 1387؛ 1397) سبب ترویج اعتماد آفرینی می‌شوند.

د) نتیجه‌گیری

سازمان‌های مردم‌نهاد، به خصوص سمن‌های آموزشی، در توانمندسازی و فرهنگ‌سازی در جامعه و شناختن و ریشه‌یابی مسائل اجتماعی و ایجاد تشکلهای آموزش در حوزه سلامت، دانشگاه و مدرسه و ارائه راه‌حلهای عملی برای رفع کاستی‌ها، می‌توانند با تقویت خودباوری و به کارگیری توان بالقوه نیروی کارآمد قشر عظیمی از مردم، مانع هدر رفتن استعدادها شوند. این سازمانها با جلب اعتماد و کمک‌های مردمی، ملی و بین‌المللی برای رفع گرفتاری‌های اجتماعی، در شرایط اقتصاد مقاومتی می‌توانند با ایجاد اشتغال و کار آفرینی، بار سنگینی را از دوش دولت بردارند (رحیم‌زاده، 1395). گفتنی است تبیین ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده در این پژوهش و همچنین راهبردها و اهداف کارکردی اینگونه سازمانها، نشان می‌دهد که مهندسی ارزشها و سامان دادن به اصول اخلاقی و مشارکت سمن‌های آموزشی در توانمندسازی و ارتقای سطح سرمایه اجتماعی و نقش آن در تولید و اشتغال و راهکار توسعه مدیریت دانش و کار آفرینی، ضرورت فراوان دارد. سمن‌های آموزشی با توجه به دستیابی به فهم مدل و شناسایی ابعاد و مؤلفه‌ها در پژوهش حاضر، می‌توانند فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی را تسهیل کنند و ممیزی اخلاق و اصول اخلاق حرفه‌ای را از این طریق افزایش دهند. پیامدهای منتج از چنین تصمیماتی، منعکس‌کننده رفتار اخلاقی مثبت، ایجاد انگیزه مثبت در فراگیران و مردم، انضباط اقتصادی و انضباط اجتماعی در جامعه است.

پیشنهادها

عوامل و مؤلفه‌های شناسایی شده در سمن‌های آموزشی، وجه تمایز را نسبت به دیگر سازمانها بیش از پیش افزایش داده‌اند؛ لذا به مدیران سمن‌های آموزشی پیشنهاد می‌شود با فرهنگ‌سازی از طریق آگاهی‌دادن و توصیف و ترویج مؤلفه‌های شناسایی شده با توجه به نوع و سطح فعالیت، فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی را طبق مدل شناسایی شده در سطوح مختلف این‌گونه سازمانها به کارگیری کنند؛ زیرا اثرات و تبعات مثبتی را برای آنها، جامعه هدف و جامعه داشته و این سازمانها نقش پررنگ خود را در تعالی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و آموزشی کشور نهادینه می‌کنند.

این پژوهش با هدف تولید دانش درباره شایستگی‌های ضروری برای مدیریت سمن‌های آموزشی بوده و به همین منظور، ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده به عنوان رویکردی مکمل در کنار شاخصهای عملکردی می‌توانند مبنای انتخاب و انتصاب از سطح اعضا تا مدیران ارشد سازمان باشند؛ لذا به سازمانهای مزبور، توجه به این مؤلفه‌ها در همه بخشها و واحدهای سازمانی در راستای توسعه توانمندی و افزایش مسئولیت اجتماعی منابع انسانی در اتخاذ تصمیمات توصیه می‌شود.

عوامل شناسایی شده طبق مدل بومی، منطبق با فرهنگ و ارزشهای مورد قبول در سمن‌های آموزشی است و با عنایت به اینکه تولید دانش بومی در زمینه مدیریت سازمانهای آموزشی از اهم اولویتهاست، به این سازمانها پیشنهاد می‌شود از طریق مشاوران مجرب و مجریان کارآموده در جهت به کارگیری و نهادینه کردن مؤلفه‌ها به عنوان شاخصهای رفتاری، با اولویتهای ارزشها و اهداف کارکردی هر سازمان، آنها را در راستای کاهش سوء مدیریتهای ناشی از اتخاذ تصمیم‌های غیر اخلاقی و غیر مدبرانه به خدمت گیرند.

فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی، بر نقش آفرینی متقابل خصیصه‌های افراد، ویژگی‌های زمینه‌ای و شرایط ساختاری تمرکز دارد که در این پژوهش نیازمند توجه مدیریت ارشد در همه فعالیتهاست تا ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخصهای شناسایی شده را با روند تجزیه و تحلیل، برای ارتقا و رشد سازمان به کار ببرند و این مهم با استفاده از ایجاد کارگروههای تخصصی و اتاق فکر در قالب کمیته‌های کارشناسی؛ برگزاری کلاسها و کارگاههای آموزش عمومی و تخصصی و بهبود فرایندهای مدیریتی؛ برگزاری همایشهای منطقه‌ای و کنفرانسها از سطح محلی تا بین‌المللی؛ تدوین سند اخلاقی و آموزش و ترویج آن برای اعضا و آموزش مهارتهای حل مسئله و تصمیم‌گیری با برگزاری کلاسها و کارگاههای آموزشی، به کلیه اعضا به این سازمانهای آموزشی پیشنهاد می‌شود تا با افزایش توانمندی افراد و فرهنگ‌سازی و تعالی مقوله اخلاق و فضایل رفتاری، هویت اجتماعی سمن‌های آموزشی تقویت شود و کارآمدتر و اثربخش‌تر مدیریت شوند.

محدودیتها

هیچ مطالعه و پژوهشی خالی از اشکال نیست و همیشه محدودیتهایی سر راه محقق وجود دارند که مطالعه را از حالت ایدئال آن دور می‌کند. در این مطالعه نیز محدودیتهایی وجود داشت و مهم‌ترین آنها اینکه، مسائل سازمانی از دیدگاه انسانی، مفاهیمی انتزاعی و ذهنی‌اند. به همین دلیل، در بسیاری مواقع جدا کردن مرز میان واقعیت و خیال

271 ♦ وحید قنبری و همکاران

دشوار می‌شود. در این تحقیق نیز باید این نکته را مدّ نظر داشت که ممکن است نمونه‌ها در پاسخگویی به سؤالات مصاحبه نتوانسته باشند به طور کامل از پیش فرضهای ذهنی خود رهایی یابند و تنها ادراکات ذهنی خود را (چه مثبت و چه منفی) به عنوان واقعیت موجود بیان کرده باشند. البته محقق امیدوار است حجم بالای مصاحبه‌های انجام گرفته تا اشباع نظری، از میزان این محدودیت کاسته باشد. با این وجود، این امر یکی از محدودیتهای تحقیق حاضر است.



منابع

- آذر، عادل؛ مسعود ربیع و فاطمه قیطاسی (1387). «اخلاق در علم مدیریت». اخلاق در علوم رفتاری، ش 3(1-2): 61-70.
- امیرشاهی، میراحمد؛ آقاحسینعلی شیرازی محمود، و سارا قوامی (1390). «بررسی رابطه بین فلسفه اخلاق فردی فروشنده‌گان و فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی آنها». مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ش 63(20): 27-62.
- استراوس، آنسلم و جولیت کوربین (1387) اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌ی منبایی، رویه‌ها و شیوه‌ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بلیکی، نورمن (1384). طراحی پژوهشهای اجتماعی. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نی.
- دانایی‌فرد، حسن؛ مهدی الوانی و عادل آذر (1392). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار، اشراقی، چ سوم.
- دانایی‌فرد، حسن و مجتبی امامی (1386). «استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد». اندیشه مدیریت، ش 21(2): 159-175.
- رحیم‌زاده، محمدعلی (1395). سازمانهای مردم‌نهاد. تهران: تدبیر روشن.
- علی‌اکبری، حسین و حسین رمضانی (1391). «بررسی پایه‌های نظری موضوع تصمیم‌گیری مبتنی بر اخلاق اسلامی». مدیریت اسلامی، ش 20(1): 149-174.
- فرامرزی قراملکی، احد (1387). درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای. تهران: سرآمد.
- فرامرزی قراملکی، احد (1397). سازمانهای اخلاقی در کسب‌وکار. تهران: مجنون، چ یازدهم.
- قلی‌پور، رحمت‌اله (1394). تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی. تهران: نی.
- گرجی‌پور، حسین؛ وحید خاشعی، علیرضا اسلامبولچی و علی اصغری صارم (1398). «الگوی ارزشیابی فرایند خط‌مشی‌گذاری فرهنگی با رویکرد مطالعه کیفی اسناد فرهنگی جمهوری اسلامی ایران». مدیریت دولتی، ش 11(1): 47-72.
- محمدی الیاسی، قنبر و زهرا بدلی (1394). «تأثیر عوامل محیطی بر تصمیم‌گیری اخلاقی در کسب‌وکارهای نوپا». توسعه کارآفرینی، ش 8(1): 175-193.
- مطهری، محدثه و امیرحسین محمدداودی (1395). «تصمیم‌گیری اخلاقی پیش‌نیاز مدیران سازمانهای آموزشی». سومین کنفرانس جهانی روان‌شناسی و علوم تربیتی، حقوق و علوم اجتماعی در آغاز هزاره سوم. شیراز: دانشگاه علمی کاربردی آذین شوستر و دانشگاه زرقان، واحد پژوهش دانش‌پژوهان همایش آفرین.
- مهدوی، غلامحسین و صفدر علیپور (1389). «رویکردهای تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مالی شرکتهای». دانش حسابداری، ش 21(2): 33-53.
- مهدوی، غلامحسین و روح‌الله موسوی نژاد (1390). «تأثیر میزان و شرایط اخلاقی بر تصمیم‌گیری مدیران مالی دستگاه‌های اجرایی دولتی استان فارس». اخلاق در علوم و فناوری، ش 4(6): 41-53.
- مهرانی، ساسان؛ علی ثقفی، محمد موسی‌خانی و سحر سپاسی (1390). «عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران رسمی ایران». اخلاق در علوم رفتاری، ش 6(3): 6-12.

- Ali Akbari, H. & H. Ramezani (2012). "**Study of Theoretical Foundations of the Issue of Islamic-Based Decision Making**". *Islamic Management Scientific Journal*, 20(1): 149-174.
- Amirshahi, M.A; A.H. Shirazimahmood & S. Ghavami (2011). "**An investigation of the relationship between salespersons' personal moral philosophy and their ethical decision making process**". *Journal of management studies in development & evaluation*, 63(20): 27-62.
- Azar, A.; M. Rabieh & F. Gheitasi (2008). "**Ethics in Management Science**". *Journal of Ethics in Behavioral Sciences*, 3(1-2): 61-70.
- Barnard, Ch. (1938). **The Functions of the Executive**. Harvard University Press.
- Blicky, N. (2005). **Designing social Researchs**. Translation: Hasan Chavashian. Tehran: Nizar Ney.
- Bommer, M.; C. Gratto, J. Gravander & M. Tuttle (1987). "**Behavioral Model of Ethical Decision-Making**". *Journal of Business Ethics*, 6(4): 265-280.
- Creswell, J.W. (2012). **Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research**. (4th ed.), MA: Pearson Education.
- Danaie Fard, H.; M. Alvani & A. Azar (2013). **Qualitative Researchs Methodology in Management; A Comprehensive Approach**. Tehran: Saffar Publishing, Eshraghi, Third Edition.
- Danayeeferd, H. & M. Imami (2007). "**Strategies of Qualitative Research: Grounded Theory Hesitationon**". *The Idea of Management*, 1(2): 159-175.
- Faramarz Gharamaleki, A. (2008). **Income on Professional Ethics**. Tehran: Saraamad Publication.
- Faramarz Gharamalki, A. (2018). **Ethical Organizations in Business**. 11th Edition, Tehran: Majnon Publishing.
- Gholipour, R. (2015). **Organizational Decision Making and Public Policy**. Tehran: Ney Publications.
- Gorjipour, H; V. Khashei; A.R. Slambolchi & A. Asgharisarem (2019). "**Developing the Evaluative Model for Cultural Policy Making Process based on Qualitative Study of Cultural Documents of Islamic Republic of Iran**". *Journal of Public Administration*, 11(1): 47-72.
- Hunt, S.D. & S. Vitell (1986). "**A General Theory of Marketing Ethics**". *Journal of Macromarketing*, 6(1): 5-16.
- Jones, T.M. (1991). "**Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue-Contingent Model**". *Academy of Management Review*, 16(2): 366-395.
- Mahdavi, Gh.H. & R. Mousavinejad (2011). "**Impact of Moral Intensity and Ethical Climate on the Decision-Making of Financial Managers in Governmental Organizations in Fars Province**". *Journal of Ethics in Science and Technology*, 4(6): 41-53.
- Mahdavi, Gh.H. & S. Alipour (2010). "**Ethical Decision Approaches for Corporates Finance Managers**". *Journal of Accounting Knowledge*, 1(2): 33-53.

- Mehrani, S.; A. Saghafi, M. Musa Khani & S. Sepasi (2011). "**Effective Factors on Ethical Decision Making of Iranian Official Accountants**". *Journal of Ethics in Behavioral Sciences*, 6(3): 6-12.
- Mohammadi Eliasi, Gh. & Z. Badli (2015). "**The Impact of Environmental Factors on Ethical Decision Making in Start-ups**". *Journal of Entrepreneurial Development*, 8(1): 175-193.
- Motahari, M. & A.H. Mohammad Davooddi (2016). "**Ethical Decision Making in Educational Organizations**". *Third World Conference on Psychology and Education, Law and Social Sciences at the Beginning of the Third Millennium*. Shiraz: with the joint collaboration of Azin Shoushtar University of Applied Sciences and Zarghan University.
- Rahimzadeh, M.A. (2016). **Non Governmental Organization**. Tehran: Tadbir Roshan Publications.
- Shafer, William S. & Richard Simmons (2011). "**BEffects of Organizational Ethical Culture on the Ethical Decisions of Tax Practitioners in Mainland China**". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(5): 647-668.
- Simon, H. (1960). **The New Science of Management Decision**. New York: Harper and Row.
- Starr, M.K. (1971). **Management: A Modern Approach**. New York: Harcourt Publishers Ltd.
- Strauss, A. & J. Corbin (2008). **Basics of Qualitative Research: Grounded theory Procedures and Techniques**. Translated by: Buick Mohammadi. Tehran: Research Institute for Humanities and Cultural Studies.
- Zeni, T.A.; M.R. Buckley; M.D. Mumford & J.A. Griffith (2016). "**Making "Sense" of Ethical Decision Making**". *The Leadership Quarterly*, 27(6):, 838-855.

