



اولویت بندی شاخص های اخلاقی در سازمانها با استفاده

از مدل دایره اخلاق

دکتر رضا پیرایش^۱

چکیده: اخلاق را مجموعه‌ای از صفات روحی و باطنی انسان تعریف کرده‌اند که به صورت اعمال و رفتاری که از خلیات درونی انسان ناشی می‌شود، بروز ظاهری پیدا می‌کند. استمرار یک نوع رفتار خاص، دلیل بر آن است که این رفتار یک ریشه درونی و باطنی در عمق جان و روح فرد یافته است که آن ریشه را خلق و اخلاق می‌نامند. دامنه اخلاق را در حد رفتارهای فردی تلقی می‌کنند، اما رفتارهای فردی وقتی که در سطح جامعه یا نهادهای اجتماعی تسری می‌یابد، به نوعی به اخلاق جمعی تبدیل می‌شود که ریشه در فرهنگ سازمان و جامعه می‌دواند و جامعه را با آن می‌توان شناخت. امروز در تجزیه و تحلیل رفتار سازمانها، پرداختن به اخلاق و ارزش های اخلاقی یک الزام است. نماد بیرونی سازمانها را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می‌دهد که خود حاصل جمع ارزش های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمانها، ظهور و بروز یافته است. عده ای از دانشمندان مدیریت بر مبنای نظریه روان شناختی کولبرگ در صدد ارایه نظریه ای در تفسیر تحول اخلاقی سازمانها بر آمده اند. از نظر آنها سازمان به موازات توسعه و تحول سازمانی غالباً از بنگاههای کوچک به سازمانهای بزرگ از جهت اخلاقی نیز تکامل می یابند و به تدریج از سازمان غیر اخلاقی به سازمان اخلاقی می رسند. پنج مرحله برای این فرایند توسط صاحب نظران پیشنهاد شده است. مرحله اول، سازمان غیر اخلاقی، مرحله دوم سازمان قانون گرا، مرحله سوم، سازمان اخلاقی ابزار انگار، مرحله چهارم سازمان اخلاق فردگرا، مرحله پنجم سازمان هویت اخلاقی.

در این پژوهش محقق در صدد است تا بر اساس مدل دایره اخلاق مهمترین مولفه های اثر گذار در این زمینه را شناسائی نماید چرا که از عمده ترین دغدغه های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه ها است تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسایل در حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. اولین گام

^۱ یار گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه زنجان



در دستیابی به این اهداف درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تاثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان می باشد تا در گام های بعدی بر روی این عوامل مذاقه لازم صورت پذیرد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و توسعه ای بوده و از نظر روش و شیوه از نوع توصیفی و تحلیلی می باشد. هدف این مقاله تبیین مولفه های مهم اخلاقی در تئوری های اخلاق سازمانی بر اساس مدل دایره اخلاق و اولویت بندی شاخصهای آن بر اساس ویژگیهای فرهنگی جامعه می باشد.

کلید واژه : تئوریهای اخلاقی، مدل دایره اخلاق، رفتار اخلاقی سازمانی ، نسبت اخلاقی





(۱) مقدمه

اخلاقیات در سازمان به عنوان سیستمی از هنجارها، ارزشها، بایدها و نبایدها تعریف می شود که بر اساس آن نیک و بد های سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می شود. به طور کلی انسان ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آنها را شکل می دهد. همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می گیرند ممکن است عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی سر بزند که این ویژگیهای انسانی بر روی میزان کارایی و اثر بخشی سازمان تاثیر بگذارد. رفتارهای متفاوت اخلاقی افراد به عنوان کارمندان سازمان در یک طیف خطی که یک سر آن سلامت اداری و سر دیگر طیف فساد اداری می باشد قابل تحلیل می باشد و میزان سلامت سازمانی و اداری در میزان موفقیت سازمان در انجام ماموریت ها، اجرای راهبردها و برنامه ها و در نهایت دستیابی به اهداف سازمانی نقش به سزایی را ایفا می کند. اولین گام در دستیابی به این اهداف درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تاثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان می باشد که در این مقاله سعی شده تا به طور جامع این عوامل احصاء و طبقه بندی و اولویت بندی گردند.

فرد آر. دیوید می گوید: در سازمان، اصول اخلاقی خوب از پیش شرط های مدیریت استراتژیک خوب است؛ اصول اخلاقی خوب، یعنی سازمان خوب. (David, ۲۰۰۶: ۴۰)

(۲) مبنای اخلاقی بودن رفتار و ویژگیهای آن

الگوهای رفتاری به دو قسیم خوب و بد یا فضیلت و رذیلت تقسیم می شوند. مسأله «مبنای تقسیم بندی» با مسأله «ملاک نهایی اخلاق» متفاوت است. مبنای تقسیم بندی فضایل و رذایل نزد غالب محققان اخلاق حرفه ای، رعایت حقوق افراد و نزد برخی دیگر رعایت منافع طرف رفتار است. بر این اساس، خود شناسی و خود محاسبه گری اخلاقی است؛ زیرا فرد در چنین رفتار ارتباطی درون شخصی حقوق خود را رعایت می کند، اما خود باختگی و خودکشی غیر اخلاقی است؛ به دلیل اینکه فرد حقوق خود را پایمال می سازد. در رفتار ارتباطی برون شخصی، صداقت و رازداری اخلاقی اند، اما خیانت و غیبت غیر اخلاقی اند؛ زیرا حقوق طرف مقابل را تباه می کنند. بر اساس جهان شمول بودن حقوق طبیعی آدمیان، جهان شمولی اخلاق نیز تأمین می شود.

الگوی رفتار ارتباطی درون شخصی و برون شخصی مبتنی بر رعایت حقوق افراد، اگر ناظر به فرد باشد، در دو سطح مطرح می گردد: مسئولیت پذیری فرد در قبال خود و دیگران در زندگی شخصی، و مسئولیت پذیری فرد در زندگی شغلی. نخستین مفهوم سازی از اخلاق حرفه ای، اخلاق صاحبان حرف و مشاغل در زندگی شغلی است، اما امروزه به دلیل تولد و گسترش سازمان ها و ادغام غالب مشاغل در آنها، مفهوم اخلاق حرفه ای به سطح ژرف تری، یعنی مسئولیت پذیری سازمان ها در قبال حقوق محیط درونی و بیرونی سازمان ارتقا یافته است.

۲-۱) عوامل تاثیر گذار بر رفتار اخلاقی کارکنان



با بررسی ادبیات نظری موجود در زمینه عوامل تاثیر گذار بر رفتار اخلاقی افراد در سازمان، در می یابیم مدل های متعددی در این زمینه در دنیا وجود دارد که از جمله مهمترین آنها عبارتند از:

- مدل اخلاق در مدیریت بازاریابی و توزیع بارتلز (Bartels, 1967)
- مدل تعامل فرد و موقعیت تروینو (Trevino, 1986)
- مدل رفتاری تصمیم گیری اخلاقی و غیر اخلاقی بومر، گراتو، گراوند و توتل (Bommer, Grato, Gravender & Tuttle, 1987)
- مدل رفتار اخلاقی استند، ورل و استید (Stead, Worrell & Stead, 1990)
- مدل تحریک رفتار اخلاقی در سازمان مک دونالد و نیجهوف (MC Donald & Nijhof, 1999)
- چارچوب اخلاق پینتر مورلند (Painter – Morland, 2001)

در مجموع با مطالعه مدل های متعدد رفتار اخلاقی، عوامل متعددی به عنوان فاکتورهای اثرگذار بر رفتار اخلاقی در سازمان شناسایی شده اند. در اکثر مدل های اخلاقی، فاکتورهای مشابهی به عنوان عوامل اثرگذار بر رفتار اخلاقی سازمانها معرفی شده اند که می توان این فاکتورها را در سه دسته کلان، میانی و خرد دسته بندی نمود:

(الف) سطح کلان: مربوط به فاکتورهایی که در محیط خارجی سازمان وجود دارند. این فاکتورها معمولاً تحت کنترل سازمانها نبوده و از سوی سیستمهای فرادست به آنها تحمیل می گردند.

(ب) سطح میانی: اشاره به فاکتورهای سطح سازمانی دارد. سازمانها معمولاً قدرت مانور خوبی بر روی این فاکتورها دارند و اکثر آنها از طریق سیاستها و برنامه های سازمانی قابل کنترل هستند.

(ج) سطح خرد: اشاره به فاکتورهای سطح فردی دارد. این فاکتورها و عوامل در درون کارکنان سازمان جای دارند و سازمان می تواند از طریق تغییر دادن فاکتورهای سطح میانی، روی بعضی از فاکتورهای این سطح نیز تاثیر بگذارد. در ادامه مؤلفه های اساسی و فاکتورهای موجود در هر سطح تشریح می گردد.

الف) فاکتورهای سطح کلان اثر گذار بر رفتار اخلاقی

- فرهنگ: منظور از فرهنگ در سطح کلان، چیزی است که با قومیت افراد نسبت نزدیکی دارد. فرهنگ های مختلف، باعث ایجاد استانداردهای اخلاقی ناهمگون و نامتشابه در بین جوامع می شوند.
- اقتصاد: شرایط اقتصادی سازمان (مثل مسائل مالی، فنی و تولیدی، سطح هزینه ها...) موجب رفتار غیر اخلاقی در سازمان می شود معیارهای اقتصادی بلندمدت با تصمیمات اخلاقی همبستگی بیشتری دارند. شرایط اقتصادی بی ثبات و فشارهای رقابتی می تواند به رفتار غیر اخلاقی در سازمان دامن بزند.
- محیط سیاسی: شرایط سیاسی بی ثبات می تواند بر رفتار اخلاقی افراد در درون سازمان تاثیر بگذارد.



- تکنولوژی: تکنولوژی می تواند بر افزایش رفتار غیراخلاقی در سازمانها تاثیر بگذارد. مثل شنود مکالمات، ضبط پست الکترونیک و... موجب تزلزل اعتماد عمومی در بین افراد سازمان می گردد.
- مذهب: تمایلات مذهبی یکی از تنظیم کننده های اخلاقی مهم مردمی هستند.
- قانون: گاهی اوقات قوانین مبهم هستند و افراد نمی توانند در چالشهای اخلاقی که به صورت روزمره با آنها درگیر هستند، از این قوانین استفاده کنند. خیلی وقت ها مردم فکر می کنند چون کارشان مشکل قانونی ندارد، پس اخلاقی است. اما قانونی بودن و اخلاقی بودن ضرورتا با هم معنای یکسانی ندارند.
- (ب) فاکتورهای سطح میانی اثر گذار بر رفتار اخلاقی: مولفه های این سطح شامل عوامل زیر می گردد:
 - رقابت: اقدامات رقبا می تواند تعدیل کننده تصمیمات اخلاقی و رفتار اخلاقی باشد.
 - نظام پاداش: پاداشهای مالی و غیر مالی خارج از چارچوبهای تعیین شده موجب ترویج رفتار غیر اخلاقی می شود.
 - اصول رفتاری: خط مشی های اخلاقی سازمان به صورت قابل ملاحظه ای تصمیمات غیر اخلاقی را کاهش می دهد.
 - خصوصیات شغلی: مشاغلی که ارتباطاتی با خارج از سازمان دارند به صورت بالقوه، امکان بیشتری برای ایجاد معضلات اخلاقی نسبت به مشاغلی با ارتباطات داخل سازمانی دارند. هر چه شغل متمركزتر باشد، احتمال بیشتری برای اتخاذ تصمیمات اخلاقی وجود دارد.
 - منابع: کمیابی منابع و فشار سهامداران ممکن است موجب تخطی از رفتار اخلاقی در درون سازمان گردد.
 - فرهنگ سازمانی: فرهنگ می تواند موجب ایجاد هنجارهای جمعی شود که راهنمای رفتار هستند. فاکتورهای متعددی از جمله اهداف شرکت، خط مشی بیان شده و فرهنگ سازمان یا شرکت در حیطه کار قویا تصمیمات مدیران را در مورد اخلاقی یا غیر اخلاقی عمل کردن تحت تاثیر قرار می دهد. فرهنگ شرکت و ساختار رسمی سازمان تاثیر فوق العاده ای بر شرایط اخلاقی کارکنان دارد. (طوسی، ۴۶، ۱۳۹۰)
 - اهداف سازمان: وقتی هدف اصلی نرخ بازگشت سرمایه تعریف شود، اخلاقی عمل کردن تبدیل به یک هدف فرعی می شود.
 - رفتار مدیر: مدیریت ارشد خودش یک مدل نقش است و نباید پیامهای مبهم ارسال کند و در حالی که از استانداردهای اخلاقی خاصی سخن می گوید، در عمل تابع استانداردهای دیگری باشد. مدیریت ارشد نباید رفتارهای غیراخلاقی را ترویج کند. از طرفی رفتارهای اخلاقی شرکت و صنعت باید ارتقاء داده شده و تقویت شود.
 - جو سازمانی: جو یا فضای سازمان، یک درک مشترک و استوار از جنبه های مهم روانشناختی محیط کار است و بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان تاثیر می گذارد.



- اختیار سمت: مدیران ارشد غالباً "کمتر از کارکنان سمتهای پایین تر متوجه مشکلات اخلاقی می شوند. همچنین حوزه فعالیت مدیران میانی غالباً مراکز سود هستند، بنابراین فشار زیادی برای حل مشکلات تصمیم گیری در اقدامات سود آورتر وجود دارد. درجه ارشدیت یک پست سازمانی و میزان اختیارات فرد صاحب پست، بر ریسک رفتار غیر اخلاقی اثر می گذارد.
- ارزیابی عملکرد: اهداف عملکردی باید شدنی و معتبر بوده و به خوبی انتقال داده شوند و بازگو کننده استانداردهای اخلاقی باشند. فشار و انتظارات بی دلیل منجر به رفتار غیر اخلاقی می شود.
- افراد مرجع: آگاهی نسبت به عملکرد همکاران، تاثیر بسیار زیادی بر رفتارهای غیر اخلاقی افراد دارد. همچنین سرپرست تاثیر شدیدی بر رفتار اخلاقی و اخلاقیات زیردستانش دارد. اگر سازمانها دوست دارند بر رفتار اخلاقی اعضایشان تاثیر گذارند، باید بر افراد مرجع مناسب متمرکز شوند و آن رفتار خاص را تقویت کنند. فشار همکاران، یکی از متغیرهای مهم در پیش بینی رفتار انحرافی است.
- (ج) فاکتورهای سطح خرد اثر گذار بر رفتار اخلاقی: عوامل اساسی این سطح عبارتند از:
 - نگرش: یعنی افراد تا چه اندازه درگیر شدن در یک رفتار خاص را خوب یا بد می دانند. هر چه فرد رفتار را مطلوب تر ارزیابی کند، بیشتر نسبت به اجرای آن رفتار از خود تمایل و علاقه مندی نشان می دهد.
 - نیت (قصد): اگر تصمیم گیرندگان توانایی رفتار کردن به شیوه اخلاقی را داشته باشند، هیچ تضمینی وجود ندارد که چگونه عمل کنند. مگر این که آنها قصد اخلاقی عمل کردن داشته باشند. در نگرش اسلامی به عمل و نیت، اعمال خیر و نیک هم از حیث ابزاری بودن و وسیله بودن و هم از حیث ذات عمل ارزشگذاری می شود و انسانها به انجام عمل خیر، اگر چه کم باشد ترغیب می شود. (رضائیان، ۹۲، ۱۳۸۰)
 - قدرت نفس: افرادی که از درجه بالای قدرت نفس برخوردارند، نسبت به افرادی که قدرت نفس پایین تری دارند، بیشتر در مقابل انگیزه ها مقاومت کنند و بیشتر از عقیده خود پیروی کنند. افرادی که قدرت نفس بالاتری دارند، معمولاً در ارتباطات اخلاقی و ادراکی از خود سازگاری بیشتری نشان می دهند و معمولاً آنچه را که فکر می کنند درست است، انجام می دهند.
 - مرکز کنترل: افراد با کنترل بیرونی کمتر مسئولیت پیامدهای کارهای خود را می پذیرند و کمتر بر کنترل کننده های درونی رفتار خوب و بد تکیه دارند. افرادی که مرکز کنترل درونی دارند، بیشتر به برهان اخلاقی پایبندند.
 - وابستگی میدانی: افراد با وابستگی میدانی، بیشتر از مراجع اجتماعی خارجی به عنوان راهنمای رفتارشان استفاده می کنند. افرادی که استقلال میدانی دارند، برای رفتارشان به مراجع اجتماعی توجه چندانی ندارند و کارهایشان را با اختیارات بیشتر انجام می دهند.
 - دموگرافی: افراد مسن تر تمایل دارند نمره کمتری به برهان اخلاقی بدهند هر چه سطح تحصیلات افزایش می یابد، تمایل به دادن نمره بالاتر به برهان اخلاقی بیشتر میشود. تفاوت نقش جنسیتی،



عقاید مذهبی، سن، تجارب کاری و ملیت فاکتورهایی هستند که تصمیمات اخلاقی افراد را تحت تاثیر قرار می دهند.

- تاثیر والدین: توسعه اخلاقی و رفتار فرد تحت تاثیر بزرگسالان و خصوصا والدین قرار می گیرد.
- سطح توسعه اخلاقی: میزان توسعه اخلاقی فرد، تصمیم فرد در مورد کارهای درست و نادرست را تحت تاثیر قرار می دهد.
- ارزش ها: ارزشهای فردی تصمیم گیرنده بر تصمیم گیری وی تاثیر می گذارد. در زندگی حرفه ای، ارزش های فردی توسط نیروهای دیگری که در درون ساختارهای سازمان وجود دارند، تعدیل می شوند. این فشارها می تواند موجب تغییر نقش ارزش های فردی در تصمیم گیری شود.
- باورها: باورها نیز تاثیر قابل ملاحظه ای بر تصمیمات اخلاقی دارند. تلاش برای پرورش باورهای آدمی تاثیر شگرف بر سیستم اخلاقی فرد خواهد داشت. (رابینز، ۱۹۹۹، صص ۱۴۵-۱۵۵)

۳) نظریه تحول اخلاقی سازمانها

عهده ای از دانشمندان مدیریت بر مبنای نظریه روان شناختی کولبرگ در صدد ارایه نظریه ای در تفسیر تحول اخلاقی سازمانها بر آمدند. از نظر آنها سازمان به موازات توسعه و تحول سازمانی غالبا از بنگاه های کوچک به سازمانهای بزرگ از جهت اخلاقی نیز تکامل می یابد و به تدریج از سازمان غیر اخلاقی به سازمان اخلاقی میرسند. پنج مرحله برای این فرایند توسط صاحب نظران پیشنهاد شده است.

مرحله اول، سازمان غیر اخلاقی: غالب سازمانهای کوچک خود را از قیود اخلاقی رها می یابند و نوعی عدم تقید به اخلاقیات و قانون گریزی شیوه عملکرد آنهاست. چنین سازمانهایی نه تابع اخلاق اند و نه تابع قانون.

مرحله دوم، سازمان قانون گرا: بسیاری از موسسات مواجهه حداقلی با اخلاق دارند. آنها صرفا "مسئولیتهای حقوقی و کیفی را مورد توجه قرار میدهند و نه مسئولیتهای اخلاقی را.

مرحله سوم، سازمان اخلاقی ابزار انگار: پای بندی به اخلاق در سازمان به منزله ابزار برای جلب منفعت و سود مورد توجه است. سازمان نه به دلیل باور درونی بلکه به دلیل انگیزه های بیرونی نسبت به اخلاق منعطف است. چنین اخلاق ورزی نابالغانه است.

مرحله چهارم، سازمان اخلاق فردگرا: پایبندی به اخلاق در سازمان ریشه و اصالت می یابد اما هنوز اخلاق به منزله اخلاقی بودن منابع انسانی در میان است و هنوز سازمان در حیات و هویت سازمانی اخلاقی نیست هرچند بر اخلاق در فرهنگ سازمانی تاکید میشود.

مرحله پنجم، سازمان هویت اخلاقی: اخلاق به منزله مزیت استراتژیک در جهتگیری همه شئون سازمان (استخدام، آموزش، سیستم پاداش و پرداخت و...) نقش محوری پیدا می کند.

۴) تجزیه و تحلیل ابزار - نتایج و کاربرد های عملیاتی آن



تجزیه و تحلیل ابزار - نتایج شیوه ای مناسب برای ارزیابی مشکلات پیچیده در اخلاق کاربردی است. مزیت اصلی این روش آن است که جنبه های گسترده تری از دیدگاههای اخلاقی را می توان به وسیله آن مورد بررسی قرار داد. تجزیه و تحلیل ابزار - نتایج در اخلاق با ارزیابی مقایسه ای ارتباط دارد، همانگونه که تجزیه و تحلیل داده - ستانده در فرایند تولید با خروجی ایجاد شده توسط یک ورودی مشخص سروکار دارد. در هر ارزیابی مقایسه ای مفهوم و کاربرد واژه ارزش دارای اهمیت است و تفاوتها ناشی از این امر است. در واقع تجزیه و تحلیل ابزار- نتایج در اخلاق تحت تاثیر ارزیابی مقایسه ای ارزش اخلاقی رفتار انسان قرار دارد. اگر با دقت بیشتری به تجزیه و تحلیل ابزار- نتایج نگریسته شود، در می یابیم که تاکید آن بر روی خروجی است. زیرا یک عمل اخلاقی، آن عملی است که بیشترین فایده را برای بیشترین مصرف کننده، شهروند و... داشته باشد. (مک ایوان، ۲۰۰۱، ۱۱۲)

۴-۱) ابزار به عنوان علم اخلاق و نتایج به عنوان فرجام شناسی

هیچ تئوری اخلاقی وجود ندارد که تمام جنبه های مورد نظر کسانی را که فلسفه اخلاق یا جنبه های کاربردی آن مانند اخلاق کسب و کار را مورد مطالعه قرار داده اند، پوشش دهد. ولی توافق کلی بر روی دو رویکرد متفاوت که بسیاری از موضوعات اخلاقی را در بر می گیرند وجود دارد، این دو رویکرد قبل از میلاد مسیح به وسیله یونانیان باستان ایجاد گردید و رویکرد های علم اخلاق (وظیفه شناسی) و فرجام شناسی در اخلاق نامیده شده اند.

الف) رویکرد علم اخلاق (وظیفه شناسی)

نخستین هدف اخلاقی این رویکرد آن است که فرد صرف نظر از عواقب و نتایج هر کار وظیفه اش را انجام دهد. رویکرد وظیفه شناسی آشکار می کند که یک عمل چنانچه مجموعه ای از ویژگیها را داشته باشد، درست یا خوب است و اگر آن ویژگیها را نداشته باشد، اشتباه یا بد است. وظیفه به بیان ساده عبارت است از انجام کاری که از لحاظ اخلاقی درست است و پرهیز از کاری که از لحاظ اخلاقی نادرست است، بدون آنکه به نتایج آن توجه شود.

ب) رویکرد فرجام شناسی

رویکرد اصلی دیگری که در زمینه تئوریهای اخلاقی وجود دارد، از واژه یونانی telos به معنای هدف یا پایان برگرفته شده است. اخلاقیات فرجام شناسی در بر گیرنده آن دسته از تئوریهای اخلاقی است که درستی اعمال و ارزشهای اخلاقی افراد را بر اساس نتایج و خروجی هایی که ایجاد می کنند، در نظر می گیرند، مانند هدونیسیم یا سودمند گرایی.

ج) اخلاق توصیفی، هنجاری و تحلیلی

"دی جرج" تئوری های اخلاقی را در سه گروه اخلاق توصیفی، اخلاق هنجاری و فرا اخلاقی طبقه بندی می کند. البته به طور معمول رویکرد فرا اخلاقی تحت عنوان اخلاق تحلیلی مورد بحث قرار می گیرد. اخلاق توصیفی به رشد علوم اجتماعی در اقتصاد، انسان شناسی، روان شناسی، جامعه شناسی و سیاست می پردازد. بنابراین اخلاق توصیفی با مقایسه نظامهای گوناگون اخلاقی، کدهای اخلاقی، برنامه های سازمانی و

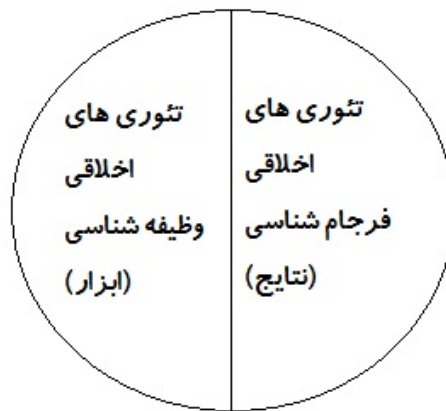


حرفه ای و ارزشهای فردی و جمعی ، روشهای علمی را بکار می بندد و نیز به مطالعه اخلاق ، فرهنگ و تاثیر آن بر جامعه و چگونگی تغییر آنها در طول زمان می پردازد.

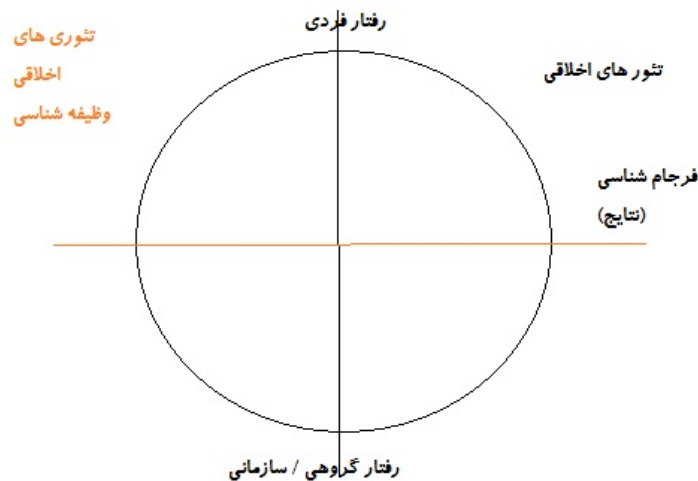
ویژگی اصلی اخلاق هنجاری ارائه دیدگاهی اخلاقی یا سیستمی شامل هنجارها، ارزشها و اعتقادات ویژه است که بدون آنها نظام اخلاقی ، عدالت و انسجام خود را از دست خواهد داد. هدف اصلی اخلاق هنجاری ابتدا کسب مجموعه ای هماهنگ و قابل جمع با ارزشها و اعتقادات و باورها است. از سوی دیگر شناسایی اصلی که اعتقادات و هنجارهای مناسب از آن منشعب می شوند و در نهایت راههای حمایت از اعتقادات بنیادین است. نظریه های فرا اخلاقی ، اساس اخلاق تحلیلی را تشکیل می دهند و مفهوم واژه های اخلاقی مانند خوب و بد ، درست و غلط ، بجا و نا بجا و... را بررسی نموده و نیز اعتبار و روائی تئوریهای توصیفی و هنجاری و نیز مشکلات موجود را در بکارگیری آنها را شناسایی می کنند.

۵) مدل دایره اخلاقی

تئوریهای اخلاقی گوناگون در زمینه های مسئولیت اجتماعی و اخلاق کسب و کار و اداره امور تحت عنوان تئوری های توصیفی و تحلیلی در دایره اخلاق ارائه می شوند . مدل سنتی این دایره از ۳۲ قسمت مساوی تشکیل میشود. این مدل بر اساس شرایط هر سازمانی قابل تعدیل و اصلاح است. در این پژوهش ۸ تئوری اصلی برای مدل تبیین اخلاق سازمانی کارکنان در دستگاههای اجرائی انتخاب شده است که در زیر به توضیح آن پرداخته میشود. دایره اخلاق به ۲ نیم دایره تقسیم میشود که یک نیم دایره شامل تئوری های اخلاقی وظیفه شناسی و نیم دایره دیگر شامل تئوری های اخلاقی فرجام شناسی است. در مرحله بعد دایره به شکل افقی به ۲ دسته تقسیم می گردد و تئوری های اخلاقی مربوطه به رفتار فردی و دیدگاه گروهی از هم جدا میشوند.



شکل (۱) تقسیم بندی ابعاد مدل دایره اخلاق به نتایج و ابزار



شکل ۲) مدل دایره اخلاق بر اساس تئوریهای اخلاقی و ابعاد رفتار فردی و گروهی دایره اخلاق ۳ هدف را دنبال میکند :

- پس از تکمیل شدن این دایره، خواننده درک روشنی از هر یک از تئوری های اخلاقی خواهد داشت و قادر خواهد بود که یکی از تئوری های اخلاقی را با دیگر تئوری ها در دایره اخلاق مقایسه کند
- پس از جمع آوری اطلاعات در پژوهش های سازمانی، تجزیه و تحلیل وضعیت اخلاقی به گونه ساختار یافته تر انجام میشود.
- در نهایت خواننده در انجام وظایف مدیریت و دیگر مسئولیت ها در طول دوران خدمت قادر خواهد بود به شیوه ای مطلوبتر با موضوع اخلاقی مراجعه نماید.

۷) متدولوژی تحقیق

روش تحقیق حاضر توصیفی-پیمایشی است، برای جمع آوری اطلاعات ضمن استفاده از مطالعات کتابخانه ای، پرسشنامه ای حاوی ۴۸ سوال طراحی شده است که میانگین پاسخ های افراد به سوال های ۱-۶، ۱۲-۱۷، ۱۸-۱۹، ۲۴-۲۵، ۳۰-۳۱، ۳۶-۳۷ و نهایتاً ۴۳-۴۸ که در ارتباط با تئوری های اخلاقی طرح شده اند محاسبه و تعیین شده اند. این تئوری ها به ترتیب گویای تئوری های اخلاقی نسبت اخلاقی، نفع گرایی فردی، عملگرایی، نفع گرایی جمعی، کسرت گرایی، قانون طبیعی، قرار دادهای اجتماعی و در نهایت آرمان گرایی است. برای سنجش نظرات، در طراحی پرسش نامه از طیف ۷ گویه ای لیکرت استفاده شده که طیف آن از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم را در بر می گیرد.

سوال های پرسشنامه مدل دایره اخلاق از ۶ پرسشنامه استاندارد موجود در منابع های مطالعاتی اقتباس و پس از بومی سازی آن با ساختار و بافت جامعه مورد مطالعه، در آغاز به صورت پایلوت به اجرا در آمده است. هدف از اجرای پایلوت، سنجش روایی و پایایی پرسشنامه بوده است. آلفای کربناخ بدست آمده از پایلوت پرسشنامه ها را تا ۰.۹٪ مورد تایید قرار داده است. با عنایت به ماهیت پروژه، پراکندگی نمونه از نظر



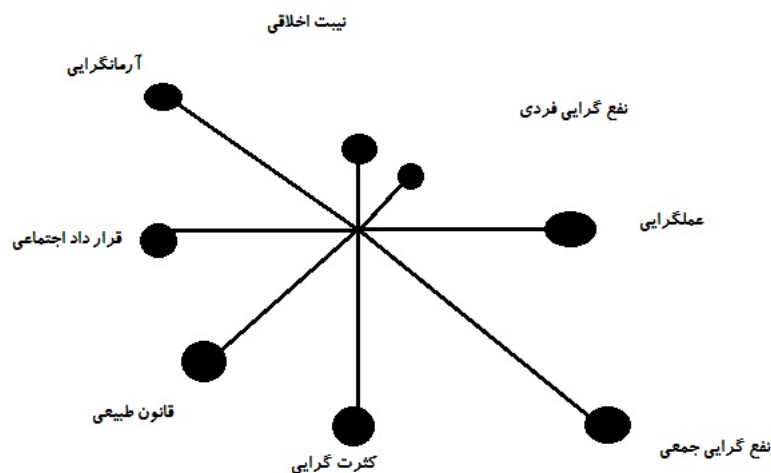
جغرافیایی مدنظر بوده و حجم نمونه نیز بر اساس فرمول کوکران تعیین و به تعداد ۲۸۰ مورد تعیین گردید. بنابراین سعی شده حتی الامکان از کارکنان تمام دستگاههای اجرائی در نمونه لحاظ شده باشد. با در نظر گرفتن تعداد نمونه حداقل ، حجم نمونه ای معادل ۳۱۰ نفر برای بررسی صحت نتایج، مورد نیاز و قابل قبول خواهد بود. به منظور منطقی بودن و رعایت تناسب در انتخاب کارکنان سازمانها و در نظر گرفتن خطای عدم برگشت پرسشنامه، رقم ۱۵٪ به تعداد پرسشنامه های توزیع شده اضافه گردید .

پراکندگی کارکرد سازمانها، اختلاف قومی ، تنوع در آداب و رسوم و فرهنگ های مختلف در سطح سازمانها از عوامل اثر گذار بر ارزشها و اخلاق افراد هستند، به منظور بررسی تاثیر این تنوع بر شاخص های منشور اخلاقی و تعیین نوع تئوری اخلاقی هر دسته و کاربرد نتایج آن در بهبود وضعیت ارزشی - اخلاقی کارکنان، طبقه بندی فرهنگی صورت گرفته است که در بخش پایانی نتایج آن ذکر خواهد شد.

۸) تحلیل اطلاعات و نتایج پژوهش

بررسی نتایج وضعیت موجود تئوری اخلاقی که اعتقاد کارکنان دستگاههای اجرائی جامعه مورد مطالعه را نسبت به هر یک از تئوری های هشت گانه دایره اخلاق مورد بررسی قرار داده است، نشان میدهد که همه کارکنان نمونه مورد منتخب به تمامی تئوری های مذکور معتقدند. با وجود اعتقاد افراد به تمامی تئوری های اخلاقی ، نتایج مربوط به شاخص های اخلاقی نشان میدهد که بین شاخص های مذکور تفاوت معنی داری وجود دارد، بنابراین می توان بین تئوری های اخلاق اولویت بندی زیر را عنوان نمود:

همانطور که مشاهده می شود شاخص نفع گرای جمعی دارای بالاترین رتبه و شاخص نفع گرای فردی دارای پایین ترین رتبه است. نمودار زیر نیز گویای مطالب ذکر شده می باشد.



شکل ۳) نمایش ترسیمی میزان اولویت و توجه کارکنان سازمانها به تئوی های اخلاقی



بررسی تاثیر متغیرهای جمعیت شناختی (جنسیت ، تحصیلات ، سابقه کار و سمت سازمانی) بر شاخص های تئوری اخلاق در جدول شماره ۱ زیر خلاصه شده است، علامت * نشان دهنده موثر بودن و علامت - نشان دهنده عدم تاثیر است.

جدول (۱) تاثیر متغیرهای جمعیت شناختی بر تئوری های اخلاقی

سمت سازمانی	سابقه کار	تحصیلات	جنسیت	متغیرها	
				تئوری اخلاقی	های
-	-	*	*	نسبیت اخلاقی	
*	*	-	-	نفع گرایی فردی	
-	-	*	-	عمل گرایی	
-	*	-	-	نفع گرایی جمعی	
-	-	-	*	کثرت گرایی اخلاقی	
-	-	-	-	قانون طبیعی	
-	-	-	-	قرار داد اجتماعی	
-	-	*	-	آرمانگرایی	

علامت * نشان دهنده موثر بودن و علامت - نشان دهنده عدم تاثیر است.

- ضمن بیان متغیر های جمعیت شناختی بر شاخص های ذکر شده در جدول فوق نتایج نشان میدهد :
- مردان در مقایسه با زنان، نسبت به شاخص های تئوری های نسبیت اخلاقی و کثرت گرایی اخلاقی اعتقاد بیشتری دارند.
 - دارندگان تحصیلات غیر دانشگاهی در مقایسه با دارندگان تحصیلات دانشگاهی ، نسبت به شاخص های تئوری های نسبیت اخلاقی ، عمل گرایی و آرمان گرایی ، اعتقاد بیشتری دارند.
 - پاسخ دهندگان با سابقه شغلی کمتر از ۱۵ سال در مقایسه با دارندگان سابقه شغلی بالاتر از ۱۵ سال ، نسبت به شاخص های تئوری های نفع گرایی فردی و نفع گرایی جمعی ، اعتقاد بیشتری دارند و در مجموع منفعت گرا تر هستند.
 - کارکنان دارای سمت های مدیریتی در مقایسه با افراد دارای سمتهای اجرایی غیر مدیریتی و تخصصی، نسبت به شاخص های تئوری نفع گرایی فردی ، اعتقاد بیشتری دارند.



• بررسی نتایج مربوط به شاخص های تئوری های اخلاقی در هر یک از گروه های فرهنگی نشان می دهد با وجود تفاوت های فرهنگی و جغرافیایی موجود بین گروه ها ، تمامی گروه های فرهنگی ، شاخص های تئوری اخلاقی نفع گرایی جمعی را انتخاب کرده اند.

نتایج حاصل از تئوری های دایره اخلاق نشان داده است که تئوری مورد قبول کارکنان دستگاههای اجرایی جامعه مورد مطالعه ، تئوری نفع گرایی جمعی است ؛ این تئوری که به دنبال بالاترین سود برای بیشترین افراد با کمترین زیان می باشد، فادر است منافع سرشاری را نصیب سازمانها نماید. اهمیت سودمند گرایی در این است که میتواند اشیاء و حوادث را در قالب " سرمایه " معنا ببخشد. سازمان و یا بنگاه اقتصادی که اعتماد محیط را سرمایه بزرگ تلقی می کند، هرگز حاضر نمی شود آنرا به سادگی و ارزان از دست بدهد. البته ساده انگارانه نخواهد بود اگر منافع جمعی را صرفاً " در حد سود های مادی ، جزئی و شخصی تقلیل دهیم بلکه باید به دنبال سود اجتماعی بلند مدتی بود که متضمن سعادت جامعه باشد و این همان آرمانی است که در شاخص های منشور اخلاقی سازمانها، تحت عنوان "مسئولیت های اجتماعی " از آن یاد شده است. به بیان دیگر ، نفع طلبی عاملی برای بقا سازمان و معادل ارتقاء و بهبود بهره وری است و نباید مذموم تلقی گردد بلکه باید به همراه محدوده های اخلاقی موجود در منشور اخلاقی در حد تعادل قرار بگیرد(راهکار های مناسب برای کاربردی شدن این قضیه از وظایف کمیته راهبردی اخلاق در سازمانها خواهد بود).

اخلاق سازمان جزئی جدائی ناپذیر از فرهنگ حاکم بر آن سازمان است . برای تغییر اخلاق لازم است که فرهنگ سازمان متحول شود . هر قدر فرهنگ جدید فراگیرتر باشد و اعضای سازمان نسبت به آن توافق نظر بیشتری داشته باشند، فرهنگ از قدرت و استحکام بیشتری برخوردار خواهد بود . برای ایجاد یک فرهنگ قوی و نوین (و به تبع آن یک اخلاق حرفه ای قدرتمند و کارا). در نظر گرفتن پیشنهاد های زیر ضروری به نظر میرسد:

- مدیران عالی سازمان نقش مثبتی را بر عهده بگیرند و نوع رفتار خود رابه صورت الگویی در آورند که زیردستان از آنها تقلید کنند. نتایج تحقیق نشان میدهد که مدیران سازمانها در مقایسه با کارشناسان و نیروهای اجرایی آن ، نسبت به شاخص های تئوری نفع گرایی فردی اعتقاد بیشتری دارند. این اعتقاد اگر در جهت منافع جمع و در نهایت در راستای اهداف سازمان و جامعه باشد ، به خودی خود مذموم نیست ولی باید توجه کرد که این اعتقاد و رفتار های منبعث از آن موجب تخریب روحیه نفع گرایی جمعی دیگران نشود (بازنگری و برنامه ریزی در این زمینه الزامی است).
- باید حکایتهای جدیدی تدوین و آداب و رسوم تازه ای را رواج داد تا جایگزین آداب و رسومی شود که موجودیت آنها در پرده ابهام قرار گرفته است.
- برای تصدی مناصب و پستههای سازمانی افرادی را باید برگزید ، ارتقا مقام یا مورد تأیید و حمایت قرار داد که در پی ترویج ارزش ها و شاخص های جدید اخلاق حرفه ای بر اساس ارزشهای پذیرفته شده فرهنگ اسلامی - ایرانی باشند.



- در سازمانها بایستی سیستم تشویق و پاداش مورد بازنگری قرار گیرد تا مجموع ارزش های جدید را مورد تأیید قرار داد.
 - قوانین ومقررات رسمی اخلاق حرفه ای(استاندارد سازی شاخصهای اخلاقی) که ضمانت اجرایی دارند ، جایگزین هنجار ها و معیار های نانوشته سازمانی گردد.
- اجرای این پیشنهاد ها خود به خود ، به یک تحول یا تغییر ناگهانی منجر نخواهد شد زیرا فرهنگ سازمانی و اخلاق فرایند بلند مدتی است که برای نهادینه شدن نیازمند گذر زمان است(رابینز، ۲۴۵، ۱۳۷۴)





الف) منابع فارسی :

- ۱-رابینز،استیفن-رفتار سازمانی (جلد سوم)-ترجمه :علی پارسیان،محمد اعرابی، تهران ، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی-۱۳۷۴.
- ۲- فراملکی ، احد فرامرزو نوچه فلاح ، رستم-موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمان ها- تهران:موسسه فرهنگی دین پژوهی بشرا - ۱۳۸۶
- ۳- قرا ملکی،احد فرامرز- اخلاق حرفه ای - قم:مجنون - ۱۳۸۳
- ۴ - قرا ملکی ،احد فرامرز - سازمان های اخلاقی در کسب و کار - قم : مجنون-۱۳۸۵
- ۵- لاوتن،آلنن - مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی - ترجمه محمد رضا ربیعی و حسن گیوریان - تهران : انتشارات یکان - ۱۳۸۱
- ۶- هس مر ، ال تی - اخلاق در مدیریت - ترجمه سید محسن اعرابی ، داوود ایزدی - تهران : دفتر پژوهش های فرهنگی - ۱۳۸۲
- ۷- دوماهنامه علمی-ترویجی توسعه انسانی پلیس، شماره ۲۵ - ۱۳۸۹
- ۸- رضائیان،علی ، مبانی سازمان و مدیریت ، تهران ، نشر سمت ، ۱۳۸۰
- ۹- آر دیوید، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و محمد علی اعرابی، تهران نشر موسسه فرهنگی ، ۱۳۸۶ ، چاپ سوم
- ۱۰- طوسی محمد علی و همکاران، اصول مدیریت ، نشر مرکز آموزش و پژوهش ، تهران ، ۱۳۸۲، چاپ اول

ب) منابع لاتین

11. MeEwen, Tom - **<managing Values and Beliefs in Organizations>** - Prentic hall, 2005
12. Rennie, Janette& Peter Easley - **< Social responsibility and new ethical standards for procurement conference – May 2005, management vol.3 no 3**
13. Bozovic, Jelena- **<Business ethics banking – UDC 336, 7:174>** -Economics and organization – vol.4 no.2007,2,pp.182-173.
14. Davis.Richard K. **<Code of ethics and business conduct>** - hand – book – 2008
15. Lewis, Keneth D. - **<bank of America corporation code of ethics>** - handbook – 2007.