

ISSN (Print): 2008-6369- ISSN (Online): 2423-723X

Research Paper

Designing an Organizational Ethics Framework with an Islamic Approach: A Qualitative Study

Jafar Torkzadeh^{1*}, Farshad Amerifar², Rahmatollah Marzoughi³, Mohammad Javad Salmanpour⁴, Farhad Khormaei⁵

1. Associate Professor of Educational Administration, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran
2. Educational Administration PhD, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran
3. Professor of Educational Management and Planning, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran
4. Associate Professor, Department of Quranic Sciences and Theology, Faculty of Theology, Shiraz University, Shiraz, Iran
5. Associate Professor of Educational Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran

Received: 2019/12/31

Accepted: 2020/4/22

PP: 146-160

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jedu.2021.23716.4774

Keywords:

Organizational Ethics, Islamic Paradigm, Islamic Approach, Multi-instrumental Case Study, Themes Analysis.

Abstract

Introduction and Aim: The Aim of the present study was to design an organizational ethics framework in the Islamic paradigm of science production.

Methodology: This research has a qualitative design based on a multi-instrumental case study including document analysis and semi-structured interviews. The research population includes the texts and documents as well as the experts in the field of organizational ethics purposively selected from available sources and also through snowball sampling. Data were collected using documentary study and semi-structured interviews with key informants (theoretical saturation technique). The data were analyzed by thematic analysis.

Findings: Findings were categorized and organized in terms of a network of basic, organizing, and inclusive themes. The alignment method was used to validate the qualitative data. Finally, the framework was designed in three dimensions of vision, attitude and action, consisting of 53 components.

Citation: Torkzadeh Jafar, Amerifar Farshad, Marzoughi Rahmatollah, Salmanpour Mohammad Javad, Khormaei Farhad.(2021). Designing an Organizational Ethics Framework with an Islamic Approach: A Qualitative Study. Journal of New Approaches in Educational Administration; 12(4).PP:146-160

***Corresponding author:** Jafar Torkzadeh

Address: Associate Professor of Educational Administration, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran

Email: djt2891@gmail.com

Extended Abstract

Introduction:

In the age of information and communication, where values, beliefs, convictions and moral virtues are confronted on a daily basis and many organizations are exposed to behavioral and moral issues and new and unique moral problems have been created (Torkzadeh & Amerifar, 2018), We need to introduce concepts such as ethics, truth, belief in God or superior power, semantics at work, altruism, etc. to research, managerial and business practices, all of which indicate the emergence of a new paradigm (Hemmati, 2016). According to many researchers, this new paradigm in the workplace, derived from quantum physics, cybernetics, cognitive sciences, Eastern and Western religions, is a reaction to the modern dry and mechanical paradigm. This new paradigm is the paradigm of spirituality (Givarian & et al, 2014). The approach of today's world can be considered a return to rationality and ethics. For this reason, ethics can be considered as the center and core of developments in the future world. Organizational ethics is an emerging field that is related to the study and application of organizational ethics (Ells & MacDonald, 2017). Ethics in the organization is a manifestation of the existence of a positive organizational culture and the attitude of growing people in the scientific and social fields, the result of which is organizational productivity and job satisfaction of employees. Ethics creates effective communication in the organization (Rahimi, 2015). Method: The purpose of this qualitative study is to develop a framework for organizational ethics with an Islamic approach. In this study, multiple instrumental case study method (Yin, 2013) was used. In the multiple case study method, a controversial topic or issue is selected and the researcher selects multiple programs from multiple research sites or multiple programs from a single location to study (Creswell, 2014). Therefore, the documentary study and the views of the participants in the study were used. In the first stage and the method of documentary study, data were collected through the study of all researches related to organizational ethics in valid comprehensive scientific databases of humanities, which was done with a purposeful approach and

theoretical saturation criteria. Also, the selection of participants for the interview was done using a purposeful approach and with the method of snowball sampling and using the theoretical data saturation criterion. In this sampling method, at each stage, data collection continues until a concept is no longer added to the previous concepts (Hasirchi et al., 2004: 11). Key informants in this method included all participants who have expertise, experience or aristocracy in the field of organizational ethics. Participants in this research were specialists and professors of the country and universities who had study and research experience as well as the necessary familiarity in the field of research. For this purpose, 18 key informants were selected to design an initial framework for organizational ethics with an Islamic approach. Data were collected using the analysis of documents related to authoritative domestic and international scientific research that have been written on the subject in the form of books, articles and dissertations on websites and journals, and through semi-structured interviews with participants (key informants). Various techniques were used to validate the data. To ensure the reliability of this framework, the method of accurately guiding the interview process and using the guidance of faculty members of Shiraz University was used to evaluate and implement the interview program. Also, since one of the criteria for evaluating the correctness of the findings, their reliability and credibility, is the validity of the findings and in the validity, reasonableness and accuracy of the findings in the field under study is recognized, in this study, the alignment method Data, the relevance of theoretical and research records in the field related to the research topic with the obtained categories in the qualitative section was examined. In order to conduct the qualitative part of the research, after selecting key informants (experts and professors in the field and universities of the country) and making the necessary arrangements with the interviewees, an in-depth face-to-face interview was conducted and by asking open-ended questions about the research topic, Continued until theoretical saturation was reached and finally the collected information was analyzed; The resulting

framework was validated. To analyze the data from the method of content analysis and the formation of a network of themes, after enumerating the basic, organizing and comprehensive themes related to organizational ethics, a framework for organizational ethics with an Islamic approach was discovered. In fact, in this research, after extracting the basic, organizational and comprehensive themes, the initial framework of organizational ethics in the field of research was designed and then the validity of the designed framework was examined using qualitative validation and reliability criteria (Creswell, 2014). Finally, the framework of organizational ethics with an Islamic approach includes three dimensions of insight, including the components of God-centeredness, heresy, piety, right-centeredness, human dignity, purposefulness, and extra-organizational factors; Dimension of attitude including components of wisdom, insight, love, chastity, courage, justice, honesty, High tolerance, humility, work conscience, self-sacrifice and forgiveness, liquidity, sincerity, positive attitude, meritocracy, professional

competence, responsibility, Trust, Respect, Creativity and Innovation, Dynamics, Ethical Culture and The action dimension includes the components of optimal performance, cultivation, trustworthiness, integrity, work order, good manners, commitment, trust, customer orientation, consulting, monitoring, respect for stakeholders' rights, service, support, determination, punctuality, accountability, Organizational factors are predictability, transparency, legitimacy, non-corruption, knowledge sharing. Insight refers to the set of deep beliefs and core values that the organization adheres to, which are reflected in the beliefs and behaviors of the organization. The attitude dimension includes a set of emotions, interactions and attitudes that are crystallized in the behavior and feelings of the individual and the action dimension includes a set of individual, social and organizational actions that are used to achieve the goals of the organization. These dimensions are formed in relation to each other and a change in each will cause a change in the other dimensions.

مقاله پژوهشی

طراحی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی: یک مطالعه کیفی

جعفر ترکزاده^{۱*}، فرشاد عامری فر^۲، رحمت اله مرزوقی^۳، محمدجواد سلمانپور^۴، فرهاد خرمایی^۵

۱- دانشیار بخش مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۲- دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۳- استاد بخش مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۴- دانشیار بخش علوم قرآنی و الهیات، دانشکده الهیات و معارف، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۵- دانشیار بخش روانشناسی تربیتی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: هدف از پژوهش حاضر، طراحی چارچوب اخلاق سازمانی در پارادایم اسلامی تولید علم بود. **روش شناسی:** این پژوهش از نوع توسعه‌ای با طرح کیفی و با استفاده از روش مطالعه موردی چندگانه ابزاری شامل تحلیل اسناد و مصاحبه نیم‌ساخت مند انجام شد. جامعه این پژوهش شامل همه متون و اسناد و هم چنین صاحب‌نظران حوزه اخلاق سازمانی است. نمونه مورد نظر، به‌صورت هدفمند از میان منابع در دسترس و هم چنین از طریق نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از مطالعه اسنادی و مصاحبه نیم‌ساختمند با آگاهی‌دهندگان کلیدی (با تکنیک اشباع نظری) بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل مضمون استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌ها در قالب شبکه مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر دسته‌بندی و سازماندهی شدند. برای اعتبار یابی داده‌های کیفی از روش همسوسازی استفاده شد و سرانجام چارچوب مورد نظر در ۳ بعد بینشی، نگرشی و کنشی و مشتمل بر ۵۲ مولفه طراحی گردید.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۲/۲

شماره صفحات: ۱۶۰-۱۴۶

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

[10.30495/jedu.2021.23716.4774](https://doi.org/10.30495/jedu.2021.23716.4774)

واژه‌های کلیدی:

اخلاق سازمانی، پارادایم اسلامی، رویکرد اسلامی، مطالعه موردی چندگانه ابزاری، تحلیل مضمون.

استناد: ترکزاد جعفر، عامری فر فرشاد، مرزوقی رحمت اله، سلمانپور محمدجواد، خرمایی فرهاد (۱۴۰۰). طراحی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی: یک مطالعه کیفی. دوماهنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۱۲ (۴): ۱۴۶-۱۶۰

* نویسنده مسئول: جعفر ترکزاده

نشانی: دانشیار بخش مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

پست الکترونیکی: djt2891@gmail.com

مقدمه

در عصر اطلاعات و ارتباطات که ارزش‌ها، باورها، اعتقادات و فضائل اخلاقی به صورت روزانه در معرض تقابل و رویارویی قرار می‌گیرند و بسیاری از سازمان‌ها در معرض مسائل رفتاری و اخلاقی هستند و مشکلات اخلاقی جدید و منحصر به فردی ایجاد شده است (Torkzadeh & Amerifar, 2018)، نیازمند ورود مفاهیمی همچون اخلاق، حقیقت، باور به خدا یا نیروی برتر، معنا جویی در کار، نوع دوستی و غیره به پژوهش‌ها، اقدامات مدیریتی و کسب و کار هستیم که همه این‌ها حکایت از ظهور پارادایم جدیدی دارند (Hemmati, 2016). به عقیده بسیاری از محققان، این پارادایم جدید در محیط کار که برگرفته از فیزیک کوانتوم، علوم سایبرنتیک، علوم شناختی، مذاهب و آیین‌های شرقی و غربی است، عکس‌العملی به پارادایم خشک و مکانیکی مدرن است. این پارادایم جدید، پارادایم معنویت است (Givarian & et al, 2014). رویکرد دنیای امروز را می‌توان بازگشت به عقلانیت و اخلاق دانست. بشریت پس از طی دوره‌های مختلف می‌رود تا رویکردی عقلانی و اخلاقی در تأمین نیازهای مادی و معنوی خود داشته باشد. از این جهت می‌توان اخلاق را مرکز و کانون تحولات دنیای آینده دانست. این رویکرد بیشتر، رشته‌ها و حوزه‌هایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد که در ارائه خدمت به انسان‌ها پیش‌تاز هستند (Borhani & et al, 2009). سازمان به مثابه شخصیت حقوقی در حیات سازمانی خود با مسائل اخلاقی فراوانی مواجه است (Manian & Ronaghi, 2016). از این رو اخلاق سازمانی موضوعی است که سال‌ها به طور کامل در غرب مورد تحقیق قرار گرفته است. در چند دهه گذشته، هم پیشرفت و هم تغییر رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی مستند شده است تا توسعه این مفهوم بیشتر درک شود (Kaptein, 2009). همراه با کیفیت زندگی کاری^۱ و رضایت شغلی^۲، اخلاق^۳ به یکی از معیارهای تعیین کننده یک سازمان مترقی و خوب تبدیل شده است (Koonmee & et al, 2010). سازمان‌ها به عنوان سیستم‌های اجتماعی نفوذ و نمود بسیاری در حیات جوامع یافته‌اند تا آن جا که جامعه امروز را جامعه سازمانی می‌پندارند (Scott, 2014; Torkzadeh & et al, 2010). در چنین شرایطی اخلاق سازمانی نقش حیاتی و کلیدی در ترسیم الگوی کنش و عملکرد سازمان و به تبع آن کیفیت زندگی سازمان و جامعه سازمانی می‌یابد.

ضرورت بررسی و واکاوی اخلاق سازمانی در چارچوب اسلامی

اخلاق سازمانی، اخلاق یک سازمان است که نشانگر این امر است که چگونه یک سازمان اخلاقی به یک محرک داخلی یا خارجی پاسخ می‌دهد. اخلاق سازمانی در دسته‌بندی و توصیف فرآیند شکل‌گیری ارزش در سازمان، توصیف و دسته‌بندی این‌که چه طور تصمیم‌ها در سازمان اتخاذ شده است، ارائه یک انتقاد از روند شکل‌گیری ارزش در سازمان، تجویز ارزش‌هایی که در سازمان باید حفظ شود و تجویز اینکه چگونه تصمیم باید اتخاذ شود تا در جهت و هم‌صدا با اصول اخلاقی باشد، نقش بسیار مهمی دارد (Tota & Shehu, 2012). اخلاق به شدت مبتنی بر ارزش‌ها و اعتقادات است و صبغه فرهنگی و دینی دارد؛ بنابراین از شرایط اعتقادی و فرهنگی جامعه تأثیر می‌پذیرد و برای توسعه چارچوب‌های اثربخش نیازمند در نظر آوردن فلسفه و جهان‌بینی اجتماع به طور اعم و فلسفه وجودی سازمان‌ها به طور اخص است. هر جامعه و فرهنگی دارای نظامی فکری و ارزشی یا به تعبیر دیگر، دارای یک نوع جهان‌بینی و به تبع آن نظام فلسفی و ایدئولوژیکی خاص خود است. چنین نظامی به نوبه خود مبنای سایر نظام‌های اجتماعی، علمی و عملی جامعه قرار می‌گیرد (Marzoughi, 2018: 8). بر همین مبنا، فلسفه حکومت اسلامی و غربی نیز با یکدیگر متفاوت بوده و تحت تأثیر اهداف مختلف این حکومت‌ها، نوع نگاه به انسان، سازمان و رسالت آن، متفاوت است؛ بنابراین جوامع مختلف نیازمند تولید علمی متناسب با ارزش‌ها، باورها، جهان‌بینی و یا پارادایم حاکم بر آن هستند، لذا در کشوری اسلامی چون ایران، نمی‌توان ادعای حکومت اسلامی را داشت ولی نوع نگرش نسبت به انسان، سازمان و رسالت آن با رویکرد اسلامی مغایرت داشته باشد (Torkzadeh, 2014).

از جمله حوزه‌های نیازمند مطالعه و بازنگری با این رویکرد، حوزه اخلاق است، زیرا موضوعات اخلاقی از ارزش‌ها، باورها، اعتقادات و به طور کلی از فرهنگ جوامع نشئت می‌گیرد و با فعالیت‌های سازمانی، یا حرفه و زندگی روزمره افراد مرتبطند بنابراین نیازمند واکاوی و بررسی دقیق و همه‌جانبه نگر است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهشی

در پارادایم اسلامی تولید علم به لحاظ تئوریک نوعی نظام‌مندی حاکم است که حرکتی را از جهان‌بینی و یا پارادایم آغاز می‌کند و با در نظر آوردن پیش فرض‌های هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی، انسان‌شناختی و روش‌شناختی، به نظریه‌پردازی در قالب ارائه مدل‌های مفهومی و نظری

- 1 Organizational ethics
- 2 quality of work life (QWL)
- 3 Job satisfaction
- 4 ethics

می‌پردازد و سیستم‌های رفتاری و عملیاتی را در واقعیت بنیان می‌نهد. از این رو در این پژوهش با بهره‌مندی از این رویکرد تلاش خواهد شد تا به صورتی نظام‌مند، چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی طراحی گردد.

اخلاق سازمانی

اخلاق سازمانی یک حوزه در حال ظهور است که با مطالعه و کاربست رفتار اخلاقی سازمان‌ها در ارتباط است (Ells & MacDonald, 2017).

اخلاق در سازمان، نمودی از وجود فرهنگ سازمانی مثبت و نگرش افراد بالنده در زمینه‌های علمی و اجتماعی است که حاصل فرآیندی آن، بهره‌وری سازمانی و رضایت شغلی کارکنان است. اخلاق، ارتباطات اثربخش در سازمان به وجود می‌آورد (Rahimi, 2015). در شکل‌گیری اخلاق سازمانی سه دسته عوامل فردی، سازمانی و فرا سازمانی دخیل هستند. عوامل فردی شامل اخلاق شخصی، خودشناسی و خودکنترلی به‌عنوان خمیرمایه اصلی زمینه‌های شکل‌گیری مدیریت اخلاقی در سازمان است. عوامل سازمانی شامل ضوابط و مقررات سازمانی، فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی است که مدیریت اخلاقی را نهادینه می‌کند. عوامل فرا سازمانی شامل دولت، شرایط اقتصادی، محیط کاری و محیط‌های بین‌المللی است که موجب جهت‌گیری مدیریت اخلاقی شده و در نهایت مدیریت اخلاقی در سازمان، کاربردی و عملی می‌گردد (Qolami, 2009).

مؤلفه‌های اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی

نگاهی به پیشینه پژوهشی اخلاق سازمانی نشان می‌دهد که مؤلفه‌های اخلاق سازمانی عمدتاً یا از رویکرد غربی ارتزاق می‌کنند و یا فاقد الگوی منسجم اسلامی هستند که در درون پارادایم اسلامی و با بهره‌گیری از جهان‌بینی اسلامی شکل گرفته باشند، باین حال مؤلفه‌های اخلاق اسلامی در این زمینه به شرح جدول (۱) خلاصه شده‌اند.

جدول شماره ۱. نمونه‌ای از مؤلفه‌های اخلاق سازمانی

مؤلفه‌ها	منابع
قاطعیت، پیش‌بینی‌پذیری، بخشودن و عفو، احترام اصیل، خودشناسی، خود افاشاری، خود محاسبه‌گری، نقدپذیری، حفظ حریم خصوصی، مواجهه صادقانه، صداقت، رازداری، پاسخگویی، رفق و مدارا، وفای به عهد، امانت‌داری، بهره‌وری، شایسته‌سالاری، نگاه امین و ارتباط امانت دارانه، انصاف و قسط، صراحت	قرا ملکی (۱۳۹۸)
صداقت، انصاف، مسوولیت‌پذیری، امانت‌داری، شایسته‌سالاری، آراستگی به فضایل اخلاقی، دوری از رذایل، انتخاب صحیح، صداقت و عدالت، احترام سازمانی، شفافیت، پرهیز از هرگونه خان سالاری، سفارشی عمل کردن و اعمال نظرات شخصی	قربانی (۱۳۹۷)
صداقت، قابلیت اعتماد، امین بودن، خلوص، تصمیم‌گیری دموکراتیک و مشارکت حمایتی، دلسوز و مهربان بودن، گسترش عدالت و فرهنگ ارزش‌های اخلاقی و کاهش عوامل استرس‌زای شغلی	علیرحیمی و همکاران (۱۳۹۷)
عدالت، انصاف، پرهیز از تبعیض، رازداری، حفظ حیثیت و کرامت، پرهیز از کینه‌ورزی، پرهیز از دشمنی و کینه‌ورزی، معیشت عادلانه، پرهیز از هرگونه تبعیض، محبت، رحمت، لطف و احسان، پرهیز از ظلم و ستم، حق‌گرایی، عدالت‌ورزی، اعتدال، جلب رضایت، خوش‌بینی، اصلاح امور، همبستگی و هماهنگی، بازرسی مخفی، ضعیف پروری، عبادت و خودسازی، دسترسی آسان، رفع سوءتفاهم، پرهیز از منت‌گذاری، انتخاب اصلاح، کوتاه کردن دست حریص، توجه به حسن اعمال	مانیان و همکاران (۱۳۹۵)
التزام عملی به رعایت حقوق ذی نفعان (کارکنان، سهامداران، مشتریان، تأمین‌کنندگان و جامعه)، صداقت و امانت‌داری، ایمنی و رعایت مسوولیت‌های اجتماعی، مسوولیت‌پذیری و پاسخگویی مناسب، رفتار حرفه‌ای (مسوولانه و صادقانه)، تعهد در خصوص جامعه، پایبندی به مسوولیت‌های اجتماعی سازمان	فرهادی و همکاران (۱۳۹۲)
عدم اشرافی‌گری و زندگی تجملاتی مدیران و صاحب‌منصبان	اعظمی و همکاران (۱۳۸۷)
احترام اصیل و نامشروط به انسان‌ها، رعایت آزادی انسان‌ها، برقراری عدالت برای انسان‌ها، امان‌ورزی در رفتار و بینش شخصی	مکارم شیرازی (۱۳۷۷)
کرامت انسانی، آزادی فردی، عدالت اجتماعی، امانت‌ورزی	هادی (۱۳۸۷)

در مجموع با مطالعه منابع اخلاق سازمانی عوامل متعددی به عنوان فاکتورهای اثرگذار بر رفتار اخلاقی در سازمان را می توان شناسایی کرد. در این فرآیند، عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی در هفت گروه دسته بندی می شوند: ۱- فرهنگ سازمانی ۲- عدالت سازمانی ۳- انگیزش ۴- مدیریت ۵- برنامه های آموزشی ۶- تعهد ۷- شناخت.

در اکثر مدل های اخلاقی، فاکتورهای مشابهی به عنوان عوامل اثرگذار بر رفتار اخلاقی سازمان ها معرفی شده اند که می توان این فاکتورها را نیز در سه دسته کلان، میانی و خرد دسته بندی نمود. این عوامل و چگونگی تأثیر آن ها بر عملکرد اخلاقی و رفتار اخلاقی کارکنان را نشان می دهد که در نهایت می تواند منجر به سلامت اداری سازمان گردد (Faghihi & Rezaei Manesh, 2012). همان گونه که تاکنون مطرح گردیده است، با وجود بحث های فراوان در باب اخلاق سازمانی و در نهایت بهبود عملکرد فردی و سازمانی منابع انسانی شاغل در سازمان و تأکید بر جایگاه اخلاق سازمانی در این مورد، باید اذعان کرد که با وجود اطلاع از فقدان چارچوب جامع و مانع از اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، طراحی این چارچوب بر این اساس، به خودی خود هدف نبوده بلکه به عنوان وسیله ای برای تحقق مبانی اسلامی در ساخت سازمانی و سوق دادن سازمان و نهایتاً جامعه به سمت برنامه زندگی مفهومی و عملیاتی در جامعه متلاطم امروزی و چنگ زدن به ریسمان الهی برای دستیابی به هدف غائی و برتر انسان هاست.

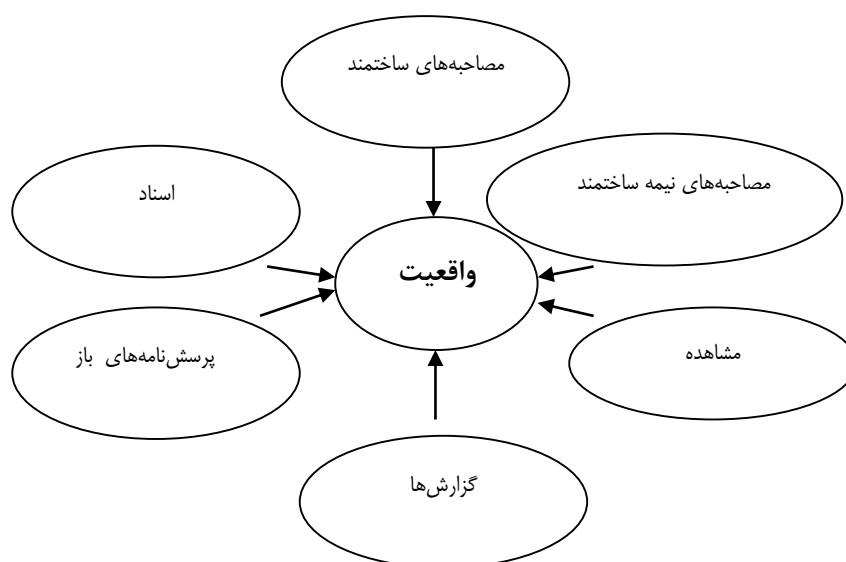
هدف و پرسش پژوهش

هدف این مطالعه کیفی، توسعه چارچوبی برای اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی است. بر این اساس پرسش پژوهش عبارت است از این که چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی کدام است؟

روش پژوهش

در این مطالعه از روش مطالعه موردی چندگانه ابزاری^۱ (Yin, 2013) استفاده شد. در روش مطالعه موردی چندگانه، یک موضوع یا مساله بحث انگیز انتخاب می شود و پژوهشگر چندین برنامه را از چندین محل پژوهش یا چندین برنامه را از یک محل واحد برای مطالعه برمیگزیند (Creswell, 2014).

هم چنین مطالعه موردی، روشی است که از منابع اطلاعاتی هر چه بیش تر برای بررسی نظام مند افراد، گروه ها، سازمان ها یا رویدادها استفاده می کند. مطالعات موردی، هنگامی انجام می شوند که پژوهشگر نیازمند فهم یا تبیین یک پدیده است (Wimer & Dominic, 2005).



نمودار شماره ۲. منابع متعدد در مطالعه موردی (Xiao and Smith, 2006: 740)

بنابراین در این بخش از مطالعه اسنادی و دیدگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش استفاده شد. روش مطالعه اسنادی روشی است که از قبل اطلاعات موردنیاز محقق از پیش آماده و گردآوری شده‌اند؛ لذا محقق می‌تواند بدون نیاز به تکرار مراحل تحقیق در مورد جمع‌آوری اطلاعاتی که از قبل تهیه شده‌اند و موجود است اقدام کند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات محقق در روش اسنادی، همه اسناد چاپی همانند کتاب، دائره‌المعارف‌ها، فرهنگ‌نامه‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها، لغت‌نامه‌ها، سالنامه‌ها، مصاحبه‌های چاپ‌شده، پژوهش‌نامه‌ها، کتاب‌های همایش‌های علمی، متون چاپی نمایه شده در بانک‌های اطلاعاتی و اینترنت و اینترنت و هر منبعی که به صورت چاپی قابل شناسایی باشد، است.

مشارکت‌کنندگان بالقوه پژوهش و نحوه انتخاب

در مرحله اول و روش مطالعه اسنادی، داده‌ها از طریق مطالعه همه پژوهش‌های انجام‌گرفته در ارتباط با اخلاق سازمانی در پایگاه‌های علمی معتبر جامع علوم انسانی جمع‌آوری شد که با رویکرد هدفمند و با معیار اشباع نظری صورت پذیرفت. هم‌چنین در انتخاب مشارکت‌کنندگان جهت مصاحبه با استفاده از رویکرد هدفمند و با روش انتخاب گلوله برفی^۱ و استفاده از معیار اشباع نظری داده‌ها^۲ انجام شد. در این روش نمونه‌گیری، در هر مرحله، جمع‌آوری اطلاعات تا جایی ادامه پیدا می‌کند که دیگر مفهومی به مفاهیم قبلی اضافه نشود (Hasirchi et al., 2004: 11). آگاهی‌دهندگان کلیدی در این روش شامل همه مشارکت‌کنندگانی بودند که تخصص، تجربه و یا اشراف نظر در حوزه اخلاق سازمانی دارند. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، متخصصان و استادان حوزه و دانشگاه‌های کشور بودند که تجربه مطالعه و پژوهش و هم‌چنین آشنایی لازم در زمینه موضوع پژوهش داشتند. بدین منظور تعداد ۱۸ نفر از آگاهی‌دهندگان کلیدی جهت طراحی چارچوب اولیه برای اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی انتخاب گردید.

روش گردآوری داده‌ها

در این بخش، اطلاعات با استفاده از تحلیل اسناد مربوط به پژوهش‌های علمی معتبر داخلی و بین‌المللی که در سایت‌ها و مجله‌ها در باب موضوع و در قالب کتاب، مقاله و رساله به نگارش درآمده‌اند و با استفاده از مصاحبه نیم‌ساختمند با مشارکت‌کنندگان (آگاهی‌دهندگان کلیدی) جمع‌آوری شد.

اعتباریابی یافته‌های کیفی

در این پژوهش جهت اعتبارسنجی داده‌ها از فنون مختلفی استفاده شد. برای اطمینان از قابل‌اعتماد بودن این چارچوب، از روش هدایت دقیق جریان مصاحبه و استفاده از راهنمایی‌های اعضای هیات علمی دانشگاه شیراز برای ارزیابی و اجرای برنامه مصاحبه استفاده شد. هم‌چنین، از این که یکی از ملاک‌ها جهت ارزیابی درستی یافته‌ها، قابلیت اطمینان و موثق بودن آن‌ها، اعتبار پذیری یافته‌هاست و در اعتبار پذیری، معقول بودن و درستی یافته‌ها در زمینه مورد مطالعه تشخیص داده می‌شود، بدین لحاظ در این مطالعه از روش هم‌سوسازی داده‌ها^۳ تناسب بین سوابق نظری و پژوهشی موجود در حوزه مرتبط با موضوع پژوهش با مقوله‌های به‌دست‌آمده در بخش کیفی موردبررسی قرار گرفت.

روش اجرا

به‌منظور اجرای بخش کیفی پژوهش، پس از انتخاب آگاهی‌دهندگان کلیدی (متخصصان و استادان حوزه و دانشگاه‌های کشور) و انجام هماهنگی‌های لازم با مصاحبه‌شوندگان، مصاحبه حضوری عمیق نیم‌ساختمند انجام شد و با مطرح کردن پرسش‌های باز پاسخ در رابطه با موضوع پژوهش، مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت اطلاعات گردآوری‌شده مورد تحلیل قرار گرفت؛ چارچوب به‌دست‌آمده اعتبار یابی شد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون^۴ و تشکیل شبکه مضامین^۵ پس از احصای مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر مربوط به اخلاق سازمانی، به کشف چارچوبی برای اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی پرداخته شد. درواقع پژوهشگر در این پژوهش، بعد از استخراج مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر مربوط، چارچوب اولیه اخلاق سازمانی در قلمرو پژوهش را طراحی و سپس با استفاده از معیارهای اعتبارسنجی کیفی قابل قبول بودن و قابل اعتماد بودن، اعتبار چارچوب طراحی‌شده را، مورد بررسی قرار داد (Creswell, 2014).

- 1 Snowball Sampling
- 2 Theoretical saturation
- 3 Triangulation of data
- 4 Thematic Analysis
- 5 Thematic Network

جدول ۲. بخشی از مفاهیم و مضامین اخلاقی استخراج شده از اسناد و مصاحبه با صاحب نظران در مرحله گردآوری اطلاعات

شرح صدر	صداقت	انگیزه	کاهش خطا	مسئولیت پذیری	انصاف
پیشرفت امور	شفافیت	پاسخگویی	عدالت	پرهیز از دروغ	انتخاب اصلح
بهبود روابط	خبرگی	عملکرد	محبت	رضایت مندی	همبستگی
توکل بر خدا	خدمتگزاری	قسط	دلسوزی	مدیریت بهینه	فرهیندگی
روح جمعی	بهداشت	ضعیف پروری	حق الناس	قاطعیت	فداکاری
تفکر خلاق	حکمت	هم افزایی	یقین	پوزش طلبی	مصلحت اندیشی
ابراز ارادت	کارآمدی	حق حیات	ثبات	حسن سابقه	حیات طیبه
شایسته سالاری	عفو و بخشش	اخلاق شخصی	عینیت گرایی	حق گوئی	شرم و حیا

مرحله ساخت مضامین پایه

در این مرحله از پژوهش به تعقیب مکتوب کردن داده‌ها، مطالعه مکرر و ثبت ایده‌های اولیه، چند کد معنادار در ذیل یک مضمون پایه خلاصه گردید؛ مضامین پایه (مضامین پایه استخراج شده از اسناد و مصاحبه‌ها) در قالب جدول ۳ و در نهایت شکل ادغام شده و نهایی مضامین پایه که مبنای تحلیل در مرحله بعد است در قالب جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۳. مضامین پایه نهایی احصا شده پیرامون اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی

مضامین	کد	مضامین	کد	مضامین	کد
۱	۱۹	بصیرت	۳۷	پیش بینی پذیری	۳۷
۲	۲۰	حکمت	۳۸	شایسته سالاری	۳۸
۳	۲۱	مشورت طلبی	۳۹	اخلاص	۳۹
۴	۲۲	پاسخگویی	۴۰	نظم در کار	۴۰
۵	۲۳	وجدان کاری	۴۱	اعتدال و میانه روی	۴۱
۶	۲۴	درستکاری	۴۲	رازداری	۴۲
۷	۲۵	قاطعیت	۴۳	تسهیم دانش	۴۳
۸	۲۶	پویایی	۴۴	ایثار و گذشت	۴۴
۹	۲۷	شجاعت	۴۵	عملکرد بهینه	۴۵
۱۰	۲۸	حمایتگری	۴۶	فسادناپذیری	۴۶
۱۱	۲۹	خدمتگزاری	۴۷	هدفمندی	۴۷
۱۲	۳۰	نگرش مثبت	۴۸	وقت شناسی	۴۸
۱۳	۳۱	رعایت حقوق ذی نفعان	۴۹	نقدپذیری	۴۹
۱۴	۳۲	نظارت	۵۰	احترام	۵۰
۱۵	۳۳	قانون مندی	۵۱	شفافیت	۵۱
۱۶	۳۴	عفت	۵۲	اعتماد	۵۲
۱۷	۳۵	خلاقیت و نوآوری	۵۳	مسئولیت پذیری	۵۳
۱۸	۳۶	مشتری مداری			

مرحله ساخت مضامین سازمان دهنده

در این مرحله از تحلیل شبکه مضامین، اطلاعات به دست آمده از اسناد و مصاحبه‌ها بعد از مرتب کردن کدهای معنادار در ذیل یک مضمون پایه و پالایش و بازبینی بیشتر مضامین پایه، مضامین پایه هم‌سطح در ذیل یک مضمون سازمان دهنده قرار داده شد که در جدول زیر به آن پرداخته شده است.

جدول ۴. مضامین پایه و سازمان دهنده

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
بینشی	خدامحوری، آخرت اندیشی، تقوا، حق محوری، کرامت انسانی، هدفمندی
نگرشی	حکمت، بصیرت، محبت، عفت، شجاعت، عدالت، صداقت، شرح صدر، تواضع، بردباری، وجدان کاری، ایثار و گذشت، نقدپذیری، اخلاص، نگرش مثبت، شایسته‌سالاری، صلاحیت حرفه‌ای، مسوولیت‌پذیری، اعتماد، احترام، خلاقیت و نوآوری، پویایی، فرهنگ اخلاقی
کنشی	عملکرد بهینه، تزکیه، امانت‌داری، درستکاری، نظم در کار، حسن خلق، تعهد، توکل، مشتری‌مداری، مشورت طلبی، نظارت، رعایت حقوق ذی‌نفعان، خدمتگزاری، حمایتگری، قاطعیت، وقت‌شناسی، پاسخگویی، پیش‌بینی‌پذیری، شفافیت، قانون‌مندی، فسادناپذیری، تسهیم دانش

اعتبار یابی داده‌های کیفی پژوهش

در این بخش از پژوهش به منظور محاسبه اعتبار یابی چارچوب کشف شده اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، از معیار اعتبار پذیری استفاده شد. برای این منظور از روش همسوسازی و خود بازبینی محقق طی فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی انجام شد (جدول ۵). به این ترتیب که با بررسی شواهد نظری و پژوهشی حاصل از منابع و بهره‌گیری از آن به توجیه یکدست بودن مضامین با استفاده از روش همسوسازی پرداخته شد.

جدول ۵. همسوسازی داده‌های مستخرج از مضامین اخلاق سازمانی با سوابق نظری و پژوهشی

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	شواهد نظری	شواهد پژوهشی
مضامین سازمان دهنده	خدامحوری	جلالی فراهانی، فریدونی (۱۳۹۶)	سبحانی نژاد، مهدی؛ نوروز زاده، رضا (۱۳۸۹)
	آخرت اندیشی	حجازی، سعید؛ باقری کنی، صباح الهدی (۱۳۹۰)	صفی پور (۱۳۹۵)
	حق محوری	ایمانی لیل آبادی (۱۳۹۶)	مانیان، امیر؛ رونقی، محمدحسن (۱۳۹۵)
	تقوا	نیسی و همکاران (۱۳۹۶)	سبحانی نژاد، مهدی؛ نوروز زاده، رضا (۱۳۸۹)
	کرامت انسانی	مانیان و همکاران (۱۳۹۵)	امیری، همتی، مبینی (۱۳۸۹)
	هدفمندی	جلالی فراهانی (۱۳۹۶)	مرزوقی؛ ترک‌زاده؛ پیروی نژاد (۱۳۹۴)
	حکمت	الهامی نیا، علی‌اصغر (۱۳۸۹)	مقیم (۱۳۸۷)
	بصیرت	عابدی رنانی (۱۳۹۶)	سبحانی نژاد، مهدی؛ نوروز زاده، رضا (۱۳۸۹)
	محبت	مانیان، امیر؛ رونقی، محمدحسن (۱۳۹۵)	ایمانی لیل آبادی، علی؛ شاه صفی، حسن؛ تاج‌آبادی، حسین (۱۳۹۶)
	عفت	عسگری، نیکوکار، امینی (۱۳۹۳)	حیدری، احمد (۱۳۸۳)
شجاعت	عسگری، نیکوکار، امینی (۱۳۹۳)	مرزوقی؛ ترک‌زاده؛ پیروی نژاد (۱۳۹۴)	
عدالت	مانیان، امیر؛ رونقی، محمدحسن (۱۳۹۵)	قربانی، هاشم (۱۳۹۷)	

Credibility^۱

عزیزحیومی، محمد مهدی؛ امیرخانی، امیرحسین؛ رسولی، رضا؛ طالقانی، غلامرضا (۱۳۹۷)	قربانی، هاشم (۱۳۹۷)؛	صداقت
خسروانیا، شفیعی رود پستی (۱۳۹۰)	ابراهیمی، پیرانی احمدآباد (۱۳۹۶)	شرح صدر
مرزوقی، رحمت‌الله؛ ترک‌زاده، جعفر؛ پیروی نژاد، زینب (۱۳۹۴)	حیدری رامشه (۱۳۹۶)	تواضع
محمدی، مسلم؛ گل وردی، مهدی (۱۳۹۲)	سبحانی نژاد، مهدی؛ نوروز زاده، رضا (۱۳۸۹)	بردباری
محمدی، مسلم؛ گل وردی، مهدی (۱۳۹۲)	مانیان، امیر؛ رونقی، محمدحسن (۱۳۹۵)	اعتدال و میانه‌روی
ایمانی لیل آبادی، علی؛ شاه صفی، حسن؛ تاج‌آبادی، حسین (۱۳۹۶)	ابراهیمی، پیرانی احمدآباد (۱۳۹۶)	وجدان کاری
نیک‌خواه فرخانی، زهرا و همکاران (۱۳۹۶)	عابدی رنانی (۱۳۹۶)	ایثار و گذشت
حیدری، احمد (۱۳۸۳)	قرا ملکی، احد فرامرزی (۱۳۹۵)	نقدپذیری
ایمانی لیل آبادی، علی؛ شاه صفی، حسن؛ تاج‌آبادی، حسین (۱۳۹۶)	حسینی اصفهانی، سید مرتضی (۱۳۸۸)	اخلاص
سرمندی (۱۳۹۵)	حسینی، میر کاظم؛ اکبرپور رضازاده، علی (۱۳۹۴)	نگرش مثبت
محمدی، مسلم؛ گل وردی، مهدی (۱۳۹۲)	قربانی، هاشم (۱۳۹۷)	شایسته‌سالاری
ایمانی لیل آبادی، علی؛ شاه صفی، حسن؛ تاج‌آبادی، حسین (۱۳۹۶)	مرزوقی، ترک‌زاده، پیروی نژاد، (۱۳۹۴)	صلاحیت حرفه‌ای
حجازی، سعید؛ باقری کنی، صباح الهدی (۱۳۹۰)	قرا ملکی (۱۳۹۸)؛	مسئولیت‌پذیری
(۱۳۹۷)؛ خنیفر، حسین؛ مقیمی، سید محمد (۱۳۹۶)؛	حسینی اصفهانی، سید مرتضی (۱۳۸۸)	اعتماد
قربانی، هاشم (۱۳۹۷)	امیری، همتی، مبینی (۱۳۸۹)	احترام
سبحانی نژاد، مهدی؛ نوروز زاده، رضا (۱۳۸۹)	قلی‌پور، محمداسماعیلی (۱۳۹۶)	خلاقیت و نوآوری
صالح نیا، توکلی (۱۳۸۸)	صالح نیا، توکلی (۱۳۸۸)	پویایی
عزیزحیومی، محمد مهدی؛ امیرخانی، امیرحسین؛ رسولی، رضا؛ طالقانی، غلامرضا (۱۳۹۷)	مانیان، امیر؛ رونقی، محمدحسن (۱۳۹۵)	فرهنگ اخلاقی
صالح نیا، توکلی (۱۳۸۸)	قرا ملکی (۱۳۹۸)	عملکرد بهینه
جوادی آملی (۱۳۸۷)	مانیان و همکاران (۱۳۹۵)	تزکیه
قربانی، هاشم (۱۳۹۰)	قرا ملکی (۱۳۹۶)	امانت‌داری
ایمانی لیل آبادی، تاج‌آبادی، (۱۳۹۶)	امین افشار و همکاران (۱۳۹۶)؛	درستکاری
محمدی، مسلم؛ گل وردی، مهدی (۱۳۹۲)	حسینی اصفهانی، سید مرتضی (۱۳۸۸)	رازداری
حسینی، (۱۳۸۰)	ایمانی لیل آبادی؛ شاه صفی؛ تاج‌آبادی (۱۳۹۶)	نظم و انضباط در کار
سرمندی (۱۳۹۵)	صفی پور (۱۳۹۵)	حسن خلق
فرزین (۱۳۹۶)	سرمندی (۱۳۹۵)	تعهد
صالح نیا، توکلی (۱۳۸۸)	الهامی نیا، علی‌اصغر (۱۳۸۹)	توکل
عابدی رنانی (۱۳۹۶)	قلی‌پور، محمداسماعیلی (۱۳۹۶)	مشتری مداری

مشورت طلبی	سیحانی نژاد؛ نوروز زاده، رضا (۱۳۸۹)	مقیمی (۱۳۸۷)
نظارت	امجدی و همکاران (۱۳۹۷)	خسروانیان؛ شفیعی رود پستی (۱۳۹۰)
رعایت حقوق ذی نفعان	مانیان (۱۳۹۵)؛	محمدی، مسلم؛ گل وردی، مهدی (۱۳۹۲)
خدمتگزاری	حسینی اصفهانی، سید مرتضی (۱۳۸۸)	عباسی قادی، اسماعیلی (۱۳۹۶)
حمایتگری	قرا ملکی، تورانی، دادار (۱۳۹۴)	نیک‌خواه فرخانی و همکاران (۱۳۹۶)
قاطعیت	قرا ملکی (۱۳۹۵)	مرزوقی، ترک‌زاده، پیروی نژاد، (۱۳۹۴)
وقت‌شناسی	عابدی رنانی (۱۳۹۶)	ایمانی لیل آبادی؛ شاه صفی؛ تاج‌آبادی (۱۳۹۶)
پاسخگویی	قلی‌پور، محمداسماعیلی (۱۳۹۶)	فرهادی؛ برخورداری (۱۳۹۲)؛
پیش‌بینی پذیری	قرا ملکی (۱۳۹۸)	قرا ملکی (۱۳۹۵)
شفافیت	قربانی، هاشم (۱۳۹۷)	خنیفر؛ مقیمی (۱۳۹۶)؛
قانون‌مندی	حسینی و همکاران (۱۳۹۴)	الوانی؛ امیری؛ احمدی (۱۳۹۱)
فسادناپذیری	قاسم‌زاده علیشاهی؛ حیدری زاده؛ حسینی، (۱۳۹۵)	سرمدی (۱۳۹۵)؛ کلهر، (۱۳۸۳)
تسهیم دانش	نیک‌خواه فرخانی، زهرا و همکاران (۱۳۹۶)	زند کریمی، مریم ۱۳۹۸

نظر به این که مضامین با منابع و سوابق پژوهشی همگراست، می‌توان گفت که مضامین احصا شده پیرامون اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، از اعتبار لازم برخوردار است.

چارچوب نهایی اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی

با توجه به مباحث مطرح‌شده، نهایتاً چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی شامل سه بعد **بینشی** مشتمل بر مؤلفه‌های خدامحوری، آخرت‌اندیشی، تقوا، حق‌محوری، کرامت‌انسانی، هدفمندی، عوامل فرا سازمانی؛ بعد **نگرشی** مشتمل بر مؤلفه‌های حکمت، بصیرت، محبت، عفت، شجاعت، عدالت، صداقت، شرح صدر، تواضع، بردباری، وجدان‌کاری، ایثار و گذشت، نقدپذیری، اخلاص، نگرش مثبت، شایسته‌سالاری، صلاحیت حرفه‌ای، مسوولیت‌پذیری، اعتماد، احترام، خلاقیت و نوآوری، پویایی، فرهنگ اخلاقی و بعد کنشی دربرگیرنده مؤلفه‌های عملکرد بهینه، تزکیه، امانت‌داری، درستکاری، نظم در کار، حسن خلق، تعهد، توکل، مشتری‌مداری، مشورت‌طلبی، نظارت، رعایت حقوق ذی‌نفعان، خدمتگزاری، حمایتگری، قاطعیت، وقت‌شناسی، پاسخگویی، عوامل سازمانی، پیش‌بینی‌پذیری، شفافیت، قانون‌مندی، فسادناپذیری، تسهیم دانش است. منظور از بعد بینشی، مجموعه باورها و اعتقادات عمیق و ارزش‌های بنیادین است که سازمان به آن‌ها پایبند است که در باورها و رفتار افراد سازمان متجلی می‌شوند. بعد نگرشی دربرگیرنده مجموعه عواطف، انفعالات و نگرش‌هایی است که در رفتار و احساسات فرد متبلور می‌شوند و بعد کنشی مشتمل بر مجموعه اقدامات فردی، اجتماعی و سازمانی است که جهت تحقق اهداف سازمان به کار بسته می‌شود. این ابعاد در ارتباط با یکدیگر شکل‌گرفته و تغییر در هر کدام، تغییر در ابعاد دیگر را موجب خواهد شد. جدول شماره ۶ چارچوب نهایی و ابعاد سه‌گانه مذکور و مؤلفه‌های مربوط به آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۶. چارچوب نهایی اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی

ابعاد	تعاریف	مؤلفه‌ها
بینشی	دربرگیرنده مجموعه باورهای اعتقادی، عقلانی و دانش تخصصی که در باورها و رفتار متجلی می‌شوند	خدامحوری، آخرت‌اندیشی، تقوا، حق‌محوری، کرامت‌انسانی، هدفمندی

دربگیرنده مجموعه عواطف، هیجانات و نگرش‌هایی که در رفتار و احساسات افراد متبلور می‌شوند	حکمت، بصیرت، محبت، عفت، شجاعت، عدالت، صداقت، شرح صدر، تواضع، بردباری، وجدان کاری، ایثار و گذشت، نقدپذیری، اخلاص، نگرش مثبت، شایسته‌سالاری، صلاحیت حرفه‌ای، مسوولیت‌پذیری، اعتماد، احترام، خلاقیت و نوآوری، پویایی، فرهنگ اخلاقی
دربگیرنده مجموعه اقدامات فردی و سازمانی جهت تحقق اهداف است	عملکرد بهینه، تزکیه، امانت‌داری، درستکاری، نظم در کار، حسن خلق، تعهد، توکل، مشتری مداری، مشورت طلبی، نظارت، رعایت حقوق ذی نفعان، خدمتگزاری، حمایتگری، قاطعیت، وقت‌شناسی، پاسخگویی، پیش‌بینی‌پذیری، شفافیت، قانون‌مندی، فسادناپذیری، تسهیم دانش

بحث و نتیجه‌گیری

علم سکولار با حذف خدا و مابعدالطبیعه از حوزه علم، شروع می‌شود و با تقلیل عالم خلقت به جهان طبیعت به جنبه تجربه‌پذیر و کمیت‌پذیر آن و حذف معارف غیر تجربی از قلمرو معارف بشری، ادامه می‌یابد و به تفکیک علم و اخلاق منجر می‌شود به گونه‌ای که هدف علم تنها کسب قدرت می‌شود و هیچ‌گونه توصیه اخلاقی را در توسعه و کاربرد قدرت نیز بر نمی‌تابد. درحالی‌که در مقابل، علمی که دینی و اسلامی است، از آن حیث که در حقیقت مطالعه هر پدیده‌ای، نوعی نشانه‌شناسی در معنای شناخت آیات الهی تصور می‌شود، ایمان به خداوند در کانون و محور آن قرار دارد (Marzoughi, 2018: 154). جامعه توحیدی که بر پایه مکتب اهل بیت علیهم‌السلام است، آن جامعه‌ای است که بر اساس اخلاق بنا شده است (Safipour, 2016). از این رو اخلاق اسلامی که برخاسته از دین الهی باشد دارای پشتوانه فکری و ضمانت اجرایی بالایی است که علاوه بر این که به نیازهای مادی جامعه اسلامی پاسخگو است، سبب ترقی و تعالی انسان شده و سعادت و رستگاری انسان را به همراه خواهد داشت؛ بنابراین این پژوهش با رویکردی درون پارادایمی و متناظر با ویژگی‌های جامعه اسلامی که بنای ایجاد سازمان‌های اسلامی را با همکاری متخلق به اخلاق اسلامی در نظر دارد، به طراحی چارچوب اخلاق سازمانی پرداخته است. نخستین یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی مشتمل بر ۳ بعد و ۵۳ مؤلفه است. همسویی و هم‌راستایی ابعاد و مؤلفه‌ها با مبانی نظری و پیشینه پژوهشی (همسوسازی داده‌ها) حاکی از آن است که چارچوب مذکور مورد تأیید است. مرزوقی و همکاران (۱۳۹۴) با طراحی مدلی در زمینه رهبری معنوی و اخلاق‌مداری سازمان به ۳ بعد بینشی، نگرشی و کنشی اشاره داشته‌اند؛ به نظر می‌رسد در راستای متخلق شدن سازمان به اخلاق در پارادایم اسلامی، روح جمعی سازمان باید به ارزش‌ها و باورهای بنیادینی از قبیل خدامحوری، آخرت‌اندیشی، تقوا، حق‌محوری، کرامت‌انسانی، هدف‌مندی پایبند باشد؛ رضایت خداوند و در نهایت سعادت انسان که در کنف قرب الهی است از طریق تحقق سازمان طیب فراهم می‌آید، حق و حقیقت در سازمان اشاعه می‌یابد و انسان به عنوان اشرف مخلوقات، مسجود ملائک، متجلی و منفوخ به روح الهی، دارای کرامت و حرمت می‌گردد و همه اهداف سازمانی در این مورد هم جهت می‌شوند؛ چیزی که در الگوهای غربی اخلاق سازمانی به آن اشاره‌ای نشده است. بعد نگرشی دربرگیرنده مجموعه عواطف، هیجانات و نگرش‌هایی است که در رفتار و احساسات افراد متبلور می‌شوند و الگوهای رفتاری افراد در سازمان از آن ارتزاق می‌کند و مشتمل بر مؤلفه‌هایی چون: حکمت، بصیرت، محبت، عفت، شجاعت، عدالت، صداقت، شرح صدر، تواضع، بردباری، وجدان کاری، ایثار و گذشت، نقدپذیری، اخلاص، نگرش مثبت، شایسته‌سالاری، صلاحیت حرفه‌ای، مسوولیت‌پذیری، اعتماد، احترام، خلاقیت و نوآوری، پویایی و فرهنگ اخلاقی است و سازمان‌ها صرفاً به دلیل بصیرت و گرایش انسانی به اخلاق پای بندند (Qara Maleki, 2019: 39) و سازمان‌های اخلاقی می‌بایست آن را سرلوحه کار خود قرار دهند. بعد کنشی نیز دربرگیرنده مجموعه اقدامات فردی و سازمانی است که اهداف سازمانی را به صورت بهینه‌ای تحقق می‌بخشد، آن چه در کنش افراد سازمان و مجموعه سازمان تجلی و ظهور می‌یابد محصول بعد بینشی و نگرشی اخلاق است که ریشه در باورهای عمیق اعتقادی و گرایش‌های قلبی دارد؛ این بعد مشتمل بر مؤلفه‌هایی چون: عملکرد بهینه، تزکیه، امانت‌داری، درستکاری، نظم در کار، حسن خلق، تعهد، توکل، مشتری مداری، مشورت طلبی، نظارت، رعایت حقوق ذی‌نفعان، خدمتگزاری، حمایتگری، قاطعیت، وقت‌شناسی، پاسخگویی، پیش‌بینی‌پذیری، شفافیت، قانون‌مندی، فسادناپذیری و تسهیم دانش است.

شایان ذکر است که مؤلفه‌های اخلاقی در حوزه علوم انسانی، سکه‌ای دوار است. از یک‌سوی، نقشی نظارتی و کنترلی و از سوی دیگر، نقشی اطمینان‌دهنده و آرام‌بخش دارد (Seyed Fatemi, 2001: 65). مؤلفه‌های اخلاقی غالباً بیان رسمی ارزش‌ها درباره مسائل معین هستند. مؤلفه‌ها، معیار صحیح رفتار در موقعیت‌های مختلف را بیان می‌کنند و بر اساس آن تعیین می‌شود که آیا از اخلاق سازمانی تخطی شده است یا نه (Lashkar-e-Bloki, 2008: 106).

یافته‌های حاصل از این پژوهش می‌تواند مبنای عمل و سنجش عملکرد اخلاقی سازمان‌ها قرار گیرد. در این مورد، با آگاهی دادن به رهبران سازمان‌ها در خصوص ابعاد بینشی، نگرشی و کنشی خود و سازمان و بهبود و آشناسازی آنان نسبت به مؤلفه‌های زیرمجموعه‌ی هر بعد و هم

چنین با ایجاد چشم‌انداز اخلاقی مشترک سازمان، توسط همه ذی نفعان و صاحبان حق در درون و بیرون سازمان و در محیطی ۳۶۰ درجه، می‌توان سازمان را به سمت اهداف و برنامه‌ریزی‌های اخلاقی سوق داد.

پیشنهاد‌های کاربردی پژوهش

در این زمینه پیشنهاد‌های زیر مطرح نظر خواهد بود:
هرچند در اخلاق سازمانی، جامعه هدف، غالباً ارباب‌رجوع و همکاران هستند، اما این، در طول مسوولیت داشتن در مقابل خداوند معنا می‌یابد؛ یعنی بدان جهت که رضایت خدا در رضایت مردم است و سفارش مؤکد آموزه‌های الهی است. در غیر این صورت تفاوتی میان اخلاق سازمانی توحیدی و سکولاریسمی نیست.

رعایت اخلاق در سازمان و پایبندی به آن، مستلزم رعایت مؤلفه‌های اخلاقی موردتوجه دین است؛ زیرا در نظام دینی، انسان در قبال خویشتن، جامعه و محیط‌زیست مسوول است، که تمام این‌ها در نهایت در طول مسوولیت در مقابل خداست و اشاعه فرهنگ اخلاقی سازمان در نهایت مرزهای سازمان و جامعه را در هم می‌نوردد و منجر به جامعه اخلاقی می‌شود.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در این پژوهش ملاحظات اخلاقی شامل کسب اعتماد و احترام متقابل، محرمانه بودن هویت افراد مورد مطالعه و صحت داده‌ها و اجتناب از دخل و تصرف در آن‌هاست. پیش از شروع کار مشارکت‌کنندگان در پژوهش از موضوع و روش اجرا مطلع شدند. مقرر گردید در صورت تمایل نتایج برای آن‌ها تفسیر خواهد شد. مشارکت در این پژوهش موجب هیچ‌گونه بار مالی برای شرکت‌کنندگان نیست. این پژوهش با موازین دینی و فرهنگی مشارکت‌کنندگان و جامعه هیچ‌گونه مغایرتی ندارد.

حامی مالی

این پژوهش تحت حمایت معنوی دانشگاه شیراز قرار دارد.

مشارکت نویسندگان

جعفر ترک زاده (نویسنده مسوول)، فرشاد عامری فر، رحمت اله مرزوقی، محمد جواد سلمانپور، فرهاد خرمایی

تعارض منافع

این اثر قبلاً در جای دیگری منتشر نشده و همزمان به نشریه دیگری ارائه نگردیده است.

References

1. Alirahimi, Mohammad Mehdi; Amirkhani, Amirhosein; Rasouli, Reza; Taleghani, Gholamreza (1977). The role of ethical leadership and organizational ethics in reducing organizational service abandonment. *Journal of Ethics in Science and Technology*: Spring, 1977, Thirteenth - No. 1. (in Persian).
2. Alvani, Mehdi; Hasanpour, Akbar; Davari, Ali. (2014). Analysis of Employees' Organizational Ethics Using the Ethics Circle Model. *Journal of Ethics in Science and Technology*, Volume 4, Issue 9. (in Persian).
3. AminiYekta, Z, Ariffin Ahmad, Z, Kaur, A. (2010). Corporate Code of Ethics and Reporting Wrongdoing in Private Sector Organizations in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 0 (7): 48-10.
4. Borhani, Fariba; Alhani, Fatemeh; Mohammadi, Isa; Abbaszadeh, Abbas (2009). Understanding Nursing Students' Obstacles to Professional Ethics: A Qualitative Research, *Journal of Medical Education Development Research Center*, Volume 8, Number 1, p. 76. (in Persian).
5. Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
6. Farhadi, Mohammad; Barkhordari, Zeinab (2013). The ratio of organizational values and organizational ethics. *Journal of Ethics*: Summer, 2013, Sixth Year No. 20, From -77-99. (in Persian).
7. Ghasemzadeh Alishahi, Abolfazl; Taghi Zavar and Zahra Feyzollahi (2013). Investigating the mediating role of conscientiousness in relation to citizenship and political behavior. *Social Psychology Research*, Volume III, Vol. (in Persian).

8. Gholami, Alireza. (2009). Organizational Ethics: Problems, Obstacles, and Solutions. Organization Development of Police, (25th consecutive), October and November 2009. No. 4. (in Persian).
9. Givarian, Hossein; deendar, Farkoush, Firouz; Charmian, Ahmad (2014). Explaining Spiritual Leadership and the Leader-Follower Relationship, (Researcher) Management Quarterly, Eighth Year, No. 24, pp. 70 and 71. (in Persian).
10. Harrani, abu Mohammad (2006). Tuhaf al-'uqul 'an al al-rasul. . (Hassan zadeh, sadegh, Trans.). Qom, Ale Ali Publishers. (in Persian).
11. Heydari, Ahmad (2004). The Ethical Policy of Imam Ali (AS). Alavi Behavior and the Ways of Its Realization, Proceedings of the Fifth Prayer Conference, Tehran: Imam Hussein University. (in Persian).
12. Hosseini, Mirkazem; Akbarpour Reza Zadeh, Ali (2015). Organizational Ethics in the Light of Islamic Ethics. Tehran: Franama Publications. (in Persian).
13. Imani Lil Abadi, Ali; Shah Safi, Hassan; Taj Abadi, Hossein. The Principles of Organizational Ethics in Islam. Human Resource Studies: Fall 2016 No. 25. (in Persian).
14. Kaptein, M. (2008). Ethics programs and ethical cultures: A next step in unravelling their multi-faceted relationship. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/15405>
15. Koonmee, K. Singjapakdi, A. Virakul, B. & Lee, D. (2010). Ethic institutionalization, quality of work life, and employee job-related outcomes: A survey of human resource managers in Thailand. Journal of Business Research, 63, 20-26. doi:10.1016/j.jbusres.2009.01.006.
16. Lashkar-e-Bloki, Mojtaba (2008). The Framework for the Development of Values and Ethics of Researchers Scientific and Technology. Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology.vol 1 & 2: 105- 114.
17. Makarem Shirazi, Nasser (1998). Ethics in the Qur'an, Qom: The Institute for the Interpretation of the Holy Qur'an. (in Persian).
18. Manian, Amir; Ronaghi, Mohammad Hussein (2016). Ethics in Information Systems. Tehran: Tehran University Press. (in Persian).
19. Marzoughi, Rahmatollah. (2018). Islamic Paradigm Science Production; An Approach to the Production of Islamic Education Science. Avai Noor Publications, Iran, Tehran. (in Persian).
20. Moghimi, Mohammad (2008). Organizational ethics; the essence of efficient Organizational culture. Management Culture 6 (17). (in Persian).
21. Nikkhah Farrokhani, Zahra et al (2018). Explaining the components of ethical behavior of city staff and managers. Journal of Ethics in Science and Technology, Vol. 12, No. 4. (in Persian).
22. Qara Maleki, Ahad Faramarz. (2019). Professional ethics. Tehran: Majnoon Publishing. (in Persian).
23. Rahimi, Behnam. (2015). Principle of Organizational Ethics. First International Conference on Industrial Engineering, Management and Accounting - Tehran, Iran. (in Persian).
24. Rajabani, Neda; Gholipour, Arian; Ghafari, Mohammad (2014). The Relationship of Institutionalizing Ethics with Quality of Work Life, Job Satisfaction and Organizational Commitment. Journal of Organizational Resource Management Research, 4 (2), 25-41. (in Persian).
25. Salehnia, Monireh & Tavakoli, Zeinabollah. (1393). Organizational Ethics with Emphasis on the Ethical Charter. Journal of Ethics in Science and Technology, Fourth Year, No. 9, pp. 66-73. (in Persian).
26. Scott, Richard. (2010). Organizations: Rational, natural and open systems. Translation: Hassan Mirzaei Ahranjani. Tehran: Samt Publications.
27. Seyed Fatemi, Mohammad Ghari (2001). Ethics in his research: Introduction to the development of a questionnaire to examine the moral, legal and legal aspects of research projects. the Quarterly Journal of Fertility and Infertility. , Pp: 65- 80.
28. Tota I, Shehu H. (2012). The Dilemma of Business Ethics. Procedia Economics and Finance; 3:555-559.
29. Turkzadeh, Ja'far; Ameri Far, Farshad (2018). Organizational Ethics in the Islamic Framework, Third International Conference on Dynamic Management, Accounting and Auditing, Tehran, Saleh University. (in Persian).
30. Turkzadeh, Jafar; Nekomand, Samira; Dehghan Harati, Farzaneh (2013). An Overview of the Essential Functions of the Organization for Community Development and Some of Its Requirements. Human Resource Management and Support Development, Issue 28 (26 pages - 39 to 64). (in Persian).
31. Xiao, H, Smith .(2006). Case studies in tourism research: A state-of-the-art analysis. Tourism Management 27, Pp: 738-749.