

چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی: پژوهشی ترکیبی

جعفر ترک‌زاده*، فرشاد عامری^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۲/۰۴ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست و هفتم، شماره ۱۰۳، تابستان ۱۴۰۳

20.1001.1.1735501.1403.27.103.5.2

چکیده:

هدف این پژوهش ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع طبقه‌بندی، طراحی و اعتباریابی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی بود که در دو بخش کیفی و کمی انجام شد. در بخش کیفی از روش مطالعه موردی استفاده شد. جمع‌آوری داده‌های کیفی با کنکاش در اسناد مرتبط (۵۳ مورد) و همچنین با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختمند با آگاهی‌دهندگان کلیدی (۱۶ نفر) از طریق تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی و تا اشباع نظری داده‌ها انجام شد. داده‌های پژوهش با استفاده از فرایند چرخه‌ای تحلیل (تقلیل احیاگرانه داده‌ها، سازمان‌دهی و تحلیل داده‌ها) و با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون و به کمک نرم‌افزار Nvivo 10 استخراج و شبکه مضامین که در مجموع شامل ۱۲۶ مضمون پایه است، ترسیم گردید. بر این اساس، اخلاق سازمانی دربردارنده مبانی، اصول و ابعاد برگرفته از جهان‌بینی اسلامی است. یافته‌های بخش کیفی با استفاده از روش همسوسازی داده‌ها و بازبینی و مشورت با صاحب‌نظران اعتبار یابی شد. بر اساس چارچوب کشف‌شده در بخش کیفی، مقیاسی جهت اعتبار یابی در بخش کمی طراحی گردید. با استفاده از روش پژوهش توصیفی-پیمایشی اعتبار چارچوب مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری در بخش کمی شامل کلیه صاحب‌نظران و متخصصان حوزه اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع معیار تعداد ۲۴۶ نفر انتخاب شدند. اعتبار چارچوب با استفاده از تحلیل عامل تأییدی مورد تأیید قرار گرفت.

واژگان کلیدی:

اخلاق، اخلاق سازمانی، رویکرد اسلامی، پارادایم اسلامی، پژوهش ترکیبی

^۱ استاد بخش مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)، پست

الکترونیک: Djt2891@gmail.com

^۲ استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، شیراز، ایران، پست الکترونیک: arshadameri@cfu.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مسئله

۱-۱- مقدمه موضوع

اخلاق از آغازین روزهای خلقت با بشر همراه بوده و قدمتی به وسعت تاریخ بشری دارد. اگرچه در رابطه با سازمان‌ها، دانشی جدید محسوب می‌شود اما در دهه‌های اخیر به تدریج با پی بردن به ارزش و اهمیت به کارگیری اخلاق و تأثیر شگرف و عمیق این علم در موفقیت سازمان‌ها، به عنوان علمی متین وارد حوزه سازمانی شده است (داوران، توحید و همکاران، ۱۴۰۱). اگر اخلاق در زندگی کاری انسان ساری و جاری باشد، کار کردن شیرین، توأم با رضایت شغلی و احساس رضایتمندی و خودشکوفایی از یک سو و رضایت مردم و پیشرفت امور و شکوفایی کار از دیگر سو می‌شود. خطرناک‌ترین رویداد انسانی انحطاط اخلاقی و شکسته شدن مرزهای اخلاقی است که در این صورت هیچ چیز در امان نخواهد ماند (مهدیزاده اشرفی و همکاران، ۱۴۰۲). از طرفی دیگر، 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 نظامات اجتماعی، علمی و عملی جامعه قرار می‌گیرد (مرزوقی، ۱۳۹۶، ص ۸). 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 (ترک‌زاده، جعفر؛ عامری فر، فرهاد، ۱۳۹۷).

این نکته حائز اهمیت است که توسعه علم در جهان از دیرباز تاکنون تحت حاکمیت دیدگاه‌های فلسفی و پارادایم‌های تولید علم قرار داشته است. پارادایم‌ها یا دستگاه‌واره‌های تولید علم نیز مبتنی بر رویکردهای جهان‌بینانه و پیش‌فرض‌های هستی‌شناختی، انسان-شناختی، معرفت‌شناختی و روش‌شناختی و همچون یک سامانه و قرارگاه عملیاتی فرایند تولید علم را هدایت و راهبری نموده‌اند. از جمله پارادایم‌های غالب امروزی حاکم بر روند تولید علم، به‌ویژه در حوزه علوم انسانی، پارادایم‌های پوزیتیویستی، تفسیری، انتقادی و پست‌مدرن هستند که البته با نوساناتی در سیطره یافتگی یکی از پارادایم‌های مذکور بر



سایر پارادایم‌ها در طول تاریخ تحولات تولید علم نیز همراه بوده است (مرزوقی، ۱۳۹۷، ص ۷). از سوی دیگر، جهان اسلام نیز نیازمند تولید علمی متناسب با پارادایم اسلامی و با رویکردی جهان‌بینانه و پیش‌فرض‌های هستی‌شناختی، انسان‌شناختی، معرفت‌شناختی و روش‌شناختی است.

ازجمله حوزه‌های نیازمند مطالعه و بازنگری با این رویکرد، حوزه اخلاق است، زیرا موضوعات اخلاقی از ارزش‌ها، باورها، اعتقادات و به‌طور کلی از فرهنگ جوامع نشئت می‌گیرد و با فعالیت‌های سازمانی، یا شغل و زندگی روزمره و عادی افراد مرتبط هستند. در مباحث مربوط به تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری سازمانی نیز، موضوعات اخلاقی حائز اهمیت بسیاریند (گباداموسی^۱، ۲۰۰۴)؛ بنابراین به‌صورت موجز، اخلاق سازمانی، آن دسته از مقررات، استانداردها، کدها و یا اصولی است که دستورالعمل‌های لازم را برای رفتارهای درست اخلاقی و وجدانی و همچنین درستکاری در شرایط خاص سازمانی فراهم می‌سازند (مقیمی، ۱۳۸۷). رفتارهای غیراخلاقی در سازمان نیز روی دیگر سکه اخلاق سازمانی است که شامل تمامی اقداماتی است که به برخورد غیرمنصفانه با دیگران منجر می‌شود، خواه این رفتارها قانونی یا غیرقانونی باشد (ولز و اسپینکز، ۱۹۹۶ ص ۲۸). رعایت اخلاق می‌تواند با تأثیرگذاری بر عملکرد سازمان موقعیت آن را در جامعه متأثر سازد.

۲-۱- ضرورت موضوع:

از دیدگاه غرب، سازمان‌ها یک سیستم مبتنی بر قدرت‌اند و در نتیجه افراد و گروه‌ها در سازمان‌ها در پی تحقق اهداف شخصی گروه محدودی هستند. لذا هدف سازمان‌ها کسب منفعت و تحقق اثربخشی است (تولبرت و هال^۲، ۲۰۰۹؛ گائینی، ۱۳۹۰؛ فانکس^۳، ۲۰۰۳، هج و کانلیف، ۱۳۸۹). بر اساس این نوع نگرش، اخلاق در سازمان بر اساس نیازها، مسائل و مشکلات، شرایط، اهداف، چشم‌اندازها و ارزش‌های سازمان تعیین می‌شود (بری^۴ و همکاران، ۲۰۱۳؛ الانگو^۵ و همکاران، ۲۰۱۰؛ امینی یکتا و همکاران، ۲۰۱۰؛ ابرهار و مارگو^۶، ۲۰۰۴)؛ بنابراین وسیله‌ای است که می‌تواند در شرایط مختلف چگونگی عمل سازمان و

1- Gbadamosi

2- Tolbert & Hall

3- funchs

4- Beeri

5- elango

6- Eberhard & Maro



واکنش آن نسبت به مسائل را در موقعیت‌های مختلف تعیین کند (ازار^۱ و همکاران، ۲۰۰۰) و در حل مسائل و مشکلات سازمان (بیکزاد^۲ و همکاران، ۲۰۱۲) و تحقق اهداف و مطلوبیت‌های آن و نهایتاً افزایش سطح اثربخشی دخیل باشد (شنبل و بینرت^۳، ۲۰۰۴).

از دیدگاه صاحب‌نظران غربی رعایت اخلاق در سازمان‌ها می‌تواند کارکردهای مختلفی داشته باشد؛ مانند کاهش کم‌کاری و افزایش مقبولیت اجتماعی، افزایش اثربخشی، پاسخ به محیط و رقابت با دیگر سازمان‌ها و تحقق اهداف فردی (الانگو و همکاران، ۲۰۱۰)، تضمین بقای بلندمدت و افزایش سود (ازار و همکاران، ۲۰۰۰؛ بری و همکاران، ۲۰۱۳)، کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از ایجاد تعارض و افزایش تناسب بین اعضا و بین سازمان و محیط (ابرهارد و مارگو، ۲۰۰۴؛ موئل، ۲۰۰۳)، جلوگیری از رفتارهای انحرافی (امینی یکتا و همکاران، ۲۰۱۰) و افزایش بهره‌وری سازمان (کرات^۴، ۲۰۰۳؛ مارتا^۵ و همکاران، ۲۰۱۳).

به‌منظور تحقق کارکردهای ذکرشده، اخلاق در سازمان، اصول و استانداردهای اخلاقی را در زمینه رویه‌ها، عملکردها، سیاست‌ها و تصمیم‌هایی که همه اعضای سازمان باید آن‌ها را در رابطه با خود، همکاران، ارباب‌رجوعان و سازمان رعایت کنند، مشخص می‌کند (پرلیس و شانون^۶، ۲۰۱۲؛ نلسون^۷، ۲۰۰۸). برخی از این اصول اخلاقی که برگرفته از نوشته‌های بری و همکاران (۲۰۱۳)؛ کارل (۲۰۱۰)؛ ابرهند و فارگو (۲۰۰۴)؛ موئل (۲۰۱۰)؛ پون و هاکسی (۲۰۱۰) و سالمین و همکاران (۲۰۱۳) است عبارت‌اند از حفظ و حمایت از سرمایه‌های سازمان، ارائه پیشنهادها، نوآورانه برای توسعه سازمان، درستکاری و کار کردن تحت سخت‌ترین شرایط و فشارها، پاسخگویی در قبال ذینفعان، عمل بر اساس قوانین و مقررات، وفاداری به سازمان، حفظ سود و منافع سازمان، عدم سوءاستفاده از اطلاعات سازمان و مشتریان، عدم مشارکت در ایجاد محیط‌های کاری خصمانه، مسئولیت‌پذیری در قبال تمامی کارهایی که صورت می‌گیرد، آزادی و داشتن استقلال عمل، حفظ حقوق صاحبان سهام و حفظ محیط‌زیست. با توجه به مطالب مطرح‌شده از رویکرد غربی، به نظر می‌رسد هدف اکثر سازمان‌ها کسب منافع و تحقق اثربخشی است که از اخلاق به‌عنوان اصولی متغیر

^۱- Ozar

^۲- Beikzad

^۳- Schnebel&Bienert

^۴- Kuralt

^۵-Marta

^۶- Perlis & Shannon

^۷- Nelson



برای کسب مزیت رقابتی جهت تحقق اثربخشی، حفظ منافع سازمان و گروه محدودی از افراد استفاده می‌شود.

از سویی دیگر، در رویکرد اسلامی سازمان‌ها در پی حل مشکلات جامعه و خدمت‌رسانی هستند تا تسهیلی در تأمین نیازهای انسان صورت گیرد (گائینی، ۱۳۹۰؛ قوامی، ۱۳۹۴).

اسلام به سازمان به‌عنوان امانت نگاه می‌کند که در آیه ۱۳ سوره نساء؛^۱ سوره یوسف^۲ و ۲۷ سوره انفال^۳ صراحتاً به آن اشاره شده است (جوانعلی آذر، ۱۳۹۱). قاعدتاً در چنین سازمانی هدف وسیله را توجیه نمی‌کند و شیوه صحیح انجام هر کار به‌صورت ثابت (نه متغیر و موقعیتی) بر اساس آموزه‌های دینی و دستورات قرآن تعیین می‌شود که از آن به اخلاق تعبیر می‌شود (جوادی آملی، ۱۳۶۶؛ عارف و واهبیر، ۲۰۱۲) و ارزش و عیار اخلاقی بودن امور منوط به رضایت و عدم رضایت الهی است (محمدی، ۱۳۸۹). از منظر اسلام، اخلاق در سازمان یک رویکرد امانت‌دارانه، خدمت‌گزارانه، پاسخگویانه و مسئولانه است (میرزایی مقدم و پارتازیان، ۱۳۸۶؛ ایزدی فرد و کاویار، ۱۳۸۹)؛ بنابراین، رعایت اخلاق در سازمان می‌تواند باعث کاهش خطا و اشتباهات در سازمان، افزایش پاسخگویی سازمان به ارباب‌رجوعان، تقویت انگیزه کار و خدمت‌رسانی در افراد، عدم سوءاستفاده از قدرت، مسئولیت و دانش، پیشرفت امور و افزایش رضایت خالق و مردم شود (عارف و واهبیر، ۲۰۱۲؛ سعید پور، ۱۳۸۸؛ دل‌شاد تهرانی، ۱۳۸۶). برخی از اصول اخلاقی در سازمان از دیدگاه اسلام بر اساس نوشته‌های قرا ملک و همکاران (۱۳۸۸)؛ سعید پور (۱۳۸۸)؛ شیخی (۱۳۹۰)؛ میرزایی مقدم و پارتازیان (۱۳۸۶)؛ ایزدی فرد و کاویار (۱۳۸۹) و جوادی آملی (۱۳۶۶) عبارت‌اند از تکریم ارباب‌رجوع، داشتن شرح صدر در برابر مشکلات و ارباب‌رجوعان، توانایی عفو و گذشت و فروتنی در برابر ارباب‌رجوعان و همکاران، داشتن وجدان کاری و عدم کم‌کاری در انجام وظایف، پاسخگویی و گره‌گشایی از کار ارباب‌رجوعان، توکل بر خدا و مشورت کردن با اهل خرد در تمام زمینه‌ها، رعایت عدل و انصاف در برخورد و عمل، امانت‌داری در مسئولیت، اموال و امکانات سازمان، پرهیز از دروغ و ریا، رعایت نظم و انضباط و حفظ محیط‌زیست. از منظر اسلامی، سازمان به‌عنوان یک امانت در پی خدمت‌رسانی به

^۱ اِنَّ اللّٰهَ يٰمُرُكُمْ اَنْ تُوَدُّوا الْاٰمٰنٰتِ اِلٰی اٰهْلِهَا وَ اِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ اَنْ تَحْكُمُوْا بِالْعَدْلِ اِنَّ اللّٰهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهٖ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ سَمِیْعًا بَصِیْرًا

^۲ وَ قَالَ الْمَلِكُ اَنْتُوْنِیْ بِهٖ اَسْتَخْلِصُهٗ لِنَفْسِیْ فَلَمَّا كَلَمَهٗ قَالَ اِنَّكَ الْیَوْمَ لَدٰیْنَا مَكِیْنٌ اٰمِیْنٌ

^۳ یٰۤاٰیُّهَا الَّذِیْنَ اٰمَنُوْا لَا تَخُونُوْا اللّٰهَ وَ الرَّسُوْلَ وَ تَخُونُوْا اٰمٰنٰتِكُمْ وَ اَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ



مردم و جامعه است و اخلاق در سازمان به عنوان اصول ثابتی است که باعث خدمتگزاری و کسب رضایت خالق می شود. در جدول (۱) به برخی از ویژگی های اخلاقی سازمان از منظر اسلام پرداخته شده است.

جدول ۱- ویژگی های سازمان از منظر اسلام

ویژگی ها و اصول کلی	مرجع
سازمان به عنوان امانت	قرآن کریم
حل مشکلات جامعه و خدمت رسانی، تسهیلی در تأمین نیازهای انسان توسط سازمان	گائینی (۱۳۹۰)؛ قوامی (۱۳۹۴)
عدم توجه به وسیله توسط هدف و شیوه صحیح انجام هر کار به صورت ثابت (نه متغیر و موقعیتی)	جوادی آملی (۱۳۶۶)؛ عارف و واهبیر (۲۰۱۲)
ارزش و عیار اخلاقی بودن امور منوط به رضایت و عدم رضایت الهی	محمدی (۱۳۸۹)
اخلاق در سازمان؛ امانت دارانه، خدمت گزارانه، پاسخگو یانه و مسئولانه	میرزایی مقدم و پارتازیان (۱۳۸۶)؛ ایزدی فرد و کاویار (۱۳۸۹)
کاهش خطا و اشتباهات در سازمان، افزایش پاسخگویی سازمان به ارباب رجوعان، تقویت انگیزه کار و خدمت رسانی در افراد، عدم سوءاستفاده از قدرت، مسئولیت و دانش، پیشرفت امور و افزایش رضایت خالق و مردم	عارف و واهبیر (۲۰۱۲)؛ سعید پور (۱۳۸۸)؛ دل شاد تهرانی (۱۳۸۶)
تکریم ارباب رجوع، داشتن شرح صدر در برابر مشکلات و ارباب رجوعان، توانایی عفو و گذشت و فروتنی در برابر ارباب رجوعان و همکاران، داشتن وجدان کاری و عدم کم کاری در انجام وظایف، پاسخگویی و گره گشایی از کار ارباب رجوعان، توکل بر خدا و مشورت کردن با اهل خرد در تمام زمینه ها، رعایت عدل و انصاف در برخورد و عمل، امانت داری در مسئولیت، اموال و امکانات سازمان، پرهیز از دروغ و ریا، رعایت نظم و انضباط و حفظ محیط زیست	قرا ملکی و همکاران (۱۳۸۸)؛ سعید پور (۱۳۸۸)؛ شیخی (۱۳۹۰)؛ میرزایی مقدم و پارتازیان (۱۳۸۶)؛ ایزدی فرد و کاویار (۱۳۸۹) و جوادی آملی (۱۳۶۶)

جهان بینی حاکم بر اجتماع و سازمان های اسلامی برگرفته از یک جهان بینی الهی و نشئت گرفته از سرچشمه وحی است. لذا سازمان های اخلاقی در منظر اسلامی دارای ویژگی هایی است که شرح آن در جدول فوق گذشت. در جدول (۲) نیز به برخی از اصول اخلاقی از دیدگاه صاحب نظران پرداخته شده است که با مقایسه اصول اخلاقی از منظر اسلام و غرب نقاط افتراق آن نمایان شده است.



جدول ۲- مقایسه اصول اخلاقی از منظر اسلام و غرب

اصول اخلاقی در سازمان از دیدگاه اسلامی	اصول اخلاقی در سازمان از دیدگاه غربی
تکریم ارباب رجوع، داشتن شرح صدر در برابر مشکلات و ارباب رجوعان، توانایی عفو و گذشت و فروتنی در برابر ارباب رجوعان و همکاران، داشتن وجدان کاری و عدم کم کاری در انجام وظایف، پاسخگویی و گره گشایی از کار ارباب رجوعان، توکل بر خدا و مشورت کردن با اهل خرد در تمام زمینه ها، رعایت عدل و انصاف در برخورد و عمل، امانت داری در مسئولیت، اموال و امکانات سازمان، پرهیز از دروغ و ریا، رعایت نظم و انضباط و حفظ محیط زیست	حفظ و حمایت از سرمایه های سازمان، ارائه پیشنهاد های نوآورانه برای توسعه سازمان، درستکاری و کار کردن تحت سخت ترین شرایط و فشارها، پاسخگویی در قبال ذینفعان، عمل بر اساس قوانین و مقررات، وفاداری به سازمان، حفظ سود و منافع سازمان، عدم سوء استفاده از اطلاعات سازمان و مشتریان، عدم مشارکت در ایجاد محیط های کاری خصمانه، مسئولیت پذیری در قبال تمامی کارهایی که صورت می گیرد، آزادی و داشتن استقلال عمل، حفظ حقوق صاحبان سهام و حفظ محیط زیست
خدمتگزاری به خلق و کسب رضایت خالق	اثربخشی، حفظ منافع سازمان و گروه محدودی از افراد

منبع: (ترک زاده و حیدری، ۱۳۹۳)

بنا بر جدول (۲)، اصول اخلاقی در سازمان از نگاه اسلام و غرب با هم متفاوت هستند؛ زیرا اخلاق برآیند باورها، ارزش ها و اعتقادات اعضای سازمان و جامعه پیرامونی آن است. در سازمان غربی، اثربخشی، حفظ منافع سازمان و گروه محدودی از افراد ملاک موفقیت سازمان محسوب می شود در حالی که در سازمان اسلامی، خدمتگزاری و کسب رضایت خالق، مهم ترین دستاورد سازمان تلقی می شود.

۱-۳- اهمیت موضوع:

از آنجاکه چارچوب اخلاق سازمانی کارآمد باید متناسب با اصول و قواعد علمی، باورها و ارزش های اساسی هر جامعه ای تنظیم و اجرا شود، لازم است متناسب با پارادایم حاکم بر جامعه، حکومت و مناسبات اجتماعی، چارچوب علمی آن طراحی و تعیین گردد (پور حسن، ۱۳۹۶). بر این اساس اخلاق و هدف از به کارگیری آن در سازمان نیز متفاوت می شود؛ بنابراین در حوزه اخلاق سازمانی نیز آنچه در جامعه و فرهنگ غرب تولید شده و مورد استفاده قرار گرفته است، نمی تواند پاسخگوی نیاز سازمان های ما، آن هم در جهان بینی و یا پارادایمی متفاوت باشد.

کاربست رویکرد اسلامی در عمل از این منظر حائز اهمیت است که دین مبین اسلام به عنوان کامل ترین منشور دعوت خداوندی است که خداوند به انسان عنایت فرموده و هدایت و راهبری جهانیان را در مسیر نیل به تعالی، رسالت قطعی خویش قرار داده و مجموعه بسیار گسترده ای



از تعالیم اخلاقی و حقوق جهان‌شمول و جاودان را، در مسیر نیل به‌غایت مطلوب، به‌صورت تأسیسی و امضایی فراروی انسان‌ها قرار داده است (مانیان و رونقی، ۱۳۹۵)؛ بنابراین آموزه‌های اصیل اسلامی در حوزه اخلاق می‌تواند علاوه بر اینکه در تحقق اهداف سازمانی مؤثر باشد، به رشد، رستگاری و تعالی انسان و سازمان (افجه‌ای، ۱۳۹۳) نیز منجر شود. ازاین‌رو، ضروری است به چارچوبی بومی مبتنی بر ارزش‌های ناب اسلامی دست‌یافت تا علاوه بر توسعه دانش موجود، راهنمای عمل در محیط‌های سازمانی کشورمان باشد؛ بنابراین در پژوهش حاضر تلاش شده است با نگاهی جامع و برگرفته از پارادایم اسلامی تولید علم، چارچوب اخلاق سازمانی، طراحی گردد. چارچوب طراحی‌شده برآیند مطالعه و بررسی متون مرتبط با حوزه مدیریت اسلامی، اخلاق سازمانی و همچنین برآمده از نظر صاحب‌نظران این حوزه است که اعتبار آن مورد ارزیابی قرار گرفته است.

۱-۴- مسئله اصلی

بحران‌ها و آشفتگی‌های موجود در جوامع بشری اعم از توسعه‌یافته و نیافته نشانگر آن است که مسائل امروز جوامع بشری فقط مشکلات اقتصادی و سیاسی نیست، بلکه یکی دیگر از مشکلات اصلی، بحران ناشی از فروپاشی اصول اخلاقی در جوامع انسانی است. می‌توان اصلی‌ترین علت آن را ضعف اندیشه‌های اخلاقی حاکم دانست؛ زیرا آرای فلاسفه و اندیشه‌ورزان، در این زمینه غالباً یا یک‌سویه بوده یا در تقابل با همدیگرند، ازاین‌رو ارائه راه‌حل میانه‌ای که با زبان قابل‌فهم برای تمام انسان‌ها توصیه‌شده باشد ضروری به نظر می‌رسد. استفاده از آموزه‌های قرآن، سیره رسول گرامی اسلام (ص) و ائمه معصومین (علیهم‌السلام) که در آن حقایق و اصول اخلاقی در یک فرهنگ جهانی بشری تعریف‌شده و مبتنی بر ارزش‌های عقلانی و وجدانی بر اساس حسن و قبح عقلی و ذاتی است یعنی جدای از وحی، عقل انسان نیز قادر به شناسایی آن‌ها بوده و درعین‌حال منطبق بر وحی است و ارزش‌ها با ابزارهای عقل و وجدان و علم بشری قابل‌سنجش و اندازه‌گیری است و چون با هیچ حقیقتی سر‌ستیز ندارد، قابلیت آن را دارد که موردپذیرش همگان واقع‌شده و راهبر انسانیت، به‌سوی وحدت و زندگی بهتر شود (حسینی الموسوی، ۱۳۹۵).

در عصر اطلاعات و ارتباطات که ارزش‌ها، باورها، اعتقادات و فضائل اخلاقی به‌صورت روزانه در معرض تقابل و رویارویی قرار می‌گیرند و بسیاری از سازمان‌ها در معرض مسائل رفتاری و اخلاقی هستند و مشکلات اخلاقی جدید و منحصربه‌فردی ایجاد شده است، نیاز به کاربرد مفاهیمی همچون باور به خدا یا نیروی برتر، حقیقت، اخلاق، نوع‌دوستی و معنا جویی در



کار و غیره به حوزه کسب و کار، پژوهش‌ها و اقدامات مدیریتی هستیم که همه این‌ها از ظهور پارادایم جدیدی حکایت دارند (ترک‌زاده و عامری فر، ۱۴۰۰). امروزه به‌جای تأکید بر شیوه‌های سنتی در سازمان، به مفهوم اخلاق و اخلاق سازمانی تأکید می‌شود و اخلاق سازمانی، به‌صورت روزافزون و به‌سرعت در سازمان‌ها توسط پژوهشگران، مدیران و کارکنان، جهت مرادفات ضروری سازمان با مشتریان، کارکنان و جامعه، موردتوجه قرار می‌گیرد. در این سازمان‌ها، موفقیت، تنها با آگاهی عمومی و تخصصی و نیز مهارت‌های مختلف در اجرای آموخته‌ها، به فرجام نمی‌رسد، بلکه عنصر نقش‌آفرین دیگر، اخلاق سازمانی است. چه‌بسا، سازمان‌هایی که کارکنان آن دانش و تخصص کافی دارند، اما دچار مصائب، مشکلات و ناکامی‌های فراوانی هستند که ریشه در اخلاقیات دارند (حقیقت شهرستانی و همکاران، ۱۳۹۹). به‌زعم بسیاری از پژوهشگران، این پارادایم جدید در محیط کار که برگرفته از مذاهب و آیین‌های شرقی و غربی، علوم شناختی، فیزیک کوانتوم، علوم سایبرنتیک است، عکس‌العمل مناسبی به پارادایم خشک و مکانیکی مدرن است. این پارادایم جدید، پارادایم معنویت است (همتی، ۱۳۹۵؛ گیوریان و همکاران، ۱۳۹۳). بازگشت به معنویت، عقلانیت و اخلاق را می‌توان رویکرد جدید دنیای امروز دانست.

با توجه به‌ضرورت و اهمیت حاکمیت اخلاق در سازمان‌ها و همچنین استقرار رویکردی اسلامی به سازمان و نیاز روزافزون سازمان‌های امروز جامعه به معنویت و اخلاق محوری، انجام پژوهشی در این زمینه ضروری بوده و از اهمیت فراوانی برخوردار است؛ به‌عبارت دیگر علی‌رغم اهمیت گسترده اخلاق سازمانی از منظر اسلام، مطالعات اندکی در این خصوص صورت گرفته است و انجام پژوهشی در این زمینه با رویکرد پارادایمی دارای اثرات متعدد مطلوبی برای سطوح مختلف سازمان، ذینفعان کلیدی سازمان و درنهایت دارای مزایای بسیاری ازجمله حاکمیت اخلاق در سازمان‌ها و جامعه اسلامی ما دارد و به‌عنوان گامی هرچند کوچک در مسیر تولید و توسعه علم اسلامی در سایه پارادایم اسلامی محسوب خواهد شد و افق‌های جدیدی را پیش روی مدیران، پژوهشگران و کارکنان سازمان‌ها ترسیم می‌کند.



۱-۵- هدف پژوهش

هدف از انجام این پژوهش ترکیبی دومرحله‌ای اکتشافی متوالی^۱ از نوع طبقه‌بندی^۲ در دو مرحله (کیفی و کمی) طراحی و اعتبار یابی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی بوده است؛

هدف بخش کیفی: طراحی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی
هدف بخش کمی: اعتبار یابی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی

۱-۶- پرسش‌های پژوهش

پرسش بخش کیفی: چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی مشتمل بر چه ابعاد و مؤلفه‌هایی است؟

پرسش بخش کمی: چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی کشف‌شده در مرحله کیفی به چه میزان دارای اعتبار است؟

۱-۷- نحوه سازمان‌دهی مقاله

در این پژوهش، با توجه به ماهیت موضوع، اهداف، سؤالات و متغیرهای پژوهش، از طرح پژوهش ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع طبقه‌بندی، استفاده‌شده است (کرسول، پلانوکلاک^۳، ۲۰۱۴). بر این اساس ابتدا توصیف و تبیینی از اخلاق سازمانی به‌صورت اکتشافی صورت پذیرفت و چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی کشف گردید و سپس در بخش کمی، اعتبار چارچوب به‌دست‌آمده، موردبررسی و ارزیابی قرار گرفت و درنهایت هر دو تحلیل کیفی و کمی یکجا مورد تفسیر قرار گرفتند (کرسول، ۲۰۰۷). روش‌های مورد استفاده در مرحله کیفی اطلاعات لازم را برای مطالعه کمی فراهم نمود.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- مبانی نظری

تاریخ تولید و توسعه علم در جهان حکایت از آن دارد که علم همواره در بسترهای تاریخی، فرهنگی و اجتماعی تولید، بسط و گسترش‌یافته است. چراکه علم ماهیتی اجتماعی دارد و عوامل گوناگون فرهنگی و اجتماعی بر تولید آن تأثیرگذار است (مرزوقی، ۱۳۹۶، ص

^۱- Exploratory Sequential Design

^۲- Taxonomy Development Model

^۳- Creswell, J. W; V. L. Plano Clark



۹). لذا هر جامعه و فرهنگی نیز دارای نظام ارزشی و فکری خود یا به تعبیر دیگر دارای یک نوع جهان بینی خاص خود است که تولید علم خارج از آن نمی تواند ظهور و بروز نماید. از این منظر جهان بینی به معنای مجموعه ای از اعتقادات و باورها پیرامون هستی و انسان است، یعنی نوع برداشت و طرز تلقی است که یک مکتب درباره جهان و هستی عرضه می کند (مطهری، ۱۳۸۷، ص ۷). به طور کلی می توان گفت که مبنا، بنیاد و بنای سلسله مراتب معرفت و جریان تولید علم، مبتنی بر جهان بینی هاست؛ یعنی علم در مفهوم کلی آن خواه در معنای عمومی آن یعنی دانش و معرفت و خواه در معنای محدود و خاص تر آن یعنی علم تجربی، متأثر از جهان بینی است (مرزوقی، ۱۳۹۶، ص ۱۲)؛ اما اینکه جهان بینی چگونه می تواند در فرایند تولید علم و معرفت نقش آفرینی کند و یا علم چگونه می تواند از جهان بینی ارتزاق کند را می توان با نگاهی به پارادایم^۱ که در واقع نقشه راهبری یا راهبرد نظری انجام هرگونه فعالیت علمی است یافت. از این منظر پارادایم، مجموعه قضایایی است که چگونگی شناخت جهان و واقعیت های آن را تبیین می کند. در این قضا یا، جهان بینی، پیچیدگی ها، امور مهم، مشروع و منطقی تعریف می شوند (پا تن، ۱۹۹۰، ص ۳۷). پارادایم یک نظام فکری برای اندیشمند پدید می آورد که به واسطه آن، وی پیش فرض های اساسی، سؤالات مهم و مورد نظر، معماها که باید حل شوند و فنون تحقیقاتی مورد نظر را مشخص می سازد (نیومن، ۱۹۹۷، ص ۳۹). پارادایم ها یا نظام های فکری حاکم بر تولید علم در سه سطح هستی شناختی^۲، یعنی دیدگاه نسبت به واقعیت (مثلاً واقعیت عینی، مادی، سکولار و یا الهی است)، سطح معرفت شناختی^۳ در معنای امکان شناخت جهان واقعیت ها و اشکال آن و سطح روش شناختی^۴ در معنای ابزار فنی و تکنیک های تولید علم، باهم تفاوت دارند (ایمان و ساداتی، ۱۳۹۲، ص ۴۹۹). بوریل و مورگان (۱۹۷۹، ص ۴۶) بر این باورند که نظریه های علمی متکی بر فلسفه هایی هستند که از لحاظ پیش فرض اساسی تفاوت دارند؛ بنابراین پیش فرض های علم تحت عنوان پارادایم، نقش اساسی را در هویت بخشی به علم دارند، به عبارت دیگر خط مشی پارادایمی پاسخ های روشنی به چهار پرسش اساسی پیرامون عناصر هستی شناختی، معرفت شناختی، انسان شناختی و روش شناختی فراهم می آورد.

^۱- Paradaigm

^۲- Patton

^۳- Antologic

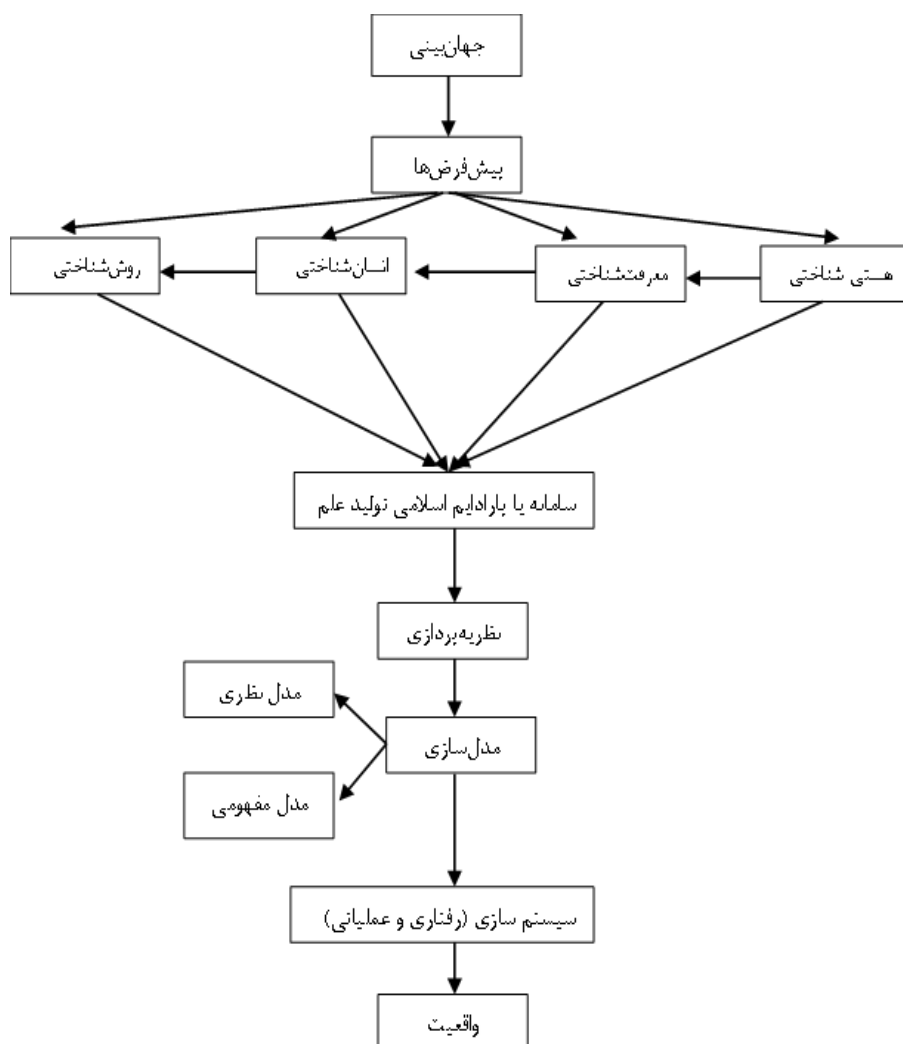
^۴- Epistemologic

^۵- Methodologic



پارادایم از طریق رجوع به جهان‌بینی، تلاش می‌کند تا به این پرسش پاسخ دهد که واقعیت چیست؟ پرسشی که جنبه هستی‌شناسانه دارد همچنین پارادایم بستری را فراهم می‌کند تا ضمن توجه به تعریف پدیده‌ها، چگونگی تحلیل و تبیین نظری و کسب معرفت از آن‌ها را که دربرگیرنده روش‌شناسی نیز هست، معرفی نماید. درعین حال پارادایم با پدیده‌ها و واقعیت‌های انسانی، اجتماعی و تربیتی فاصله دارد و می‌خواهد از طریق علم و سطوح نظریه‌ای آن، واقعیت‌ها را تحلیل کند. از این منظر، پارادایم محدوده‌ای بین انتزاعیات و پدیده‌های واقعی است؛ یعنی از یک‌سو، به مفاهیم و امور انتزاعی مرتبط با جهان‌بینی ارتباط دارد و از سوی دیگر تلاش می‌کند تا با مدل‌سازی به واقعیت‌ها و پدیده‌ها ورود کند و آن‌ها را مورد مطالعه قرار دهد (مرزوقی، ۱۳۹۵، ص ۲۷). در یک طبقه‌بندی کلی دو نوع جهان‌بینی کلان و فرا پارادایم تحت عنوان فرا پارادایم الهی و فرا پارادایم غیر الهی وجود دارند که در ذیل هر کدام از آن‌ها پارادایم‌های فرعی دیگری قرار می‌گیرند. برای مثال در ذیل فرا پارادایم الهی انواع پارادایم‌های دینی از جمله پارادایم اسلامی قرار می‌گیرد و در ذیل فرا پارادایم غیر الهی دست‌کم چهار نوع پارادایم پوزیتویستی، تفسیری، انتقادی و پست‌مدرن قرار می‌گیرند. از آنجایی که علوم به‌طور کلی و علوم انسانی، علوم اجتماعی و علوم تربیتی و رفتاری، شأنی ایدئولوژیک، هنجاری و ارزشمدارانه دارند و نمی‌توان صرفاً شأنی فناورانه برای آن‌ها قائل شد لذا نگاهی عمیق به بنیادها و بنیان‌های جهان‌بینانه فرایندهای تولید علم ضروری است. از این نظر، رویکردی که می‌تواند به تولید علم اسلامی منجر گردد، رویکردی خواهد بود که پیش‌فرض‌های آن مبتنی بر جهان‌بینی الهی و اسلامی و برآمده از نظام فکری اسلامی باشد. در الگوی پارادایمی تولید علم اسلامی تلاش می‌شود تا ارتباط بین حوزه‌های انتزاعی جهان‌بینی، علم و واقعیت از طریق تلقی و تأمین پارادایمی برقرار گردد (شکل ۱).





شکل شماره ۱- سلسله مراتب معرفتی در الگوی پارادایمی تولید علم اسلامی (مرزوقی، ۱۳۹۶، ص ۱۳۳)

تمام رهیافت‌های مربوط به مطالعه جامعه از نوعی چارچوب مرجع و زمینه تبعیت می‌کنند؛ نظریه‌های گوناگون، دیدگاه‌ها، مباحث، مسائل مختلفی را مطرح می‌کنند و عموماً بر مجموعه پیش‌فرض‌های کلی مبتنی هستند که دید ویژه و خاصی را درباره ماهیت موضوع مورد مطالعه انعکاس می‌دهند. بر این اساس در ادامه اخلاق سازمانی مورد بررسی می‌گیرد.



اخلاق سازمانی

در بحث از رفتارهای خوب و بد، علم اخلاق دو رویکرد دارد: یک رویکرد به مباحث نظری و کلی و رویکرد دیگر به مباحث مربوط به رفتارهای عینی و واقعیت خارجی می‌پردازد. در رهیافت اول، از چپستی، علل و آثار رفتار خوب و بد بحث می‌کند؛ اما در رهیافت دوم که اخلاق کاربردی است به مباحث و معضلات عملی به نحو خاص و مستقیم عنایت دارد (فرهود، ۱۳۸۶؛ قرا ملکی، ۱۳۸۶، آلموند^۱، ۱۹۹۸). اخلاق کاربردی خود حوزه‌های فراوان دارد: اخلاق مهندسی، پزشکی، سازمانی، زیست‌محیطی، تجارت، آموزش و ... (فرهود، ۱۳۸۶). بسیاری از این حوزه‌ها شاخه‌ای از اخلاق حرفه‌ای هستند (شال باف، ۱۳۸۸).

رویکرد استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای از جمله رهیافت‌های جدیدی است که در دهه‌های اخیر رواج یافته است، در این رهیافت به مسئولیت‌پذیری سازمان با نگرش سیستمی و به نحو سیستمی نگر و کل‌گرایانه اخلاق سازمان تأکید می‌شود (قرا ملکی، ۲۰۱۱). از این منظر اخلاق سازمانی شامل ابعاد مختلفی است: کاربرد ارزش‌ها و اصول اخلاقی، فرایند منطقی مطرح در اتخاذ تصمیمات اخلاقی و تصمیمات و رفتارهایی که منتج از فرآیندهای سازمانی است (فیشور و بون، ۲۰۰۷ ص ۱۵). به بیان دیگر، اخلاق سازمانی به بیان مسئولیت‌ها و وظایف اخلاقی سازمان در قبال حقوق محیط داخلی و خارجی می‌پردازد و از آن تحت عنوان عاملی در جهت ارزیابی از میزان کارایی سازمان‌ها یاد می‌شود که مستلزم سطحی از کوشش برای تغییر ساختارها، بهبود مناسبات، ایجاد بسترهای قانونی و سازوکارهای مناسب انگیزشی و نگرشی است (قرا ملکی، ۲۰۰۶؛ هچر^۲، ۲۰۰۴).

اخلاق از دیدگاه‌های مختلف بررسی شده است و معانی متفاوتی دارد؛ اما عموماً آن را شناخت درست از نادرست در محیط کار و انجام درست و ترک نادرست می‌دانند (غلامی، ۱۳۸۸). اصول اخلاقی راجع به چگونه بودن افراد و این‌که در سازمان متبوع خود چگونه رفتار کنند، مطرح می‌شوند (گباداموسی، ۲۰۰۴). کنمی و همکاران (۲۰۱۰)، اخلاق را به عنوان استانداردها و کدهایی که حاکمیت^۳ هنجارها و هدایت^۴ رفتار مناسب افراد سازمان را بر عهده دارد، نیز تعریف کرده‌اند.

^۱- Almond

^۲- Hatecher

^۳- govern

^۴- conduct



اخلاق سازمانی یک حوزه در حال ظهور است که با مطالعه و کاربرست رفتار اخلاقی سازمان‌ها در ارتباط است (الس^۱ و مک‌دونالد^۲، ۲۰۱۷). اخلاق سازمانی، طی یک و نیم قرن گذشته در جوامع توسعه‌یافته به‌عنوان بخشی از علم مدیریت نهادینه‌شده است. از آنجاکه سازمان‌ها نقش اساسی در بهبود وضع کلی جوامع دارند، به‌کارگیری اخلاق و مفاهیم اخلاقی در سازمان‌ها ضروری به نظر می‌رسد. تحقق این امر، موجب تعالی و پیشرفت سازمان‌ها خواهد شد.

اخلاق در سازمان، تجلی وجود فرهنگ سازمانی مثبت و نگرش افراد 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 (رحیمی، ۱۳۹۴).

۲-۲- پیشینه پژوهش

بررسی منابع بیانگر آن است که پژوهش‌های مختلفی در زمینه اخلاق سازمانی انجام‌شده است که در ذیل به نمونه‌هایی از آن‌ها اشاره‌شده است.

جدول شماره ۳- پژوهش‌های انجام‌شده در اخلاق سازمانی، منابع فارسی

نویسندگان (سال پژوهش)- رویکرد پژوهش و روش استفاده‌شده	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
ترک‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)- توسعه‌ای با طرح کیفی و مطالعه موردی چندگانه ابزاری و برای تحلیل اطلاعات از روش تحلیل مضمون استفاده‌شده است.	هدف پژوهش، طراحی چارچوب اخلاق سازمانی در پارادایم اسلامی تولید علم.	اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی مشتمل بر سه بعد و ۵۳ مؤلفه است. ابعاد بینشی، نگرشی و کنشی که همسوسازی داده‌ها حاکی از تأیید چارچوب است.
داوران و همکاران (۱۴۰۱)- طرح آمیخته با استفاده از تحلیل مضمون و پیمایشی	ارائه الگوی اخلاق سازمانی بر اساس آموزه‌های نهج‌البلاغه	الگوی اخلاق سازمانی در پرتو نهج‌البلاغه بر ۴ مؤلفه اصلی است. مؤلفه تخصصی و حرفه‌ای؛ مؤلفه ارزشی و معنوی؛ مؤلفه زمینه‌ساز و مؤلفه بنیادین و ایدئولوژیک
رکنی لمونی، محمدتقی (۱۳۸۹)- کیفی- مروری	بررسی و احصاء مصادیق اصلی اخلاق سازمانی	شناسایی مصادیق‌های اصلی اخلاق سازمانی

^۱- Carolyn Ells

^۲- Chris MacDonald



عباسی قادر، مجتبی؛ اسماعیلی، طاهره (۱۳۹۶)- کیفی - تحلیل مضمون	بررسی هوش اخلاقی در مدیریت	فرهنگ تأثیر بسزایی در رفتار کارکنان دارد، اصول هوش اخلاقی در مدیریت، مراحل آموزش هوش اخلاقی به مدیران
سرمدی، محمدرضا (۱۳۹۵)- کمی - کاربردی - توصیفی همبستگی	ارائه مدل علی اخلاق کار اسلامی و تعهد سازمانی با نقش واسطه‌ای عدالت سازمانی و ارزش‌های شغلی	نتایج نشان دهنده برازندگی مدل مفهومی و تأیید آن برای جامعه دانشگاه پیام نور و به‌ویژه اعضای هیئت علمی است. وجود ارتباط مستقیم و معنادار میان مؤلفه‌های اخلاق کار اسلامی (نگرش اخلاقی به کار، روابط بین فردی، عدالت سازمانی و ارزش‌های شغلی) از یک سو و از سوی دیگر، وجود ارتباط مستقیم و معنادار میان عدالت سازمانی و ارزش‌های شغلی و تعهد سازمانی اثرهای مستقیم مورد بررسی قرار گرفت. در مورد اثرهای غیرمستقیم مؤلفه‌های اخلاق کار اسلامی با تعهد سازمانی با نقش میانجی عدالت سازمانی و ارزش‌های شغلی است که نشان‌دهنده نقش واسطه‌ای این دو متغیر و اهمیت آن‌ها در تحلیل‌های سازمانی است.
جلالی فراهانی، مجید؛ فریدونی، مسعود (۱۳۹۶)- کمی - همبستگی	ارائه مدل تأثیر معنویت و اخلاق سازمانی بر درگیری شغلی کارشناسان ستادی وزارت ورزش و جوانان	معنویت سازمانی دارای ضریب اثر بر درگیری شغلی و اخلاق سازمانی است. مدل ارائه‌شده در پژوهش تأثیر معنویت سازمانی از طریق اخلاق سازمانی را بر درگیری شغلی تأیید کرد. در نتیجه مدیران وزارت ورزش و جوانان با ایجاد جوی معنوی و اخلاقی می‌توانند درگیری شغلی و در نهایت عملکرد سازمان را بهبود بخشند
قاسم‌زاده علیشاهی، ابوالفضل؛ حدیری زاده، زهرا و محمد حسنی (۱۳۹۵)- کمی - توصیفی از نوع همبستگی	بررسی پیشایندها و پیامدهای اخلاق کار اسلامی	یافته‌های حاصل از تحلیل همبستگی میان متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که میان این متغیرها (به‌جز رابطه بین فرهنگ خدمتگزاری و مسئولیت اجتماعی) همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد
امین افشار، زهرا؛ الهی، سید مجید؛ هوشنگی، محسن (۱۳۹۶)- کمی - توصیفی همبستگی	بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی و اخلاق کار سلامی بر عملکرد شغلی با تکیه بر نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی: مطالعه موردی: اداره کل ثبت و اسناد و املاک شهر مشهد	اخلاق اسلامی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نداشته است. در بین متغیرهای موجود و تأثیرپذیر از اخلاق کار اسلامی، متغیر عملکرد شغلی کارکنان بیشترین تأثیر را از آن دریافت کرده است. نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی نیز در رابطه بین اخلاق کار اسلامی و عملکرد شغلی کارکنان تأیید نشد. تأثیر سایر متغیرهای میانجی تحقیق نیز مورد تأیید قرار گرفت



شریف‌زاده، حکیمه السادات؛ میرمحمدتبار، سید احمد؛ سهرابی، مریم (۱۳۹۵) - کیفی - فرا تحلیل	فرا تحلیل مطالعات مربوط به اخلاق کار اسلامی	از بین این متغیرها، سه متغیر تعهد سازمانی، عدالت سازمانی و رضایت شغلی، بیشترین تأثیر را بر اخلاق کار اسلامی داشتند.
منطقی، محسن؛ شریفی، احمد حسین (۱۳۹۷) - کیفی - اکتشافی	اکتشاف نظریه اخلاقی اسلام در موضوع سکوت سازمانی	سکوت سازمانی به خودی خود نه خوب است و نه بد؛ بلکه حسن فعلی آن منوط به این است که در خدمت اعتلای جامعه اسلامی و عزت مسلمین باشد؛ از روی دوراندیشی پارسایانه صورت گیرد؛ با اصل مشورت دهی و مشورت گیری منافات نداشته باشد؛ با مسئولیت‌پذیری تعارض نداشته باشد؛ همچنین هنجارهای کلانی مثل، عدالت، ظلم‌ستیزی و امثالهم را نقض نکنند، در صورتی از حسن فاعلی و در نتیجه حسن اخلاقی برخوردار خواهد شد که به هدف قرب الهی و انجام وظیفه دینی صورت گرفته باشد
نصیری، عزت اله؛ حسینی، نجمه (۱۳۹۲) - کمی - توصیفی تحلیلی	تحلیل ارزش‌های اخلاقی مؤثر در سلامت سازمان از منظر کلام معصومان	یافته‌ها حاکی از آن است که از منظر معصومان، اخلاق فردی و حرفه‌ای، سلامت سازمان را ارتقاء می‌بخشد.
میرمحمدتبار، سید احمد؛ مجدی، علی‌اکبر، سهرابی، مریم (۱۳۹۶) - کمی - روش فرا تحلیل	فرا تحلیل عوامل مؤثر بر اخلاق سازمانی	رابطه ۴۴ متغیر با اخلاق سازمانی در تحقیقات مختلف بررسی شده است. از بین این متغیرها، سه متغیر، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی بیشترین تأثیر را بر اخلاق سازمانی داشتند.

با مطالعه نظام‌مند پیشینه پژوهش و تجزیه و تحلیل آن، آشکار می‌گردد که آنچه در حوزه اخلاق سازمانی مورد مطالعه و پژوهش قرار گرفته است، بیشتر بر نقش اخلاق سازمانی در تحقق اهداف سازمانی، اثربخشی، بهره‌وری، تعهد کارکنان، سلامت سازمانی، رضایت شغلی، اثربخشی، طراحی منشور اخلاقی، تبیین نقش و جایگاه اخلاق در سازمان‌ها، عدالت سازمانی، مدیریت اخلاق، رفتار شهروندی سازمانی و غیره پرداخته‌اند و کمتر به ارائه چارچوب اخلاق سازمانی پرداخته‌اند؛ علاوه بر این عمده پژوهش‌هایی که در داخل کشور به مطالعه اخلاق سازمانی پرداخته‌اند، بدون در نظر گرفتن تفاوت‌های فرهنگی، ارزشی و باورها و به‌طور کلی بدون در نظر گرفتن جهان‌بینی و یا پارادایم حاکم بر جامعه اسلامی کشورمان به طرح موضوع پرداخته‌اند که به نظر می‌رسد انجام پژوهشی با در نظر گرفتن نواقص و شکاف تحقیقاتی موجود، می‌تواند راهگشا باشد، از این‌رو در پژوهش حاضر با توجه به اهمیت موضوع اخلاق، به طراحی و تبیین چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی پرداخته شده است.



وجه نوآوری مقاله حاضر نسبت به مطالعات پیشین

- ۱- در این پژوهش سازه جدیدی از اخلاق سازمانی در سه بعد مبانی، اصول و ابعاد مبتنی بر جهان‌بینی اسلامی برای اولین بار تدوین و وارد منابع و متون مربوط به سازمان و اخلاق سازمانی گردید که به‌نوبه خود زمینه را برای پژوهش‌های آتی فراهم می‌سازد.
- ۲- چارچوب کشف‌شده در این پژوهش با اتکای به اسناد و دیدگاه صاحب‌نظران حوزه اخلاق سازمانی، راهکارهای جدیدی برای ایجاد و توسعه سازمان‌های اخلاقی بر مبنای پیش‌فرض‌های اساسی جهان‌بینی اسلامی فراهم آورده است که درواقع نقشه راهی را برای متخلل نمودن سازمان‌ها به اخلاق اسلامی ترسیم می‌نماید.
- ۳- کشف و اعتبار یابی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، برای نخستین بار در اثر این پژوهش، نوآوری و مزیت دیگری به شمار می‌رود.

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف طراحی و اعتبار یابی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی انجام‌شده است. برای این منظور از رویکرد پژوهش ترکیبی^۱ استفاده شد (کرسول، پلانوکلاک، ۲۰۱۴). پژوهش‌های ترکیبی، پژوهش‌هایی هستند که با استفاده از ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسند. در روش‌های تحقیق ترکیبی برای بررسی مسئله پژوهشی، محقق با به کار بردن مجموعه روش‌هایی که اساس آن‌ها پارادایم‌های گوناگون است، بررسی موقعیت نامعین را میسر و فرآیند آن را تسهیل می‌کند. پارادایم حاکم بر پژوهش‌های ترکیبی، پارادایم پراگماتیسم است (لِسر و والرستاین، ۲۰۱۸؛ ایمن، ۱۳۹۰ ص ۳۳).

طرح ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع طبقه‌بندی به‌منظور تبیین ارتباطات، وقتی که متغیرهای مورد مطالعه شناخته شده نیست بکار می‌رود، بر این اساس ابتدا توصیف و تبیینی از اخلاق سازمانی به‌صورت اکتشافی صورت پذیرفت و چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد

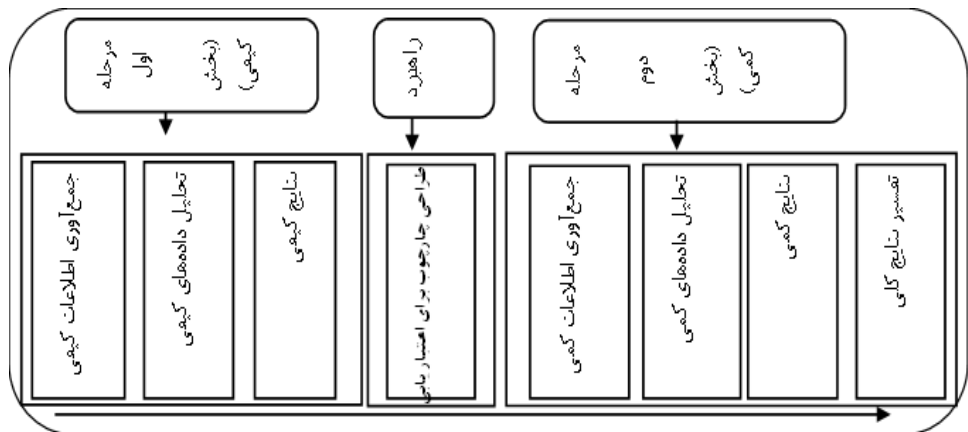
^۱- Mixed Methods Research

^۳- Lucero & Wallerstein



چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی: پژوهشی ترکیبی / جعفر ترک زاده^۱، فرشاد عامری

اسلامی کشف گردید و سپس در بخش کمی، اعتبار چارچوب به دست آمده، مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت و در نهایت هر دو تحلیل کیفی و کمی یکجا مورد تفسیر قرار گرفتند (کرسول، ۲۰۰۷). روش‌های مورد استفاده در مرحله کیفی اطلاعات لازم را برای مطالعه کمی فراهم نمود. در شکل (۲) مسیر انجام پژوهش نشان داده شده است. شکل زیر طرح کلی و روند انجام پژوهش را نشان می‌دهد:



شکل ۲- روند انجام پژوهش ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع طبقه‌بندی (کرسول، پلانوکلاک، ۲۰۱۴)

۳-۱- بخش کیفی پژوهش

در این پژوهش جهت شناسایی و کشف مؤلفه‌ها و عوامل چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی از مطالعه موردی کیفی و با روش فرایند چرخه‌ای تحلیل^۱ استفاده شد (ترک‌زاده، ۱۳۸۸). فرایند چرخه‌ای تحلیل را نخستین بار سارانتاکوس (۱۹۹۸) به عنوان یک روش تحلیل کیفی، در کتاب پژوهش اجتماعی خود به صورت مختصر معرفی نموده که مشتمل بر سه مرحله تقلیل داده‌ها، سازمان‌دهی و تفسیر است. ترک‌زاده (۱۳۸۸) به بسط این روش پرداخته است و مراحل آن را به گردآوری داده‌ها^۲، تقلیل احیاگرانه داده‌ها^۳، سازمان‌دهی و تحلیل داده‌ها^۴ و تفسیر و نتیجه‌گیری^۵ برای استفاده در پژوهش‌های کیفی

^۱- The Cyclical Process Of Analysis

^۲- Data Gathering

^۳- Data reduction

^۴- Data analysis and organization

^۵- Interpretation and conclusion



در زمینه مدیریت اسلامی توسعه داده است. روش مذکور، در عین سادگی قابلیت کاربرد بسیاری دارد و برای تحلیل مفاهیم و موقعیتهای غنی و پر بعد، اکتشاف، استخراج و استنتاج معانی بدیع از آنها قابلیت بسیاری دارد؛ بنابراین با عنایت به پراکندگی، تنوع و بعضاً، پنهان بودن منابع اطلاعاتی اخلاق سازمانی، از یک سو و تکرر، چندلایگی، غنای مفهومی، پیچیدگی روابط درونی و بیرونی و تفسیرپذیری مفاهیم و مضامین و در یک کلمه، پر بعد و پر برآیند بودن داده‌ها، در این پژوهش از این روش استفاده شده است. قلمرو کاوش و گردآوری داده‌های پژوهش در این بخش مشتمل بر دو دسته کلی بوده است؛ بنابراین جهت کیفیت‌بخشی و همه‌جانبه نگری در گردآوری داده‌ها، از مطالعه اسنادی و دیدگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش استفاده شد.

در مرحله اول و روش مطالعه اسنادی با مرور نظام‌مند داده‌ها از طریق مطالعه کلیه پژوهش‌های انجام‌گرفته در ارتباط با اخلاق سازمانی در پایگاه‌های علمی معتبر جامع علوم انسانی قرار داشتند بر اساس قرابت موضوعی و محتوایی در دامنه سال‌های ۱۴۰۱-۱۳۷۷ 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 گردآوری شدند. آگاهی‌دهندگان کلیدی در این روش شامل کلیه مشارکت‌کنندگانی بودند که تخصص، تجربه و یا اشراف نظر کافی در حوزه اخلاق سازمانی دارند. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، متخصصان و اساتید حوزه و دانشگاه‌های کشور بودند که تجربه مطالعه و پژوهش و همچنین آشنایی لازم در زمینه موضوع پژوهش داشتند. گردآوری داده‌ها 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 (مشتمل بر ۵۳ مورد) و همچنین با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختمند با آگاهی‌دهندگان کلیدی (مشتمل بر ۱۶ مورد) جمع‌آوری شد. جهت اعتبارسنجی داده‌ها از فنون مختلفی استفاده شد. برای اطمینان از قابل‌اعتماد بودن ابزار، از روش هدایت دقیق جریان مصاحبه و استفاده از راهنمایی‌های اعضای کمیته رساله برای ارزیابی و اجرای برنامه مصاحبه استفاده شد. همچنین، با توجه به اینکه یکی از ملاک‌ها

^۱- snowball sampling

^۲- Data Saturation



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، تناسب بین سوابق نظری و پژوهشی موجود در حوزه مرتبط با موضوع پژوهش با مقوله‌های به‌دست‌آمده در بخش کیفی مورد بررسی قرار گرفت.

به‌منظور اجرای بخش کیفی پژوهش، پس از انتخاب منابع و اسناد لازم در حوزه و قلمرو مورد مطالعه (۵۳ مورد) کدهای مرتبط در قالب فیش استخراج گردید و همچنین پس از انتخاب آگاهی‌دهندگان کلیدی (متخصصان و اساتید حوزه و دانشگاه‌های کشور) و انجام هماهنگی‌های لازم با ایشان، مصاحبه حضوری عمیق نیم‌ساختمند (۱۶ مورد) انجام شد و با مطرح کردن پرسش‌های باز- پاسخ در رابطه با موضوع پژوهش، مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و درنهایت هر دو دسته اطلاعات گردآوری شده پس از طی مراحل تقلیل احیاگرایانه داده‌ها و سازمان‌دهی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی استخراج گردید و نهایتاً چارچوب به‌دست‌آمده اعتبار یابی شد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تقلیل احیاگرایانه داده‌ها^۱، سازمان‌دهی و تحلیل داده‌ها^۲ بر اساس روش فرایند چرخه‌ای تحلیل استفاده شد در این راستا از روش تحلیل محتوای داده‌های کیفی (عامری فر و همکاران، ۱۳۹۸) با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون^۳ و تشکیل شبکه مضامین^۴ استفاده شد، بنابراین، پس از احصای مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر مربوط به اخلاق سازمانی، به کشف چارچوبی برای اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی با استفاده از نرم‌افزار Nvivo نسخه ۱۰ 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 طراحی شده را، مورد بررسی قرار داد (کرسول، ۱۳۹۴)؛ بنابراین چون هدف از انجام این بخش از پژوهش، کشف چارچوبی برای اخلاق سازمانی بود، بعد از احصای مضامین فراگیر، سازمان دهنده و پایه مربوطه، چارچوب اولیه طراحی و با

1- Triangulation

2- Data reduction

3- Data analysis and organization

4- Thematic Analysis

5- Thematic Network



استفاده از معیارهای اعتبارسنجی کیفی، قابل قبول بودن و قابل اعتماد بودن، اعتبار چارچوب طراحی شده موردبررسی قرار گرفت.

در بخش راهبرد، چارچوب طراحی شده از بخش کیفی تبدیل به یک ابزار جهت اعتبار یابی چارچوب طراحی شده گردید. با توجه به اینکه برحسب نوع ترکیب داده‌های کمی و کیفی، برای روش‌های ترکیبی، شش طرح اصلی همگرایی متوازن^۱، تبیینی متوالی^۲، اکتشافی متوالی^۳، نهفته و یا جاسازی شده^۴، تبدیلی^۵ و طرح چندمرحله‌ای^۶ متصور است (کرسول و کلارک، ۲۰۱۱) در این پژوهش با استفاده از روش اکتشافی متوالی، الگوی کشف شده در مرحله کیفی (مستخرج از اسناد و مصاحبه با آگاهی‌دهندگان کلیدی) برای اعتبار یابی با ۳ بعد و ۹ مؤلفه و ۱۲۶ نشانگر به صورت طیف لیکرتی پنج گزینه‌ای خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد تدوین گردید.

۳-۲- بخش کمی پژوهش

جهت اعتبار یابی چارچوب اخلاق سازمانی از روش پژوهش توصیفی-پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری برای ارزیابی اعتبار چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، کلیه متخصصان و اساتید حوزه و دانشگاه‌های کشور و کارکنان خبره سازمان‌های دولتی بوده‌اند که اطلاعات کافی در حوزه مدیریت اسلامی و اخلاق سازمانی داشتند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع معیار، گروه نمونه را ۲۴۶ نفر از متخصصان و اساتید حوزه و دانشگاه‌های کشور و کارکنان سازمان‌های دولتی تشکیل دادند لازم به ذکر است؛ معیار شناسایی و انتخاب افراد به عنوان نمونه، داشتن انتشارات (کتاب و مقاله) مربوط به موضوع، فعالیت علمی و آموزشی (سابقه تدریس و سخنرانی) در ارتباط با موضوع و خبرگی یا گرایش علمی و مطالعاتی در زمینه‌های مرتبط با موضوع بوده است. جهت اعتبار یابی چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی در این پژوهش از تحلیل عامل تأییدی استفاده شده است، تعیین حداقل حجم نمونه لازم برای گردآوری داده‌های مربوط به تحلیل عامل تأییدی بسیار بااهمیت است. باوجود آنکه در مورد حجم نمونه لازم برای تحلیل عاملی و مدل‌های ساختاری

1- The Convergent Parallel Design

2- The Consecutive Explanation Design

3- The Exploratory Sequential Design

4- The Embedded Design

5- The Transformative Design

6- The Multiphase Design



توافق کلی وجود ندارد (شریبر، ۲۰۰۶)، اما به زعم بسیاری از پژوهشگران حداقل حجم نمونه لازم ۲۰۰ است (هولتر، ۱۹۸۳؛ گارور و منتزر، ۱۹۹۹؛ سیوو و همکاران، ۲۰۰۶؛ هو، ۲۰۰۸) کلاین نیز معتقد است در تحلیل عاملی برای هر متغیر ۱۰ یا ۲۰ نمونه لازم است اما حداقل حجم نمونه ۲۰۰ قابل دفاع است (کلاین، ۲۰۱۰)؛ بنابراین در این پژوهش پس از مشورت لازم با متخصصان علم آمار و بررسی منابع موجود و جهت صرفه جویی در هزینه و وقت، تعداد ۲۴۶ نفر در نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند.

روایی صوری و محتوایی مقیاس مورد استفاده با استفاده از نظرات کارشناسان و اصلاحی اساتید و صاحب نظران حوزه مدیریت اسلامی و اخلاق سازمانی (مشمول بر ۱۵ نفر) و نیز با استفاده از روش تحلیل گویه و همبستگی با نمره کل بررسی شد و برای سنجش پایایی آن، از آلفای کرونباخ استفاده شد. به منظور اعتبار یابی چارچوب تهیه شده، از تحلیل عامل تأییدی، ماتریس همبستگی و آلفای کرونباخ استفاده شده است. در تحلیل‌های مذکور از نرم‌افزارهای SPSS 21 و Lisrel 8.8 استفاده شده است.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- مرحله اول: بخش کیفی پژوهش

بر اساس نتایج حاصل از بررسی اسناد و مصاحبه با آگاهی‌دهندگان کلیدی (صاحب نظران، اساتید و پژوهشگران حوزه و دانشگاه) چارچوب اخلاق سازمانی (مضمون فراگیر) مشتمل بر ۳ مضمون سازمان دهنده سطح اول، ۹ مضمون سازمان دهنده سطح دوم و ۱۲۶ مضمون پایه استخراج گردید. جستجو، انتخاب و گردآوری داده‌ها در اسناد و مصاحبه‌ها به منظور واکاوی و شناسایی عوامل و مؤلفه‌های اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی بر مبنای مفاهیم و مضامینی که در مقالات، کتاب‌ها، اسناد و متن خارج نویسی شده مصاحبه با صاحب نظران در دسترس بود به صورت اکتشافی^۱ و جهت‌مند^۲ گردآوری شد. بدین منظور داده‌ها در گستره مرتبط وسیعی گردآوری شدند و هم‌زمان و به‌طور مستمر، دسته‌بندی و واکاوی شدند تا به اکتشاف جوانب مختلف اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی منجر شد. برای انجام این کار، نخست متن مشروح مصاحبه‌ها و اسناد از طریق فیش‌برداری، خارج نویسی شد. بعد از مطالعه مکرر متن مصاحبه‌ها و اسناد، متن مشروح مصاحبه‌ها و اسناد به

^۱- Exploratory

^۲- Directed



بخش‌های کوتاه و معنادار در قالب کدهای اولیه تبدیل شد و سپس در مرحله بعد کلیه کدهای معنادار مشابه و هم‌معنا در ذیل یک مضمون پایه قرار داده شد؛ البته این مرحله به‌صورت مکرر چندین بار مورد بررسی و بازنگری قرار گرفت تا هم میزان خطا کاهش یابد و هم متناسب با اصل ایجاز و خلاصه‌سازی تا حد امکان کدهای معنادار به‌دست‌آمده، در ذیل چند مضمون پایه معنادار خلاصه و ادغام گردد. درواقع در این بخش بر اساس روش فرایند چرخه‌ای تحلیل (ترک‌زاده، ۱۳۸۸) تقلیل احیاگرایانه مضامین و داده‌ها انجام شد. بعد از مرحله ذکرشده که مرحله خلاصه‌سازی متون مشروح نیز نام دارد، زمینه برای اکتشاف مضامین سازمان دهنده فراهم شد. در این مرحله با ادغام مضامین پایه مشابه در ذیل مضامین سازمان دهنده و درنهایت با قرار دادن سازمان دهنده‌ها در ذیل یک مضمون فراگیر یا اصلی و با سازمان‌دهی مستمر آن‌ها، زمینه برای ساخت شبکه مضامین و کشف شبکه‌ها فراهم شد. در این مرحله نیز به‌صورت مستمر شبکه مضامین ساخته‌شده مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت و تا قبل از کشف شبکه به اصلاح و بازسازی آن پرداخته شد. درنهایت نیز پس از تأیید مضامین کشف‌شده به توصیف و تفسیر آن و چگونگی ارتباط بین مضامین احصا شده پرداخته شد.

جدول ۴- نمونه کدهای اولیه مستخرج از اسناد

کدهای اولیه		شاهد	نویسندگان/ سال
ایثار	اخلاص	معنویت به معنی برجسته کردن ارزش‌های معنوی از قبیل اخلاص، ایثار، توکل، ایمان در خود و جامعه است و اخلاق به معنی رعایت فضیلت‌هایی چون خیرخواهی، گذشت، کمک به نیازمند، راست‌گویی، شجاعت، تواضع، اعتمادبه‌نفس و دیگر خلقیات نیکوست. معنویت و اخلاق، جهت دهنده همه حرکت‌ها و فعالیت‌های فردی و اجتماعی و نیاز اصلی جامعه است؛ بودن آن‌ها، محیط زندگی را حتی با کمبودهای مادی، بهشت می‌سازد و نبودن آن‌ها حتی با برخورداری مادی، جهنم می‌آفریند.	خامنه ای (۱۳۹۷)
ایمان	توکل		
گذشت	خیرخواهی		
راست‌گویی	کمک به نیازمند		
تواضع	شجاعت		
خلقیات نیکو		اعتمادبه‌نفس	
خالقیت			
عالمیت			
نظام‌مندی			
قانون‌مندی			



یکپارچگی	۱۳۸). خداوند از حیث خالقیت و دائم الفضل و
هماهنگی	دائم الخلق بودن، بر انجام هر کاری قادر و توانا و
هدفمندی	بر همه امور همواره علی‌الدوام عالم است؛ چراکه
تسبیح و ثناگویی	اقتضای قدرت مطلق او، هیچ چیز از دایره قدرت
دنیای امکانی (عالم ممکن)	و علم او خارج نیست و این اقتضای خداوندگاری
امانت	است (مرزوقی، ۱۳۹۳: ۲۰۶). جهان طبیعت
واجد صفات جلالیه و جمالیه	منظومه‌ای قانونمند، یکپارچه، هماهنگ و دارای
تجربه‌گرایی	وحدت در ذیل مشیت و حکمت و قدرت خالق
خلافت‌گرایی	است، به گونه‌ای که برخی از محققان همچون
عقل‌گرایی	آلفرد نورث وایتهد و دیگران بر این باورند که حتی
تکثرگرایی معرفتی	مبنا و مبانی علوم تجربی در معنا و مفهوم جدید
وحدت‌گرایی	و مدرن آن ریشه در تفکر و اعتقاد به وجود
مراتب‌گرایی	خالقی خردمند و خلقتی حکیمانه، قانونمند و
واقعیت‌گرایی	نظام‌واره دارد؛ چراکه اگر این باور وجود نداشت
تنوع‌گرایی	که خالقی خردمند و حکیم، آفرینش منظم و
عمل‌گرایی	قانونمندی را به ما ارزانی داشته است، شناخت
نافع‌گرایی	قانونمندی خلقت وی نیز از لحاظ عقلانی ممکن
هدایت‌محوری	نبود و لذا علوم تجربی جدید نیز پیدایش و ظهور
تقرب‌گرایی	نمی‌یافت (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۵۸). در جهان‌بینی
تفکر	اسلامی، تمام موجودات در نظام آفرینش به
تعقل	تسبیح و ثناگویی خداوند مشغول‌اند، اما
افاضه الهی	انسان‌های عادی آن را درک نمی‌کنند (اسراء، آیه
خلافت	۴۴). خلقت خداوند امری جاری و ساری است، نه
یقین‌محوری	اینکه قبلاً و یک‌بار اتفاق افتاده باشد؛ وجود عالم و
معرفت عقلانی	پدیده‌های آن، همواره در مرحله امکان هستند،
معرفت تجربی	یعنی موجودات عوالم همگی در زمره موجودات
معرفت عرفانی	ممکن الوجوداند. این بدان معناست که تحقق امر
تنوع معرفتی	ممکن و ظهور عینی ماهیات و ممکن‌الوجودها
عقل	نیازمند فیض علی‌الدوام واجب الوجود است؛
توحید‌گرایی	چراکه ممکن از جنس عدم است و نسبت آن به
حکمت‌گرایی	وجود و عدم تساوی دارد. لذا هرگاه که این نسبت
غایتمندی	به وجود تبدیل یابد، آنگاه وجود به واسطه امر
	واجب تحقق وجودی یافته است (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۴۰).
	بشر از جایگاهی در عالم خلقت برخوردار
	است که کوه‌ها، زمین و آسمان‌ها به او نمی‌رسند.
	از این رو می‌توان گفت: انسان امانت‌دار بزرگ الهی
	است و بایستی در حفظ و صیانت از آن بکوشد،
	امانتی که هیچ موجود و یا مخلوقی آن را پذیرا
	نبود (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۵۰). انسان می‌تواند واجد



صفات و اسماء الهی در حد شان مخلوقیت خویش باشد، یعنی انسان می‌تواند متخلق به صفات الهی گردد و این تخلق است که وی را خلیفه بالفعل خداوند بر روی زمین می‌سازد. خلیفه بودن انسان‌های کامل، پیامبران و ائمه اطهار (ع) مبتنی بر همین منطق انسان‌شناختی است (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۵۱). پارادایم معرفت‌شناسی اسلامی، علیرغم معرفت‌شناسی‌های رایج در غرب که شامل تجربه‌گرایی، عقل‌گرایی، ابطال‌گرایی، نواقع‌گرایی، سازه‌گرایی و قرارداد‌گرایی می‌باشند، مبتنی بر رویکرد عقل‌گرایی خلاقانه است. این رویکرد عقل‌گرا است؛ چون عقل خصیصه ذاتی انسان است و وی باید با این ابزار به تفکر و تعمق در کائنات بپردازد و به سؤالات خود پاسخ دهد، خلاقانه است چون خلاقیت به حوزه معرفتی رسوخ می‌کند (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۵۳). از منظر پارادایم اسلامی تولید علم، تکثر معرفتی و تکثر معرفت‌شناختی به رسمیت شناخته می‌شود؛ به این معنا که می‌توان از قواعد گوناگون کسب معرفت در حوزه‌های معرفت عرفانی، عقلانی و تجربی برخوردار بود و هم از دستاوردهای معرفتی متنوعی بهره‌مند گردید. وحدت علوم در پارادایم علم اسلامی نیز عمده‌تاً جنبه جهان‌بینانه دارد و مبتنی بر هدف است و توجه به روش تولید علم مقوله‌ای ثانویه است. معرفت می‌تواند دارای مراتبی همچون علم‌الیقین (ادراک ظواهر و قانونمندی امور)، عین‌الیقین (ادراک ماهیت و ذات امور) و حق‌الیقین (پیوستگی و وابستگی به باطن امور) باشد که البته همگی در منظومه سلسله‌مراتب معرفت و علم اسلامی به رسمیت شناخته می‌شود. علم اسلامی به مطالعه واقعیت‌های مشهود و پدیده‌های عالم شهود نظر دارد؛ یعنی رویکرد معرفتی آن جنبه واقعیت‌گرایانه دارد (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۷۳). تنوع‌گرایی در تولید وجود دارد علم اسلامی محدود و معدود به یک حوزه نظری نخواهد بود بلکه انواعی از علوم اسلامی و اجتماعی، تربیتی، اقتصادی، روان‌شناختی، حقوقی، تجربی، اخلاقی و امثال آن موردنظر خواهد بود (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۷۳). در



مدل معرفتی علم اسلامی عمل‌گرایی و ترابط و پیوند عمیق و وثیق علم و عمل مورد تأکید است؛ بنابراین نظریه‌گرایی محض و یا عمل‌گرایی محض هر دو به رسمیت شناخته نمی‌شوند (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۷۳). معنای تفسیر "اول العلم معرفه الجبار و آخر علم تفویض لامره"؛ یعنی اول علم‌آموزی، خودشناسی است و آخر و عاقبت آن نیز تسلیم در برابر وی است، به این نکته اشاره می‌کند که انسان به علم نافع که تقرب بخش است و تحول‌ساز در زندگانی فردی و اجتماعی در مسیر مورد نظر خداوند است نائل می‌شود؛ علم اسلامی هدایت‌محور است؛ یعنی اگر علم در هر صورت نتواند ایمان دینی را در آدمی تقویت کند، پروسه علم‌ورزی از منظر مدل اسلامی تولید علم ناقص خواهد بود؛ بنابراین یکی از ابعاد مدل اسلامی تولید علم در کنار سایر ابعاد همچون، توحید‌گرایی، تکوین‌گرایی، مراتب‌گرایی، عمل‌گرایی، امانت‌گرایی و مسئولیت‌گرایی، نیز هدایت‌گرایی است. می‌توان گفت که مدل علم اسلامی اساساً تقرب‌گرا است؛ یعنی آدمی با عالی‌ترین سرمایه، یعنی علم که منشأ ایمان و هدایت است، باید به بالاترین و والاترین مرتبه وجودی یعنی تقریبی عاشقانه به خالق دست یابد (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۷۶). از تفکر علم حاصل می‌شود و کاربرد علم در عمل است که در چارچوب رویکرد و رویداشت و جهان‌بینی الهی نگرانه، در معنای اسلامی آن تعقل نامیده می‌شود (مرزوقی، ۱۳۹۳: ۱۱۱). تربیت عقلانی به معنای ایجاد شرایط مناسب برای پرورش قوه تعقل در انسان ضرورت پیدا می‌کند. به علاوه باید گفت که شرط توفیق تربیت در سایر ابعاد و ساحت‌ها مانند تربیت اخلاقی و اجتماعی انسان نیز معطوف به تربیت عقلانی است؛ مضافاً برای تربیت بعد الهی و معنوی انسان نیز الزامات تربیت عقلانی یکی از ابعاد مهم و اساسی تعلیم و تربیت است (مرزوقی، ۱۳۹۳: ۹۸-۹۷).		موفقیت معطوف به آینده فرد یا سازمان، در محیط و تعامل با آن حاصل می‌شود و لذا در گرو ارتباط آسان و درست محیط با فرد یا سازمان	قرا ملکی (۱۳۹۸)
محیط سازمانی	موفقیت سازمانی		
رفتار سازمانی	تعامل سازمانی		



پیش‌بینی پذیری		عملکرد سازمانی	است. محیط چنین رابط ای را به‌خودی خود یا با یاری عوامل فرا محیطی نمی‌یابد بلکه سازمان و فرد باید رابطه آسان و درست محیط را با خود ایجاد کنند و آن محتاج برخورداری سازمان و فرد از خصلت ویژه‌ای در خلق و خوی، رفتار و عملکرد است. پیش‌بینی پذیری خصلتی است که فرد یا سازمان برخوردار از آن به اعتمادآفرینی پنج‌وجهی (اصیل، ژرف، فراگیر، متقابل و پایدار) دست می‌یابد. چنین اعتمادی رابطه محیط را تسهیل و تصحیح می‌کند. پیش‌بینی پذیری به لحاظ مفهومی با مسئولیت اخلاقی همبستگی دارد: هر که او مسئولیت‌پذیرتر، پیش‌بینی‌پذیرتر. زیست اخلاقی: مسئولیت‌پذیری نسبت به حقوق طرف ارتباط در محیط ۳۶۰ درجه. مسئولیت‌پذیر بودن فرد به معنای این است که وی در هر محیطی که قرار می‌گیرد (خانواده، محیط کار، زندگی شهری) همه صاحبان حق را می‌شناسد، حقوق هر یک از صاحبان حق را می‌شناسد، رعایت حقوق آنان را سرلوحه رفتار خود قرار می‌دهد.
تسهیل و تصحیح ارتباط		اعتمادآفرینی	
زیست اخلاقی		مسئولیت‌پذیری	
حقوق صاحبان حق		شناخت صاحبان حق	
رعایت حقوق صاحبان حق			
پیش‌بینی پذیری	قاطعیت	قاطعیت، پیش‌بینی پذیری، بخشودن و عفو، احترام اصیل، خودشناسی، 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، صداقت، صراحت	قرا ملکی (۱۳۹۵)
بخشودن و عفو	بخشودن و عفو		
خودشناسی	خودشناسی		
خود محاسبه‌گری	خود محاسبه‌گری		
حفظ حریم خصوصی	حفظ حریم خصوصی		
مواجهه صادقانه	مواجهه صادقانه		
صداقت	صداقت		
پاسخگویی	پاسخگویی		
وفای به عهد	وفای به عهد		
بهره‌وری	بهره‌وری		
نگاه امین و ارتباط امانت دارانه	نگاه امین و ارتباط امانت دارانه		
صراحت			
انصاف	صداقت	صداقت، انصاف، مسئولیت‌پذیری، امانت - داری، شایسته‌سالاری، آراستگی به فضایل	قربانی (۱۳۹۷)
امانت‌داری	مسئولیت‌پذیری		



اخلاقی، دوری از رذائل، انتخاب صحیح، صداقت و عدالت، احترام سازمانی، شفافیت، پرهیز از هرگونه خان سالاری، سفارشی عمل کردن و اعمال نظرات شخصی	شایسته سالاری	آراستگی به فضایل اخلاقی
	دوری از رذائل	انتخاب صحیح
	عدالت	احترام سازمانی
	شفافیت	پرهیز از هرگونه خان سالاری
	پرهیز از سفارشی عمل کردن	پرهیز از اعمال نظرات شخصی

هم‌زمان با بررسی اسناد، مصاحبه با آگاهی‌دهندگان کلیدی (صاحب‌نظران، اساتید و پژوهشگران حوزه و دانشگاه) نیز انجام شد که پس از انجام ۱۶ مصاحبه به اشباع نظری داده‌ها رسید که در زیر به چند مورد اشاره شده است.

جدول ۵- نمونه کدهای اولیه مستخرج از مصاحبه با متخصصان و صاحب‌نظران حوزه اخلاق سازمانی

صاحب‌نظران	شاهد	کدهای اولیه
عضو هیئت علمی دانشگاه	موضع‌گیری حضرت امام (ره) در زمان جنگ باید مورد توجه قرار گیرد؛ زمانی که فرمودند دیوانه‌ای آمد یک سنگ انداخت و رفت که می‌تواند به‌طور قابل توجهی به مقاومت و پایداری، روحیه دادن به افراد، ایثارگری، فداکاری‌ها، توکل‌ها با حداقل امکانات اشاره داشته باشد که بزرگ‌ترین کارها به واسطه ارتباط روحی با اولیای الهی و خداوند متعال را رقم زد.	مقاومت و پایداری
		ایثارگری
		توکل
	حضرت آقا (مقام معظم رهبری) در بیانیه گام دوم انقلاب در بخش راهکارها و راهبردها به علم و پژوهش و معنویت و اخلاق اشاره می‌کنند و موتور محرکه و توسعه را در اهتمام به این امور برای جوانان انقلابی و اجتماع می‌دانند و به مواردی مانند اخلاص، ایثار، توکل، ایمان در خود و جامعه، خیرخواهی، گذشت، کمک به نیازمندان، راست‌گویی، شجاعت، تواضع، اعتماد به نفس و ... اشاره کرده‌اند. دنیاپرستی، ترس نسبت به غلبه دشمنان، دنبال منافع شخصی بودن	روحیه دادن به افراد
		فداکاری
		علم و پژوهش
		اخلاص
		توکل
		خیرخواهی
		راست‌گویی
		شجاعت
		اعتماد به نفس
		پویایی



دوری از دنیاپرستی	همت	جزو رذایل اخلاق سازمانی است و در مقابل ایثار، شجاعت، فداکاری، پویایی و بالندگی که به وسیله همت‌های بزرگ اتفاق می‌افتد از فضایل اخلاق سازمانی است.
پرهیز از دنبال منافع شخصی بودن	ترس نسبت به غلبه دشمنان	
کنش افراد	عقلانیت	اگر سازمان را به عنوان یک هویت واقعی تعریف کنیم همان گونه که در انسان از ۳ منظر مختلف می‌توان نگریست که شامل روح و قلب و نفس است ذهن و قوه عاقله از یک طرف قوای حس و کنش و اعمال از طرف دیگر سازمان می‌تواند دارای قوه عاقله باشد دارای قوه عامله باشد و دارای قوه باوری و گرایش باشد که فضایل و رذایلی را به صورت جمعی برای سازمان مشخص می‌کنند مثلاً می‌گوییم افراد این سازمان ساده زیست هستند؛ ایثارگر، متوکل، شجاع و اینجا راجع به افراد صحبت نمی‌شود و راجع به فضایل یک مجموعه افراد انسانی را می‌گوییم و خاصیت سینرژیک و هم‌افزایی دارد می‌تواند نشان دهد چه نقشی را می‌تواند در موفقیت سازمان داشته باشد مثلاً سازمان بسیج در هشت سال دفاع مقدس سازمانی بود که شجاعت، ایثارگری، دوری از تکبر را با حفظ روحیه جمعی ترویج می‌کرد و به آن باور و اعتقاد داشت و در رفتار افراد آن نیز متجلی می‌گردید.
روحه جمعی		
قوانین و مقررات	نحوه ارتباطات	سازمان اسلامی، سازمانی است نحوه ارتباطات منابع، قوانین و ارزش‌ها و فضایی در روابط کاری آن‌ها حاکم است باید رنگ و بوی اسلامی داشته باشد حتماً متأثر می‌شود از منابع ایدئولوژیک خاص خودش که متفاوت می‌شود با سازمان‌های سکولار. جهت‌گیری که شد سود نحوه جذب و شایسته‌سالاری متفاوت می‌شود. وقتی کار جمعی در راستای قرب الهی و تکلیف و مأموریت‌های اخلاقی باشد، روش‌های اخلاقی مبتنی بر کرامت انسانی، رشد و تعالی انسانی را شامل می‌شود.
ارزش‌ها	ارزش‌ها	
جهان‌بینی اسلامی	جهان‌بینی اسلامی	
قرب الهی	شایسته‌سالاری	
مأموریت‌های اخلاقی	تکلیف	
رشد و تعالی	کرامت انسانی	
اذهان	باورها	



سطوح فردی	اعمال	اخلاق می‌تواند در ۳ حوزه باورها، اذهان و اعمال تجلی پیدا کند که می‌تواند این ۳ بعد را هم شامل شود بنابراین می‌تواند طبقه‌بندی شود به اخلاق فردی، گروهی و سازمانی در اخلاق فردی، اجتماعی و سازمانی در باورها در اذهان و در اعمال انسان تجلی پیدا کند در اینجا گروه را گروه‌های سازمان یافته تعریف می‌کنیم و سامان‌یافتگی کار گروهی را به سازمان تعریف می‌کنیم بنابراین در سطوح فردی گروهی و اجتماعی و از حیث مفهومی در باورها، اذهان و اعمال انسان تجلی پیدا کند	
سازمانی	گروهی		
رابطه با مافوق/ زیردست/ هم‌سطح / ارباب رجوع		برخی محققان آموزه‌های اخلاقی اسلامی در ۴ رابطه که عبارت‌اند از رابطه با مافوق/ زیردست/ هم‌سطح / ارباب رجوع را جمع‌آوری نموده و به عنوان اخلاق سازمانی اسلامی معرفی کرده‌اند.	
تجلی در رفتار	نفس	اگر کسی از رفتار بدون ارتباط با ریشه‌های نفسانی بحث کند بحث او درباره اخلاق نخواهد بود درحالی‌که اگر از رفتار از باب ارتباط آن با اخلاق و انتاج رفتار از اخلاق بحث کند بحث او مرتبط با اخلاق خواهد بود	پژوهشگر و عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
توصیفی، تجویزی	روابط بین افراد	اخلاقی که در رابطه سازمانی بین افراد شکل می‌گیرد اخلاق سازمانی است و توصیف‌ها و تجویزهای اسلامی در این بستر اخلاق سازمانی اسلامی نام دارد.	
راه‌های کسب فضایل و برطرف کردن رذایل	شناخت فضایل و رذایل	دو بعد در اخلاق مدنظر است شناخت فضایل و رذایل و راه‌های کسب کردن فضایل و خوبی‌ها و راه‌های برطرف کردن کاستی‌ها و زشتی‌ها	عضو هیئت علمی دانشگاه

در این مرحله از پژوهش، به تلخیص، تلفیق و حذف موارد مشابه و هم‌معنی مستخرج از مرحله گردآوری داده‌ها (مطالعه اسنادی و مصاحبه با آگاهی‌دهندگان کلیدی) پرداخته شد. جدول (۶) مفاهیم و مضامین اخلاقی را نشان می‌دهد.

جدول ۶- نمونه مفاهیم و مضامین اخلاقی استخراج شده از اسناد و مصاحبه با صاحب‌نظران

شرح صدر	صداقت	انگیزه	کاهش خطا	مسئولیت‌پذیری	انصاف
---------	-------	--------	----------	---------------	-------



پیشرفت امور	خالقیت	غیب و شهود	ثناگویی	پرهیز از دروغ	انتخاب اصلح
بهبود روابط	خبرگی	عملکرد	محبت	رضایتمندی	همبستگی
توکل بر خدا	خدمتگزاری	قسط	دلسوزی	مدیریت	فرهنگی
توحید	شفافیت	پاسخگویی	عدالت	اسماء الهی	عالم ممکن
روح جمعی	بهداشت	ضعیف پروری	حق الناس	قاطعیت	فداکاری
تفکر خلاق	حکمت	هم افزایی	یقین	پوزش طلبی	مصلحت اندیشی
ایزاز ارادت	کارآمدی	حق حیات	ثبات	حسن سابقه	حیات طیبه
شایسته سالاری	عفو و بخشش	اخلاق شخصی	عینیت گرایی	حق گوئی	شرم و حیا
کم کاری نکردن	صبوری	الفت	مشورت	صراحت	هدف محوری
سخت کوشی	رفتار حرفه ای	تندی	نیت الهی	مراقبه	منش

در این مرحله از پژوهش داده های گردآوری شده از حیث محتوای اخلاقی مورد مطالعه و بررسی دقیق قرار گرفت و جوانب اصلی شناسایی شدند. بدین معنا، مضامین اخلاقی استخراج شده در مرحله قبل، بر اساس نوع مضمون مورد بررسی قرار گرفتند و مضامینی که با هم قرابت محتوایی داشتند، شناسایی شدند و در یک طبقه (دسته) قرار گرفتند. منظور از قرابت محتوایی، نزدیکی مقوله ها از لحاظ مفهوم، هم جنسی و هم خانواده بودن آن ها و یا قرار گرفتن آن ها در یک مجموعه و یا خط سیر مفهومی منطقی است (ترک زاده و همکاران، ۱۳۹۸). در این مرحله از فرایند چرخه ای تحلیل که به تقلیل احیاگرایانه داده ها معروف است، تمامی مضامین استخراج شده در مرحله گردآوری داده ها، به ۱۲۶ مضمون پایه تقلیل یافتند. جدول (۷) مضامین پایه ای احصا شده پیرامون اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی بر اساس اسناد و مصاحبه را به تصویر کشیده است.

جدول ۷: مضامین پایه ای احصا شده پیرامون اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی بر اساس اسناد و

مصاحبه

مضامین پایه	کدهای اولیه
خداشناسی، کسب رضایت خدا، ایمان به خدا، رستگاری، اطاعت پذیری	خدا محور
از خدا، خشنودی و رضایت خدا، قرب الهی، یاد خدا	توحید
نگاه توحیدی، پاکی از شرک	



خالقیت	خلقت الهی، خالق بودن خداوند
دو ساحتی بودن عالم	عالم غیب و عالم شهود
مظهر اسماء الهی	نظام عالم و موجود مظهر اسماء حسنی الهی
غایت‌مندی	خلق موجودات برای مقصد یا مقاصدی خاص، غایت‌مندی هستی
نظام‌مندی	قانون‌مندی؛ یکپارچگی؛ هماهنگی؛ هدف‌مندی
حق محوری	حق جویی، حق محوری و حق‌گرایی
تسبیح	اعتقاد به حمد و ثناگویی تمام هستی
دنیای امکانی	مرحله امکان، ممکن الوجود، عالم ممکن
از اویی و به‌سوی اویی	انا لله و انا الیه الراجعون، حرکت عمومی به سوی حق
فطرت	فطرت خداجوی
عقل	انسان ذی عقل
اختیار	انسان؛ موجودی مختار، مختاریت انسان

به‌منظور شناسایی مشخص و واضح‌تر مضامین پایه به‌دست‌آمده از اسناد و مصاحبه‌ها، این مضامین به‌صورت یکجا در جدول (۸) آورده شده است.

جدول ۸- مضامین پایه نهایی احصا شده پیرامون اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی

مضامین	ردیف	مضامین	ردیف	مضامین	ردیف	مضامین	ردیف
مضامین	ردیف	مضامین	ردیف	مضامین	ردیف	مضامین	ردیف
پاسخگویی	۹۷	عبرت‌آموزی	۶۵	خلاقیات گرای	۳۳	خدای محوری	۱
شایسته‌سالاری	۹۸	جدال احسن	۶۶	حکمت گرای	۳۴	توحید	۲
حسن خلق	۹۹	نگرش مثبت	۶۷	شهودگرایی	۳۵	خالقیت	۳
اعتقادات مذهبی	۱۰۰	نقدپذیری	۶۸	لدنیت	۳۶	دو ساحتی بودن عالم (غیب و شهود)	۴
باورها و ارزش‌های اخلاقی	۱۰۱	بردباری	۶۹	تکثرگرایی معرفتی	۳۷	مظهر اسماء الهی	۵



۶	غایت‌مندی	۳۸	وحدت‌گرایی	۷۰	پایداری	۱۰۲	تجارب
۷	نظام‌مندی	۳۹	معرفت و حیانی	۷۱	اخلاص	۱۰۳	شایستگی‌ها
۸	حق محوری	۴۰	معرفت تجربی	۷۲	جمع‌گرایی	۱۰۴	تحصیلات
۹	تسبیح	۴۱	مراتب‌گرایی	۷۳	قاطعیت	۱۰۵	ویژگی‌های خانوادگی
۱۰	دنیای امکانی (عالم ممکن)	۴۲	واقعیت‌گرایی	۷۴	پیش‌بینی پذیری	۱۰۶	استراتژی
۱۱	از آویی و به‌سوی آویی	۴۳	تنوع‌گرایی	۷۵	شفافیت	۱۰۷	سیاست
۱۲	فطرت	۴۴	عمل‌گرایی	۷۶	فسادناپذیری	۱۰۸	خط‌مشی
۱۳	عقل	۴۵	نافع‌گرایی	۷۷	پویایی	۱۰۹	ساختار
۱۴	اختیار	۴۶	هدایت محوری	۷۸	شرح صدر	۱۱۰	ارتباطات
۱۵	تفویض	۴۷	یقین محوری	۷۹	حق‌طلبی	۱۱۱	فناوری
۱۶	خلافت	۴۸	تقرب‌گرایی	۸۰	عدالت	۱۱۲	نظام‌پاداش
۱۷	امانت	۴۹	تکوین‌گرایی	۸۱	محبت	۱۱۳	مدیریت و رهبری
۱۸	مسئولیت	۵۰	وحی‌پذیری	۸۲	اعتماد	۱۱۴	آموزش
۱۹	شرافت	۵۱	الهام	۸۳	احترام	۱۱۵	عملکرد
۲۰	کرامت	۵۲	شهود	۸۴	تواضع	۱۱۶	نظارت
۲۱	صالح بودن	۵۳	تجربه‌اندوزی	۸۵	وجدان‌کاری	۱۱۷	تعهد سازمانی
۲۲	صلاحیت	۵۴	استدلال	۸۶	عفت	۱۱۸	تسهیم دانش
۲۳	اراده‌مندی	۵۵	مقایسه (قیاس)	۸۷	شجاعت	۱۱۹	فرهنگ سازمانی
۲۴	عالمیت	۵۶	تزکیه	۸۸	درستکاری	۱۲۰	حکمرانی
۲۵	عاملیت	۵۷	تقوا	۸۹	وقت‌شناسی	۱۲۱	محیط عمومی (جهانی، ملی، محلی)
۲۶	واجد صفات جلالیه و جمالیه	۵۸	توکل	۹۰	رازداری	۱۲۲	نظام‌سازی اسلامی
۲۷	عبودیت	۵۹	توسل	۹۱	صداقت	۱۲۳	تمدن‌سازی



۲۸	نیازمندی	۶۰	اعتدال	۹۲	مردم‌داری	۱۲۴	جهانی‌سازی
۲۹	جاودانه طلبی	۶۱	تفکر	۹۳	رعایت حقوق ذینفعان	۱۲۵	محیط تعاملی (اختصاصی)
۳۰	قدرت‌طلبی	۶۲	تعقل	۹۴	ایثار	۱۲۶	جهت‌گیری‌های کلان (چشم‌اندازها؛ سیاست‌ها؛ راهبردها)
۳۱	استخدام گری	۶۳	تدبّر	۹۵	خدمتگزاری		
۳۲	عقل‌گرایی	۶۴	تذکّر	۹۶	حمایت‌گری		

ساخت مضامین سازمان دهنده در مرحله سازماندهی و تحلیل داده‌ها

در این مرحله از پژوهش، اطلاعات به‌دست‌آمده از اسناد و مصاحبه‌ها بعد از مرتب نمودن 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. بدین معنا که با بازاندیشی در زمینه موضوع اخلاق سازمانی و استنتاج از آن، سازمان‌دهی و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده در مراحل قبل، طبقه‌بندی نهایی داده‌های اخلاقی، انجام شد و یافته‌ها در قالب جدول ارائه گردید. شایان‌ذکر است داده‌های اخلاقی به‌دست‌آمده در طبقات معین‌تر و مشخص‌تر جمع‌بندی گردید و در یک طبقه‌بندی نهایی با ۳ مضمون سازمان دهنده سطح اول، ۹ مضمون سازمان دهنده سطح دوم و ۱۲۶ مضمون پایه ارائه گردید. جدول ذیل بیانگر این موضوع است.

جدول ۹- چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی (مستخرج از مطالعه کیفی)

مضامین سازمان دهنده (سطح اول)	مضامین سازمان دهنده (سطح دوم)	مضامین پایه
مبانی	هستی‌شناختی	خدا محور؛ توحید؛ خالقیت؛ دو ساحتی بودن عالم (غیب و شهود)؛ مظهر اسماء الهی؛ غایت‌مندی؛ نظام‌مندی (قانون‌مندی؛ یکپارچگی؛ هماهنگی؛ هدف‌مندی)؛ حق محوری؛ تسبیح؛ دنیای امکانی؛ از اویی و به‌سوی اویی
	انسان‌شناختی	فطرت؛ عقل؛ اختیار؛ تفویض؛ خلافت؛ امانت؛ مسئولیت؛ شرافت؛ کرامت؛ صالح بودن؛ صلاحیت؛ اراده‌مندی؛ عالمیت؛ عاملیت؛ واجد صفات جلالیه و جمالیه؛ عبودیت؛ نیازمندی؛ جاودانه طلبی؛ قدرت‌طلبی؛ استخدام گری
	معرفت‌شناختی	عقل‌گرایی؛ خلاقیت‌گرایی؛ حکمت‌گرایی؛ شهود‌گرایی؛ لدنیت؛ تکثر- گرایی معرفتی؛ وحدت‌گرایی؛ معرفت وحیانی؛ معرفت تجربی؛ مراتب‌گرایی؛

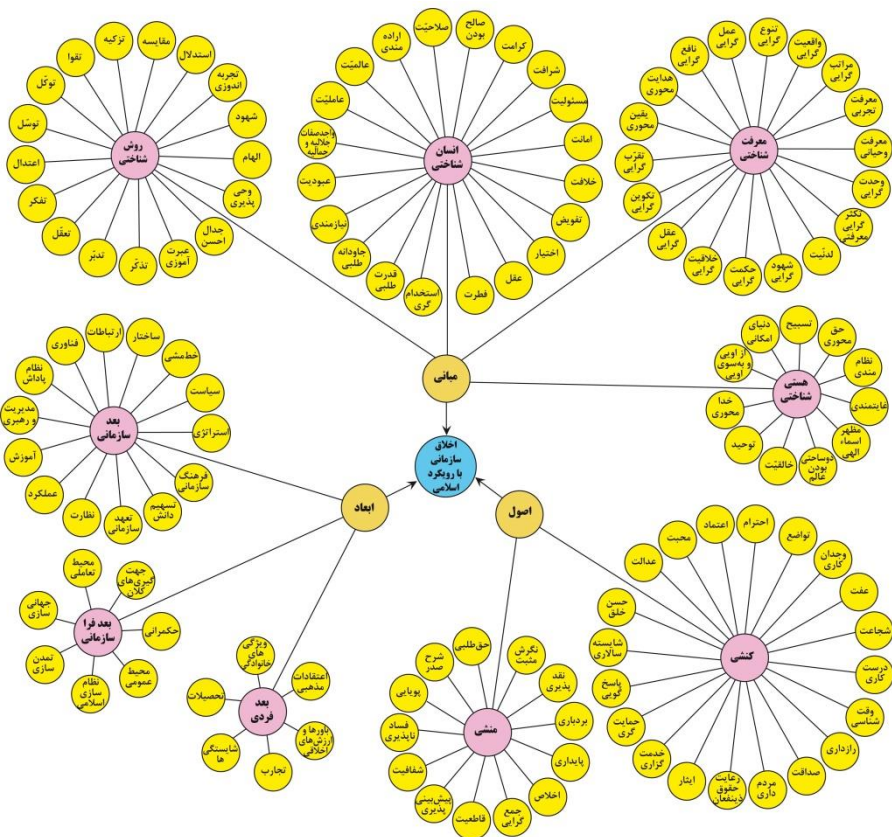


واقعیت‌گرایی؛ تنوع‌گرایی؛ عمل‌گرایی؛ نافع‌گرایی؛ هدایت‌محوری؛ یقین‌محوری؛ تقرب‌گرایی؛ تکوین‌گرایی		
وحی‌پذیری؛ الهام؛ شهود؛ تجربه‌اندوزی؛ استدلال؛ مقایسه؛ تزکیه؛ تقوا؛ توکل؛ توسل؛ اعتدال؛ تفکر؛ تعقل؛ تدبیر؛ تذکر؛ عبرت‌آموزی؛ جدال احسن	روش‌شناختی	
نگرش مثبت؛ نقدپذیری؛ بردباری؛ پایداری؛ اخلاص؛ جمع‌گرایی؛ قاطعیت؛ پیش‌بینی‌پذیری؛ شفافیت؛ فسادناپذیری؛ پویایی؛ شرح صدر؛ حق‌طلبی	منشی	اصول
عدالت؛ محبت؛ اعتماد؛ احترام؛ تواضع؛ وجدان‌کاری؛ عفت؛ شجاعت؛ درستکاری؛ وقت‌شناسی؛ رازداری؛ صداقت؛ مردم‌داری؛ رعایت حقوق ذینفعان؛ ایثار؛ خدمتگزاری؛ حمایتگری؛ پاسخگویی؛ شایسته‌سالاری؛ حسن خلق	کنشی	
اعتقادات مذهبی؛ باورها و ارزش‌های اخلاقی؛ تجارب؛ شایستگی‌ها؛ تحصیلات؛ ویژگی‌های خانوادگی	بعد فردی	
استراتژی؛ سیاست؛ خط‌مشی؛ ساختار؛ ارتباطات؛ فناوری؛ نظام پاداش؛ مدیریت و رهبری؛ آموزش؛ عملکرد؛ نظارت؛ تعهد سازمانی؛ تسهیم دانش؛ فرهنگ سازمانی	بعد سازمانی	ابعاد
حکمرانی؛ محیط عمومی (جهانی، ملی، محلی)؛ نظام‌سازی اسلامی؛ تمدن‌سازی؛ جهانی‌سازی؛ محیط تعاملی (اختصاصی)؛ جهت‌گیری‌های کلان (چشم‌اندازها؛ سیاست‌ها؛ راهبردها)	بعد فرا سازمانی	

طراحی و ترسیم شبکه مضامین در مرحله سازماندهی و تحلیل داده‌ها

در این مرحله از پژوهش نتایج حاصل‌شده با استفاده از ترسیم شبکه مضامین اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی و با استفاده از نرم‌افزار Nvivo10 به دست آمد و در قالب شکل (۳) نشان داده‌شده است. این شکل نشان‌دهنده آن است که چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی شامل ۱ مضمون فراگیر، ۳ مضمون سازمان‌دهنده سطح اول، ۹ مضمون سازمان‌دهنده سطح دوم و ۱۲۶ مضمون پایه است.





اعتبار داده‌های کیفی پژوهش

به منظور محاسبه اعتبار چارچوب کشف شده اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، از معیار اعتبار پذیری استفاده شد. برای این منظور از روش همسوسازی و خود بازمیابی محقق طی فرایند جمع آوری و تحلیل داده های کیفی انجام شد. به این ترتیب که با بررسی شواهد نظری و پژوهشی حاصل از منابع و بهره گیری از آن به توجیه یکدست بودن مضامین با استفاده از روش همسوسازی پرداخته شد. نظر به اینکه مضامین با منابع و سوابق پژوهشی همگرا بود، می توان گفت که مضامین احصا شده پیرامون اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، از اعتبار لازم برخوردار است.

۴-۲- مرحله دوم: راهبرد

خروجی بخش راهبرد

پس از کشف و اعتبار یابی چارچوب مضامین کشف شده پیرامون اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، بر اساس الگوی کشف شده در این مرحله، به تدوین ابزاری برای اجرا در بخش کمی پژوهش پرداخته شد، ابزار مذکور مشتمل بر ۳ بعد و ۹ مؤلفه و ۱۲۶ نشانگر است که پاسخ افراد را در قالب طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم دریافت می‌کند.

اعتبار یابی ابزار

روایی و اعتبار یابی (روایی صوری) ابزار از نظر ۱۵ نفر از متخصصین حوزه اخلاق سازمانی بررسی گردید. نتیجه بررسی متخصصین، روایی صوری ابزار مذکور را تأیید نمود. پس از تأیید روایی صوری ابزار تهیه شده شامل ۱۲۶ گویه بود که ۶۶ گویه مبانی، ۳۳ گویه اصول و ۲۷ گویه ابعاد اخلاق سازمانی را می‌سجد و به صورت آزمایشی در بین ۳۰ نفر از متخصصان اجرا شد و سپس اعتبار و پایایی آن مورد ارزیابی قرار گرفت. نخست روایی هر یک از ملاک‌های چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی، با استفاده از روش تحلیل گویه محاسبه شد که با عنایت به نتایج گزارش شده در جدول (۱۰) چارچوب مذکور از روایی بالایی برخوردار است. همچنین به منظور سنجش پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که با نظر به جدول، مقیاس مذکور از پایایی بسیار بالایی نیز برخوردار است.

جدول ۱۰: روایی و پایایی زیر مؤلفه‌های اولیه اخلاق سازمانی (حجم نمونه ۳۰)

مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌ها	همبستگی با نمره کل ۲	پایایی (آلفای کرونباخ)
هستی‌شناسی	۰/۷۱	۰/۷۷
انسان‌شناسی	۰/۷۵	۰/۴۳
معرفت‌شناسی	۰/۸۱	۰/۹۳
روش‌شناسی	۰/۸۹	۰/۸۷
منش	۰/۸۹	۰/۹۱
کنش	۰/۳۹	۰/۲۸
فردی	۰/۶۶	۰/۶۱
سازمانی	۰/۵۱	۰/۹۲
فرا سازمانی	۰/۷۳	۰/۸۶
کل	۷۶/۷	۰/۸۱

روایی ابزار تهیه شده (کل واریانس تبیین شده) برابر نمونه با حجم ۳۰ نفر برابر ۷۶/۷ برآورد شده است و همچنین میزان آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۸۱ است. نتایج اعتبار یابی



ابزار محقق ساخته در نمونه به حجم ۲۴۶ نفر در جدول زیر آمده است. نتایج حاکی از آن است که ابزار مذکور از روایی و پایایی مطلوبی برخوردار است.

جدول ۱۱: روایی و پایایی زیر مؤلفه‌های اولیه اخلاق سازمانی (حجم نمونه ۲۴۶)

مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌ها	همبستگی با نمره کل ۲	پایایی (آلفای کرونباخ)
هستی‌شناسی	۰/۷۷	۰/۹۲
انسان‌شناسی	۰/۸۲	۰/۸۳
معرفت‌شناسی	۰/۹۲	۰/۹۴
روش‌شناسی	۰/۹۲	۰/۹۳
منش	۰/۸۸	۰/۹۱
کنش	۰/۷۲	۰/۷۲
فردی	۰/۷۱	۰/۶۸
سازمانی	۰/۷۶	۰/۹۳
فرا سازمانی	۰/۷۸	۰/۸۰
کل	۷۶/۲	۰/۹۱۰

روایی ابزار تهیه شده (کل واریانس تبیین شده) برای نمونه با حجم ۲۴۶ نفر برابر ۷۶/۲ برآورد شده است و همچنین میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده برابر با ۰/۹۱ است. مطابق با جدول فوق، ابزار سنجش اخلاق سازمانی که بیانگر روایی و پایایی قابل قبول ابزار است.

جدول ۱۲: میانگین و انحراف معیار نشانگرها (مضامین)

ابعاد	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
هستی‌شناختی	۴۹/۳۶۵۹	۵/۵۷۸۷۸	۲۴۶
انسان‌شناختی	۸۷/۷۱۱۴	۹/۹۸۰۹۰	۲۴۶
معرفت‌شناختی	۷۴/۷۸۸۶	۱۰/۴۷۶۶۰	۲۴۶
روش‌شناختی	۷۳/۹۷۱۵	۸/۵۲۴۳۵	۲۴۶
منشی	۵۸/۱۳۸۲	۶/۱۳۱۶۵	۲۴۶



کنشی	۹۰/۸۱۳۰	۱۱/۲۸۷۵۹	۲۴۶
فردی	۲۵/۸۶۵۹	۲/۶۶۸۷۴	۲۴۶
سازمانی	۶۲/۷۱۵۴	۶/۵۵۳۴۲	۲۴۶
فرا سازمانی	۲۹/۹۰۶۵	۳/۳۹۴۳۸	۲۴۶

در جدول (۱۲)، میانگین و انحراف معیار هر کدام از مضامین - نشانگرها آورده شده است. بیشترین میانگین مربوط به مضمون کنش و کمترین مربوط به مضمون فرا سازمانی است. همچنین جهت مشخص نمودن میزان همبستگی بین مؤلفه‌ها از ماتریس همبستگی استفاده شد که نتایج به شرح جدول (۱۳) ارائه گردیده است.

جدول ۱۳- ماتریس همبستگی بین آیتم‌ها

آیتم	هستی شناختی	انسان شناختی	مؤلفه شناختی	روش شناختی	منشی	کنشی	فردی	سازمانی	فرا سازمانی
هستی شناختی	۱								
انسان شن اختی	۰/۷۸۱	۱							
معرفت شن اختی	۰/۶۶۳	۰/۷۲۶	۱						
روش شناختی	۰/۷۰۲	۰/۷۸۲	۰/۸۶	۱					
منشی	۰/۵۷۴	۰/۴۶	۰/۸۶	۰/۸۲۵	۱				
کنشی	۰/۳۵۷	۰/۶۹	۰/۵۸۵	۰/۵۷۰	۰/۷۲۲	۱			
فردی	۰/۳۱	۰/۴۲	۰/۳۲	۰/۹۳	۰/۸۰	۰/۹۲	۱		
سازمانی	۰/۳۶	۰/۷۱	۰/۳۱	۰/۴۷	۰/۱۲	۰/۴۹	۰/۴۳	۱	
فرا سازمانی	۰/۰۱	۰/۷۶	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۸	۰/۱۲	۰/۰۸	۰/۸۴	۱

مطابق با جدول (۱۳)، بازه همبستگی بین مؤلفه‌ها شامل ۰/۳۶ تا ۰/۸۸ بود؛ که نشانگر همبستگی بین آیتمی بالا میان برخی مؤلفه‌هاست. از آنجایی که هر مؤلفه اخلاق سازمانی



نقش بسزایی در پايیابی مقیاس دارد، با حذف هر کدام از مؤلفه‌ها میزان تأثیر آن‌ها مشخص شد. نتایج در جدول (۱۴) بیان شده است.

جدول ۱۴- نقش هر کدام از آیتم‌ها در پايیابی مقیاس

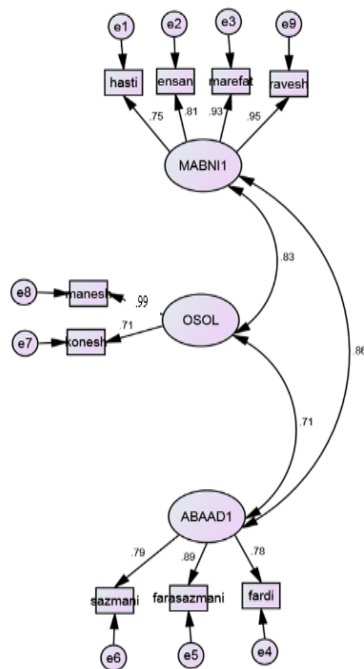
ابعاد	میانگین مقیاس در صورت حذف آیتم	واریانس مقیاس در صورت حذف آیتم	ضریب آلفای کرونباخ در صورت حذف آیتم
هستی شناختی	۵۰۳/۹۱۰۶	۲۳۹۸/۴۳۳	۰/۹۰۰
انسان شناختی	۴۶۵/۵۶۵۰	۲۰۵۵/۸۷۹	۰/۸۹۸
معرفت شناختی	۴۷۸/۴۸۷۸	۱۹۱۱/۴۷۵	۰/۸۸۶
روش شناختی	۴۷۹/۳۰۴۹	۲۰۶۰/۷۶۰	۰/۸۸۴
منشی	۴۹۵/۱۳۸۲	۲۲۸۹/۹۹۷	۰/۸۹۲
کنشی	۴۶۲/۴۶۳۴	۲۰۸۹/۹۶۴	۰/۹۱۷
فردی	۵۲۷/۴۱۰۶	۲۶۳۱/۳۴۵	۰/۹۱۲
سازمانی	۴۹۰/۵۶۱۰	۲۳۳۵/۵۲۱	۰/۹۰۰
فرا سازمانی	۵۲۳/۳۶۹۹	۲۵۵۵/۸۵۰	۰/۹۰۷

مطابق با جدول (۱۴) به‌غیر از مضمون کنش و مضمون فردی، حذف هر کدام از مضامین دیگر به کاهش ضریب آلفای کرونباخ می‌انجامد.

۴-۳- یافته‌های بخش کمی پژوهش:

برای ارزیابی و سنجش اعتبار چارچوب اخلاق سازمانی از تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول و دوم استفاده شد. شکل (۴) نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول را نشان داده است.





شکل ۴: مدل تأییدی سازه اخلاق سازمانی (تحلیل عامل مرتبه اول)

نتیجه تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول نشان داد که کلیه مؤلفه‌ها و گویه‌ها از قدرت تبیین‌کنندگی بالایی برخوردار می‌باشند. خلاصه نتایج تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۱۵: ضرایب رگرسیونی استاندارد روی پیکان‌ها

برآورد			
۰/۷۴۷	مبانی ۱	<---	هستی شناختی
۰/۸۱۰	مبانی ۱	<---	انسان شناختی
۰/۹۳۰	مبانی ۱	<---	معرفت شناختی
۰/۹۵۲	مبانی ۱	<---	روش شناختی
۰/۷۸۱	ابعاد ۱	<---	فردی
۰/۸۹۲	ابعاد ۱	<---	فرا سازمانی
۰/۷۹۲	ابعاد ۱	<---	سازمانی
۰/۷۱۰	اصول	<---	کنشی
۰/۹۹	اصول	<---	منشی



همچنین همبستگی هر یک از ابعاد با هم محاسبه گردید. نتایج نشان دهنده وجود همبستگی بالایی بین ابعاد اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی است. نتایج در جدول (۱۶) آورده شده است.

جدول شماره ۱۶: جدول برآورد کلی هر یک از مؤلفه‌ها در تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول

برآورد		
۰/۸۳۲	اصول	<--> مبانی ۱
۰/۷۰۸	اصول	<--> ابعاد ۱
۰/۸۵۹	ابعاد ۱	<--> مبانی ۱

همبستگی بین اصول و مبانی برابر ۰/۸۳. همبستگی بین اصول و ابعاد برابر با ۰/۷۱. و همبستگی بین ابعاد و مبانی ۰/۸۶. برآورد شده است که نشان از همبستگی بالا در بین مؤلفه‌های اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی است.

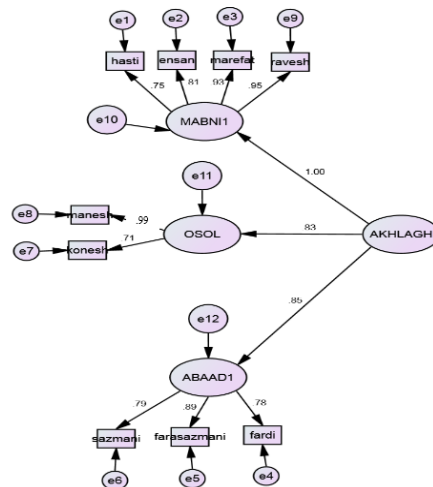
جدول ۱۷: نتایج شاخص‌های برازش کلی مدل

مدل	χ^2/df	p.value	RMSEA	FI	IFI	CFI	TLI	PRATIVE
مدل آزمون شده پژوهش	۲/۲۵	۰/۰۰۱	۰/۰۷	۰/۹۶	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۵۳

مطابق با جدول (۱۷)، مدل موردنظر در سه دسته‌ی شاخص‌های برازش مطلق، ایجازی و مقایسه‌ای به شکل مطلوب است.

همچنین نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم، حاکی از آن است که چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی از اعتبار بالایی برخوردار است. شکل (۵) بیانگر این مطلب است.





شکل ۵: مدل تأییدی سازه اخلاق سازمانی (تحلیل عامل مرتبه دوم)

نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم بیانگر قدرت تبیین‌کنندگی بالای هر یک از ابعاد اخلاق سازمانی است. جدول زیر بیانگر این موضوع است.

جدول ۱۸- ضرایب رگرسیونی استاندارد روی پیکان‌ها

برآورد			
۱/۰۰۵	اخلاق سازمانی	<---	مبانی ۱
۰/۸۲۹	اخلاق سازمانی	<---	اصول
۰/۸۵۵	اخلاق سازمانی	<---	ابعاد ۱
۰/۷۴۷	مبانی ۱	<---	هستی‌شناختی
۰/۸۱۰	مبانی ۱	<---	انسان‌شناختی
۰/۹۳۰	مبانی ۱	<---	معرفت‌شناختی
۰/۷۸۱	ابعاد ۱	<---	فردی
۰/۸۹۲	ابعاد ۱	<---	فرا سازمانی
۰/۷۹۲	ابعاد ۱	<---	سازمانی
۰/۷۱۰	اصول	<---	کنشی
۰/۹۹	اصول	<---	منشی
۰/۹۵۲	مبانی ۱	<---	روش‌شناختی



نتایج شاخص‌های برازش کلی مدل به شرح جدول (۱۹) آورده شده است.

جدول ۱۹: نتایج شاخص‌های برازش کلی مدل

مدل	χ^2/df	p.value	RMSEA	GFI	IFI	CFI	TLI
مدل آزمون شده پژوهش	۲/۴۵	۰/۰۰۱	۰/۰۷	۰/۹۶	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۷

مطابق با جدول (۱۹)، مدل موردنظر در سه دسته‌ی شاخص‌های برازش مطلق، ایجازی و مقایسه‌ای به شکل مطلوب است. نتایج تجزیه و تحلیل آماری این بخش، حاکی از آن است که چارچوب موردنظر از اعتبار لازم برخوردار است.

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث

علمی که دینی و اسلامی است، از آن حیث که در حقیقت مطالعه هر پدیده‌ای، نوعی نشانه-شناسی در معنای شناخت آیات الهی تصور می‌شود، ایمان به خداوند در کانون و محور آن قرار دارد (مرزوقی، ۱۳۹۷: ۱۵۴). جامعه توحیدی که بر پایه مکتب اهل بیت علیهم السلام است، آن جامعه‌ای است که بر اساس اخلاق بنا شده است (صفی پور ۱۳۹۵). از این رو اخلاق اسلامی که برخاسته از دین الهی باشد دارای پشتوانه فکری و ضمانت اجرایی بالایی است که علاوه بر اینکه 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، 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 مبانی (مشتمل بر مؤلفه‌های هستی‌شناختی، انسان‌شناختی، معرفت‌شناختی، روش-شناختی)، اصول (مشتمل بر مؤلفه‌های منشی، کنشی) و ابعاد (مشتمل بر مؤلفه‌های فردی، سازمانی و فرا سازمانی) و ۱۲۶ نشانگر است. همسویی و هم‌راستایی ابعاد و مؤلفه‌ها با مبانی نظری و پیشینه پژوهشی حاکی از آن است که چارچوب مذکور دارای اعتبار لازم است. به نظر می‌رسد در راستای متخلق شدن سازمان به اخلاق در پارادایم اسلامی، روح جمعی سازمان باید مبتنی بر ارکان اصلی پارادایم اسلامی یعنی هستی‌شناختی، انسان‌شناختی، معرفت‌شناختی و



روش‌شناختی باشد؛ از این منظر سازمانی اخلاقی است که افراد و اعضای آن کل نظام آفرینش را آفریده پروردگار یکتا تلقی می‌کنند و کل عالم را در زمره آیات الهی و نشانه‌های عظمت، قدرت، حکمت و یا در تعبیر جامع‌تری، مظهر اسماء و صفات الهی می‌دانند؛ شأنیت و قابلیت انسان در همه ابعاد و ساحت‌های وجودی او را به رسمیت می‌شناسد؛ تکثرگرایی معرفتی در تمامی قلمروهای کلی معرفت عقلانی، معرفت عرفانی و معرفت تجربی و امثالهم به رسمیت شناخته می‌شود؛ همچنین روش‌شناختی متأثر از نگرش جامع و بر اساس پیش‌فرض‌های هستی‌شناسانه، معرفت‌شناسانه و انسان‌شناسانه، مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای تحقق و تبلور اخلاق در سازمان از اصولی تبعیت می‌شود که هم در زمینه منش توصیه‌هایی از قبیل داشتن نگرش مثبت؛ نقدپذیری؛ بردباری؛ پایداری؛ اخلاص؛ جمع‌گرایی؛ قاطعیت؛ پیش‌بینی‌پذیری؛ شفافیت؛ فسادناپذیری؛ پویایی؛ شرح صدر؛ حق‌طلبی داشته باشد و هم در زمینه کنش افراد و سازمان توصیه‌هایی از قبیل عدالت؛ محبت؛ اعتماد؛ احترام؛ تواضع؛ وجدان‌کاری؛ عفت؛ شجاعت؛ درستکاری؛ وقت‌شناسی؛ رازداری؛ صداقت؛ مردم‌داری؛ رعایت حقوق ذینفعان؛ ایثار؛ خدمت‌گزاری؛ حمایت‌گری؛ پاسخ‌گویی؛ شایسته‌سالاری؛ حسن خلق داشته باشد؛ چیزی که در الگوهای غربی اخلاق سازمانی به آن اشاره‌ای نشده است. همچنین در جهت اخلاقی نمودن سازمان باید همه سطوح اعم از فردی، سازمانی و فرا سازمانی در بر گرفته شوند.

یافته‌های این پژوهش می‌تواند مبنای عملی و نظری مناسبی برای ارزیابی و سنجش عملکرد اخلاقی سازمان‌ها فراهم نماید و از طریق آگاهی دادن به مدیران عالی و رهبران سازمان‌ها نسبت به ابعاد مختلف اخلاق سازمانی و بهبود و آشناسازی آنان نسبت به مؤلفه‌های زیرمجموعه‌ی هر بعد و همچنین با ایجاد چشم‌انداز اخلاقی مشترک برای سازمان، توسط همه ذینفعان و صاحبان حق در درون و بیرون سازمان و در محیطی ۳۶۰ درجه، سازمان را به سمت رسالت، اهداف و برنامه‌ریزی‌های اخلاقی سوق داد.

۵-۲- پیشنهادها

ارائه چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی در این پژوهش محصول چندین سال پژوهش علمی است از این رو به علاقه‌مندان و پژوهشگران پیشنهاد می‌شود: بر مبنای چارچوب کشف‌شده و متناسب با ابزار استفاده‌شده در این پژوهش، میزان پایبندی به اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان‌های کشور، مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد. اخلاق مدیران و کارکنان به‌عنوان بازیگردانان صحنه‌سازمانی در پژوهشی دیگر ملاک عمل قرار گیرد. چارچوب طراحی‌شده در این پژوهش به‌عنوان مبنایی برای سنجش و اعتبار یابی در سازمان‌های مختلف مورد استفاده قرار گیرد. منشورهای اخلاقی سازمان‌ها به‌عنوان تجلی اخلاق سازمانی مورد واکاوی



و تحلیل قرار گیرد و چارچوب و الگوی حاکم بر منشورهای اخلاقی سازمان‌های کشور کشف گردد؛ همچنین با توجه به نتایج این پژوهش، پیشنهاد می‌گردد:

- به‌منظور اخلاقی شدن سازمان‌ها، متناسب با جهان‌بینی و پارادایم اسلامی و با ابتناء به مبانی، اصول و ابعاد اخلاق در سازمان در پیاده‌سازی و فراهم نمودن زمینه بروز و ظهور اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی بسترسازی عملی و اجرایی لازم انجام پذیرد.
 - گفتمان‌سازی لازم به‌منظور توسعه زمینه‌های گسترش و تقویت اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان‌ها صورت گیرد.
 - یک واحد سازمانی متشکل مانند کمیته یا گروه یا دفتر برنامه‌ریزی، پیشبرد و ارزیابی تلاش‌های اخلاقی در سازمان‌ها بر اساس چارچوب اخلاق سازمانی با رویکرد اسلامی ایجاد گردد.
 - در تدوین سرفصل دروس دانشگاهی و آموزش نیروی انسانی سازمان‌ها، از نتایج این پژوهش استفاده گردد.
- نظام‌نامه رفتاری مبتنی بر مضامین و مؤلفه‌های احصا شده در این پژوهش به‌عنوان مبنای رفتار اخلاقی در سازمان تنظیم و تدوین گردد

۶- منابع و مأخذ

مقاله‌ها

1. Beeri.I, Dayan. R, Gadot. V, Werner. S. B. (2013). *Advancing Ethics in Public Organizations: The Impact of an Ethics Program on Employees' Perceptions and Behaviors in a Regional Council*.J Bus Ethics, 000: 21-74.
2. Beikzad, J, Abdolahpoor. S, Esgandari2. K. (2012). Effects of Professional Ethics on Development of Intellectual Capital at Agriculture Bank. *International Business Research*, 2 (00): 12- 028.
3. Elango. B, Paul. K, Kundu. S, Paudel. S. K. (2010). Organizational Ethics, Individual Ethics, and Ethical Intentions in International Decision-Making. *Journal of Business Ethics*, DOI 0200227/s02220-202-2208-z.
4. Fisher Josie & Bonn Ingrid (2007), "Internatinal Strategies and ethics: exploring the tension between head office and subsidiaries", *management Decision*, vol. 45, No. 10, pp. 1560-1572.
5. Gbadamosi, Gbolahan (2004), "Academic ethics: what has morality, Culture and administration got to do with its measurement?", *management Decision*, Vol. 42, No.9, pp.1145-1161
6. Muel.K. (2004).The Ethics of Organizations: A Longitudinal Study of the U.S. Working Population. *Journal of Business Ethics*, 102620–604.



7. Muel.K. (2004).The Ethics of Organizations: A Longitudinal Study of the U.S. Working Population.Journal of Business Ethics, 102620–604.
8. Muel.K. (2009).Ethics Programs and Ethical Culture: A Next Step in Unraveling Their Multi-Faceted Relationship.Journal of Business Ethics, 412060–040. Oxford:Blackwell Publishing.
9. Schnebel.E&Bienert.M. (2004). Implementing Ethics in Business Organizations. Journal of Business Ethics, 22: 022–000.

Books

1. Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
2. Ozar.D, Berg. J. Werhane. P. H, Emanuel.L. (2000).*Organizational Ethics in Health Care: Toward a Model for Ethical Decision Making by Provider Organizations*.American Medical Association.
3. Perlis, C. Shannon,N. (2012). Role of professional organizations in setting and enforcing ethical norms. *Clinics in Dermatology*, 22, 026–021.
4. Tolbert Pamela S. & Hall, Richard. (2009). *Organization: structures, processes and outcomes*. State university of new York.

