(مقاله پژوهشی)

مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت

دکتر سعید خیاط مقدم، سیده مهدیه طباطبایی نسب*

گروه مدیریت دولتی، دانشکده حسابداری و مدیریت ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

(تاریخ دریافت: 93/12/17 تاریخ پذیرش: 94/3/19)

چکیده

زمینه: اخلاق حرفه‌ای، شاخه‌ای مهم از اخلاق کاربردی است که پرداختن به آن از ضرورتهای زندگی در جوامع جدید است، بر این اساس مجموعه قواعد و اصول اخلاق باید در هر حرفه‌ای رعایت و اخلاقیات بیشتر مورد توجه قرار گیرد. از این رو، مقالهٔ پیش رو با هدف شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت تدوین شد.

روش: پژوهش حاضر پژوهشی کاربردی و کیفی است. جامعهٔ آماری شامل تمامی مدیران تعاونی مسکن کیمیا توسعه سناباد بودند که از میان آنها، با استفاده از روش سرشماری، 31 نفر به عنوان نمونهٔ تحقیق انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه پژوهشگر ساخته بود و در نهایت، داده های خام با استفاده از آزمون فریدمن، مورد بررسی قرار گرفتند .

یافته‌ها: پس از تحلیل داده‌ها 37 مؤلفه اخلاق حرفه‌ای در مدیریت شناخته و در 5 شاخص دسته‌بندی شده‌است. در پرسشنامه مورد بررسی شاخص معنویت دارای 3 مؤلفه، 10 مؤلفه درون شخصی (فردی)، 7 مؤلفه برون شخصی (فردی)، 12 مؤلفه درون سازمانی و 5 مؤلفه شاخص برون سازمانی را نشان می‌دهند.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش حاضر مشخص می‌کند؛ رتبه‌بندی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت را می‌توان به ترتیب شامل: مسئولیت‌پذیری، توکل به خدا، صداقت، امانت داری ، عدالت و... دانست. در نمونهٔ مورد بررسی عامل معنویت در رتبهٔ اول، عامل درون فردی و برون سازمانی در رتبهٔ دوم و سوم، عامل درون سازمانی و برون فردی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در نهایت، اخلاق حرفه‌ای مدیران در این جامعه در سطح مطلوبی قرار دارد.

کلید واژگان: *مدیریت، اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری*

سرآغاز

توجه به اخلاق[1] و اصول اخلاقی که در هر جامعه با توجه به نوع فرهنگ آن جامعه تدوین گردیده‌است، یکی از عوامل موفقیت جامعه است(1). نقش رعایت اخلاق در تمام شئون سازمان و تأثیر آن بر کارایی و اثربخشی سازمان، مورد توافق محققان قرار گرفته است و رفتار اخلاقی تأثیر چشم‌گیری بر روی فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد، زیرا بهره‌وری[2] را افزایش داده، ارتباطات را بهبود بخشیده و میزان خطرپذیری را کاهش می‌دهد (2). امروزه در علم مدیریت بحث روابط انسانی از مهم‌ترین مسائل به شمار می‌رود، و تحقق اخلاق در سطوح فردی و سازمانی یکی از اصلی‌ترین آرمان‌های جامعه و نیازمند رویکرد راهبردی می‌باشد. با چنین نگرشی روابط سازمان با محیط، فرصت‌هایی بالقوه و حتمی برای سازمان خواهند بود که براساس اصول فراگیر اخلاقی، تبدیل به مزیت رقابتی برای سازمان می‌گردد (3).

اخلاق در ایران ریشه‌ای دیرین دارد. ایرانیان از دوره تمدن هخامنشی، پیروی از اخلاق را در حوزه‌های گوناگون، همچون کار و حرفه، مورد توجه قرار می‌دادند. این درحالی است که؛ در آموزه‌های اسلامی نیز مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه جایگاه

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: tabatabayi_m @ yahoo.com

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

مهمی نیز دارد. محمدبن زکریای رازی نمونهٔ بارز دانشمندی است که توجه اصیلی به رعایت اخلاق در حرفه خود داشته است. رازی نخستین فیلسوف ایرانی است که نظام فلسفی دقیقی را ارائه و پایبندی اصیلی به رعایت اخلاق داشته‌است (4). «اخلاق» جمع «خلق» (بر وزن قُفل) و «خُلُق» (بر وزن افق) می‌باشد، این دو واژه در اصل به یک ریشه باز می‌گردد. خَلق به معنی هیئت و شکل و صورتی است که انسان با چشم می‌بیند و خُلق به معنی قوا و سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می‌شود (5). خلق به‌معنای قدرت و توانایی روحی انسان است که باعث می‌شود، کارها را به آسانی و بدون فکر و تأمل انجام دهد (6). از مصادیق حسن خُلق می‌توان به صبر، حوصله، گذشت، تواضع، پاکدامنی، مهربانی، سازش، مدارا و پرهیز از بیهوده‌گویی، لغو و غیبت اشاره نمود (7).

علم اخلاق[3] به دو حوزهٔ نظری و کاربردی تقسیم می‌شود که اخلاق حرفه‌ای[4] مهمترین جز اخلاق کاربردی[5] است که به مباحث اخلاقی در حرفه می‌پردازد. صاحبان حرفه، از دانش اخلاق دو توقع دارند: بیان نظام‌مند مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه و تشخیص دقیق و حل اثربخش مسائل اخلاق در حرفه. در اخلاق حرفه‌ای دو رهیافت سنتی و جدید وجود دارد؛ رهیافت سنتی، روی‌آورد مدیریت منابع انسانی به اخلاق حرفه‌ای است، که بر مسئولیت‌های اخلاقی افراد در مشاغل و حرف و نحوه فردگرایانه اخلاق صاحبان مشاغل، توجه می‌کند و رهیافت جدید که در دهه‌های اخیر رواج یافته‌است، رویکرد مدیریت استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای است. در این رهیافت به مسئولیت‌پذیری[6] سازمان با نگرش سیستمی و به نحوه سیستمی‌نگر و کل گرایانه اخلاق سازمان تاکید می‌شود (8). متخصصان مدیریت استراتژیک[7] اصول اخلاقی شایسته را در سازمان از پیش‌شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب دانسته‌اند (9).

با توجه به آثار مثبت اخلاق، یکی از مهمترین عوامل کلیدی موفقیت سازمان‌ها اخلاق حرفه‌ای است. هرچه اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها از سوی مدیران و کارکنان بیشتر مورد توجه قرار گیرد، سازمان در نیل به اهداف پیش‌بینی شده توفیق بیشتری خواهد داشت (10). رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با گرفتن تصمیمات منطقی و خردمندانه، منافع بلندمدت خود را تضمین کند.

در اخلاق حرفه‌ای، تلقی «شما حق دارید و من تکلیف» مبنای هر گونه اخلاق در کسب و کار است. و مبنای رفتار ارتباطی فرد، برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با چالش رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود پرسش می‌کند. از ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن می‌توان به؛ دارای هویت علم و دانش بودن اخلاق حرفه‌ای، داشتن نقشی کاربردی، ارائهٔ پیشینهٔ حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی دارای زبانِ روشن انگیزشی و ارائه روی‌آوردی میان‌رشته‌ای اشاره نمود(11). در منشور اخلاق حرفه‌ای به اصل توکل به خدا و ارزش‌های پیش‌برنده مانند: احترام[8]، مسئولیت‌شناسی، احساس همدلی، مشورت و همت و نیز ارزش‌های پایه مانند: فروتنی، اعتماد[9]، صداقت[10]، مشارکت و استقرار ارزش‌ها، پرداخته شده‌است و بیان شده که اول اصلاح و ارتقای خود و دوم ارتقای اجزا مورد توجه می‌باشد (12).

مقوله اخلاق سازمانی[11] در جوامع توسعه یافته طی یک ونیم قرن گذشته به عنوان بخشی ازعلم مدیریت به مرور نهادینه شده‌است. در شکل‌گیری اخلاق سازمانی سه دستهٔ؛ عوامل فردی، سازمانی و فراسازمانی، دخیل هستند. عوامل فردی شامل: اخلاق شخصی، خودشناسی و خودکنترلی که به عنوان خمیر مایه اصلی زمینه‌های شکل‌گیری مدیریت اخلاقی در سازمان می‌باشد. عوامل سازمانی شامل: ضوابط و مقررات سازمانی، فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی که مدیریت اخلاقی را نهادینه می‌کند و عوامل فراسازمانی شامل: دولت، شرایط اقتصادی، محیط کاری و محیط‌های بین المللی می‌باشد که موجب جهت‌گیری مدیریت اخلاقی شده و در نهایت، مدیریت اخلاقی را در سازمان کاربردی و عملی می‌کند به طور کلی از اصول اخلاق سازمانی می‌توان به امانتداری[12]، خدمتگزاری، مسئولیت‌پذیری، انضباط کاری، مهرورزی، بردباری، دادورزی و رعایت عدل و انصاف اشاره کرد(13).

کدهای اخلاقی[13] ارزش‌های اصیل اخلاقی می‌باشند که سازمان‌ها با تبیین آنها خط مشی اخلاقی خود را تعیین

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

می‌نمایند. کدهای اخلاقی مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های مکتوب صادر شده توسط سازمان به کارگران و مدیران خود می‌باشد تا از طریق عمل به آن در راستای ارزشها و استانداردهای اخلاقی سازمان عمل نمایند. در تحقیقات انجام شده چندین کد اخلاقی بین المللی معرفی شده‌است که عبارتند از؛ اعتماد، انصاف، دروغ نگفتن، درستکاری، بیان شفاف اطلاعات مالی، مسئولیت پذیری، احترام به حاکمیت ملی، پشتیبانی از اهداف اقتصادی کشور میزبان، احترام به ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، احترام به حقوق بشر و آزادی افراد، مسئولیت پذیری در قبال معاملات و توافقات انجام شده ... . کدهای اخلاقی همواره هم از سوی نظریه پردازان و هم از سوی افراد اجرایی به عنوان ابزاری تأثیرگذار برروی رفتار کارکنان در نظر گرفته شده است. با توجه به تحقیقات زیادی که در زمینه رابطه وجود کدهای اخلاقی با مؤلفه‌های مختلف سازمانی صورت گرفته، اشاره می‌شود که اطلاعات کمی در زمینه نحوه تأثیرگزاری کدهای اخلاقی بر روی رفتار فردی وجود دارد (14).

کدهای اخلاقی راهنمای عملی برای تمامی تصمیم گیرندگان در سطوح گوناگون سازمان است و به آنان کمک می‌کند که بدانند در موقعیت‌هایی که در آنها ارزش‌های متضاد اخلاقی بروز می‌کند، از خود می‌بایست چه واکنشی بروز دهند. برخی از مهمترین ارزشهای اخلاقی[14] مورد توجه در این زمینه عبارتند از: صداقت، درستکاری، انصاف، پاسخگویی، کارآمدی، تعهد، وفاداری، مشارکت و رفتار تیمی، ترجیح منافع جمعی بر منافع شخصی، رازداری و امانت داری (15).

از مهم‌ترین ویژگی‌های مدیران و رهبران می‌توان به سعۀصدر و مسئولیت‌پذیری اشاره نمود. سعۀ صدر یکی از مهم‌ترین ابزارهای مدیریت است، و ظرفیت فکری و روحی و آمادگی قلب برای پذیرش علم، قدرت، خوشی و همه ادراکات و احساسات است. مسأله اصلی تأثیر مسائل روحی در سینه ظاهری انسان است، آنچه در فکر انسان می‌گذرد و در سینه او مؤثر است (16). علائم سعه‌صدر را می‌توان حلم، متانت در شادی‌ها، مقاوت در برابر مشکلات تحمل افکار مخالف، پرهیز از مستی ریاست دانست (17).

امروزه، اخلاق و مسئولیت‌های اجتماعی مدیران بیش از گذشته مورد توجه صاحب نظران رشته مدیریت قرار گرفته‌است. واضح است که هر تصمیم مدیر می‌تواند طی یک روند سلسله‌وار دیر یا زود سرنوشت تمامی نهادهای جامعه را به مقدار کم یا زیاد دستخوش تغییر نماید. مسئولیت‌پذیری را می‌توان مهم‌ترین ابزار مدیریت عنوان نمود. به طوری که، اسلام نیز معیار شیعه بودن را آگاهی، ایمان، تقوی و مسئولیت‌پذیری می‌داند (18). در اینجا توجه به دو نکته یکی مسئولیت محیط و دیگری حفظ محیط اسلامی بسیار مهم است (19).

امام صادق علیه‌السلام فرمود: «خدای عزوجل پیغمبرانش را به مکارم اخلاق اختصاص داد، شما خود را بیازمائید، اگر آنها در وجود شما هم بود، خدا را سپاس گوئید و بدانید که بودن آنها در شما خیر شماست و اگر در شما نبود، از خدا بخواهید و نسبت به‌آنها رغبت جوئید. آنها را ده چیز شمرد: یقین، قناعت، صبر، شکر، خویشتنداری، خلق نیکو، سخاوت، غیرت، شجاعت و مروت. بعضی از راویان راستگوئی و امانتداری را هم به آنها افزوده‌اند» (20).

مدیریت، فرایند به‌کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات و هدایت است‌که برای دستیابی به اهداف سازمانی و براساس نظام ارزشی مورد قبول صورت می‌گیرد (21).

اخلاق مدیریت[15] عبارت است از ملکات نفسانی انسان، از آن جهت که اداره امور جمعی از انسان‌ها را برای نیل به هدف‌هایی معین، عهده‌دار است. اخلاق مدیریت بر آن است تا نیازها و آسیب‌های اخلاقی و معنوی روسا و زمامداران را باز شناسد و راه‌های تامین نیازها ومصونیت از آسیب‌ها را دست یابد (22). هدف از اخلاق مدیریتی را سنجش عوامل مؤثر بر توازن بین عملکرد اقتصادی و اجتماعی یک شرکت و بنگاه و نیز بررسی ساختار مختلف تئوریک می‌داند که می‌تواند به مدیریت در جهت تعیین این توازن یاری رساند (23). شرکت‌هایی که درستی را رعایت می‌کنند و نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی متعهدند، این تعهد برایشان سوددهی بیشتری داشته است و درست برعکس عدم تعهد مساوی با سود کمتر می‌باشد. اخلاق و شایستگی برابر با برنده شدن است (24).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

در ارزیابی عوامل موثر بر اخلاق حرفه‌ای سازمان‌های خدماتی عوامل را در سه سطح فراسازمانی (بیرونی)، سازمانی(درونی) و فردی بررسی نموده است و اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد را عامل بروز پیامدهای منفی یا مثبت در سطح سازمان تلقی می‌کند و بی‌توجهی سازمان‌ها به این نوع رفتار و عدم رعایت اصول اخلاقی در برخورد با برخورداران داخلی، می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان ایجاد کند و اعتبار سازمان را تحت تأثیر قرار دهد. از این روی، آگاهی از وضع موجود رفتار اخلاقی کارکنان و شناسایی عوامل موثر بر آن ها جهت ارتقای رفتار اخلاقی از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. ارتقای اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌های حرفه‌مدار توجه به وضعیت اقتصادی کارکنان، عادلانه نمودن پاداش‌ها و بهبود انگیزش کارکنان از اهمیت قابل توجهی برخوردار است (25).

با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، اخلاق به صورت یک مسئولیت اجتماعی درآمده که موجب ارتقا و رشد منابع انسانی گردیده و بهره‌وری را افزایش داده و باعث رشد و بالندگی سیستم و سازمان می‌گردد؛ که می‌توان مؤلفه‌های اخلاق در فعالیت‌های سیاسی را احساس مسئولیت اجتماعی، اهمیت ارزش‌های انسانی بر ارزش‌های مادی و وجدان کاری دانست (26).

نظر به اهمیت تصمیم‌گیری مدیر جهت اتخاذ تصمیم درست، عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان را مذهب، باورها، نظام پاداش، فرهنگ، ارزش‌ها، فرهنگ سازمانی، اهداف سازمانی، نگرش، اقتصاد، سطح توسعه اخلاقی، تأثیر والدین می‌داند و مدیر می‌تواند با رعایت قانون پارتو از وقت و هزینه خود و سازمان در جهت اتخاذ تصمیم کارا، استفاده لازم را بنماید (27). در تحقیقات گذشته لزوم توجه به مسئولیت اجتماعی و ارتباط مثبت بین ارزش‌های اخلاقی و رضایت شغلی فرد در سازمان اشاره‌شده و ادراکات اخلاقی کارکنان و نگرش کار با سیاست‌های چندگانه را در اخلاقیات مورد توجه قرار داده اند (28). بنابراین، با توجه به مطالعات انجام‌شده هدف از این تحقیق شناسایی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت می‌باشد چرا که سازمان‌ها برای افزایش رفتار اخلاقی کارکنان به ارائه کدهای اخلاقی و آموزش اخلاقیات نیازمندند و با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و مزیت رقابتی بودن آن در ادامه به رتبه‌بندی آن نیز پرداخته‌شده است.

روش

پژوهش حاضر کاربردی و از نوع پژوهش‌های کیفی است. جامعهٔ پژوهش شامل تمامی کارکنان تعاونی مسکن کیمیا توسعه سناباد می‌باشد که 31 نفر از آنها با استفاده از روش سرشماری به عنوان نمونهٔ تحقیق انتخاب شدند. ویژگی‌های جمعیت شناختی گروه نمونه بدین شرح بود: 87 درصد پاسخگویان دارای مدرک لیسانس، 45/2 درصد از پاسخگویان مجرد و 54/8 درصد متاهل، 38/7 درصد زن و 61/3 درصد مرد، 22/6 درصد از پاسخگویان کمتر از 25 سال، 61/3 درصد بین 25 تا 35 سال، 12/9 درصد بین 35 تا 45 سال و 3/2 درصد بیش از 45 سال سن دارند. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامهٔ پژوهشگر ساخته استفاده شد. برای ساخت پرسشنامه، با استفاده از روش کتابخانه‌ای و دلفی، مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران شناسایی شد. بدین‌ترتیب که، با استفاده از منابع موجود، هفتاد مؤلفه‌ی اخلاق حرفه‌ای در مدیریت شناسایی و از طریق تکنیک دلفی در دو مرحله در اختیار 18 نفر از خبرگان (مدیران ارشد که حداقل سابقه خدمت آنان ده سال و دارای تالیفاتی در این زمینه بودند) قرار گرفت تا درجه اهمیت هر یک از مؤلفه‌ها مشخص و نیز چنانچه مؤلفه‌ی دیگری را نیز مدنظر دارند قید نمایند. مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای با اختصاص «اهمیت خیلی زیاد» درجه 9، «اهمیت زیاد» درجه 7، «اهمیت متوسط» درجه 5، «بی‌اهمیت» درجهٔ 3، و «بسیار بی‌اهمیت» درجهٔ 1، در نظر گرفته شد. این پرسشنامه طی ملاقات حضوری و پس از ارائه توضیحات و نیز از طریق ایمیل در اختیارخبرگان قرارداده‌شد. پس از تلفیق قضاوت‌ها و تحلیل داده‌ها و از طریق برنامه Excel به رتبه‌بندی مولفه‌ها پرداخته شد ودر نهایت پرسشنامهٔ پژوهشگر ساخته تهیه شد. روایی پرسشنامه به روش محتوایی و براساس قضاوت افراد آگاه و خبره و ارائه به اساتید محترم تائید شده‌است. و برای محاسبه قابلیت اعتماد و هماهنگی درونی پرسشنامه از روش آلفای کروتباخ استفاده می‌شود؛ که با توجه به جدول 1، پایایی کل برابر 94/3 گزارش شده است که حاکی از پایایی بالای

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

پرسشنامه است. همچنین میزان آلفای کرونباخ هریک از عامل‌ها بیش از0/70 می‌باشد، به‌جز عامل برون فردی که پایایی آن در حد متوسط است.

جدول 1: پایایی پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای مدیران

عامل ها	پایایی
معنوی	0/726
فردی	0/843
درون فردی	0/812
برون فردی	0/569
سازمانی	0/899
درون سازمانی	0/871
برون سازمانی	0/72
کل	0/943

جهت فراهم آوردن قابلیت مقایسه‌پذیری عوامل با یکدیگر ابتدا داده‌ها را هم مقیاس نموده و سپس با استفاده از آماره‌های توصیفی و آزمون فریدمن به بررسی بیشتر پرداخته شد.

یافته‌ها

در این تحقیق در مجموع 37 مؤلفهٔ اخلاق حرفه‌ای در مدیریت شناسایی شد که در سه بعد؛ معنوی، فردی و سازمانی، دسته‌بندی شدند. بعد فردی به دو شاخص اخلاق درون شخصی و برون شخصی و بعد سازمانی به دو شاخص درون‌سازمانی و برون‌سازمانی تقسیم گردید. شاخص معنویت دارای 3 مؤلفه،10 مؤلفه در شاخص درون شخصی(فردی)، 7 مؤلفه در شاخص برون شخصی(فردی)، 12 مؤلفه درون سازمانی و 5 مؤلفه برون سازمانی را تشکیل می‌دهند. مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای در جدول 2 به نمایش درآمده است.

جدول2: مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران

ابعاد	شاخص	مولفه‌ها
معنوی	-	توکل به خدا
		پاکدامنی
		پایبندی به فرایض دینی
	درون	صداقت
	شخصی	شجاعت
		تعقل و تدبر
		دوری از عجب و خودپسندی
		تعهد و وجدان کاری
		مدیریت زمان
		صبر و شکیبایی
		سعه‌صدر
		قاطعیت
فردی		نظم
	برون شخصی	احسان
		تجربه
		حسن خلق
		دوری از طمع
		تحقیر نکردن
		امانت داری
		صلاحیت و شایستگی
	درون سازمانی	مسئولیت پذیری
		عدالت
		نظارت
		تقویت انگیزه‌ها
		پایبندی به ضوابط به جای روابط(
		احترام به قوانین)
		اعتمادآفرینی
		توجه به مشکلات همکاران
سازمانی		علم و خبرگی کافی در کار
		مشورت کردن
		تشویق و تنبیه بجا و شایسته همکاران
		ترغیب بر کار جمعی کردن
		شناخت امر به معروف و نهی از منکر و
		عمل به آن
	برون سازمانی	وفای به عهد
		گره گشایی از کار دیگران
		حق‌مداری
		حفظ کرامت کارکنان و ارباب رجوع
		پاسخ‌گویی

در طی بررسی‌های انجام شده در تکنیک دلفی وضعیت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای که دارای بیشترین درجه اهمیت بودند رتبه‌بندی شد. در این رتبه‌بندی مسئولیت‌پذیری در رتبه اول، توکل به خدا، صداقت، امانتداری، عدالت و ...در رتبه‌های بعدی قرار گرفت. جدول3 نتایج رتبه‌بندی 20 مؤلفه را نمایش می‌دهد.

جدول3: رتبه‌بندی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت

رتبه	عنوان	درجه
1	مسئولیت پذیری	9
2	توکل به خدا	8/89

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

3	صداقت و عدم دروغ‌گویی	8/79
4	امانت داری	8/75
5	عدالت	8/68
6	تعقل و تدبر	8/68
7	نظارت	8/58
8	تجربه،صلاحیت و شایستگی	8/58
9	تعهد و وجدان کاری	8/58
10	تقویت انگیزه‌ها	8/47
11	وفای به عهد	8/47
12	پاسخ‌گویی	8/47
13	مدیریت زمان	8/47
14	صبر و شکیبایی	8/47
15	پایبندی به ضوابط به جای روابط	8/47
16	سعه‌صدر	8/37
17	قاطعیت در حسابرسی	8/37
18	حق‌مداری	8/37
19	نظم واحترام به قانون	8/37
20	اعتمادآفرینی	8/26

فرض‌های آماری این آزمون بر اساس آزمون فریدمن به صورت زیر می‌باشند.

H0: اولویت مؤلفه‌ها یکسان هستند

H1: دست‌کم دو اولویت متفاوت است

بر اساس مقدار آماره کی دو (19/233) و مقدار احتمال (0/001) فرضیه صفر در سطح معناداری پنج درصد($P < 0/05$) رد می‌شود. از این روی، با توجه به مقادیر میانگین رتبه‌ها، وضعیت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران در جامعه مورد نظر به صورت زیر رتبه‌بندی می‌شوند. نتایج حاصل از آزمون فریدمن در جدول 4 گزارش شده است. عامل معنویت در رتبه اول، عامل درون فردی در رتبه دوم، عامل برون سازمانی در رتبه سوم، عامل درون سازمانی در رتبه چهارم و در نهایت عامل برون فردی در رتبه پنجم قرار دارد.

جدول4: آزمون فریدمن

میانگین رتبه‌ها	عامل
3/36	معنویت
3/12	درون فردی
3/04	برون سازمانی
2/83	درون سازمانی
2/65	برون فردی
19/23	آماره کی دو
0/001	مقدار احتمال

نتایج حاصل از توزیع پرسشنامه در جامعه مورد نظر حاکی از آن است که در نهایت رتبه‌بندی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در شرکت مورد نظر در نگارۀ 1 به نمایش درآمده است.

نگارۀ 1 و جدول 5 نشان‌می‌دهند که؛ در مقایسه وضعیت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران در جامعه مورد نظر شاخص معنویت در مدیران با میانگین امتیاز (3/879) نسبت به سایر شاخص‌ها بیشتر می‌باشد. همچنین، از آنجایی که میانگین امتیازات در تمامی شاخص‌ها بیشتر از حد میانی (3) است، از این روی، می‌توان گفت اخلاق حرفه‌ای مدیران در جامعه مورد نظر در سطح مطلوبی قرار دارد.

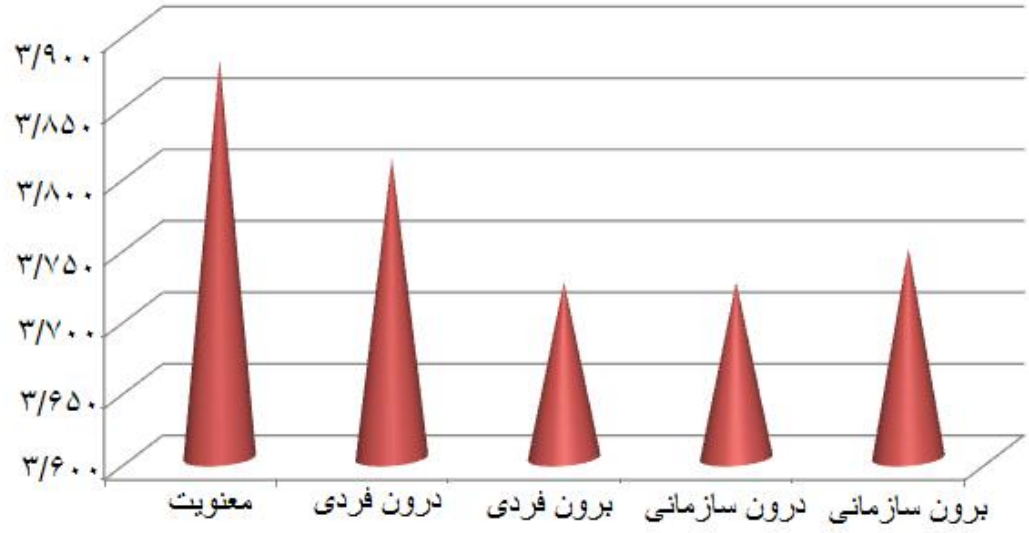
بحث

وجود اخلاق در انجام وظایف از جمله ضرورت ها در هر حرفه و شغل و محیط کاری می‌باشد و کاربرد اخلاق در محیط‌های کار به یک نیاز جدی تبدیل شده‌است. در یکی از پژوهشهایی که به تحلیل مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران در حوزۀ منابع انسانی پرداخته، رعایت صداقت و تعهد در اطلاع رسانی درست به متقاضیان استخدام، جبران خدمات کارکنان با شرط رعایت عدالت و داشتن تعهد نسبت به آن‌ها، رعایت عدالت در ارتقا کارکنان، رعایت قاطعیت و صداقت در انتقال اطلاعات مربوط به عملکرد کارکنان، انجام تعهد در جهت کاهش آسیب‌های شغلی را موثر در موفقیت مدیران می‌داند (29). برخی ویژگی‌های شخصیتی مانند؛ وظیفه‌شناسی، برونگرایی، همگرایی، روان‌رنجور خویی و جایگاه مهار درونی رابطه معناداری با رهبری اخلاق دارند و این ویژگی‌ها تا حد قابل توجهی قادرند رهبری اخلاقی را پیش‌بینی کنند. بنابراین برای داشتن رهبری اخلاق باید این ویژگی‌های شخصیتی را در مدیران به طور موشکافانه مورد توجه قرار داد (30).

یک رویکرد جامع در زمینۀ موفقیت سازمان‌های اخلاقی، اشاعه فضای اخلاقی مناسب می‌باشد که نیازمند رعایت ملاحظات اخلاقی در تصمیم‌گیری‌ها، عملکرد، سودآوری و سایر موضوعات استراتژیک است. مدیران می‌توانند با مدیریت فضای اخلاقی سازمان، بر رفتارهای افراد سازمان اثر گذاشته و سبب کاهش

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]



نگارهٔ 1: میانگین امتیازات شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیران

جدول 5: توصیف آماری مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در جامعه مورد نظر

عامل	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	انحراف معیار	میانگین امتیازات
معنویت	5	1	0/05528	3/879
درون فردی	5	1/80	0/04581	3/810
برون فردی	4/86	2/14	0/04067	3/723
درون سازمانی	5	1/75	0/04783	3/723
برون سازمانی	5	1/50	0/05557	3/747

رفتارهای غیر اخلاقی شوند، آنچه مهم است، انتظار مدیران از بروز رفتارهای اخلاقی توسط کارکنان در شرایطی که خود و سازمان‌شان غیر اخلاقی عمل می‌کنند، بسیار بیهوده است و رفتارهای حاکم بر سازمان‌ها کامل دو طرفه است. به این معنا که اگر سازمان‌ها مایلند، به بهبود فضای اخلاقی خود کمک کنند، پیش از توصیه کردن به کارکنان باید ابتدا به خود توصیه کنند که انسانی و اخلاقی عمل کنند. رفتار کارکنان بازتاب رفتار مدیران است و می‌توان به جای وضع قوانین و دستورات انضباطی و کنترل‌های یکجانبه مدیریتی و اجبارها و محدودیت‌ها، نسبت به مدیریت فضای اخلاقی سازمان همت گماشت، که از این طریق نوعی پایبندی از سرآگاهی و مسئولیت، نسبت به مدیران و کارکنان به وجود خواهد آمد و سرانجام رفتار غیراخلاقی جای خود را به رفتار اخلاقی خواهند داد (31).

در میان پژوهش‌های انجام شده در این زمینه می‌توان به ارزشهای اسلامی در محیط کار که شامل تقوای الهی، امر به معروف و نهی از منکر، برگزاری و شرکت در نماز جماعت، عدالت، انصاف، صداقت و ...که به عنوان عوامل فرهنگ سازمانی اسلامی یاد شده اشاره نمود (32). همچنین ، می‌توان مولفه‌های اخلاقی و کدهای اخلاقی در کسب و کار که شامل؛ احترام، عدالت، امانت‌داری، اعتماد، مسئولیت‌پذیری، حفظ حریم خصوصی، رازداری و صداقت می‌باشد، مورد توجه قرار داد (14).

در این تحقیق مؤلفه‌های‌اخلاق حرفه‌ای در مدیریت در سه بعد معنوی، فردی و سازمانی مطرح شده‌است. ابعاد فردی به دو

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

شاخص درون شخصی و برون شخصی و بعد سازمانی نیز به دو شاخص درون سازمانی و برون سازمانی تقسیم می‌گردد. در پرسشنامه مورد بررسی بعد معنوی به 3 مؤلفه توکل به خدا، پاکدامنی و پایبندی به فرایض دینی مجزا می‌شود، 10 مؤلفه شاخص درون‌شخصی (فردی) شامل صداقت، شجاعت، تعقل و تدبر، دوری از عجب و خودپسندی، تعهد و وجدان کاری، مدیریت زمان، صبر و شکیبایی، سعه‌صدر، قاطعیت و نظم است و 7 مؤلفه در شاخص برون‌شخصی (فردی) شامل احسان، تجربه، حسن خلق، دوری از طمع، تحقیر نکردن، امانت‌داری و صلاحیت و شایستگی می‌باشد. 12مؤلفه شاخص درون سازمانی شامل: مسئولیت‌پذیری، عدالت، نظارت، تقویت‌انگیزه، پایبندی به ضوابط به جای روابط، اعتمادآفرینی، توجه به مشکلات همکاران، علم و خبرگی کافی در کار، مشورت کردن، تشویق و تنبیه به جا و شایسته کارکنان، ترغیب بر کار جمعی و شناخت امر به معروف و نهی از منکر و عمل به آن می‌باشد. 5 مؤلفه در شاخص برون سازمانی شامل وفای به عهد، گره‌گشایی از کار دیگران، حق‌مداری، حفظ کرامت کارکنان و ارباب رجوع و پاسخ‌گویی را نشان می‌دهد.

در رتبه‌بندی صورت گرفته مسئولیت‌پذیری رتبه اول که در بعد سازمانی، توکل به خدا در بعد معنوی در رتبه دوم، صداقت در بعد درون‌فردی رتبه سوم، امانت داری دربعد برون‌شخصی و وفای به عهد در بعد برون‌سازمانی قرار دارند.

با توجه به وضعیت جامعه مورد تحقیق، در مقایسه مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران مشاهده می‌گردد که عامل معنویت در مدیران نسبت به سایر شاخص‌ها دارای رتبه بیشتری می‌باشد، عامل درون فردی و برون سازمانی در رتبه دوم و سوم، درون سازمانی و برون فردی در رتبه‌های بعدی قرار دارد. در نهایت، نتایج نشان‌دهنده اینست که اخلاق حرفه‌ای مدیران در جامعه مورد نظر در سطح مطلوبی قرار دارد.

پیشنهاد می‌گردد با توجه به این که اخلاق مدیریتی تأثیر زیادی بر عملکرد و موفقیت سازمان دارد و به جهت اهمیت و ضرورت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها به مؤلفه‌های فوق توجه بیشتری مبذول و به شناسایی و رتبه‌بندی اخلاق حرفه‌ای در سایر حرفه‌ها و مشاغل و نقش آن در سرنوشت سازمان پرداخته شود و نیز بررسی اخلاقیات از منظر مدیریت و تطبیق آن با تئوری‌ها و اصول مدیریتی و مطالعات تطبیقی اخلاق حرفه‌ای در ایران و غرب می‌تواند زمینه تحقیقات آتی محققین علاقه‌مند به حوزه اخلاق قرار گیرد.

نتیجه‌گیری

نتایج به دست آمده بیانگر رتبه‌بندی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت می‌باشد که می‌توان به ترتیب شامل: مسئولیت‌پذیری، توکل به خدا، صداقت، امانت‌داری، عدالت و ... دانست. همچنین بر اساس آنچه در پژوهش حاضر به دست آمد؛ رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، کارکنان و مدیران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و رعایت مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی در سازمان‌ها محسوب شود.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده اخلاق امانتداری علمی رعایت و حق معنوی مؤلفین آثار محترم شمرده شده‌است. همچنین، گروه نمونه از هدف تحقیق آگاهی کامل داشته و با رضایت کامل در پژوهش شرکت نمودند.

سپاسگزاری

در پایان پژوهشگران تحقیق حاضر بر خود لازم می‌دانند که؛ مراتب تقدیر و تشکر از جناب آقای دکتر محمد علی انصاری و نیز مدیر عامل محترم تعاونی مسکن کیمیا توسعه سناباد جناب آقای مهندس عصاران اعلام دارند و از تمام استادان؛ خبرگان محترم و محققان و پژوهشگرانی که در تکمیل پرسشنامه ها شرکت نمودند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

واژه‌نامه

اخلاق	1.Ethics
بهره وری	2. Efficiency

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

علم اخلاق	3.Science of Ethics
اخلاق حرفه ای	4.Professional Ethics
اخلاق کاربردی	5.Applied Ethics
مسئولیت پذیری	6. Responsibility
مدیریت استراتژیک	7. Strategic Management
احترام	8. Respect
اعتماد	9.Trust
صداقت	10.Honesty
اخلاق سازمانی	11.Organizational Ethics
امانت داری	12. Trusteeship
کدهای اخلاقی	13. Ethical Cods
ارزش‌های اخلاقی	14. Ethical Values
اخلاق مدیریت	15. Ethics Management

منابع

1. Farmahini Farahani M, Maleki M, Fazel Alaf A. (2014). Identify and codify the components student code of ethics. Ethics in Science & Technology; 9(3): 1. (In Persian).
2. Beheshtifar M, Nikoee Moghadam M. (2010). Relation of ethical behavior with job satisfaction. Ethics in Science and Technology; 5 (1, 2): 1. (In Persian).
3. Moghanizade Ashkezar M. (2006). The role of ethics in the success of organizations with a strategic approach. [MA Thesis]. Tehran: Imam Sadeq University. (In Persian).
4. Faramaez Gharamaleki A. (2014) .The fourth main element in the realization of professional ethics "Razi Z". Available at: http://www. farsnews. com/ newstext.php. Accessed: 17 Oct 2014. (In Persian).
5. Raghib Esfahani H. (1412). Materia Words AlGhoran. Translated by: Davoodi AS, Khosravi Gh. Beirut: Damascus;p 635. (In Persian).
6. Tabarsi F. (548 AH). Religious mores of a given source. P. 194. (In Persian).
7. Rezai B. (2013). Being familiar with the rules, secrets of Umrah. Tehran: Mashar Publisher. P. 7. (In Persian).
8. Faramarz Gharamaleki A. (2011). Introduction to professional ethics. 4th ed. Tehran: Saramad Publication. P. 182. (In Persian).
9. David Fred R. (2001). Strategic management. Translated by: Parsayyan A, Aerabi SM. Tehran: Institute for Cultural Research. P.53. (In Persian).
10. Baegzafaade J, Hosseinpor A ,Sadeghi M. (2010). Professional ethics. Work and Society; 126-135. (In Persian).
11. Faramarz Gharamaleki A .(2003) . Professional ethics. Tehran: Majnon Publication. P. 105. (In Persian).
12. Ramezani A. (2006). Professional ethics in management. Mashhad: Conference on Science and Ethics in Mashhad University. (In Persian).
13. Gholami A. (2009). Organizational ethics: issues, challenges and solutions. Police Human Development; 63-83. (In Persian).
14. Dajkhosh Ss. (2013). Modeling business ethics using analytic network process (ANP), a fussy approach. [MA Thesis].Tehran: Tarbiat Modares University. (In Persian).
15. Dehghan Manshad S. (2011). Identify and ranking of the factors affecting professional ethics. Entrepreneur Magazine; 86. (In Persian).
16. Rayshahri M. (1995). Management ethics of Islam. 3rd ed. Qom; Hadi Institute. P. 25. (In Persian).
17. Nabavi M. (1994). Islamic management. 8th ed. Qom; Bostan Book Institute Publication. P. 148. (In Persian).
18. Helali S. (76 C). Political history of Islam. Eftekharzade M. Tehran: Resalat ghalam Publication. P. 379. (In Persian).
19. Koleini M. (1407AH). The principles of Al-Kafi. Camrei M. Qom: Resalat Publication. (In Persian).
20. Koleini M. (1407 AH). Al-Kafi. 4th ed. Ghaffari A, Kaonde M. Tehran: Alaslamyh of Books Publishers. (In Persian).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]

21. Rezaeian A. (2007). Basics of organization and management. 10th ed. Tehran: SAMT Publication. P. 8. (In Persian).

22. Vaseghi Q. (2005). Islamic management. 2nded. Qom; Islamic Research Institute. P. 175. (In Persian).

23. Hess Mer LT. (1998). Ethics in management. Aerabi SM, Ezadi D. Tehran: Office of Cultural Research. P. 16. (In Persian).

24. Maxvel J. (2007). Professional ethics in management. Translated by: Yavari SA. Tehran: Management Fara Publication. P. 29-35. (In Persian).

25. Ahmadi F. (2012). Evaluation of factors affecting on professional ethics service organizations. Ethics in Science and Technology; 10. (In Persian).

26. Javanbakht H. Ghasemi M. Molavi M. (2012). Identify and ranking the factors affecting organizational ethics west Azerbaijan higher educational institutions using the Topsis technique. Tehran: National Conference on Values and Ethics in Management in Islamic Azad University. (In Persian).

27. Beygzadeh V, Beygzadeh J, Rabbani M, Aeeni M. (2012). Review and ranking of factors affecting the ethical behavior of employees in organizations by analyzing the ANP. Banab: Congress of Values and Ethics in the Management in Islamic Azad University. (In Persian).

28. Valentine S, Fleischman G. (2008). Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. Journal of Business Ethics; 159-172.

29. Sanei M, Yari M. (2013). Analysis of components of professional ethics in the field of human resources management. Ethics in Science and Technology; 9(1): 96. (In Persian).

30. Mahmoudikia M. Baharlou M, Arshadi N. (2014). The relationship between personality characteristics and moral leadership. Ethics in Science and Technology; 9(3): 9. (In Persian).

31. Vaezi R, Rahmani F. (2012). Explanation the concept of ethical corporate behavior and the expression of different models of space organization. Banab: National Conference on Values and Ethics in Management in Islamic Azad University. (In Persian).

32. Zarei Matin H. (1995). Explanation model organizational culture based on Islamic values in the workplace and its role in job satisfaction. [PhD. Thesis]. Tehran: Tarbiat Modares University. (In Persian).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.1.13.1]