برداشتهای اخلاق حرفه‌ای مدیران در کسب وکارهای کوچک و متوسط

دکترعلیرضا امیرکبیری، سهیلا داروئیان*

گروه مدیریت دانشگاه آزاداسلامی، واحدتهران مرکز

چکیده

زمینه: دردنیای پیچیده امروز که سرعت پیشرفت ابداعات و نظریه پردازیهای بشر بسیار زیاد است و هرروزه سبکها، روشها و فنون فراوانی در هر عرصه علمی نمایان می‌گرد، مهمترین و پررنگترین عاملی که باعث حفظ کیان وکرامت این رویه‌ها می‌گردد حفظ اصول و چارچوبهای اخلاقی و انسانی است که باعث بقا وتبیین علوم و نظریه‌های مختلف است. درهمین راستا، هدف این پژوهش بررسی ادراکات اخلاق حرفه‌ای مدیران در کسب وکارهای کوچک ومتوسط در نظر گرفته شده است.

روش کار: این پژوهش با استفاده از دو روش کتابخانه‌ای جهت جمع‌آوری پیشینه تحقیق و پرسشنامه به مرحله اجرا درآمده است. جامعه آماری پژوهش را مدیران کسب وکارهای کوچک و متوسط در شهرک صنعتی شمس آباد تهران تشکیل دادند، که تعداد آنها ۱۵۰ نفر تعیین گردید که با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای، این نمونه گیری صورت پذیرفت. پرسشنامه مورد استفاده یک پرسشنامه معیارین با حدود بیست سوال درمورد متغیرهای تحقیق است. همچنین داده‌های حاصل از پرسشنامه پژوهش با استفاده از تحلیل واریانس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: از میان فرضیه‌های مورد سنجش در این تحقیق جز یک فرضیه که تفاوت معناداری را بین ادراکات اخلاقی حرفه‌ای مدیران در گروههای سنی به‌دست داد؛ بقیه فرضیات یعنی تفاوت ادراکات اخلاقی حرفه‌ای مدیران با سطح تحصیلات، تعدادکارکنان، سابقه‌کاری مدیران، سطوح مدیریت و نوع فعالیت کسب وکار موردتایید قرار نگرفت.

نتیجه‌گیری: در پایان با بهره‌گیری از سنجش فرضیات حاصل و تطابق با منشورهای سازمانهای مشابه ونظریات موجود دراین زمینه، پیشنهادهایی برای بهبود این شرایط با بهره‌گیری از نظر متخصصان و مدیران بیان گردید. به این امید که این تحقیق ونتایج حاصل ازآن موجب ارتقاء سطح ادراکات ورعایت اصول اخلاقیات درسازمانهای ایران باشد.

کلید واژه‌ها: اخلاق حرفه‌ای، کسب وکارهای کوچک ومتوسط، مسؤولیت اجتماعی، منشوراخلاقی

سرآغاز

عصر و دوران امروز دنیای پیچیده ای ازدانش و فناوری و فنون و ابزارهای مختلفی است که دانش مدیریت نیز از آن مجزا نمی باشد. دراین میان هرروزه درعرصه دانش مدیریت شاهد مطالعات، نظریه‌ها، و فنون نوینی هستیم که هریک درتلاش

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

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

هستند تا راهکارهای تازه ای را در جهت بهبودعملکرد مدیریت و اثربخشی بیشتر سازمانها فراهم سازند.تمامی این عرصه‌ها وحوزه‌ها اکثر، ریشه در اصول اقتصادی و سیاسی داشته و بیشترجنبه سودآوری و منافع سازمانی حرکت می‌کنند. اما حقیقت آن است که دردهه‌های اخیر جنبه دیگری از وظایف سازمانی نقش پراهمیتی یافته است وآن،مسوولیت اجتماعی و اخلاقی سازمان است. اخلاق که در تعریف عبارت است از: تمامی صفات نفسانی که منشاء کارهای پسندیده یا ناپسند باشد؛ چه آن صفت به صورت پایدار و راسخ باشد وچه ناپایدار و زودگذر(۱).می تواند نقش پراهمیتی در بهبود روند فعالیت‌های سازمان ایفا کند.

مبحث اخلاقیات سازمانی و حرفه ای امروزه نقش پراهمیتی را در جهان وحوزه سازمان یافته است،به گونه ای که اخلاقیات و مباحث مربوط به آن همچون عدالت،انصاف،تعهد وحقوق فردی و سازمانی نقش پررنگ و مهمی یافته است. بنابراین مدیران وکارکنان سازمانها برای ایفای امور سازمانی خود افزون برمعیارهای سازمانی و قانونی نیاز به مجموعه ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی دارند،که آنان را در رفتارها واعمال سازمانی یاری دهند و نوعی هماهنگی و وحدت رویه درحرکت به سوی شیوه مطلوب دراخلاق سازمانی را میسرسازد. زیرا امروزه یکی از مهمترین معیارهای ارزیابی سازمانها و یکی ازعوامل مهم موفقیت سازمانها مباحث واصول اخلاقی می‌باشد.

علاوه برچنین شرایطی و با تاکید بسیار بر اخلاقیات و رعایت اصول اخلاقی درادیان گوناگون و بویژه دردین اسلام به‌نظر می‌رسدکه لزوم رعایت و تمرکز بر اصول اخلاقی که بتواند راهنمای عمل مناسبی برای سازمانها باشد؛ بیش ازهمیشه احساس می‌گردد. بنابراین با بررسی این اصول درسازمانها و کسب وکارهای کشور ایران می‌توان سعی درنهادینه سازی اصول اخلاقی درکسب وکارها نموده وباعث ایجاد یک جامعه اخلاقمدار و مقید به رعایت اصول اخلاقی نمود که باعث یک مزیت رقابتی و برتری درعرصه جهانی و بین المللی خواهدشد.

با این وصف به برخی تعاریف علمی از متغیرهای مهم این پژوهش ازجمله:: اخلاقیات،منشوراخلاقیات،اخلاق سازمانی، منشور اخلاقیات سازمانی، اخلاق حرفه‌ای وکسب وکار کوچک و متوسط که اهمیت کلیدی در اجرای پژوهش داشته‌اند اشاره می‌گردد. ۱- اخلاقیات: به رفتارهایی اطلاق می‌شود که مطابق با سه الگوی اخلاقی (منفعت طلبی،حقوق وعدالت) باشد و به طورخلاصه یعنی منفعت، حقوق و عدالت را در افکار به‌کارگیرند، بنابراین اخلاقیات در سازمانها عموماً باعناوینی همچون: خوش قولی و وفای عهد با مشتری، حضور به موقع درمحل کار، سرعت درانجام کار مشتریان، حفظ کرامت مشتریان، عدم تبلیغات گمراه کننده درباره محصول و...تعریف می‌شود(۲). منشوراخلاقیات: دستورالعمل رسمی است که درآن ارزشها و قواعد اخلاقی اساسی مورد انتظار از افراد (در سازمان، دردین، درخانواده و...) به صورت مشخص بیان می‌شود و به‌صورت پوستر (بروشور)، لایحه، قواعد در برابر آنها و سایرین قرارگرفته و به‌طور مستقیم و مشخص رفتارهای افراد را هدایت می‌کند(۳). اخلاق سازمانی، اخلاق سازمانی به رفتارهایی اطلاق می‌شود که مطابق باسه الگو اخلاق (منفعت‌گرایی، حقوق وعدالت) باشند، به طور خلاصه یعنی منفعت و عدالت رادرمورد افراد به کارگیرد(۴). منشور اخلاقیات، سندی است حاوی معیارهای اخلاقی- ارزشی که برای هماهنگی و وحدت رویه و روش در بین کارگزاران سازمان تدوین می‌شود وآنان رادر رفتار وعملکردهایشان به سوی آرمان‌های ارزشی سازمان هدایت می‌کند.

انسانها متفاوتند و با دیدگاههای متفاوتی درسازمان گرد هم می‌آیند، برای آنکه بتوانیم این تفاوتها را به اشتراک و یگانگی مبدل سازیم به سرمشق و الگویی نیاز داریم که آن را اصطلاحاً منشور اخلاقیات سازمان نام نهاده اند(۵). اخلاق حرفه‌ای، عبارت است از اصول و معیارهای اخلاقی که توسط سازمانها براساس الگوهای اخلاقی تدوین شده و تمامی اعضای سازمان ملزم به رعایت این اصول که هدایتگر رفتار آنان می‌باشد، هستند.

کسب وکارهای کوچک و متوسط: طبق تعریف وزارت کار و امور اجتماعی، کلیه کسب وکارها (اعم ازشرکتها، کارخانجات، موسسات و...) با هرنوع فعالیت درهر زمینه‌ای (تجاری، بازرگانی، صنعتی، خدماتی و...) که دارای کارکنان کمتر از ۵۰۰ تن می‌باشند، جزء کسب و کارهای متوسط و کوچک قرار دارند(۶).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

در زمینه تحقیق حاضر نیز تحقیقات بسیار در کشورهای مختلف صورت گرفته است که چند مورد از آنها به طور خلاصه اشاره می‌شود: هرچند به جهت تازگی چنین زمینه‌ای ازتحقیقات به ویژه درایران مطالعات و پژوهشهای زیادی دراین زمینه صورت نگرفته است، اما برخی از تحقیقات انجام شده جهانی جهت نگارش این مقاله، عبارت است از: پژوهشی که درسال ۱۹۹۶دردانشکده سنت لوییس انجام شده است،که بررعایت اصول اخلاقی در بازارهای جهانی و بین‌المللی پرداخته است.نتیجه آن رعایت اصول اخلاقی درکشورمیزبان محصولات وخدمات ودریافت کننده محصولات و خدمات به صورت دوجانبه است (۷).

پژوهشی که درسال ۱۹۹۹ درکشورترکیه انجام گرفته و بر روی اخلاق کسب وکار دراین کشوراست.دراین تحقیق تفاوتهای میان ادراکات اخلاقی و سن، تحصیلات،جنسیت، نوع صنعت و اندازه شرکت موردبررسی قرارگرفته است که تاثیرات هر یک مورد سنجش و تفاوت میان آنها در نتایج این تحقیق آورده شده است(۸).

تحقیقی درمیان مدیران،سرپرستان و فروشندگان درکشور آفریقای جنوبی در سال۱۹۹۹انجام گرفته است. که در میان ادراکات اخلاق حرفه‌ای مدیران، سرپرستان و فروشندگان تفاوتهایی را از نظر اصول اخلاقی یافته است (۹) .

تحقیقی که درسال ۲۰۰۲ در دانشکده بازرگانی دانشگاه استامبول درباب ارزشهای اخلاقی استادان دانشگاهی صورت گرفته است. نتایجی که وی به آن دست یافته این است که: ازنظر نگرش استادان دانشکده بازرگانی دانشگاه استامبول در باب مسائل اخلاقی به ترتیب؛ تامین منافع مالی در قبال نمره، مغشوش کردن نتایج با تحریف داده‌های تحقیق،نشان دادن مسافرتهای شخصی، به مانند پژوهش علمی برای تامین پشتیبانی مالی از دانشگاه،تامین پشتیبانی زیاد با تحریف اسناد ومدارک در تحقیقاتی که با پشتیبانی مالی انجام می‌گیرد، استفاده ازآثار دیگران بدون اجازه و ذکر منبع و بیش ازحدنشان دادن هزینه‌های مسافرتی که با پشتیبانی دانشگاه انجام می‌گیرد، موضوعاتی را تشکیل می‌دهند که در راس فهرست مسائل اخلاقی قرار دارند(۱۰).

پژوهشی دیگر، انجام شده که به بررسی و شناخت آفات، بیماریها و موانعی است که می‌تواند پایه‌های دولت وحکومت را متزلزل سازد وآثارآن جامعه را با بحران جدی روبرو می‌سازد(۱۱).

تحقیقی که جهت ارائه الگویی جهت اخلاقیات سازمان در دانشگاه آزاداسلامی صورت گرفته است وحاصل نتایج آن ارائه الگویی درجهت بهبود عملکرد اخلاقی سازمانهای دولتی می‌باشد (۱۲).

بنابراین، هدف اصلی ازتحقیق حاضرتهیه پاسخ مناسب برای این مساله است که آیا بین ادراکات اخلاق حرفه‌ای مدیران بر حسب متغیرهای مختلفی ازجمله سن، نوع کسب وکار و درآمدماهانه و سطح مدیریت تفاوت معناداری وجود دارد.چنانچه پاسخ مثبت است میزان و سهم هریک ازمتغیرها چگونه و به چه میزان است. این تحقیق سعی دارد تا به یافته‌های در مورد میزان شناخت و ادارکات اخلاق مدیران در کسب وکارهای متوسط وکوچک درایران برسد، تا بتواند براساس این یافته‌ها پیشنهادهایی را در خصوص بهبود و اصلاح شرایط ارائه دهد.

روش کار

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات بنیادی است که با استفاده از روش پیمایش انجام گرفته و جهت جمع‌آوری داده‌های آن از روشهای زیراستفاده گردیده است:

۱- کتب،مقالات و پژوهشهای انجام شده دراین زمینه مورد مطالعه و بررسی قرارگرفت.

۲- توزیع و بررسی پرسشنامه مربوط به ادراکات اخلاق حرفه ای. قلمرو پژوهش حاضر درمیان شرکت‌ها وکارخانه‌های متوسط وکوچک درشهرک صنعتی شمس آباد تهران انجام پذیرفته است.

جامعه آماری این پژوهش را مدیران شرکتها وکارخانجات متوسط وکوچک در شهرک صنعتی شمس آباد تهران در بهار و زمستان ۱۳۸۸ تشکیل داده اند..جهت نمونه گیری یعنی انتخاب تعدادی ازافراد، حوادث و اشیاء از یک جامعه به‌عنوان نماینده آن جامعه (۱۲) درتحقیق حاضراز روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شده است، که با توجه به تعداد ۶۰۰ کارخانه موجود

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

دراین شهرک ومدیران آنها ازفرمول نمونه گیری خوشه‌ای استفاده شده است.

براساس روش مورد اشاره به ۱۵ نفر نمونه رسیدیم و برای بالا بردن صحت و دقت تحقیق،دراین پژوهش ازعدد۵۰ برای سنجش استفاده شده است(۱۳). زیرا نمونه به‌دست آمده عدد ۱۵ وعناصرهرخوشه نیز برابر۳ (تعدادمدیران) بود (۴۵=۳×۱۵). در مرحله بعد به جهت تعیین آزمون استقلال (به دلیل آنکه حداقل درآزمون استقلال بایستی تعداد نفرات ۵ باشد بنابراین(۱۳۵=۳×۴۵) در نظرگرفته شد. این آزمون موجب صحت تعداد نمونه وحداقل خطای(حدود۹۰درصد خواهد بود). لذا تعداد پرسشنامه توزیع شده برای دقت بیشتر۱۵۰ عدد می‌باشد. به دلیل آنکه متغیرمورد مطالعه، درکارخانه‌ها و شرکتهای متفاوت در شاخه‌های صنعت مختلف می‌باشد، با استفاده ازحجم آنها در هر خوشه و به صورت تصادفی ساده نمونه‌گیری انجام گرفته است که روش مورد استفاده روش نمونه گیری خوشه ای دو مرحله ای می‌باشد. ابزارهای پژوهش نیز شامل پرسشنامه‌ای باتعداد سؤالات پرسش نامه ۲۵ عدد بوده است که مقیاس پاسخگویی آن با استفاده از یک مقیاس (اسکیل) ده شماره‌ای لیکرت (ازموافق تا هرگز) تعیین گردید. میزان پایایی نیز از طریق محاسبات آماری ۸۵٪ بود که میزان قابل قبولی است. میزان روایی این پرسشنامه نیز از طریق بررسی‌های انجام شده و توزیع اولیه ۵۰ پرسشنامه و صلاحدید متخصصان در سطح مناسبی قرار داشت.

جهت تحلیل داده‌های حاصل از ابزار پژوهش ازآزمون کروسکال والیس و استفاده ازنرم افزارSPSS بهره گرفته شد.(۱۴). البته به دلیل تازگی چنین تحقیقی درشهرکهای صنعتی سعی شد تا اصول اخلاقی مورد نیاز دراین زمینه از جمله محرمانه ماندن نام وعنوان پاسخ دهندگان، احترام به شخصیت آنان و درج داده‌های جمع‌آوری شده در نهایت دقت و صداقت، به‌طور جدی وکامل رعایت شود.

یافته‌ها

جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که میانگین اخلاق حرفه ای در بخش فلزات اساسی از تمام بخشهای دیگرکمتر است و در بخش رایانه از همه بالاتراست. نتایج آزمون کروسکال والیس۱ درجدول ۱ نشان می‌دهدکه بین اخلاق حرفه‌ای در شاخه‌های صنعتی معرفی شده تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول۱: کارخانه‌ها برحسب قلمرو فعالیت

نوع فعالیت (شاخه صنعت)	تعداد کارخانه‌ها	میانگین	کای- دو	درجه آزادی	معنی داری
مصنوعات فلزی	۲۰	۸۳/۸۰			
کانی غیر فلزی	۳۳	۶۴/۴۵			
استیک پلاستیک	۱۲	۸۷/۴۲			
فلزات اساسی	۲۳	۶۴/۱۵			
ماشین الات و تجهیزات	۱۸	۷۱/۰۰	۸/۰۹۴	۷	۰/۳۲۴
مواد ومحصولات شیمیایی	۹	۶۴/۲۸			
کامپیوتر	۳	۱۱۰/۱۷			
فعالیتها سایر	۲۵	۷۱/۲۶			
مجموع	۱۴۳				

جدول ۲ نشان می‌دهدکه میانگین رتبه ادراک اخلاق حرفه ای درسن ۲۵ تا۳۰ سال کمترازسایررده‌ها است و پس ازآن نیز میانگین سنی کمتراز ۲۵ سال قراردارد. نتایج آزمون کروسکال والیس درجدول ۲ نشان می‌دهدکه بین اخلاق حرفه‌ای در شاخه‌های صنعتی معرفی شده تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره۲. سن مدیران

سن	تعداد	میانگین	کای- دو	درجه آزادی	معنی داری
کمتر از ۲۵ سال	۲	۵۴ /۷۵			
تا۲۵ ۳۰ سال بین	۵	۵۳ /۶۰			
تا۳۰ ۳۵ بین سال	۱۴	۱۰۰ /۸۶	۱۳/۱۳۲	۴	۰/۰۱۱
تا۳۵ ۴۰ سال بین	۶۱	۷۷ /۷۸			
بالای ۴۰ سال	۶۱	۶۱ /۶۷			
مجموع	۱۴۳				

باتوجه به اینکه جدول ۳ نشان می‌دهد که میانگین رتبه ادراکات اخلاق حرفه ای سطح دیپلم نسبت به بقیه درسطح پایین‌تری قراردارد. نتایج آزمون کروسکال والیس درجدول ۱ نشان می‌دهدکه بین اخلاق حرفه‌ای در شاخه‌های صنعتی معرفی شده تفاوت معناداری وجود ندارد.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

جدول ۳. تحصیلات مدیران

تحصیلات	تعداد	میانگین	کای-دو	درجه آزادی	معنی داری
ابتدایی یا راهنمایی	۲	/۵۰ ۷۶			
دیپلم	۱۱۱	/۵۹ ۶۹	۱/۷۰۰	۲	۰/۴۲۸
کارشناسی	۳۰	۸۰/۶۲			
مجموع	۱۴۳				

جدول ۴ نشان می‌دهدکه میانگین رتبه رده مدیرکسب وکار برابر بیشترازسایررده‌ها است و پس از آن مدیر رده میانی قرار دارد و در نهایت مالک ومدیر کسب وکارقرار دارد. نتایج آزمون کروسکال والیس درجدول ۱ نشان می‌دهدکه بین اخلاق حرفه‌ای در شاخه‌های صنعتی معرفی شده تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۴. سمت مدیران

سمت	تعداد	میانگین	کای-دو	درجه آزادی	معنی داری
مالک کسب وکار و مدیر	۴۵	۶۵ /۵۲			
مدیرعالی کسب وکار	۳۵	۷۳ /۸۹	۱/۱۹۴	۲	**۰/۵۵۱**
مدیررده میانی	۶۳	۷۳ /۳۹			
مجموع	۱۴۳				

جدول ۵ نشان می‌دهدکه هرچه عمر فعالیت افزایش می‌یابد ادراکات اخلاق حرفه‌ای نیز افزایش می‌یابد. نتایج آزمون کروسکال والیس درجدول ۱ نشان می‌دهدکه بین اخلاق حرفه‌ای در شاخه‌های صنعتی معرفی شده تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۵. عمر فعالیت کسب وکار

عمرفعالیت	تعداد	میانگین	کای-دو	درجه آزادی	معنی داری
کمتراز۵ سال	۲	۸۴ /۲۵			
بین ۵ تا ۱۰ سال	۴۸	۷۹ /۳۴			
بین ۱۰ تا ۱۵ سال	۵۶	۷۳ /۳۰	۴/۹۳۵	۳	**۰/۱۷۷**
بیشتراز۱۵ سال	۳۷	۵۹ /۸۴			
مجموع	۱۴۳				

جدول ۶ نشان می‌دهدکه میانگین ادراکات اخلاقی درکسب وکارهای بالای صد نفر بیشترازسایررده‌ها است وپس ازآن کسب وکارهای بین پنجاه تا صد نفرقرار دارد ومیانگین درکسب وکارهای زیر بیست نفر از بقیه کمتر می‌باشد. نتایج آزمون کروسکال والیس درجدول ۱ نشان می‌دهدکه بین اخلاق حرفه‌ای در شاخه‌های صنعتی معرفی شده تفاوت معناداری وجودندارد.

جدول۶. تعداد افراد کسب وکار

تعداد افراد	تعداد	میانگین	کای-دو	درجه آزادی	معنی داری
بین ۱۰ تا ۲۰ نفر	۲۹	۶۵ /۲۵			
بین ۲۰ تا ۵۰ نفر	۸۰	۷۴ /۱۲			
بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر	۲۴	۶۸ /۶۵	۱/۷۹۸	۳	**۰/۶۱۵**
بیشتراز۱۰۰ نفر	۱۰	۸۲ /۶۵			
مجموع	۱۴۳				

بحث

باتوجه به نتایج حاصل از تحقیق حاضر، سعی شده است تا با رویکرد تطبیقی(درآمارتوصیفی) به مقایسه نتایج حاصل ازاین تحقیق و تحقیقی که به عنوان یکی از نزدیکترین تحقیقات به این پژوهش است و توسط «تاسلاک وسونر» درسال ۲۰۰۲ به بررسی ادراکات اخلاق حرفه‌ای مدیران درکسب وکارهای متوسط وکوچک درمنطقه دریای سیاه و ترکیه انجام شده پرداخته شود.

درتحقیق تاسلاک و سونر مشاهده شده است که مدیران کسب وکارهای شاخه محصولات غذایی نسبت به سایر فعالیتها شامل (سنگ خاک،چوب،پلاستیک، محصولات شیمیایی ومحصولات نساجی) از ادراکات اخلاقی بالاتری برخوردارند و درتحقیق حاضر نیز مدیران کسب وکارهای رایانه نسبت به سایر فعالیتها (صنایع فلزی، ماشین آلات، محصولات شیمیایی، و...) از ادراکات اخلاقی بالاتری برخوردار بوده‌اند.

درتحقیق تاسلاک وسونر مشاهده شده است که هر چه سن مدیران بیشتر شده است تعهداخلاقی و ادراکات اخلاقی نیز درمیان آنان افزایش یافته است،در تحقیق حاضر نیز، مشابه

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

همین نتیجه حاصل شده و مشاهده شده است که با افزایش سن مدیران میزان ادراکات اخلاقی درآنان افزایش یافته است.

درتحقیق تاسلاک وسونر مشاهده شده است که در میان مدیران کسب وکارهای متوسط وکوچک فارغ التحصیلان دانشگاهی نسبت به سایر رده‌ها (دیپلم،زیردیپلم ودکتری) دارای ادراکات اخلاقی بالاتری بوده‌اند. مشابه چنین نتیجه‌ای نیز درتحقیق حاضر به‌دست آمده و مشاهده شده است که مدیرانی که دارای مدرک کارشناس بوده‌اند نسبت به بقیه (دیپلم وزیر دیپلم) دارای ادراکات اخلاقی بالاتری بوده اند.

در تحقیق تاسلاک وسونر مشاهده شده است که مدیر/ مالک کسب وکار نسبت به سایر رده‌ها (مدیرعالی و مدیرمیانی) دارای ادراکات اخلاقی بالاتری هستند و اصول اخلاقی را بیشتر مورد توجه قرار می‌دهند. اما در تحقیق حاضر (جدول۴) مشاهده شده است که مدیر سطح میانی نسبت به سایر رده‌ها یعنی، مدیر/ مالک و مدیرعالی کسب وکار دارای ادراکات اخلاقی بالاتری بوده و پس از آن مدیر/ مالک وسپس مدیرسطح میانی در رده‌های بعدی ادراکات اخلاقی قرار دارند.

درتحقیق تاسلاک وسونر مشاهده شده است که هرچه عمرفعالیت کسب وکارافزایش می‌یابد یک تحلیل رفتگی۲ در ادراکات اخلاق حرفه‌ای مدیران ایجاد می‌شود.درتحقیق حاضر نیز مطابق و همسو با این تحقیق(جدول۵) هرچه عمرفعالیت بیشترشده است(بالای ۱۵ سال) میزان ادراکات اخلاقی کاهش یافته است.

ازنظرتعداد کارکنان درتحقیق تاسلاک وسونر مشاهده شده است که کسب وکارهایی که تعداد کارکنان آن بالای ۱۰۰ نفراست از ادراکات اخلاقی کمتری برخوردار بودند؛ اما درتحقیق حاضر(جدول۶)مشاهده شده است که هرچه تعداد کارکنان کسب وکارافزایش می‌یابد ادراکات اخلاقی نیز درکسب وکارها افزایش یافته است.

باتوجه به اینکه ازمیان شش فرضیه مطرح شده تنها یک فرضیه مورد تایید واقع شد. می‌توان بایک رویکرد تطبیقی چنین نتیجه گرفت که این تحقیق و پرسش نامه آن به دلیل آنکه درکشورها و جوامع آماری دیگری (همچون ترکیه وکره و...) مورد سنجش واقع شده است و نتایج مثبتی را نیز درپی داشته است؛ بنابراین دلیل عمده رد این فرضیات نوع نگرش و نوع تفکرات حاکم بر جامعه آماری تحقیق یعنی شهرک صنعتی شمس آباد(وشاید به نوعی کسب وکارهای متوسط وکوچک درایران) است که شناخت کافی و ادراکات لازم را درمورد اخلاقیات مدیریت نداشته و عدم وجود منشوراخلاقیات دراین شهرک و عدم تدوین منشورها وآموزشهای لازم توسط مدیران و اصناف و مدیریت شهرکهای صنعتی، باعث عدم وجود ارتباط(مثبت یا منفی) میان ادراکات اخلاق مدیریت وتحصیلات،تعدادکارکنان، نوع فعالیت، سطوح مدیریت و عمر فعالیت بوده و تنها میان سن و ادراکات اخلاقی رابطه معنا داری وجود داشت که این امرنیز شاید به دلیل سوابق و تجربیات مدیران و افزایش سطح ادراکات اخلاقی است.

بنابراین، جهت بهبود این روند به بیان معایب عدم وجود ادراکات اخلاقی در سازمان (که حاصل نتایج تحقیق حاضر است)، بویژه ازجانب مدیران وسپس به ارائه پیشنهادهایی در راستای بهبود و پیشرفت این شرایط و حرکت درجهت تدوین و نهادینه سازی ادراکات واصول اخلاقی درمیان کسب وکارهای کوچک و متوسط پرداخته شده است.

ریشه وجود رفتارهای غیراخلاقی نیز عدم شفافیت رفتارهای اخلاقی، قوانین مقررات، سیاستها، خط مشیها و معیارهای سازمانی است. همچنین، عدم رعایت عدل و انصاف در خصوص کارکنان نقش مهمی دراین زمینه ایفا می‌کند.عدم ادراکات درست و کامل اخلاقیات درمراتب بالای سازمان، ودرمیان متخصصین و مدیران سازمانها نیز یکی دیگراز این دلایل به شمار می‌رود؛ و همچنین کم رنگ شدن هر روزه نقش پراهمیت اخلاقیات در میان تمامی سازمانهای ایران که اندک اندک به درون جامعه نیز تسری یافته یکی ازعمده دلایل بی اهمیتی توجه به اصول اخلاقیات به شمارمی‌رود.

تهیه وتنظیم منشور اخلاقیات و قانونگرایی،آموزش برای توسعه رفتارهای اخلاقی و قانونی، رعایت و حمایت اصول اخلاقی توسط مدیران رده بالای سازمانی، شناسایی موقعیتهای مناسب برای ارتکاب اعمال خلاف قانون و اخلاق و نظارت کافی بر موقعیتهای مذکور، شناسایی افراد مستعد برای ارتکاب اعمال خلاف و غیراخلاقی و آموزش و نظارت بر فعالیتهای آنان

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

تا اصلاح رفتارهایشان، تشویق کارکنانی که قانون و اخلاق رادرکار رعایت می‌کنند و تدوین منشوراخلاقی ویژه سازمانی و نهادینه سازی آن درکل سازمان می‌تواندکمک موثری برای رعایت اخلاق در سازمانها که لازمه بقای سازمانهای امروزی است باشد.

با توجه به نتایج حاصل از بررسی فرضیات این تحقیق درجامعه آماری مورد نظر جهت بهبود شرایط و افزایش رفتارها و ادراکات اخلاقی دراین جامعه و حتی درمیان شهرکهای صنعتی درایران پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

– ایجاد نهادها و بخشهایی درسازمانها، اتحادیه‌ها و اصناف جهت تدوین منشور اخلاقیات و نظارت براجرای آن درکسب وکارهای مربوط .

– تدوین منشوراخلاقیات با استفاده ازاصول مشخص و منطبق با نوع فعالیت شاخه‌های صنعتی.

نتیجه‌گیری

به طورخلاصه، می‌توان چنین بیان کرد نتایج تحقیق حاضر پس از بررسیهای آماری به دلیل عدم تایید فرضیات اول، سوم، چهارم, پنجم وششم نشان دهنده حداقل آگاهی مدیران در کسب وکارها از اصول اخلاق حرفه‌ای است. حال آنکه دنیای کسب وکار امروز با سرعتی شگرف درجهت اصول اخلاقی حرکت نموده و این امرحتی به عنوان یک مزیت رقابتی درسطح بین المللی مطرح می‌گردد. درکشورما علی‌رغم وجود تاکیدات مذهبی و دینی دراین زمینه، ولزوم ورود به عرصه‌های جهانی اهمیت و اولویت اخلاقیات بیش از هر زمان دیگری احساس می‌گردد.

باتوجه به نتایج حاصل ازتحقیق مشاهده گردید که درمیان شاخه‌های مختلف صنعت باتوجه به نوع عملکرد و فعالیت آنها،می توان اصول مشخص و روشنی را برای هر یک از شاخه‌های صنعت تدوین نمود که این امر می‌تواند با کمک متخصصان و مدیران و اصناف این صنایع صورت گیرد. همچنین انتظار می‌رود تا یک چهارچوب مشخص و روشنی ازجانب وزارت صنایع و معادن که شهرکهای صنعتی زیر مجموعه آن هستند تدوین و به این بخشها اعلام گردد تا هریک از آنها با استفاده ازاین چهارچوب بتوانند یک منشور و الگوی مناسبی را برای کسب وکارهای خویش تدوین نمایند.

– آموزش کارکنان متناسب با، سن و سطح بلوغ فکری آنان.

– توزیع جزوات وکتب مربوط به اخلاقیات.

امروزه حدود سه چهارم ازسازمانهای دولتی، صنعتی و بازرگانی درجهان دارای موازین رسمی اخلاقی بوده و اکثرشان، آنها را به کارکنان خودآموزش می‌دهند.اگرچه شواهدی هم وجود دارد که نشان می‌دهد که این برنامه‌ها بنابه دلایل متعددی مانند: فرهنگ جامعه، گروه‌های غیررسمی، عدم آگاهی خودمدیران از این برنامه‌ها وغیره کاملاً موثر نبوده است ولی می‌توان حدس زد که بدون چنین آموزشهای مذکور نیز چه مشکلاتی ممکن بود برای سازمان پدید آید(۱۳).

در جامعه آماری تحقیق حاضرنیز مشاهده شد که بسیاری از مدیران از وجود و لزوم چنین آموزشها و اصول اخلاقی کاملاً بی اطلاع بوده و از لزوم و ضرورت اجرا و توسعه آنها و فواید آن برای موفقیت بیشتر سازمان بی‌خبر و می‌باشند.

برای توسعه رفتارهای اخلاقی در سازمان انواع آموزشهای زیر پیشنهاد می‌گردد:

الف) آموزش در جهت شناخت اهمیت و ضرورت وجود و رعایت اخلاقیات درسازمان برای مدیران وکارکنان سازمان.

ب) معرفی و روش تدوین منشوراخلاقیات به مدیران و متخصصان منابع انسانی سازمان.

ج) آموزش به منظورتشخیص پیچیدگیها و مشکلات رفتارهای غیراخلاقی.

د) آموزش به منظور یادگیری نحوه استفاده و به کاربستن چهارچوبهای اخلاقی و قانونی و شیوه حل مشکلات مربوط.

ذ) آموزش به منظور به کارگیری رویه‌های اخلاقی و قانونی درمدیریت منابع انسانی.

این آموزشها بایدبا تفهیم وتاکید برمنشوراخلاقیات و قوانین تهیه وتدوین شفاف رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی ازنظرسازمان و مدیریت انجام پذیرد .هدف دیگراین آموزشها باید تشویق مدیران، سرپرستان وکارکنان به رعایت اخلاقیات و

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

قانون باتبیین نتایج مطلوب آن برای کارکنان سازمان و جامعه به جای مجبورکردن آنان به رعایت اخلاق باشد.

راه دیگر آموزش به کارکنان،ایجاد زمینه‌های مساعد برای حداقل شدن توان انجام اعمال غیراخلاقی است، وجودقوانین شفاف،وجودفرهنگ همبستگی، تاکید بردستورات مذهبی و لهی دراین زمینه و نمایش اثرات و پیامدهای غیراخلاقی برای تحقق این منظور مفید خواهدبود.

و بالاخره مدیران رامی توان آموزش داد تا نحوه به کارگیری معیارهای اخلاقی را در مدیریت منابع انسانی بیاموزند تا براساس شیوه‌های معمول گذشته عمل نکنند. تفاوتهای فردی، اخلاقی وفرهنگی را بشناسند و کارکنانی را که اخلاقیات و قوانین را درانجام وظایف و مسؤولیتهای خویش رعایت می‌کنند، تشویق و از آنان حمایت کنند.

دراین آموزشها باید مدیران و بویژه مدیران رده بالای سازمانی خواسته شودکه آنان با رعایت اخلاق برای دیگران الگو باشند.این عمل می‌تواند در نهادینه کردن رفتارهای هنجار، رعایت اخلاقیات و رعایت قوانین تاثیر بسزایی درکسب و کارهای کوچک و متوسط که مدیران دائماً باکارکنان سروکاردارند، مفید واقع شود.

برگزاری همایشها و برگزاری کلاسهای ویژه آموزشی، معرفی سازمانهای موفق دراین زمینه و توزیع جزوات در این زمینه‌ها با تأکید بر دستورات و اصول اخلاق اسلامی می‌تواند به عنوان یک راهکار مناسب دیگر مورد استفاده سازمانها قرار گیرد. معرفی و آموزش الگوها و نظریه‌های اخلاقی درسطح جهان و تطبیق آن باشرایط سازمانی و فرهنگی ایران، توسط متخصصین و صاحب نظران نیز به عنوان یک راهنما جهت تدوین منشوراخلاقیات مورد استفاده قرارگیرد.

– تهیه وتدوین منشوراخلاقیات مناسب سازمان .

– تشویق کارکنان برای رعایت اصول اخلاقی سازمان .

به نظر می‌رسد که یکی ازمهمترین اقدامات لازم برای ایجاد و استقرار نظام رعایت اخلاقیات و قانون درسازمانها،تدوین منشور رعایت اخلاقیات و قانونگرایی است.این منشور، بایستی متناسب با نیازها و فعالیتهای سازمانی و اصول جهانی تدوین گردد. این منشور، سوگندنامه و یاقانون باید دقیقاً انتظارات سازمان و مدیریت را ازکارکنان درخصوص (حتی جزئی‌ترین اصول) رعایت اخلاقیات و قانونگرایی مشخص کند و در بدو استخدام نیروی انسانی مفادآن به اطلاع وی برسد. این منشور بایستی همواره در معرض دید عموم (کارکنان، مدیران، مشتریان، بازدید کنندگان و...) قرارگیرد.

بایستی ازنیروی انسانی سازمان خواسته شود که درتمام فعالیتهای شغلی وحرفه ای خودکاملاً به مفاد آن عمل کند. کارکنانی هم که به مفاد منشور فوق عمل می‌کنند، باید مورد تشویق سازمان و مدیریت قرار گیرند .همچنین عدم به کاربستن مفاد منشور اخلاقیات و قانونگرایی باید موجب اقدامات اصلاحی کارکنان وحتی تنبیه آنان باشد.

تشویق و ارائه پاداش به کارکنانی که اصول اخلاقی را درسازمان رعایت می‌نمایند می‌تواند موجب انگیزش بیشتر این کارکنان و همچنین تشویق سایر کارکنان جهت رعایت بهتر و بیشتر این اصول گردد.

– آموزش مدیران و سرپرستان سازمان درتمام رده‌های مدیریتی .

– شفاف سازی و روشن کردن کامل مسؤولیتها و اصول اخلاقی سازمان .

دنیای کسب وکار و سازمانهای امروز باسرعت باورنکردنی درجهت استقرار نظامهای اخلاقی و آموزش و نهادینه سازی آنها هستند، زیرا که راه حل بسیاری ازمشکلات اقتصادی و سودگرایی سازمانها درتمرکز برروی همین امر و برقراری اصول اخلاقی درسازمان نهفته است. بنابراین پیش از بیان هرراه حل و پیشنهادی برای استقرار اخلاقیات درهرسازمانی بویژه درکسب وکارهای متوسط وکوچک درایران ذکراین نکته لازم است که،این مهم محقق نمی یابد مگر با حمایت و همکاری مسؤولین دولتی،اصناف و مدیران ارشد و صاحبان کسب وکار است و مهمترازهمه تغییر فرهنگ جامعه که متاسفانه درسالهای اخیر روند چندان مثبتی را درجهت اخلاقیات و اصول اخلاق سازمانی برنداشته است؛ زیرا بدون همکاری این گروه‌ها، بخش‌ها و محیطها تحقق اصول اخلاقی چه درسطح فردی، اجتماعی و چه سازمانی امکان‌پذیر نخواهد بود.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

– توجه و اهمیت به اصول اخلاقی بـه عنـوان یـک مزیـت رقابتی جهـت بقـای سـازمان درتـدوین اهـداف و راهکـارهـای سازمان.

امروزه اخلاقیات در بسیاری ازسازمانهای موفـق بـه عنـوان یکی ازمهمترین اهداف آن سازمان درتمام مراحل تدوین تعیـین راهکار سازمان مورد توجه قرار می‌گیرد تا بـدین ترتیـب اصـول اخلاقی جزئی از برنامه‌ها واهداف سـازمانی شـده و بـه بهتـرین شکل درسازمانها نهادینه گردد.

توجه روزافزون خریداران و مشتریان کسب وکار به حفظ و رعایت اصول اخلاقی وتاثیر مـستقیم آن برموفقیـت و مقبولیـت سازمانها باعث شده است تا رعایت هرچه بیشتر ایـن اصـول بـه عنوان یک مزیت رقابتی و عاملی جهت موفقیت سازمانها وحتی ادامه حیات آنها مورد توجه قـرار گیـرد . بنـابراین جهـت بقـای کسب وکارها بویژه درعرصه بین المللی لـزوم تـدوین و نهادینـه سازی این اصول احساس می‌گردد و تحقـق ایـن مهـم صـورت نمی‌گیرد مگر با ورود و استقرار ایـن اصـول بـه عنـوان بخـشی ازاهداف راهبردی و همیشگی سازمان.

– سنجش سطح ادراکات اخلاقی پیش از استخدام کارکنان (بویژه درکسب وکارهایی که تعدادکارکنان زیادی داشته و هزینه آموزش درآنها بیشترخواهد بود) .

– مشارکت کارکنان سازمان درتدوین منشوراخلاقیات (بـه ویژه درکسب وکارهای کوچک و متوسط).

سازمانها می‌تواننـدبا اصـلاح نظـام‌هـای جـذب وگـزینش، افرادی را که در دوران زنـدگی اجتمـاعی و کـاری خودسـابقه و تمایل بیـشتری بـه رعایـت اخلاقیـات و قـوانین داشـته‌انـد بـه استخدام درآورند. بویژه برای تـصدی مـشاغل کلیـدی سـازمان توجه به این امرضروری است. چراکـه ایـن افـراد قادرنـد مـوارد مربوط به رفتارهای غیراخلاقی را بهتـر تـشخیص داده و بـدون نظارت مـستقیم مـدیران رده‌هـای بـالاتر بـه انجـام وظـایف و مسؤولیتهای اخلاقی و قانونی خود بپردازند.

درکسب وکارهای متوسط وکوچـک نیـز بـه دلیـل ارتبـاط نزدیک و تنگاتنگ مدیران و کارکنان انتخاب و انتـصاب چنـین افرادی می‌تواند نقش مهمی در موفقیـت سـازمان داشـته باشـد بویژه آنکه روابط غیر رسمی درایـن سـازمانها بـسیار بـه چـشم می‌خورد و این امر می‌تواند به عنوان یک عامل موفقیت درجهت تحقق اصول اخلاقی برای سازمان به حساب آید.

مشارکت و نظرخواهی ازکارکنان بـویژه درکـسب‌وکارهـای کوچک می‌توانـد یـک راه حـل مناسـب جهـت تـدوین منـشور اخلاقیات سازمانی و نهادینه‌سازی این اصول درسـازمانها گـردد، زیرا در این صورت افراد وکارکنان سازمان انگیزه بیشتری بـرای رعایت و اجرای این اصول خواهندداشت.

محدودیتها وپیشنهادهای تحقیق

۱– تردیدی نیست که متغیرهای فراوانی همچون فرهنـگ، شرایط خانوادگی، محـیط، رفـاه اجتمـاعی وشـرایط اقتـصادی و سیاسی وغیره در ادراکات اخلاقی تاثیردارد. امـا دشـواری کمّـی کردن این متغیرها و بررسی جامع آنهـا باعـث شـده کـه درایـن پژوهش تنهاتاثیر پنج متغیر مورد مطالعه قرارگیرد.

۲– به دلیل تازگی و نو بودن موضوع ایـن تحقیـق درایـران منابع موجود به زبان فارسی وحتی لاتین بسیار اندک بوده و این امرموجب ایجاد محدودیت‌های زیـادی درجمـع‌آوری اطلاعـات، تهیه و تدوین این پژوهش گردیده است.

۳– بـه دلیـل آنکـه تـاکنون چنـین پژوهـشی درسـطح کارخانه‌های شهرک صورت نگرفته است، جلب همکاری مدیران کارخانـه جهـت جمـع آوری اطلاعـات بـسیار دشـوار و گـاهی غیرممکن می‌باشد. بنابراین محقق بـرای جلـب همکـاری آنـان مجبور به صرف وقت و هزینه بسیار زیادی گردیده است.

۴– تسلط وجود فرهنگ «عدم اطمینان به افراد تـازه وارد و پرسش کننده» درمیان کارخانه‌ها یکی دیگر از محدودیتهای این تحقیق می‌باشد.

همانگونه که مشاهده می‌گردد این تحقیق به جهت تـازگی و نو بودن آن در ایران می‌تواند به عنوان بنیـادی جهـت انجـام پژوهشهای آتی درتمام زمینه‌های اخلاقیات سازمانی و مـدیریتی باشد.

اما به طور ویژه می‌توان موضـوعات زیـر را بـرای محققـان گرامی آینده که علاقمند به فعالیت درایـن زمینـه هـستند بیـان نمود:

۱– بررسـی اصـول اخلاقـی و ادراکـات اخلاقـی مـدیران وکارکنان سازمانهای دولتی.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]

۲- بررسی و شناسایی ادراکات اخلاقی کارکنـان و مـدیران شرکتها و سازمانهای خصوصی درایران.

واژه‌نامه

کروسکال واریس	1. Kruskal-Wallis
تحلیل رفتگی	2. Erosion

منابع

۱- واثقی قاسم. درس هـایی ازاخـلاق مـدیریت. انتـشارات سـازمان تبلیغات اسلامی، تهران ۱۳۸۰. ۳۶-۳۵.

۲- گیوریان حسن. ارائه الگویی بـرای ارتقـای اخلاقیـات ومـسؤولیت اجتماعی درسازمان هـای دولتـی ایـران. رسـاله دکتری،دانـشگاه آزاداسلامی،واحدعلوم وتحقیقات.تهران ،۱۳۸۲. ۱۲-۲۳و۴۸-۵۶

۳- گیوریان حسن. نقش اخلاقیات درتوسعه سازمان». نشریه مدیریت دولتی.تهران، ۱۳۷۹ شماره ۴۷: ۲۱-۱۴.

4- mangment ethics, http://www.citiv.it/org, June 2009.

۵- الوانی سیدمهدی. ضرورت تدوین منشوراخلاقیات سازمانی. نشریه تحول اداری،تهران،۱۳۷۷ ،شماره۱۹,۲۹-۲۱.

6- Business ethics in organization, http://www.CPIT.org, septembre 2008

7- Amine L S(1996).The need for moral champions in golbal marketing.Department of markating & intenational business,Saint Louis University, European Journal of Markating,NO 5.VOl.30,PP:83-94.

8- Ekin M G,Tezolmez H (1999. Business ethics in Turky:An empirical investigation with speciall emplasison on gender. Journal of Business Ethics,118, 17-34.

9- Abratt R, Michael M &Drop K(1999).Ethical perception of south african retail & distribution management.Intenational Journal of Retail & Distribution Management, NO,2,VOL,l27,PP:91-104.

10- Pinar.I(2002)." Research for academician value ethics".Saint Louis University. Journal of Business Ethics,No,43,Vol,13.PP: 23-32

۱۱- صفی لو صابر. آسیب شناسی اخلاق مدیران ازدیدگاه قرآن. پایان نامه کارشناسی ارشد،دانشکده اصول دین ۱۳۸۵ . ۵۰ و ۶۹

۱۲- خورشیدی عباس . قریشی حمیدرضـا. راهنمـای تـدوین رسـاله وپایان نامه تحصیلی. انتشارات یسطرون، تهران، ۱۳۸۶. ۵۹

۱۳- مومنی منصور. تحلیل های آماری بااستفاده از SPSS. انتـشارات کتاب نو، تهران،۱۳۸۷. ۱۱۲و۲۳۰-۲۲۷

۱۴- آذر عادل. مومنی منـصور.آماروکـاربردآن درمـدیریت. انتـشارات سمت، تهران،۱۳۸۴. ۲۹۰-۲۸۰

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.9.2]