

اخلاق حرفه‌ای شاخصی اثر گذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی

غلامرضا نخعی^۱، دکتر عبدالرضا سبحانی^{۲*}

۱. گروه کارآفرینی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

۲. گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۶/۷/۱۰، تاریخ پذیرش: ۹۶/۹/۷)

چکیده

زمینه: از موضوع‌های اجتماعی مهم در سازمان‌های امروزی، پیاده سازی یک الگوی کارآفرینی سازمانی با مشخص کردن شاخص‌های اثرگذار بر آن است. و شاخص هاست که به الگوی کارآفرینی سازمانی هویت می‌دهد. اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به عنوان یک شاخص اثرگذار، ابزار انگیزشی مهم در سازمان باشد. و بستر مناسب تعهد و مسئولیت پذیری در توسعه فرایند کارآفرینی سازمانی قرار گیرد. هدف این پژوهش، تبیین اخلاق حرفه‌ای به عنوان شاخص اثر گذار، و ارائه راهکارهایی جهت توسعه الگوی کارآفرینی سازمانی است.

نتیجه گیری: پیاده سازی الگوی کارآفرینی سازمانی بدون توجه به اصول اخلاقی در سازمان مفهومی ندارد، زیرا رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای، یک ضرورت محوری است و کارآفرینی سازمانی مبتنی بر اخلاق حرفه‌ای معنی می‌یابد. در دنیایی که سازمان‌ها، ماشینی شده و معنویت، انسان‌گرایی و رعایت اصول اخلاقی کم رنگ شده است، اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به عنوان شاخص اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی، یک ابزار انگیزشی مهم در سازمان باشد. تا موجب سرامدی، توسعه پایدار، رقابت مطلوب، هم افزایی، کاهش تعارض، افزایش تعهد و مسئولیت های اجتماعی، افزایش ارتباطات سازمانی و حتی ایجاد ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی جدید گردد.

کلید واژگان: اخلاق، اخلاق حرفه‌ای، الگوی کارآفرینی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی

سرآغاز

اقتصادی و اجتماعی به تعادل و ایستاده جلوگیری کرده و بواسطه رفتارهای فرصت‌جویانه خود، اقدام به فرصت سازی برای کلیت آن می‌نمایند. (۱) بنابراین نقش آفرینی و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و اقتصادی نیازمند رعایت مبانی و اصول ارزش‌های اخلاقی^۱، هنجارهای اخلاقی^۲ و یا بطور کلی بکار گیری اخلاق حرفه‌ای^۳ در این زمینه است.

اخلاق یکی از اساسی‌ترین نیازهای بشر می‌باشد. در لفت جمع و از خلق به معنی خوی هاست و اخلاقمند کردن انسان‌ها راه صلاح و فلاح جامعه است. در فرایند اخلاقی چهار عنصر اساسی دخیل می‌باشد که عبارتند از: حساست اخلاقی^۴، قضاؤت اخلاقی^۵، انگیزش اخلاقی^۶ و عمل اخلاقی^۷. (۲)

امروزه کارآفرینی^۸ عنوان عنصرهای آفرین و دگرگونی بخش، و نیز عامل تغییر در تجدید ساختار سازمان‌ها و به تبع آن جوامع، می‌رود تا در سازگاری و تعامل با تحولات پیچیده، پویا، عمیق و شتابان، عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات، در راه ارتقا و رشد شاخص‌های توسعه اجتماعی و اقتصادی ملت‌ها در جایگاه عامل رقابتی، نقش بارز و ارزش‌ده ای، ایفا نماید. (۱) با توجه به ابعاد و جلوه‌های این مفهوم، به سرعت در حوزه‌های مختلف علوم انسانی نظریه اقتصاد، علوم رفتاری و مدیریت وارد شده و هر یک از محققان و صاحب نظران با توجه به زمینه تخصصی و فکری خود به آن نگریسته‌اند. محققین تغییرات مختلفی را که کارآفرینی در یک جامعه ایجاد می‌کند، بررسی کرده و آثار آن را از دیدگاه‌های متفاوت مورد بحث قرار داده‌اند. بسیاری از محققان معتقدند که، کارآفرینان از رسیدن نظام

می‌دانیم که در این مفهوم به حالت درونی و ملکه نفسانی اطلاق می‌شود. (۹) و دانش بررسی و ارزش گذاری بر خوی ها و رفتار آدمی است؛ که رفتارهای آدمی برمبنای دو اصل توارث و تربیت در افراد جامعه شکل می‌گیرد. (۱۰) مفهوم اخلاق حرفه ای از علم اخلاق اتخاذ شده و عبارت است از مجموعه قوانین اخلاقی که نخست از ماهیت حرفه یا شغل بدست آمده است. (۱۱) و نوعی تعهد اخلاقی و وجودان کاری نسبت به هر نوع وظیفه و مسئولیت است. (۱۲) همچنین، مجموعه ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه کرد. (۱۳)

اخلاق حرفه ای یکی از شعبه های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسایل اخلاقی حرفه های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است. (۱۴) و به منزله شاخه ای از داشت اخلاق که به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسایل اخلاقی آن می‌پردازد. (۱۵) و مجموعه ای از کنش ها و واکنش های اخلاقی پذیرفته شده است که از سوی سازمان ها و مجتمع حرفه ای مقرر می‌شود تا مطلوب ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه ای فراهم آورد. (۱۶) به مسائل و پرسش های اخلاقی و اصول و ارزش های اخلاقی یک نظام حرفه ای می‌پردازد و ناظر بر اخلاق در محیط حرفه ای است لذا اخلاق فردی^{۱۲}، مسئولیت پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود، فقط به منزله یک فرد انسانی، و اخلاق شغلی^{۱۳}، مسئولیت پذیری یک فرد، در برابر رفتار حرفه ای و شغلی خود، به مثابه صاحب یک حرفه یا پست سازمانی است. (۱۷)

نکات مهم در مفهوم اخلاق حرفه‌ای

- ۱ - اخلاق حرفه‌ای رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.
 - ۲ - اخلاق حرفه‌ای مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام دادن کارهای حرفه‌ای است.
 - ۳ - اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که به مطالعه روابط شغلی می‌پردازد.
 - ۴ - اخلاق حرفه‌ای عبارت است از مجموعه‌ای از قوانین که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید. (۱۸)

مفهوم کارآفرینی

واژه کارآفرینی، واژه ای است نو، از این کلمه نمی توان به مفهوم واقعی آن دست یافت. واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آنکه به مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید در زبان فرانسه ابداع شد. (۱۹) کارآفرینی از ریشه فرانسوی آنترپریز است، که مفهوم تمهد کردن کاری را در بر می گیرد. (۲۰) گرفته شده است. ژوف شومپیتر بیان می کند که، کارآفرینی نیروی محرکه اصلی توسعه اقتصادی^{۱۵} است و نقش آن عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از مواد، از دیدگاه او نوآوری ملاک کارآفرینی است و کارآفرین^{۱۶} کسی است که فرست ها^{۱۷} را درک می کند تا دست به نوآوری^{۱۸} بزند. (۲۱) از نظر کراینز: کارآفرینی بهره برداری از فرصت های کشف نشده است. (۲۰) پیتر

از سوی دیگر، اخلاق حرفه ای مهم ترین عامل فرهنگی در توسعه هر کشور محسوب می گردد و تأثیر چشم گیری بر روی فعالیت ها، عملکرد فردی و گروهی و نتایج سازمان دارد.^(۳) و به عنوان یکی از مسایل اساسی همه جوامع بشری، مهم ترین متغیر در موقفیت سازمان ها شمرده می شود.^(۴) بنابراین موضوع اخلاق و رفتارهای اخلاقی^۵ بسیار مورد توجه قرار گرفته است و این نگرش روشن وجود دارد و جامعه در صدد کسب آن است که، مسئولان دولتی، مدیران، کارکنان و سازمان ها طبق اخلاق و ضوابط پستدیده رفتار نمایند، زیرا یکی از مهم ترین موضوع هایی که زمینه ساز بروز مشکلات متعدد برای سازمان ها در سطح جهان شده است، مشکلات ناشی از فساد و کارهای خلاف اخلاق در جوامع گوناگون است.^(۵) به طور کلی انسان ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آنها را شکل می دهد. ممکن است همین افراد، وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار گیرند عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی سر بزند که این ویژگی های انسانی بر روی میزان کارایی و اثر بخشی سازمان تأثیر بگذارد. رفتارهای متفاوت اخلاقی افراد، به عنوان کارمندان سازمان، در یک طیف خطی، که یک سر آن سلامت اداری و سر دیگر طیف، فساد اداری می باشد قابل تحلیل است و میزان سلامت اداری در میزان موقفیت سازمان در انجام ماموریت ها، اجرای راهبردها و برنامه ها و در نهایت، دستیابی به اهداف سازمانی نقش به سزاگی را ایفا می کند. اولین گام در دستیابی به این اهداف درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان می باشد.^(۶)

اخلاق حرفه ای مهم ترین مسئله در موفقیت یک سازمان است. اخلاق به عنوان یک علم، و معیار رفتارهای اخلاقی در سازمان، از جمله محورهای کلیدی است. (۷) اخلاقیات در سازمان به عنوان سیستمی از ارزش ها و بایدها و نبایدها تعریف می شود که بر اساس آن نیک و بدھای سازمان مشخص، و عمل بد از خوب متایز می شود. (۶) اخلاق حرفه ای، حوزه ای تخصصی در دانش اخلاق است که به بیان مسئولیت های اخلاقی^{۱۰} افراد و سازمان ها، مشاغل و نیز تحلیل مسایل اخلاق در کسب و کار می پردازد. رسالت اخلاق حرفه ای به منزله دانش و آرمان عمدۀ آن، حل مسائل اخلاقی سازمان ها و تبیین تعهدات اخلاقی^{۱۱}، در قبال دیگران و نیز تشخیص و حل مسائل اخلاقی در کسب و کار، محتاج دانش تخصصی معینی است و این دانش همان اخلاق حرفه ای است. (۴) با توجه به آن چه بیان شد این پژوهش بدنبال پاسخ به سوالات زیر است:

۱. آیا اخلاق حرفه ای، شاخصی اثر گذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی است؟

مفهوم اخلاق، حرفه ای

اخلاق از ریشه خلق، به معنای باطن و صفاتی که به رفتار و حالت انسان تعلق می‌گیرد است. (۸) و در لغت به معنی خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار رفته است که گاهی آن را، وصف حالت یا رفتاری

دراکر اظهار می‌دارد که کارآفرینی بهره برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است و کارآفرین همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره برداری از آن به عنوان یک فرصت است. (۲۲)

مفهوم کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی^{۱۹} فرآیندی است که در آن، محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده، به ظهور می‌رسد یا به عبارت دیگر مجموعه فعالیت‌هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دست یابی به نتایج نوآورانه برخوردار است. (۲۳) کارآفرینی سازمانی، یعنی کارآفرینی بدون رها کردن سازمان. پینکات معتقد است که واژه کارآفرینی سازمانی ابداع شده تا فعالیتهای نوآورانه را در یک بافت سازمانی توصیف کند، بنابراین این واژه کوشش هایی را منعکس می‌کند که توسط افراد سازمان، انجام می‌شود تا کسب و کار موجود را بهبود بخشنند. (۲۴)

شومپیتر بر این باور است که کارآفرینی سازمانی واژه‌ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و توانایی استفاده از منابع با روش‌های جدید است که از راحتی تسهیل می‌گردد و مدیر قبل از ایجاد حداده، از آن مطلع می‌گردد. (۲۸) در نتیجه رعایت اخلاق حرفه‌ای باعث رفع تهدیدات و شناخت فرصت هاست و کارآفرینی سازمانی به دنبال تغییر، شناخت فرصت و بهره برداری از آن‌ها است.

(ب) کارآفرینی سازمانی واژه‌ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و توانایی استفاده از منابع با روش‌های جدید است که منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می‌شود. (۲۵) در نتیجه کارآفرینان ارزش‌ها را تغییر می‌دهند و ماهیت آن را دچار تحول می‌کنند. لذا کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتابی سوق می‌دهد. فرد کارآفرین سازمانی با بر هم زدن تعادل موجود سازمان و با عملیاتی کردن ایده‌های خود و دیگران در ایجاد فرآیند و بهبود روش، در جهت پیشبرد امور سازمان گام برمی‌دارد. (۲۶) و اخلاق حرفه‌ای، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی افراد و سازمان‌ها در مشاغل و نیز تحلیل مسایل اخلاق در کسب و کار می‌پردازد. رسالت اخلاق حرفه‌ای به منزله دانش و آرمان عمدۀ آن، حل مسایل اخلاقی سازمان‌ها و تبیین تعهدات اخلاقی خود در قبال دیگران و نیز تشخیص و حل مسایل اخلاقی در کسب و کار، محتاج دانش تخصصی معینی است و این دانش همان اخلاق حرفه‌ای است. هیچ اقدام، تصمیم و فعالیتی را در سازمان‌ها نمی‌توان سراغ داشت که همراه با مسایل اخلاقی نباشد. در بن‌هر تصمیم مدیریتی، انبوهی از مسایل اخلاقی را می‌توان رصد کرد. به همین دلیل پرداختن به اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها موجب ایجاد مزیت استراتژیک می‌شود^(۴) بنابراین با بکارگیری مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای: امانت داری، رازداری، صداقت، مسئولیت‌پذیری، درستکاری و شفافیت در کار و ... می‌توان مزیت رقابتی سازمان را افزایش داد و به شناسایی و خلق فرصت‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها پرداخت.

پیامدهای بکارگیری اخلاق حرفه‌ای بر کارآفرینی سازمانی رعایت اصول و بکارگیری مولفه‌های اخلاقی حرفه‌ای در سازمانی که به دنبال تغییرات اساسی و تلاش برای ایجاد فعالیت‌های سازمانی، به عنوان یک فرصت است. (۲۲) و هم چنین کارآفرینی سازمانی، به عنوان فرآیند خلق فرصت‌ها با هدف ایجاد ارزش‌های نوآورانه، بدون ملاحظه‌ی دیگر منابع (انسانی و سرمایه) یا موقعیت کارآفرینانه در سازمان‌های موجود یا جدید، تعریف شد، (۲۷) اما اخلاق حرفه‌ای، مانند مشییر دو لبه‌ای که یک لبه آن تهدید است. ضعف در سیستم اخلاقیات، منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارت در سازمان می‌گردد و مدیریت، بیشتر بر روی کنترل گذشته نگر تکیه خواهد کرد، زیرا افراد به مدیریت، اطلاعات را نمی‌رسانند و در این صورت، انرژی سازمان به انرژی منفی تبدیل می‌شود و به عبارت دیگر، توان سازمان به جای آن که صرف هدف شود، صرف کم‌کاری و... خواهد شد. لبه دیگر این مشییر، فرصت است. و اخلاق حرفه‌ای، تاثیر چشم‌گیری بر روى فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد. (۲۸) بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباطات را بهبود می‌بخشد و درجه ریسک را کاهش می‌دهد، زیرا هنگامی که اخلاق حرفه‌ای در سازمان حاکم است، جریان اطلاعات به راحتی تسهیل می‌گردد و مدیر قبل از ایجاد حداده، از آن مطلع می‌گردد. (۲۸) در نتیجه رعایت اخلاق حرفه‌ای باعث رفع تهدیدات و شناخت فرصت هاست و کارآفرینی سازمانی به دنبال تغییر، شناخت فرصت و بهره برداری از آن‌ها است.

بورگلمن معتقد بود کارآفرینی سازمانی به عنوان توسعه حدود سازمان از لحاظ صلاحیت و تطبیق فرصت برای تولیدات داخلی از ترکیبات منابع جدید می‌باشد و در نتیجه کارآفرینان ارزش‌ها را تغییر می‌دهند و ماهیت آن را دچار تحول می‌کنند. کارآفرینان مسئول نوآوری و خلاقیت در داخل سازمان هستند و می‌کوشند یک ایده را به یک واقعیت سودآور تبدیل کنند. همچنین می‌توان ادعا کرد کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از راه القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصول و فرایندها می‌انجامد. شاید بتوان کارآفرینی سازمانی را این‌گونه نیز تعریف کرد: کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت^(۲) نوآوری، مخاطره‌پذیری^(۳) و پیشتابی سوق می‌دهد. فرد کارآفرین سازمانی با بر هم زدن تعادل موجود سازمان و با عملیاتی کردن ایده‌های خود و دیگران در ایجاد فرآیند و بهبود روش، در جهت پیشبرد امور سازمان گام برمی‌دارد. (۲۶)

نکات مهم در مفهوم کارآفرینی سازمانی

- ۱ - کارآفرینی منحصر به سازمان‌هایی با اندازه خاصی نیست.
- ۲ - کارآفرینی مربوط به دوره خاصی از حیات سازمان نمی‌گردد.
- ۳ - کارآفرینی در یک محیط رقبابتی انجام می‌گیرد.
- ۴ - کارآفرینی یک جزء بسیار مهم برای موفقیت سازمان‌ها است.
- ۵ - کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از راه القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصول و فرایند می‌انجامد.

اخلاق حرفه‌ای شاخص اثربارگذار بر کارآفرینی سازمانی

(الف) کارآفرینی بهره برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است و کارآفرین همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن، و بهره برداری از آن



اخلاقی تکلیف مدار می‌توان به کار برد.^(۳۰) بنابراین درک اثرباری اخلاق حرفه‌ای بر کارآفرینی سازمانی موجب توسعه مولفه‌های کارآفرینی در سازمان و به تبع آن در کل جامعه می‌گردد.

د) تحول و پویایی در کارآفرینی سازمانی

بانیان مدیریت اخلاقی در سازمان، از جمله کسانی هستند که ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی را در سازمان بوجود می‌آورند و این بوجود آورندگان فرهنگ و ارزش‌ها، بهتر از هر کسی می‌توانند در آن تحول ایجاد کنند و آن را پویا نگه دارند. مدیریت اخلاقی به لحاظ اینکه نوعی مدیریت معنوی است و جنبه‌های شخصیتی آن غالب است به راحتی می‌تواند در فرهنگ سازمانی تحول ایجاد نماید. وقتی یک دستورالعمل، شیوه کار و ... از طریق عادت جز فرهنگ سازمان درآمده باشد و تغییراتی در آن لازم باشد با دستورالعمل‌های اصلاحی، اخلاقی به راحتی می‌توان تغییرات را اعمال نمود و این خاطر آن است که بستر تحول در مدیریت اخلاقی آماده است^(۳۱) ایجاد تحول شروع کارآفرینی سازمانی است.

ه) کاهش هزینه‌ها در فرایند کارآفرینی سازمانی

امروزه، جوامع مختلفی کوشند تا از طرق گوناگون، خود کنترلی را در سازمان‌های خود تحقق بخشنند. برخی از این جوامع برای بیدار کردن و وجودان فردی اهتمام می‌ورزند و برخی دیگر می‌کوشند تا از طریق تقویت احساس ملیت خواهی و میهن دوستی افراد را خود کنترل سازند.^(۳۲) ترویج خودکنترلی در سازمان، به عنوان یکی از مکانیزم‌های اصلی کنترل، از مباحثی است که بینان آن بر اعتماد، اخلاق و ارزش‌های فردی قرار دارد. ترویج خودکنترلی باعث کاهش هزینه‌های ناشی از روش‌های کنترل مستقیم شده و موجب بهبود سود می‌شود. این مستلزم تعهد کامل اعضا به تیم، مسئولیت پذیری همه اعضای تیم و داشتن احترام و اعتماد بین آنها و مدیریت است.^(۳۳) با توجه به اینکه فرایند کارآفرینی سازمانی در هر مرحله نیازمند ارزیابی و کنترل دارد، مکانیزم خود کنترلی، نیاز به کنترل‌های مستقیم و برنامه‌ریزی شده را در فرایند کارآفرینی سازمانی کاهش می‌دهد.

و) کاهش تعارض در فرایند کارآفرینی سازمانی

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض^(۳۴) نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلند مدت خود را تضمین کند.^(۳۵) و از نتایج بهبود اخلاق حرفه‌ای در سازمان، تنظیم بهتر روابط در سازمان است که این به نوبه خود باعث افزایش جوّ تفاهem در سازمان و کاهش تعارضات بین افراد و گروه‌ها شده، عملکرد تیمی را بهبود می‌بخشد.^(۳۶) در سازمانی که در آن تفاهem و جوّ صمیمی حاکم باشد کارکنان می‌توانند نظرات و آرای خود را به راحتی و بدون هیچ استرسی از مقاومت و انتقادات همکاران بیان کنند.^(۳۷) لذا با ایجاد ارتباطات رسمی و شناخت ارتباطات غیر رسمی موجود می‌توان به توسعه و گسترش کارآفرینی سازمانی کمک کرد.

ز) افزایش تعهد و مسئولیت پذیری در کارآفرینی سازمانی

سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری، پیشناه و رقابت پذیری^(۲۲) یا در مفهوم کلی کارآفرینی سازمانی است، پیامدهای زیر به دنبال دارد که عبارتند از:

الف) تعامل با محیط در فرایند کارآفرینی سازمانی

طرز تلقی سازمان از محیط درونی و بیرونی، بخشی از جهان بینی مشترک و حاکم بر سازمان است. تنها افراد، دارای جهان بینی نیستند، بلکه سازمان‌ها نیز از جهان بینی برخوردارند و جهان بینی سازمان نقش سرنوشت سازی در حیات سازمانی دارد. سازمان برای رشد و تعالی جهان بینی سازمانی خود محتاج اخلاق حرفه‌ای است. تلقی اخلاقی از سازمان و محیط آن سبب تعالی اخلاقی جهان بینی سازمان می‌شود. اگر انگاره‌های درستی از سازمان و محیط درونی و بیرونی در ذهن مشترک سازمانی نهادینه کنیم،^(۴) اخلاق حرفه‌ای و مولفه‌های آن بر تمامی فعالیت‌های سازمان حاکم شده، و کلیه فعالیت‌های سازمانی را به سمت کارآفرینی و مولفه‌های خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری، تجدید و نوسازی، رقابت پذیری و پیشناه، سوق می‌دهد.

ب) جلوگیری از آسیب‌های رفتاری در کارآفرینی سازمانی

سازمان در رفتار ارتباطی پیچیده با عناصر درونی و بیرونی محیط خود است. این تعامل می‌تواند در معرض آسیب‌های رفتاری قرار بگیرد. پیش‌گیری از این آسیب‌ها و فراتر از آن تعالی و رشد اخلاقی ارتباطات بین شخصی در سازمان، محتاج اخلاق حرفه‌ای است. حفظ سلامت سازمان نیازمند ترویج اخلاق در سازمان است. بنابراین، سازمان‌ها در نحوه تعامل خود با محیط درونی و بیرونی به اخلاق نیازمند و برای تعیین مرز فضایی و رذایل اخلاقی محتاج اخلاق حرفه‌ای هستند.^(۱۲) اگر سازمان‌ها بتوانند الگوی رفتاری مناسب و بر پایه شاخص‌های اخلاقی در ارتباط با محیط پیچیده و پویای بیرونی و درونی خود پیاده سازی کنند راحت‌تر می‌توانند تهدیدات را شناسایی کرده و به فرست های کارآفرینی تبدیل کنند.

ج) تصمیمات مبتنی بر اخلاق حرفه‌ای در فرایند کارآفرینی سازمانی ابعاد مختلف کارآفرینی با توجه به ملاحظات اخلاقی، بر عمل و تصمیم کارآفرینان تاثیر می‌گذارد. همچنین تحقیقات نشان داده است که تفاوتی که بین کارآفرینان وجود دارد بسیار بیشتر و مهمتر از تفاوت هایی است که بین یک فرد کارآفرین و غیرکارآفرین وجود دارد. از طرفی صاحبان کسب و کار یا سازمان‌ها با یک نوع عدم همگنی بین ویژگی‌های کارآفرینان و مشخصه‌های اجتماعی آنها روبرو هستند. یعنی افراد مختلف میزان تعلق متفاوتی نسبت به ملاحظات اخلاقی دارند که این تفاوت بسته به نوع مشخصه‌های اجتماعی افراد تغییر می‌کند. بنابراین باستی ارتباط پیچیده ای بین پویایی شناخت های اجتماعی و میزان حساسیت به مقولات اخلاقی را ادراک کرده و نسبت به تعديل این رابطه در مواردی که نیاز است اقدام کرد.^(۲۹) توجه به رشد اخلاقی کارکنان و بالا بردن سطح اخلاقی کارکنان با تدبیری از قبیل آموزش آنان، ارتقاء معنویت فردی و سازمانی، از بین بردن رقابت های ناسالم و تقویت همبستگی و مشارکت در بین کارکنان و تقویت روابط بین فردی اقداماتی است که در جهت ایجاد جوگاری

اگر همراه با مسایل اخلاقی و رعایت اخلاق حرفه‌ای در آن زمینه نباشد، با هر تصمیم مدیریتی، منابع انسانی، مالی و اقتصادی که منجر به کارآفرینی می‌گردند راه از دست می‌دهیم و اینوهی از مشکلات و مسائل اخلاقی را می‌توان در سازمان مشاهده کرد. به همین دلیل پرداختن به اخلاق حرفه‌ای به عنوان شاخصی اثرگذار، موجب ایجاد مزیتی راهبردی در شناسایی و خلق فرصت‌های جدید شده و تغییرات اساسی در کارآفرینی سازمانی ایجاد می‌کند.

پیاده سازی الگوی کارآفرینی سازمانی بدون توجه مسائل ارزشی و مسائل اخلاقی در سازمان‌ها مفهومی ندارد، تعیین استراتژی‌های کارآفرینانه و حرکت به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری، تجدید و نوسازی، رقابت‌پذیری و پیشتابی را بدون رعایت اخلاق نمی‌توان در نظر گرفت، بنابراین اخلاق حرفه‌ای و مولفه‌های آن، اثرگذار بر کارآفرینی در تمامی سازمان‌ها هستند.

اگر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، به عنوان نقش محوری پذیرفته شود، رونق و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی، در دنیای فعلی با شیوه‌های اخلاقی، موجب استمرار و ماندگاری آن شده و در دنیایی که سازمان‌ها، متشبّه شده و معنویت، انسان‌گرایی و رعایت اصول و مبانی اخلاقی کم رنگ شده است، کارآفرینی سازمانی مبتنی بر اخلاق حرفه‌ای از جایگاه والایی برخودار خواهد شد. بنابراین اخلاق حرفه‌ای می‌تواند موجب سرمدی، کمک به توسعه پایدار و رقابت مطلوب، تقویت و پرورش ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی، خودشناسی و خودکنترلی کارکنان و عناصر سازمانی گردد و بر اساس آن، عوامل سازمانی و فراسازمانی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را به کار گیرد و باعث نهادی شدن سرمدی، تولید اقتصادی و سودآوری، ایجاد هم‌افزایی، مشتری‌مداری عملیاتی، تحقق مسئولیت‌های اجتماعی سازمان و حتی تولید ارزش‌های اخلاقی جدید بدنیال داشته باشد.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش در بهره‌گیری از اطلاعات به دست آمده از منابع علمی مختلف و معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانتداری علمی رعایت و حق معنوی مؤلفین آثار، محترم شمرده شده است.

سپاسگزاری

این پژوهش برگرفته از رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول در رشته کارآفرینی گرایش توسعه است. نویسنده‌گان مقاله بر خود لازم می‌دانند از همکاری و مساعدت کلیه عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری نموده اند سپاسگزاری نمایند.

واژه نامه

- | | |
|---------------------|-----------------|
| 1. Entrepreneurship | کارآفرینی |
| 2. Ethical values | ارزش‌های اخلاقی |
| 3. Ethical norms | هنجارهای اخلاقی |

تعهد نیرویی است که فرد را به یک دسته از اعمالی که مربوط به هدف خاصی است، متعهد و ملزم می‌سازد. (۳۷) تعهد سازمانی به عنوان درجه‌ای که یک فرد در یک سازمان پذیرفته می‌شود، درونی می‌شود، و نقش اش را بر مبنای اهداف و ارزش‌های سازمانی از نظر می‌گذراند، تعریف شده است. سه مولفه: تعهد اعاطی، تعهد مستمر، و تعهد هنجاری، اساس یک ادراک جدید از تعهد سازمانی هستند. (۳۸) و چنانکه گفته شد اخلاق بر فعالیت انسان‌ها تاثیر قابل توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان است. دسلر باور دارد که: اگر کارکنان براین باور باشند که با آنان رفتاری عادلانه و منصفانه می‌شود، شاید تمایل بیشتری داشته باشند که فعالیت یا کاری بیشتری را تحمل کنند. دونالدسون و دیویس باور دارند که مدیریت ارزش‌های اخلاقی در محیط کار، موجب شروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی^{۲۵} را تقویت می‌کند، اعتماد در روابط بین افراد و گروه‌ها را بهبود می‌بخشد و با پیروی بیشتر از استانداردها، موجب بهبود کیفیت محصولات و درنهایت افزایش سود سازمان می‌شود. (۳۹) با توجه به نقشی که انسان‌ها در سازمان‌ها امروزی دارند، نوع قضاوت افراد در مورد سازمان و موضوع فعالیت شان تاثیر بسیار زیادی در کارایی و اثربخشی آنها و در نتیجه کارایی و اثربخشی سازمان دارد. (۳۳) اشخاصی که دارای مسئولیت پذیری و تعهد بیشتری هستند در مقابل افرادی که دارای تعهد کمتری هستند، بیشتر از آنها برای سازمان خود اهمیت قائل می‌باشند و به انجام طرح‌ها و کارآفرینی در سازمان برای رسیدن به بهره‌وری و بقا و پیشرفت سازمان در تلاشند. (۳۶)

نتیجه گیری

کارآفرینی مفهومی است که همه سازمان‌ها باید به آن توجه جدی داشته باشند. و بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان دارد. کارآفرینی سازمانی مفهومی است که در سازمان، نه بر افراد، بلکه بر اخلاق، فرهنگ و فرایندهای سازمانی متتمرکز است، و شیوه برانگیختن و بهره‌وری افراد درون یک سازمان می‌باشد.

اخلاق حرفه‌ای نیز به بررسی تکالیف اخلاقی در یک سازمان و مسائل اخلاقی موجود در آن می‌پردازد و موجب هدایت کارکنان و فعالیت‌های سازمانی تعیین شده، بر پایه اصول اخلاقی خاص می‌گردد، و می‌تواند به عنوان شاخص اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی، یک ابزار انگیزشی مهم درسازمان باشد. لذا باید به متغیر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها جهت افزایش کارآفرینی سازمانی توجه کافی گردد. تبیین و تدوین منشور های اخلاقی حرفه‌ای در سازمان، همراه با اقدامات مناسب و برنامه‌های آموزش اخلاق حرفه‌ای باعث افزایش ارتباطات سازمانی، کاهش تعارض، افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر شده، و منجر به توسعه و گسترش کارآفرینی سازمانی می‌گردد.

تمامی تصمیم‌ها، فعالیت‌ها و اقدام‌ها، در سازمان‌ها که منجر به شناسایی و یا خلق فرصت‌های جدید و به تبع آن کارآفرینی می‌شوند

- | | |
|--|--|
| 6. Masoudinejad F. (2011). The relationship between organizational health of high schools of shiraz city with the establishment of school-driven management. [M A thesis]. Shiraz: Islamic Azad University, Shiraz Branch. (In Persian). | اخلاق حرفه‌ای
حساسیت اخلاقی
قضایت اخلاقی
انگیزش اخلاقی
عمل اخلاقی
رفتارهای اخلاقی
مسئولیت اخلاقی
تعهدات اخلاقی
اخلاق فردی
اخلاق شغلی
تعهد کردن کاری
توسعه اقتصادی
کار آفرین
فرست ها
نوآوری |
| 7. Faramarz Gharmamaki A. (2014). Professional ethics. 3 st ed . Tehran: Majnoon Publication (In Persian). | کارآفرینی سازمانی |
| 8. Ameli M. (2002).A study of the theoretical foundations of professional ethics in Islam. [MA. Thesis]. Tehran: The Institute of Philosophy and Philosophy of Iran. (In Persian). | خلاقیت |
| 9. Shalbaf O. (2009). A review of problems and a Strategic model for the promotion of ethics in educational organizations. Ethics in Science & Technology; 4(1, 2): 93-103. (In Persian). | مخاطره پذیری |
| 10. Arasteh H, Jahed H. (2011).Considering ethics in universities and higher education centers, a choice for improving behavior. Science Cultivation Journal; 1(2): 31-40. (In Persian). | رقابت پذیری |
| 11. Arianpour M, Mehrabi N. (2015). The requirements and strategies of professional ethics in the higher education system. Ethics in Science & Technology; 11(4): 1-7. (In Persian). | تعارض |
| 12. Faramarz Qaramlaki A. (2009). Organizational ethics. 3 st ed. Tehran: Saramad Publication. Pp. 38-68 (In Persian). | فرهنگ سازمانی |
| 13. Hartog M, Winstanley D. (2007). Ethics and human resource, management: professional development and practice. Journal of Business & Professional Ethics; 21(2): 3–9. | |
| 14. Amiri AN, Hemati M, Mobini Mehdi M. (2010). Professional ethics, necessity for organization. Journal of Ethical Knowledge; 1(4): 137-159. (In Persian). | |
| 15. Salamat M. (2009). Professional ethics. Journal of Skill Monthly; 62: 18 – 21. (In Persian). | |
| 16. Pennino Clare M. (2004). Manager's and professional ethics. Journal of Business Ethics; 41: 337-47. | |
| 17. Moberg DJ, Seabright AM. (2000). The development of moral imagination. Journal of Business Ethics Quarterly; 10(4): 845-884. | |
| 18. Hosseini S. (2012). Ethics in counseling and psychology.4 st ed. Tehran: Kamal Tarbiat Publication. (In Persian). | |
| 19. Ahmadpour Daryani M. (2012). Entrepreneurship (definitions, theories and patterns). 10 st ed. Tehran: Jajarmi Publication. p. 4 (In Persian). | |
| 20. Ahmadpour Daryani M, Moghimi SM. (2011). Entrepreneurship basics. 11 st ed. Tehran: Fara Andish Publication. Pp. 83-87 (In Persian). | |

References

- Nakhaei GR, Abbasi M. (2013) The study economic and social consequences of entrepreneurship. The first sustainable entrepreneurship conference.Iran/ Aliabad katoul: Islamic Azad University (In Persian).
- Gholami K, Ebrahimi I. (2015). Providing and fitting an ethical sensitivity model and its relationship with caring teaching. Ethics in Science & Technology; 10(1): 85-94. (In Persian).
- Salehi M, Dadgar Z. (2015). The relationship between professional ethics and organizational commitment in the viewpoints of nurses from imam Khomeini hospital. Sari. Journal of Bio Ethics; (20). 33-46. (In Persian).
- Salehi Amiri S R, Rahmani J, Baghi Nasrabad A. (2012). The necessity of professional ethics in organizations. Journal of Ethical Research; (9,10): 155 - 172. (In Persian).
- Soleymani N, Abaszadeh N, Niaz azari B. (2012) The relationship between work ethic with job satisfaction and job stress in technical and professional educational organization in Tehran. Journal of New Approaches in Educational Administration; 1(219): 21-38. (In Persian).



- in Science and Technology; 11(3): 97 – 106. (In Persian).
31. Soltani A. (2010). The role of professional ethics in the excellence of business enterprise. Shiraz : First international Management, Innovation and Entrepreneurship Conference.(In Persian).
32. Alvani, S M. (2010). Public management. 40st ed. Tehran: Ney Publication. (In Persian).
33. Rahman Seresht H, Rafiee M, kuosha M. (2009). Social responsibility, Trans-organization ethics. Tadbir Monthly Journal; 204: 22 – 26. (In Persian).
34. Mousavi F, Voshni A, Heidari F, Mohammadi N, Soleimani F, Ghaysarzadeh M. (2016). Professional ethics of educational managers. Ethics in Science & Technology; 11(4): 1-8. (In Persian).
35. Hassanpour A. Abbasi T, Hadipour A. (2017). Identification and prioritization of ethics institutionalization methods in organizations. Ethics in Science & Technology; 12(1): 1-11. (In Persian).
36. Samadi Miarkalaei H, Samadi Miarkalaei H, Babaei A, Asgari A. (2012). Effects of ethics on entrepreneurship and business. Mazandaran: Entrepreneurship and knowledge management business conference. 1-29. (In Persian).
37. Meyer J P, Becker T E, Vandenberghe C. (2004). Employee commitment and motivation: A conceptual analysis and integrative model. Journal of Applied Psychology; 89(6): 991 – 1007
38. Sowmya K R, Panchanatham N. (2011). Factors influencing organizational commitment of banking sector employees. Journal of Economics and Behavioral Studies; 2(1): 19-25.
39. Donaldson T, Davis K. (1990). Business ethics. Journal of Management decision; 28 (6): 115- 101
21. Moghimi SM, Vakili Y, Akbari M. (2013). Entrepreneurial theories. 2st ed. Tehran: Tehran University Publication. p. 138 (In Persian).
22. Moghimi SM. (2008). Entrepreneurship in government organizations. 2sted. Tehran: Farvardin Publication. p. 25. (In Persian).
23. Samadaghaye J. (1999) Entrepreneur organizations.1sted. Tehran: Center of Governmental Education Management Publication. (In Persian).
24. Rasekh N. (2007). Determining the relationship between participatory management and entrepreneurship at the faculty of physical education and sports sciences. [MA.thesis]. Tehran: University of Tehran. (In Persian).
25. Eyal O, Inbar D E. (2003). Developing a public school entrepreneurship inventory, Theoretical conceptualization and empirical examination. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research; 9 (6): 221-244
26. Nahid M. (2009). What and why entrepreneurship and organizational entrepreneurship at a glance. Journal of Commercial Reviews; 34: 39-58. (In Persian).
27. Yadollahi farsi J, Jan Nosari S A, Zamani M. (2007). An Investigation inters organizational entrepreneurship in government organizations. Journal of Entrepreneurship Development; 1(1): 171-206. (In Persian).
28. Yeghinaluo M, Javaher Dashti F, Khalili Iraqi M. (2003). Professional ethics from compilation to Practice (Part One). Journal of Tadbir Monthly; 531: 80-88. (In Persian).
29. Akaah IP, Lund D. (1994). The influence of personal and organizational values on marketing professionals' ethical behavior. Journal of Business Ethics; 13: 417-430.
30. Aghighi A. (2016). The relationship between some ethical variables with organizational health. Ethics