

رابطه اخلاق با تعالی سازمانی

دکتر محمد موسوی^۱، احمد عربشاهی کریمی^{*۲}

۱. گروه مدیریت، بخش مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور

۲. مرکز تحصیلات تکمیلی، دانشگاه پیام نور

(تاریخ دریافت: ۹۲/۴/۱۵، تاریخ پذیرش: ۹۲/۹/۱۰)

چکیده

زمینه: هر سازمانی در تلاش برای دستیابی به تعالی سازمانی است و یکی از عوامل مؤثر که در پژوهش‌های مختلف و به ویژه در رویکرد دینی بر آن تأکید شده است، نقش اخلاق در دستیابی به تعالی سازمانی می‌باشد. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه اخلاق و تعالی سازمانی و طراحی و تبیین الگویی راجع به نقش اخلاق در تعالی سازمانی، طراحی شد.

روش: روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش تمامی کارکنان مؤسسه‌های آموزش عالی شهر مشهد بود. که از میان آن نمونه‌ای به حجم ۲۰۰ نفر، به صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی، انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه پژوهشگر ساخته بود. جهت تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، علاوه بر آمار توصیفی جهت تلخیص و طبقه‌بندی داده‌ها، از الگوی معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته‌ها: با توجه به مقادیر t بدست آمده تمامی فرضیه‌های پژوهش تایید شدند. پس از انجام اصلاحات و دستیابی به الگویی نهایی با توجه به مقادیر مربوط به برازش، نتایج نشان دادند که؛ مدل از برازش و قدرت تبیین خوبی برخوردار است.

نتیجه‌گیری: نتایج تحلیل‌ها نشان دادند که؛ بین اخلاق و تعالی سازمانی رابطه مستقیم، مثبت و معنی داری برقرار می‌باشد. نتایج این پژوهش و سایر پژوهش‌ها و تعالیم دینی موید این است که رعایت اخلاق در عمل و نهادینه ساختن آن در سازمان آثار مادی و معنوی بسیاری جهت کمال و تعالی به ارمغان می‌آورد.

کلیدواژه‌گان: اخلاق مدیریت، اخلاق سازمانی، تعالی سازمانی

سراغاز

تعالی سازمانی تحقق پذیرد، توسعه کلان جامعه را نیز در پی خواهد داشت. پژوهشگران و مدیران در جوامع و کشورهای مختلف، برای ترسیم مسیر تعالی تلاش‌های مختلفی را انجام داده اند که ارائه الگوهای مختلف تعالی سازمانی نمونه‌ای از این‌گونه تلاش‌هاست. در طول زمان و در برهه‌های مختلف مدل‌های تعالی مختلفی ارائه شده است از جمله: جایزه دمینگ در

هدف هر جامعه‌ای دستیابی به رشد، توسعه و تعالی است. دستیابی به تعالی و کمال یکی از اهدافی است که در زندگی بشری و در سطوح مختلف آن (فردی، خانوادگی، سازمانی، ملی و ...) دنبال می‌شود. در این میان یکی از سطوح بسیار مؤثر در توسعه جوامع، سطح سازمانی تعالی می‌باشد. به گونه‌ای که اگر

وظیفه‌ای که باید انجام گیرد، گروه همکاران، سبک رهبری و تجربه‌های گذشته. همچنین، محیط خارجی و نیز برداشت جامعه از سازمان بسیار مهم و تأثیرگذار می‌باشد. در ضمن بایستی توجه داشت که ممکن است استنباط مشتریان و تولیدکنندگان از اخلاق، از یکدیگر متفاوت باشد (۴).

اخلاق سازمانی^۲ اخلاق یک سازمان است، و نشانگر این امر است که چگونه یک سازمان اخلاقی به یک محرک داخلی یا خارجی پاسخ می‌دهد. اخلاق سازمانی با فرهنگ سازمانی وابسته است. اگر چه، شبیه رفتار سازمانی^۳ و اخلاق کسب و کار^۴ در سطوح خرد و کلان است. اخلاق سازمانی نه رفتار سازمانی است و نه فقط اخلاق کسب و کار (بلکه شامل حاکمیت و اخلاق شرکت است). اخلاق سازمانی بیانگر ارزش‌های یک سازمان^۵ به کارکنان خود و اشخاص دیگر بدون در نظر گرفتن قوانین دولتی و نظارتی می‌باشد (۵).

در مورد نقش اخلاق در کسب و کار موارد زیر قابل توجه می‌باشد:

توصیف و دسته‌بندی فرایند شکل‌گیری ارزش در سازمان و بازار آزاد.

توصیف و دسته‌بندی این است که چطور تصمیم‌ها در سازمان اتخاذ شده است.

ارائه یک انتقاد از روند شکل‌گیری ارزش در سازمان و در اقتصاد بازار آزاد.

تجویز ارزشهایی که باید در سازمان حفظ شوند.

تجویز اینکه چگونه تصمیم باید اتخاذ شود تا در جهت و هم‌صدا با اصول اخلاقی باشد (۶).

تعالی در لغت به معنی بلندشدن و برترشدن می‌باشد و تعالی سازمانی^۶ به معنای تعهد سازمانی^۷ به رشد و توسعه پایدار و دایمی شرکت در جهت کسب رضایت مشتری و افزایش مستمر سودآوری شرکت در یک محیط ملی فراگیر و حمایت‌کننده می‌باشد. تعالی سازمانی تابع شرایط خاص، فرهنگ، محیط داخلی و خارجی و کسب و کار، ویژگی نیروی انسانی سازمان، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهایی است که سازمان را دربر گرفته است. در یک کلام، مسیر برتری و تعالی سازمانی، شناسایی، تشخیص، توسعه و گسترش موفقیت در یک سازمان

ژاپن، طرح جایزه کیفیت و سرآمدی کانادا، مدل کسب و کار جایزه ملی کیفیت مالکوم بالدريج در آمریکا، جایزه کیفیت استرالیا، مدل جایزه کیفیت اروپا توسط بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت، جایزه کیفیت راجیو گاندی هند و ... یکی از عوامل مهمی که در بیشتر مدل‌ها به چشم می‌خورد عامل اخلاق است و می‌توان پذیرفت که یکی از رویکردهایی که موفقیت مدیران و سازمان را تضمین می‌نماید، رویکرد اخلاقی در سازمان است.

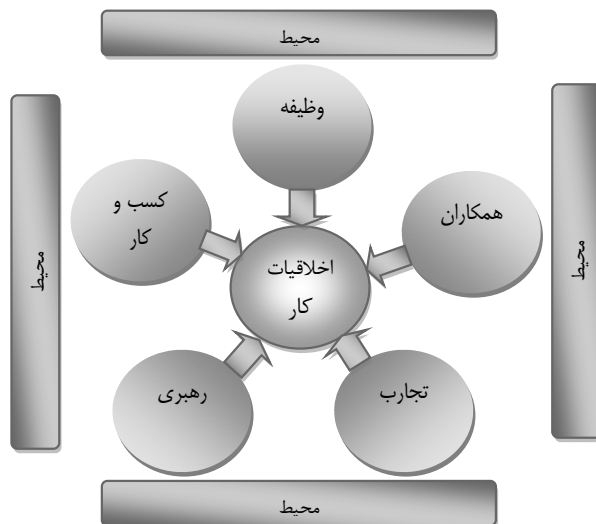
کلمه اخلاق^۱ در اصطلاح اخلاق کسب و کار از کلمه یونانی اتوس به معنی سیرت و عادت و سجیه آمده است (۱). اخلاق در لغت جمع خلق و از ماده خ، ل، ق است و به شکل باطنی و نفسانی انسان نظر دارد. چنانچه خلق بر ایجاد شکل ظاهری دلالت دارد. خلق به معنی صفت پایدار و راسخ یا حالتی است که به آن ملکه می‌گویند. از این رو اگر صفتی تنها یک بار در فردی دیده شد، به عنوان اخلاق وی به حساب نمی‌آید. پس اخلاق همان صفت راسخ و پایدار نفسانی است و با رفتاری که به طور لحظه‌ای و آنی از انسان سر می‌زند تفاوت دارد.

صفت راسخ درونی ممکن است فضیلت و منشا رفتار و گفتار خوب باشد یا ردیلت و منشا کردار و گفتار زشت گردد، که به هر دو حالت خلق می‌گویند (۲). واژه اخلاق همانند دو واژه Ethics و Moral دو کاربرد متمایز دارد: گاهی، اخلاق به معنی خلق و خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار می‌رود. همان‌گونه که دو واژه انگلیسی فوق گاهی، به معنای عادت به کار می‌رود. معنای دیگر این واژه‌ها دانشی است که از حسن، قبح، خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند (۳).

پژوهشگران، اخلاق را اینگونه تعریف می‌کنند: «اخلاق به انصاف و راستی و درستی مربوط می‌گردد، به تصمیم‌گیری در زمینه‌ای که چه چیز خوب است و چه چیز بد، و به فعالیت‌ها و قواعدی که رفتار پاسخگویانه را بین افراد و گروه‌ها پی‌ریزی می‌کند». برخی دیگر از پژوهشگران، اخلاق را بدین صورت توصیف می‌نمایند: «اخلاقی بودن و اخلاقی عمل کردن شامل انجام دادن اقدام‌هایی در جهت کسب اطمینان از اینکه رفتار اخلاقی همواره و در همه شرایط اعمال می‌گردد» (۴).

صاحب‌نظران بیان می‌دارند: رفتار اخلاقی مدیریت، بر اثر پنج عامل اصلی شکل می‌گیرد: وضعیت و شرایط کسب‌وکار،

نگاره ۱: عوامل مؤثر بر شکل گیری رفتار اخلاقی (۴)



برآوردن انتظارات سهامداران و حفظ موقعیت رقابتی بهترین عمل در درون سازمان انجام گیرد (۱۰).

پژوهش‌ها نشان دهنده پیشرفت‌هایی در حوزه مدیریت کیفیت^۸ است: تمرکز بر فرایندها به جای ساختارها، تقویت مفاهیم زیربنایی کیفیت، ایجاد نرم‌ها و استانداردهای جدید مانند: ۹۰۰۰ و ISO ۲۰۰۰، تمرکز بر انسجام و یکپارچگی، توسعه سیستم‌های یکپارچه موجود و بسیاری دیگر. بنابراین، جای تعجب ندارد که در اواسط سال ۱۹۹۹، نسخه جدیدی از مدل کیفیت اروپا برای تعالی سازمان (efqm2) ارائه گردید و ایده کیفیت، فقط به فرایندها یا محصولات محدود نگردید، بلکه به موضوعی کلی و عمومی برای کل سازمان تبدیل شد. فرض اساسی کیفیت از ابعاد سخت، یعنی ارزیابی، کنترل آماری فرایند به سمت ابعاد نرم، یعنی فرهنگ، نگرش و رفتار تغییر یافت. بدین ترتیب جنبه‌های کیفی و نه کمی در بحث کیفیت غالب گردیدند و مدیریت کیفیت از مدیریت کیفیت فراگیر به تعالی سازمان حرکت نمود. یکی از روش‌های تعریف تعالی سازمانی این است که «تعالی سازمان یک روش کلی کار است که توازن در تمایلات و منافع مختلف برخورداران برقرار ساخته و احتمال دستیابی به مزیت رقابتی پایدار را افزایش داده، در نتیجه

است (۷). تعالی کسب و کار بیش از یک نظریه صرف و یا یک راهنماست. یک روش مهم اقدام در کل منطقه مدیریت شرکت و فرایند بهبود مستمر تمامی جنبه‌های مهم افراد مربوط به گروه است. عامل تداوم در بهبود فرایند و رضایت کسانی است که سطح دستیابی به تعالی کسب و کار را تعیین می‌کنند(۸). مطالعه‌ها نشان می‌دهند که؛ تنوع با تعالی سازگار است و بنابراین، تعالی با درجه زیادی از انعطاف پذیری و نوآوری در سطح محلی، افزایش یکپارچه سازی تمام فعالیت‌ها را در جهت بازار تعمیم یافته اجازه می‌دهد. تعالی است که در نتیجه اصل یکپارچه سازی اجازه می‌دهد تا تنوع قابل تحمل باشد بدون اینکه آن را برای وحدت سیستم تهدید بداند(۹).

تعالی کسب و کار موجب می‌شود تا به نیازهای مشتریان و سهامداران پاسخ داده و اهداف سازمانی حاصل شوند. تعالی کسب و کار به عنوان یک فرایند طولانی مدت در نظر گرفته می‌شود و به مسائل کلیدی استراتژیک مانند: توسعه فرآیندهای هسته‌ای عملکردی مربوط است تا بتوان بهترین بود و کار مردم را بهتر انجام داده و در جهت ارائه خدمات به مشتریان، یک چارچوب کیفیت ایجاد نمود. محصول نهایی تعالی کسب و کار این است که در جهت حمایت از ارزش‌ها و اهداف راهکار،

فواید مدیریت اخلاق در محیط کار را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱- توجه به اخلاق کار به بهبود اساسی اوضاع برخی جوامع انجامیده است.

۲- برنامه‌های اخلاق باعث می‌شود که در شرایط آشفته، سازمان عملکرد اخلاقی خود را حفظ کند.

۳- برنامه‌های اخلاق باعث شکل‌گیری کارهای گروهی قوی و افزایش بهره‌وری می‌شود.

۴- برنامه‌های اخلاق باعث رشد و بالندگی کارکنان می‌شود.

۵- برنامه‌های اخلاق ما را از قانونی بودن خط مشی‌های سازمان مطمئن می‌کند.

۶- برنامه‌های اخلاق باعث جلوگیری از عمل اهمال‌کاری می‌شود.

۷- برنامه‌های اخلاق به مدیریت ارزشهای مطرح در مدیریت کیفیت، برنامه ریزی استراتژیک و مدیریت تنوع کمک می‌کند.

۸- برنامه‌های اخلاق به ایجاد تصویری مثبت از سازمان نزد مردم کمک می‌کند (۱۲).

اخلاق یک سرمایه راهبردی در سازمان محسوب می‌شود و بحث درباره ارزش‌های اخلاقی باعث افزایش روحیه کار گروهی، صداقت و صراحت در محیط کار و افزایش رضایت شغلی افراد می‌شود. اگرچه مدیران بایستی بالاترین معیارهای اخلاقی را در سازمان خود مدنظر قرار دهند اما تاکنون کمتر مدیرانی بوده‌اند که به رفتارهای اخلاقی در محیط کار و اینکه رضایت شغلی کارکنان می‌تواند ناشی از اینگونه رفتارها پرداخته باشند (۱۳).

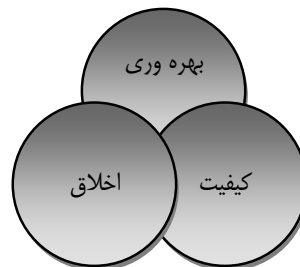
بلوغ اخلاقی سازمان^{۱۳}، عبارت است از درجه رعایت و لحاظ کردن معیارهای اخلاقی در تصمیم‌گیری‌ها، سیاستگذاری‌ها و فعالیت‌های سازمان، به طوری که، بتوان سازمانی را که در سطح متعالی تری از نظر اخلاقی قرار دارد از سازمان دیگر متمایز کرد. سازمان در دیدگاه نتیجه‌گرایی مولد و سازنده می‌شود؛ و با دیدگاه انسان‌گرایی، وجه انسانی خود را نشان می‌دهد و با دیدگاه‌های جمع‌گرا و فضیلت‌گرا، متعالی و متحول می‌گردد و به کمال و اوج اخلاقی می‌رسد. سازمان، در عقلانیت‌ابزاری، اهداف مادی را به درستی تحقق می‌بخشد؛ و با عقلانیت جوهری، ارزشهای اخلاقی را در آنها دخالت می‌دهد و تولید و

موفقیت بلند مدت سازمان را از طریق تعالی عملکرد در بازار، در فعالیت‌ها و در مشتری محوری افزایش خواهد داد» (۴).

نقش و تأثیر اخلاق در تعالی سازمان چگونه است. موفقیت در سازمان ناشی از ایجاد و به کارگیری مدیریت اخلاق^۹ در سازمان است. اخلاق سازمانی بر پایه اعتماد آفرینی است. ضعف در سیستم اخلاق و گرایش به سمت عدم اعتماد منجر به کاهش ارتباط و افزایش خسارات سازمانی می‌گردد و مدیریت به سمت کنترل گذشته نگر سوق پیدا خواهد کرد. به این ترتیب، انرژی سازمان^{۱۰} به منفی تبدیل می‌شود. از این رو، معرفی که می‌تواند به عنوان کاتالیزوری برای عقلانی کردن سازمان مبتنی بر نگرش انسان‌گرایانه عمل کند، اخلاق حرفه‌ای^{۱۱} است. اخلاق حرفه‌ای در حقیقت یک فرایند تفکر عقلایی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پای بند بود. در دنیای امروز توجه به ارزشهای انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاقی، یک نوع برتری رقابتی محسوب می‌شود (۱۱).

پژوهشگران معتقدند: اخلاق و تعالی سازمان به هم مرتبط هستند. مطابق نظر یکی از صاحب‌نظران، در زمینه ارتباط رفتار اخلاقی در سازمان‌ها با برنامه‌های بهره‌وری^{۱۲} و کیفیت مباحث بسیار مستدلی وجود دارند. زمانی که مدیران تصمیم‌گیری می‌کنند باید توجه داشته باشند که بین بهره‌وری، کیفیت و اخلاق رابطه نزدیکی وجود دارد. این معادله هم افزایشده است، به طوری که عملکرد را بهبود داده، باعث دستیابی به اهداف سازمانی در سطح عملیاتی و استراتژیک می‌گردد. نگاره ۲، این رابطه را به طور ساده نشان می‌دهد.

نگاره ۲: ارتباط بین بهره‌وری، کیفیت و اخلاقیات کار (۴).



در این پژوهش ابعاد و عوامل اخلاقی سازمان، ضرورت، علل و چرایی توجه مدیران و سازمان‌ها به اخلاق و آثار مثبتی که رعایت اخلاق در سازمان‌ها به بار می‌آورد، مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. به طور کلی هدف این پژوهش بررسی رابطه اخلاق و تعالی سازمانی و طراحی و تبیین الگویی راجع به نقش اخلاق در تعالی سازمانی است. مدل مفهومی مورد نظر پژوهشگران در نگاره ۳ به نمایش درآمده است.

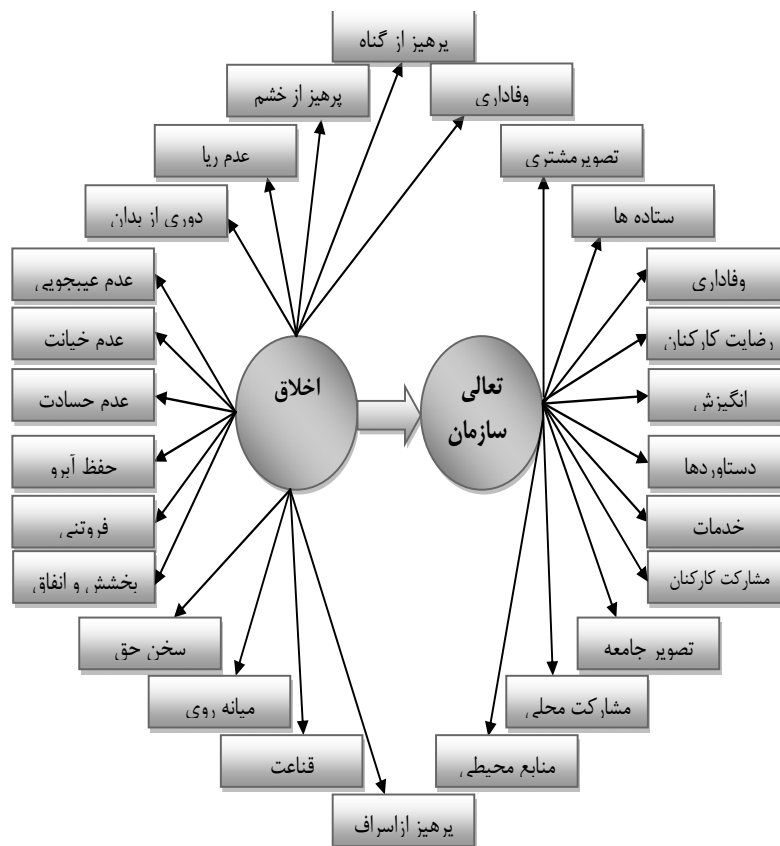
روش

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، کارکنان موسسه‌های آموزش عالی شهر مشهد می‌باشند که عبارت‌اند از: دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دانشگاه پیام نور مرکز مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشگاه علوم پزشکی مشهد، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، جهاد دانشگاهی مشهد، موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر،

خدمت خود را به جامعه اخلاق می‌آراید. سطوح بلوغ اخلاقی سازمان‌ها در جدول ۱ نشان داده شده است (۱۴).

جدول ۱: سطوح بلوغ اخلاقی سازمان‌ها (۱۴)

سطوح	دیدگاه اخلاقی	شیوه تحقیق دیدگاه
سطح چهارم	فضیلت‌گرایی	رعایت عدالت و انصاف و تقوا در انجام امور
سطح سوم	جمع‌گرایی - نسبی‌گرایی موقعیتها	توجه به شرایط و موقعیتها
سطح دوم	گرای انسان‌گرایی	توجه به جمع و جامعه رعایت حقوق فردی در کسب نتایج
سطح اول	نتیجه‌گرایی	کسب نتیجه اولویت اول سازمان



نگاره ۳: الگوی مفهومی پژوهش

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه

سطح تحصیلات	تعداد	درصد	سن	تعداد	درصد	سابقه کار	تعداد	درصد	جنسیت	تعداد	درصد
دیپلم و پایینتر	۱۶	۱۰/۳	کمتر از ۲۵	۱۲	۷/۸	کمتر از ۵	۴۱	۲۶/۵	مرد	۸۸	۵۷/۱
کاردانی	۱۱	۷/۱	۲۵-۳۵	۶۹	۴۴/۸	۵-۱۵	۴۲	۲۷/۳	زن	۵۵	۳۵/۷
کارشناسی	۴۱	۲۶/۶	۳۵-۴۵	۴۶	۲۹/۹	۱۵-۲۵	۲۵	۱۳/۰	نامشخص	۱۱	۷/۱
کارشناسی ارشد	۵۱	۳۳/۱	۴۵-۵۵	۱۴	۹/۱	بیشتر از ۲۵	۵	۳/۲			
دکتر	۲۵	۱۶/۲	بیشتر از ۵۵	۳	۱/۹	نامشخص	۴۶	۲۹/۹			
نامشخص	۱۰	۶/۵	نامشخص	۱۰	۶/۵						

جدول ۳: افراد مورد بررسی در موسسه‌های آموزش عالی

نام دانشگاه	تعداد	درصد	نام دانشگاه	تعداد	درصد
دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد	۲۱	۱۳/۶	موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر	۸	۵/۲
دانشگاه پیام نور مرکز مشهد	۱۷	۱۱	موسسه آموزش عالی عطار	۳	۱/۹
دانشگاه فردوسی مشهد	۳۸	۲۴/۷	موسسه آموزش عالی بهار	۹	۵/۸
دانشگاه علوم پزشکی مشهد	۱۷	۱۱	موسسه آموزش عالی خراسان	۵	۳/۲
دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)	۲۵	۱۶/۲	موسسه آموزش عالی اسرار	۸	۵/۲
سایر	۳	۱/۹			

به نظر خبرگان به طراحی پرسشنامه‌ای با ۶۳ سوال بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای اقدام گردید. به منظور ارزیابی روایی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از اساتید رشته مدیریت قرار گرفت و روایی آن مورد تایید واقع شد. برای بررسی پایایی تعدادی پرسشنامه توزیع گردید که با جمع آوری ۲۰ پرسشنامه به محاسبه آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS ۱۶/۰ اقدام شد. خروجی آلفای کرونباخ کل را برابر با ۰/۹۴۷ و آلفای کرونباخ متغیرهای پنهان اخلاق و تعالی سازمانی را به ترتیب برابر با ۰/۹۲۱ و ۰/۸۰۰ نشان می‌دهد. بنابراین، می‌توان گفت: پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است. جهت جمع‌آوری

موسسه آموزش عالی عطار، موسسه آموزش عالی بهار، موسسه آموزش عالی خراسان و موسسه آموزش عالی اسرار. از بین جامعه آماری، نمونه‌ای به حجم ۲۰۰ نفر با روش طبقه‌ای تصادفی انتخاب گردید. تحلیل جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی در جدول ۲ به نمایش در آمده است. در این پژوهش ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه پژوهشگر ساخته بوده است. برای طراحی ابزار گردآوری داده‌ها ابتدا پیشینه تحقیق مورد بررسی واقع شد و شاخص‌های مربوط به متغیرهای پژوهش شناسایی شد و در مرحله بعد با تشکیل پنل دلفی این شاخص‌ها به معرض نظرخواهی خبرگان گذاشته شد و با توجه

اطلاعات ۲۰۰ پرسشنامه توزیع شد که از این تعداد ۱۵۴ پرسشنامه عودت داده شد و در تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفته است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش، الگوی معادلات ساختاری است و با استفاده از نرم افزار LISREL/۵۰ انجام شده است.

در جدول ۴ یافته‌های حاصل از الگوی معادلات ساختاری به نمایش درآمده است.

پس از انجام اصلاحات و دستیابی به الگوی نهایی به طور کلی می‌توان گفت: با توجه به نمودار Q، مقدار RMSEA و سایر مقادیر مربوط به برازش، الگویی دارای برازش خوبی می‌باشد. مقدار RMSEA (۰/۰۸۶) می‌باشد که برازش قابل

یافته‌ها

جدول ۴: یافته‌های مدل معادلات ساختاری

ردیف	مسیر	ضریب غیر استاندارد	ضریب استاندارد	مقدار t
۱	اخلاق و تعالی سازمانی	۰/۸۹	۰/۸۸	۱۰/۲۵
۲	تصور مشتری و تعالی سازمانی	۰/۹۹	۰/۸۱	۱۱/۵۸
۳	مطلوبیت ستاده‌ها و تعالی سازمانی	۱/۰۰	۰/۸۲	-
۴	وفاداری مشتری و تعالی سازمانی	۰/۹۲	۰/۷۵	۱۰/۵۲
۵	انگیزش کارکنان و تعالی سازمانی	۰/۹۱	۰/۷۴	۱۰/۳۳
۶	رضایت کارکنان و تعالی سازمانی	۰/۸۶	۰/۷۰	۹/۶۲
۷	دستاوردهای کارکنان و تعالی سازمانی	۰/۸۲	۰/۶۷	۸/۹۷
۸	خدمات برای کارکنان و تعالی سازمانی	۰/۷۸	۰/۶۴	۸/۵۳
۹	تصور جامعه و تعالی سازمانی	۰/۷۸	۰/۶۴	۸/۵۳
۱۰	مشارکت محلی و تعالی سازمانی	۰/۸۹	۰/۷۲	۹/۹۸
۱۱	نگهداری منابع محیطی و تعالی سازمانی	۰/۸۲	۰/۶۷	۸/۹۹
۱۲	وفاداری و اخلاق	۰/۸۸	۰/۷۱	۹/۸۰
۱۳	پرهیز از گناه و اخلاق	۰/۹۵	۰/۷۷	۱۰/۸۱
۱۴	پرهیز از خشم و اخلاق	۰/۶۶	۰/۵۳	۶/۹۰
۱۵	عدم ربا و دورویی و اخلاق	۰/۷۹	۰/۶۴	۸/۵۵
۱۶	دوری از بدان و اخلاق	۱/۰۰	۰/۸۰	۱۱/۵۲
۱۷	عدم عیبجویی و اخلاق	۰/۹۰	۰/۷۲	۹/۹۹
۱۸	عدم غضب و خیانت و اخلاق	۰/۹۹	۰/۸۰	۱۱/۳۸
۱۹	عدم حسادت و اخلاق	۱/۰۰	۰/۸۱	-
۲۰	حفظ آبرو و اخلاق	۰/۹۳	۰/۷۵	۱۰/۵۳
۲۱	فروتنی و عدم غرور و اخلاق	۰/۸۶	۰/۶۹	۹/۴۳
۲۲	بخشش و انفاق جان و مال و اخلاق	۰/۸۷	۰/۷۰	۹/۶۱
۲۳	سخن گفتن به حق و به نرمی و اخلاق	۰/۸۷	۰/۷۰	۹/۵۷
۲۴	میانه روی و اخلاق	۰/۸۰	۰/۶۴	۸/۵۸
۲۵	قناعت و اخلاق	۱/۰۰	۰/۸۱	۱۱/۵۷
۲۶	پرهیز از اسراف و اخلاق	۰/۸۸	۰/۷۱	۹/۷۴

و تعهد سازمانی تأثیری مستقیم و مثبت دارد (۱۵). در یکی از پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه، نقش میانجی تعهد سازمانی در رابطه بین اخلاق اسلامی کار و رضایت شغلی^{۱۴} و در رابطه بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی مورد تأیید قرار گرفته است (۱۶). نتایج تجزیه و تحلیل پژوهشی دیگر، رابطه مثبت و مستقیم میان اخلاق کار اسلامی و تعهد سازمانی نشان می‌دهد (۱۷).

فضایل و سجایای اخلاقی از ارکان اساسی سعادت بشر و مایه تعالی او در ابعاد مادی و معنوی است. برخورداری از ویژگی‌های نیکو و پسندیده مهمترین ملاک و معیار وظیفه شناسی در زندگی اجتماعی است و جوامع بشری در پرتو اخلاق نیکو قادر به داشتن روابط اجتماعی و پیوند دوستی با یکدیگر می‌باشند. قرآن کریم سعادت و رستگاری را برای کسانی می‌داند که همه زنگارها و ناپاکی‌ها را از روح و جسم خود زدوده اند (۱۸).

بافت ملی و مذهبی اسلامی جامعه ما مشخص می‌سازد که هرگاه مدیران متخلق به اخلاق الهی و پایبند به نظام و ارزش‌های اسلامی در رأس سازمان‌ها قرار گیرند، تأثیر ژرف و عمیقی بر عملکرد خود و کارکنان در سازمان دارند و رشد و توسعه ی ملی را سبب خواهند گردید (۱۹). پژوهشگری در پژوهش خود الگویی رفتاری پیشنهاد نموده که در آن، پایبندی به احکام عبادی اخلاقی اسلام از دو جهت به عنوان عامل مؤثر بر رفتار شغلی کارکنان مورد توجه واقع شده است. از یک سو، این پایبندی به طور مستقیم رفتار کاری را با تأثیر قرار می‌دهد و از سوی دیگر، پس از تأثیرگذاری بر عامل قوانین و مقررات، به عنوان عاملی که قانون‌پذیری را در افراد تقویت می‌نماید منجر به پیدایش متغیر قوانین مؤثر می‌گردد که قوانین مؤثر خود علت بروز رفتاری خاص در کارکنان می‌گردد. در نتیجه پس از ایجاد رفتاری که منجر به عملکرد بالاتر می‌شود، بهره‌وری سازمان افزایش می‌یابد (۲۰).

ضعف اخلاقی بر عملکرد سازمان تأثیر منفی دارد. وقتی رفتار سازمانی از نظر اخلاقی ضعیف باشد به صورت آشکار و پنهان هزینه عملکرد بالا می‌رود. این هزینه را می‌توان در حوزه‌های مختلف سازمانی شناسایی کرد مانند پایین بودن

قبولی را نشان می‌دهد. نسبت کای دو به درجه آزادی برابر با ۲/۱۳ و کمتر از مقدار مجاز ۳ می‌باشد.

جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها از آزمون t استفاده شده است. چون معناداری در سطح ۰/۰۵ بررسی شد، بنابراین، مقادیر t برای معناداری باید بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از -۱/۹۶- باشند. با توجه به اینکه مقادیر t بزرگتر از ۱/۹۶ شده است، می‌توان گفت: با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده تمامی فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌گردند. بنابراین، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین اخلاق و تعالی سازمانی ارتباط مستقیم، مثبت و معناداری برقرار است. و ضریب همبستگی بین آن دو برابر با ۰/۸۸ بود. با توجه به یافته‌های مدل و مقادیر t می‌توان گفت: تمامی شاخصها در اندازه‌گیری متغیرهای پنهان موثرند. و با توجه به برآوردهای معیار شاخص‌های سنجش هر کدام از متغیرهای نهفته به ترتیب اهمیت و سهم‌شان در سنجش آن متغیر به شرح زیر می‌باشد:

تعالی سازمانی: مطلوبیت ستاده‌ها (۰/۸۲)، تصویرمشتري (۰/۸۱)، وفاداری مشتري (۰/۷۵)، انگیزش کارکنان (۰/۷۴)، مشارکت محلی (۰/۷۲)، رضایت کارکنان (۰/۷۰)، دستاوردهای کارکنان (۰/۶۷)، نگهداری منابع محیطی (۰/۶۷)، خدمات برای کارکنان (۰/۶۴) و تصویر جامعه (۰/۶۴).

اخلاق: عدم حسادت (۰/۸۱)، قناعت (۰/۸۱)، دوری از بدان (۰/۸۰)، عدم غصب و خیانت (۰/۸۰)، پرهیز از گناه (۰/۷۷)، حفظ آبرو (۰/۷۵)، عدم عیبجویی (۰/۷۲)، وفاداری (۰/۷۱)، پرهیز از اسراف (۰/۷۱)، بخشش و انفاق جان و مال (۰/۷۰)، سخن گفتن به حق و به نرمی (۰/۷۰)، فروتنی و عدم غرور (۰/۶۹)، میانه روی (۰/۶۴)، عدم ریا و دورویی (۰/۶۴) و پرهیز از خشم (۰/۵۳).

بحث

با توجه به نتایج تحلیل‌های صورت گرفته، تأیید فرضیه‌ها و برازش خوب مدل، می‌توان گفت: بین اخلاق و تعالی سازمانی رابطه مستقیم، مثبت و معنی‌داری برقرار است. نتیجه‌ای که در سایر پژوهش‌های مرتبط نیز مورد تأیید قرار گرفته است. اخلاق کار اسلامی در ابعاد مختلف نگرش‌های مربوط به تغییر سازمانی

اعتماد کارکنان، انگیزش بالاتر و تلاش بیشتر آنان را به همراه دارد. اعتماد مشتریان، وفاداری و تعهد آنان به سازمان باعث می‌شود و اعتماد ایجاد شده در سایر ذینفعان نیز آثار مثبت فراوانی را به دنبال دارد که نتیجه آن سودآوری افزونتر و رشد و توسعه پایدار سازمان می‌باشد.

نتیجه‌گیری

هدف انسان و جوامع بشری در زندگی دستیابی به کمال و تعالی می‌باشد و راهها و روش‌های مختلفی را در این جهت در پی می‌گیرد. به ویژه در اجتماع‌های انسانی و از جمله سازمان‌ها، نظریه‌ها و الگوهای مختلفی مورد استفاده قرار گرفته‌اند تا تعالی سازمانی محقق گردد. اما از میان همه اینها یکی از مؤثرترین عوامل در تعالی سازمانی، پایبندی به اخلاق و اصول اخلاقی است. رعایت اخلاق در سازمان و کسب و کار در جهت تعالی امری منطقی است. به عبارت دیگر جدای از اعتقاد ما مسلمانان به آخرت و جهان پس از مرگ که عاملی در جهت رعایت اخلاق می‌باشد، از لحاظ مادی و دنیوی نیز رعایت اخلاق امری ضروری به نظر می‌رسد. مدیران و سازمان‌ها با رعایت اخلاق می‌توانند اعتماد برخورداران خود از جمله: مشتریان، عرضه کنندگان، دولت، موسسات مالی و ... را جلب نمایند و نتیجه آن افزایش سودآوری است. اگر بتوانیم اعتماد مشتریان را جلب کنیم وفاداری مشتریان بیشتر و میزان تقاضا ارتقاء پیدا کرده و سودآوری بیشتر را به دنبال خواهد داشت. همچنین است اگر بتوان اعتماد موسسه‌های مالی را به خود جلب کرد، در نتیجه، در جذب تسهیلات می‌توان موفقیت آمیز عمل نمود. در سایر موارد نیز رعایت اخلاق و اعتماد زایی تعالی سازمانی و از جمله سودآوری را در پی دارد. در این مقاله رابطه اخلاق و تعالی سازمانی مورد بررسی واقع شد و با مطالعه موردی و تحلیل داده‌های تجربی رابطه مثبت و معنی دار بین اخلاق و تعالی سازمانی تایید گردید. مدل پیشنهادی باتوجه به معیارهای برازش مورد تایید و برخوردار از قدرت تبیین مناسبی تشخیص داده شد.

بهره‌وری، کندی پویایی سازمان، عدم شفافیت و به هم ریختگی ارتباط‌های سازمانی. اخلاق خوب تأثیر مثبت و شگرفی بر فعالیت و نتایج سازمانی دارد به طوری که بهره‌وری بهبود می‌یابد، پویایی سازمانی و ارتباطات نیز بهبود یافته و خطر کاهش پیدا می‌کند (۲۱). موفقیت در سازمان ناشی از ایجاد و به کارگیری مدیریت اخلاق در سازمان است. اخلاق سازمانی بر پایه اعتماد آفرینی است. ضعف در سیستم اخلاق و گرایش به سمت عدم اعتماد منجر به کاهش ارتباط و افزایش خسارات سازمانی می‌گردد و مدیریت به سمت کنترل گذشته نگر سوق پیدا خواهد کرد. به این ترتیب انرژی سازمان به منفی تبدیل می‌شود. از این رو، معرفی که می‌تواند به عنوان کاتالیزوری برای عقلانی کردن سازمان مبتنی بر نگرش انسان گرایانه عمل کند، اخلاق حرفه‌ای است. اخلاق حرفه‌ای در حقیقت یک فرایند تفکر عقلایی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پای بند بود. در دنیای امروز توجه به ارزش‌های انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاقی، یک نوع برتری رقابتی محسوب می‌شود (۱۱).

صاحب‌نظران معتقدند که؛ اخلاق و تعالی سازمان به هم مرتبط هستند. مطابق نظر صاحب‌نظران، در زمینه ارتباط رفتار اخلاقی در سازمان‌ها با برنامه‌های بهره‌وری و کیفیت مباحث بسیار مستدلی وجود دارند. زمانی که مدیران تصمیم‌گیری می‌کنند، باید توجه داشته باشند که بین بهره‌وری، کیفیت و اخلاقیات رابطه نزدیکی وجود دارد. این معادله هم افزاینده است، به طوری که عملکرد را بهبود داده، باعث دستیابی به اهداف سازمانی در سطح عملیاتی و استراتژیک می‌گردد (۴). با توجه به نتیجه پژوهش حاضر و سایر پژوهش‌های مرتبط، به مدیران سازمانها پیشنهاد می‌گردد تا اخلاق را سرلوحه کار خویش قرار دهند. مدیران باید اخلاق را در زندگی شخصی و سازمانی خویش رعایت کرده و در صدد نهادینه نمودن اخلاق در تار و پود سازمان باشند چرا که بقا، سودآوری و تعالی سازمانی با اخلاق پیوندی غیر قابل انکار دارد. رعایت اخلاق باعث ایجاد اعتماد در برخورداران^{۱۵} سازمان (شامل: کارکنان، سهام داران، مشتریان، تأمین کنندگان، مؤسسه‌های مالی و ...) می‌گردد.

2. Saeedpor K. (2009). Organizational ethics. Tehran: Jamal publication. (In Persian).
3. Aansari M, Hosseini A, Rahmany-Youshanlouei H, Seifi S. (2012). Effect of Professional Ethics on the Loyalty of Bank Customers. *Ethics in science & technology*; 7(3): 62. (In Persian).
4. Abzari M, Yazdanshenas M. (2007). Work ethics social responsibility in modern quality management. *Organizational culture management*; 5(15): 5. (In Persian).
5. Arnaudov K, Koseska E. (2012). Business ethics and social responsibility in tourist organizations in terms of changing environment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 44: 387-397.
6. Tota I, Shehu H. (2012). The Dilemma of Business Ethics. *Procedia Economics and Finance*; 3: 555-559.
7. Nakhaeinezhad M. (2007). Review of contents and promotion of organizations in military forces, *Humanistic development journal*; 4(12). (In Persian).
8. Jankalova M. (2013). Conceptions Based on Definition of Business Factors of Successfulness for the Support of Reaching the Excellence of Enterprise Subjects. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*; 81: 531- 535.
9. Urciuoli B. (2003). Excellence, leadership, skills, diversity: marketing liberal arts education. *Language & Communication*; 23: 385-408.
10. Ritchie L, Dale BG. (2000). Self-assessment using the business excellence model: A study of practice and process. *Int J Production Economics*; 66: 241-254.
11. Sarmadi MR, Shalbfaf A. (2007). Professional Ethics in Total Quality Management. *Ethics in Science & Technology*; 2 (3-4); 99. (In Persian).
12. Soltani M. (2003). Ethics management in organizations. *Tdbir Journal*; (132): 34-40. (In Persian).
13. Beheshtifar M, Nekoei-moghadam M. (2010). Relationship between Managers' Ethical Behavior and Employees' Job Satisfaction in the Universities. *Ethics in science & technology*; 5(1-2): 67. (In Persian).
14. Alvani M. (2012). Study of ethics maturation in organizations. *organization behavior studies journal*; 1(1). (In Persian).
15. Darvish U. (2000). organizational commitment; relation between Islamic work ethics and trends in changes, Translated by: Hoseini J. (2003).

سیاسگزاری

پژوهشگران بر خود لازم می‌دانند تا از تمامی کسانی که در انجام تحقیق همکاری کرده اند مراتب تشکر و قدردانی را به عمل آورند. جامعه آماری این پژوهش کارکنان موسسه‌های آموزش عالی شهر مشهد بوده است و تعدادی از کارکنان این موسسه‌ها به عنوان نمونه انتخاب شد و به جمع آوری اطلاعات اقدام گردید که این اطلاعات مبنای تحلیل‌های صورت گرفته در تحقیق بوده و نقش مهمی در تحقیق بر عهده داشته است. از این رو، از تمامی کسانی که در موسسات آموزش عالی نمونه انتخابی حضور داشته و حاضر به همکاری با پژوهشگران شده اند تشکر و سپاسگزاری می‌شود.

واژه‌نامه

1. Ethics	اخلاق
2. Organizational Ethics	اخلاق سازمانی
3. Organizational Behavior	رفتار سازمانی
4. Business Ethics	اخلاق کسب و کار
5. Organizational Values	ارزش‌های سازمانی
6. Organizational Excellence	تعالی سازمانی
7. Organizational Commitment	تعهد سازمانی
8. Quality Management	مدیریت کیفیت
9. Eehic Management	مدیریت اخلاق
10. Organizational Energy	انرژی سازمانی
11. Professional Ethics	اخلاق حرفه ای
12. Utility	بهره‌وری
13. Ethical mature	بلوغ اخلاقی
14. Job Satisfaction	رضایت شغلی
15. Stakeholder	برخورداران

منابع

1. Taghizadeh H, Soltani- Feseghandis GH. (2011). The Effect of Business Ethics on the Corporate Social Responsibility. *Ethics in science & technology*; 5(3-4): 94. (In Persian).

19. Mir Heydari A. (2010). state of commitment, consciousness and hard working in development and promotion of organization, Rahe Tarbiat Journal; 5(12). (In Persian).
20. Nadery AR. (1998). Drawing and explaining the pattern of user behavior according to Islamic instruction, [PhD thesis]. Tehran: Tarbiat-Modares University. (In Persian).
21. Salehnia M, Allah-Tavakoli Z. (2010). Organizational Ethics with an Emphasis on Ethical Charter. Ethics in Science & Technology; 4 (3-4): 66. (In Persian).
- Organization development journal; 7(38-39). (In Persian).
16. Hasani M, Heidarizadeh Z, Ghasemzadeh-Alishahi A. (2012). Consideration of the role and effects of Islamic work ethics and organizational culture on job satisfaction, Islamic management journal; 20 (2). (In Persian).
17. Ansari ME, Ardakani MS. (2013). Islamic work ethics and organizational commitment among employees of Isfahan University of Medical Sciences. Journal of medical ethics and history of medicine; 6 (2): 86-98. (In Persian).
18. Sajedinia MH. (2004). Principles of Islamic Management. Tehran: Shahr-Ashob Publication. (In Persian).