





دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکز

دانشکده ی تحصیلات تکمیلی، گروه مدیریت دولتی

پایان نامه برای دریافت درجه ی کارشناسی ارشد «M.A»

گرایش: مالی

عنوان:

بررسی ادارکات اخلاق کاری مدیران سازمان ثبت اسناد و املاک استان تهران

استاد راهنما:

دکتر علیرضا امیر کبیری

استاد مشاور:

دکتر جمشید صالحی صدقیانی

نگارش:

بهاره بازارچی شبستر

بهار ۱۳۸۸

تقدیم به:

مادر عزیز و مهربانم که مظهر کرامت، صداقت، صفا، صمیمیت، گذشت، فداکاری و عشق و محبت است و با همراهی و دلسوزی هایش مرا در مسیر زندگی یاری نمود. از خداوند عزت و عافیت را برایش آرزومندم.

و تقدیم به روح بزرگوار پدر مهربانم که همواره حضور سبزش را در کنارم احساس می‌کنم و رحمت روز افزون را از درگاه خداوند برایش خواستارم.

تشکر و قدردانی:

شکر و سپاس پروردگار مهربانم را که بی تردید هرچه دارم از مخزن رحمت و نعمت های اوست، باشد که همواره در مسیر و رحمت او گام بردارم. به پاس احترام به مقام والای معلم از تمامی اساتید بزرگواری که طی این سالها از محضرشان بسیار آموختم مراتب سپاس، تقدیر و تشکر خود را ابراز می دارم.

از اساتید بزرگوار:

جناب آقای دکتر علیرضا امیر کبیری، استاد عزیز و بزرگوارم برای راهنمایی ها و نظرات ارزنده اش در طی سال های تحصیل به ویژه در انجام این پژوهش و نیز جناب آقای دکتر جمشید صالحی صدقیانی، استاد محترم مشاور برای نظراتشان در پیشرفت کار پژوهش تشکر و قدر دانی می نمایم.

و نیز از کلیه عزیزانی که اینجانب را در تهیه چنین اثری یاری نموده اند کمال تشکر را دارم. باشد که این یادآوری نمایانگر سپاس بی پایان من نسبت به کمک های بی دریغ آنان باشد.

فهرست مطالب

شماره صفحه

عنوان

چکیده

فصل اول: کلیات تحقیق

| | |
|------|---|
| ۲ | مقدمه..... |
| ۲-۱ | بیان مسئله..... |
| ۳-۱ | پرسش های پژوهش..... |
| ۴=۱ | ضرورت پژوهش..... |
| ۵-۱ | اهداف پژوهش..... |
| ۶-۱ | فرضیه های پژوهش..... |
| ۷-۱ | متغیرها..... |
| ۸-۱ | روش تحقیق..... |
| ۹-۱ | روش گردآوری اطلاعات..... |
| ۱۰-۱ | قلمرو تحقیق..... |
| ۱۱-۱ | جامعه آماری..... |
| ۱۲-۱ | نمونه آماری..... |
| ۱۳-۱ | روش نمونه گیری..... |
| ۱۴-۱ | روشهای مورد نظر آماری برای تجزیه و تحلیل..... |
| ۱۵-۱ | تعاریف عملیاتی متغیرها (تعریف واژگان)..... |
| ۱۶-۱ | مدل تحقیق..... |

ادامه‌ی فهرست مطالب

شماره صفحه

عنوان

فصل دوم: ادبیات تحقیق

| | |
|----|---|
| ۱۲ | مقدمه..... |
| ۱۲ | ۱-۲ اخلاق..... |
| ۱۳ | ۱-۲-۲ مفهوم اخلاق..... |
| ۱۳ | ۲-۲-۲ موضوع اخلاق..... |
| ۱۴ | ۳-۲-۲ استاندارد و کدهای اخلاقی..... |
| ۱۵ | ۴-۲-۲ مدیریت اخلاق..... |
| ۱۶ | ۵-۲-۲ مزایای برنامه های مدیریت اخلاق..... |
| ۱۶ | ۳-۲ اخلاق کاری..... |
| ۱۶ | ۱-۳-۲ مفهوم اخلاق کاری..... |
| ۱۷ | ۲-۳-۲ فلسفه و نظامهای اخلاقی کسب و کار..... |
| ۱۸ | نظام فرجام گرایی..... |
| ۱۸ | ۱-۱ سودمند گرایی..... |
| ۱۹ | ۲-۱ نظام مبتنی بر عدالت فراگیر..... |
| ۲۱ | ۳-۱ نظام مبتنی بر آزادی فردی..... |
| ۲۲ | نظام آغازگرایی..... |
| ۲۳ | ۳. نظام مبتنی بر زیبایی و خیر مطلق..... |
| ۲۳ | ۳-۳-۲ تئوری های اخلاق (از دید چامپوکس)..... |
| ۲۶ | ۴-۳-۲ اخلاق حرفه ایی شغلی..... |
| ۲۷ | ۵-۳-۲ عقاید غلط در باره اخلاق کار..... |
| ۲۹ | ۶-۳-۲ عوامل اجتماعی موثر بر اخلاق کار..... |

ادامه‌ی فهرست مطالب

عنوان

شماره صفحه

| | |
|----|---|
| ۳۰ | ۷-۳-۲ صنعتی شدن جوامع و تأثیر آن بر اخلاق کار..... |
| ۳۱ | ۸-۳-۲ عرف جامعه ایران و اخلاق کار..... |
| ۳۲ | عوامل اقتصادی موثر بر اخلاق کار..... |
| ۳۲ | عوامل روانشناسی اجتماعی..... |
| ۳۳ | مدل ارتباط دهنده اخلاق کار، مدیریت و خصوصی سازی..... |
| ۳۴ | ۹-۳-۲ تأثیر خصوصی سازی بر اخلاق کاری..... |
| ۳۵ | ۱۰-۳-۲ تفاوت بین رویکرد امریکایی (کانادا) و آلمانی (مقداری گسترش قاره اروپا)..... |
| ۳۶ | ۴-۲ سازمان و اخلاق کاری..... |
| ۳۶ | ۱-۴-۲ اخلاق و رفتار سازمانی..... |
| ۳۸ | ۲-۴-۲ عوامل موثر بر رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی در سازمان..... |
| ۳۹ | ۳-۴-۲ اخلاق مدیریتی..... |
| ۴۰ | ۴-۴-۲ مدیران در برابر دوراهی های اخلاقی..... |
| ۴۰ | ۵-۴-۲ عوامل موثر بر اخلاقیات سازمانی..... |
| ۴۲ | ۶-۴-۲ نظامنامه رسمی یا منشور اخلاقی..... |
| ۴۳ | ۷-۴-۲ روشها و مراحل تدوین نظامنامه اخلاقی در سازمان..... |
| ۴۶ | ۸-۴-۲ فرهنگ سازمانی..... |
| ۴۶ | . تعریف فرهنگ سازمانی..... |
| ۴۶ | . عناصر تشکیل دهنده فرهنگ سازمانی..... |
| ۴۸ | . تغییر در فرهنگ سازمانی و یک الگو..... |
| ۵۰ | ۵-۲ عوامل فرا سازمانی..... |
| ۵۱ | ۶-۲ پیشینه و ادبیات تحقیق..... |
| ۵۱ | ۱-۶-۲ پیشینه داخل کشور..... |
| ۵۴ | ۲-۶-۲ پیشینه خارج از کشور..... |
| ۵۹ | ۷-۲ جمع بندی..... |

ادامه‌ی فهرست مطالب

شماره صفحه

عنوان

فصل سوم: روش تحقیق

| | |
|----|--|
| ۶۱ | مقدمه..... |
| ۶۱ | ۱-۳ قلمرو تحقیق..... |
| ۶۲ | ۲-۳ روش تحقیق..... |
| ۶۲ | ۳-۳ شرح متغیرها..... |
| ۶۳ | ۴-۳ نمونه گیری..... |
| ۶۳ | ۵-۳ روش نمونه گیری..... |
| ۶۴ | ۶-۳ ابزار جمع آوری اطلاعات..... |
| ۶۶ | ۷-۳ تعیین پایایی (اعتبار) و روایی ابزار اندازه گیری..... |
| ۶۶ | ۱-۷-۳ پایایی (اعتبار)..... |
| ۶۶ | ۲-۷-۳ روایی..... |
| ۶۷ | ۸-۳ روش های تحلیل آماری..... |
| ۶۷ | ۱-۸-۳ آمار توصیفی..... |
| ۶۸ | ۲-۸-۳ بررسی تصادفی و نرمالیزه بودن توزیع داده ها..... |
| ۶۹ | ۳-۸-۳ آمار استنباطی..... |
| ۶۹ | ۱. فرضیه فرعی..... |
| ۶۹ | ۲. فرضیه اصلی..... |

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

| | |
|----|------------------------|
| ۷۲ | مقدمه..... |
| ۷۳ | ۴-۱ توصیف داده ها..... |

ادامه‌ی فهرست مطالب

شماره صفحه

عنوان

| | |
|-----|---|
| ۱۱۳ | ۲-۴ تحلیل داده ها..... |
| ۱۲۶ | ۳-۴ بررسی نرمال بودن با استفاده از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف..... |
| ۱۲۷ | ۴-۴ رگرسیون خطی برای بررسی رابطه..... |
| ۱۲۹ | ۵-۴ رگرسیون خطی برای بررسی رابطه..... |
| ۱۳۰ | ۶-۴ محاسبه اثر و معنی داری هر کدام از متغیر ها در مدل..... |
| ۱۳۱ | ۷-۴ تحلیل عاملی برای دسته بندی سؤالات..... |

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

| | |
|-----|---|
| ۱۳۴ | مقدمه..... |
| ۱۳۵ | ۱-۵ نتایج حاصل از فرضیه های فرعی پژوهش..... |
| ۱۳۷ | ۲-۵ نتایج حاصل از فرضیه های اصلی پژوهش..... |
| ۱۳۸ | ۳-۵ یافته های فرعی پژوهش..... |
| ۱۴۱ | ۴-۵ ارتباط یافته های تحقیق با پیشینه پژوهش..... |
| ۱۴۱ | ۵-۵ مقایسه تطبیقی..... |
| ۱۴۲ | ۶-۵ محدودیتهای پژوهش..... |
| ۱۴۲ | ۱-۶-۵ محدودیتهای تحت کنارل محقق..... |
| ۱۴۲ | ۲-۶-۵ محدودیتهای خارج از کنترل محقق..... |
| ۱۴۲ | ۷-۵ پیشنهادها..... |
| ۱۴۳ | ۱-۷-۵ پیشنهاد هایی جهت بهبود اوضاع..... |
| ۱۴۵ | ۸-۵ پیشنهادات حاصل از فرضیات..... |
| ۱۴۷ | ۹-۵ جمع بندی..... |
| ۱۴۸ | ۱۰-۵ پیشنهادات به سایر پژوهشگران..... |
| ۱۵۰ | منابع و مآخذ..... |
| ۱۵۴ | پیوستها و ضمائم..... |
| | چکیده انگلیسی..... |

فهرست جداول

شماره صفحه

عنوان

| | |
|----|--|
| ۶۵ | جدول ۳-۱: نحوه تقسیم بندی سؤالات عمومی پرسشنامه..... |
| ۷۳ | جدول ۴-۱: جنسیت..... |
| ۷۴ | جدول ۴-۲: تحصیلات..... |
| ۷۵ | جدول ۴-۳: سن مدیران..... |
| ۷۷ | جدول ۴-۴: سطح درآمد ماهانه مدیران..... |
| ۷۸ | جدول ۴-۵: سطح درآمد ماهانه خانوار..... |
| ۸۰ | جدول ۴-۶: موقعیت واحد سازمانی..... |
| ۸۲ | جدول ۴-۷: تعداد کارکنان..... |
| ۸۳ | جدول ۴-۸: عمر واحد سازمانی..... |
| ۸۵ | جدول ۴-۹: جایگاه کاری..... |
| ۸۶ | جدول ۴-۱۰: سابقه خدمت در سازمان..... |
| ۸۸ | جدول ۴-۱۱: جدول فراوانی سؤال ۱..... |
| ۹۰ | جدول ۴-۱۲: جدول فراوانی سؤال ۲..... |
| ۹۲ | جدول ۴-۱۳: جدول فراوانی سؤال ۳..... |
| ۹۴ | جدول ۴-۱۴: جدول فراوانی سؤال ۴..... |
| ۹۶ | جدول ۴-۱۵: جدول فراوانی سؤال ۵..... |
| ۹۸ | جدول ۴-۱۶: جدول فراوانی سؤال ۶..... |

ادامه فهرست جداول

| عنوان | شماره صفحه |
|--|------------|
| جدول ۴-۱۷: جدول فراوانی سؤال ۷..... | ۱۰۰ |
| جدول ۴-۱۸: جدول فراوانی سؤال ۸..... | ۱۰۲ |
| جدول ۴-۱۹: جدول فراوانی سؤال ۹..... | ۱۰۴ |
| جدول ۴-۲۰: جدول فراوانی سؤال ۱۰..... | ۱۰۶ |
| جدول ۴-۲۱: جدول فراوانی سؤال ۱۱..... | ۱۰۸ |
| جدول ۴-۲۲: جدول فراوانی سؤال ۱۲..... | ۱۱۰ |
| جدول ۴-۲۳: جدول فراوانی سؤال ۱۳..... | ۱۱۲ |
| جدول ۴-۲۴: جدول ضریب همبستگی برای متغیر جنسیت..... | ۱۱۴ |
| جدول ۴-۲۵: جدول ضریب همبستگی برای متغیر تحصیلات..... | ۱۱۵ |
| جدول ۴-۲۶: جدول ضریب همبستگی برای متغیر سن..... | ۱۱۷ |
| جدول ۴-۲۷: جدول ضریب همبستگی برای متغیر درآمد ماهانه..... | ۱۱۸ |
| جدول ۴-۲۸: جدول ضریب همبستگی برای متغیر درآمد ماهانه خانوار..... | ۱۱۹ |
| جدول ۴-۲۹: جدول ضریب همبستگی برای متغیر قلمرو واحد سازمانی..... | ۱۲۱ |
| جدول ۴-۳۰: جدول ضریب همبستگی برای متغیر تعداد کارکنان..... | ۱۲۳ |
| جدول ۴-۳۱: جدول ضریب همبستگی برای متغیر عمر واحد در منطقه..... | ۱۲۳ |
| جدول ۴-۳۲: جدول ضریب همبستگی برای متغیر جایگاه مدیر..... | ۱۲۴ |
| جدول ۴-۳۳: جدول ضریب همبستگی برای متغیر سابقه کاری..... | ۱۲۵ |

ادامه فهرست جداول

| عنوان | شماره صفحه |
|--|------------|
| جدول ۴-۳۴: جدول آزمون نرمال بودن داده ها..... | ۱۲۷ |
| جدول ۴-۳۵: آزمون رگرسیون برای مشخصات توصیفی مدیران..... | ۱۲۸ |
| جدول ۴-۳۶: آزمون رگرسیون برای مشخصات توصیفی واحدهای مختلف..... | ۱۲۹ |
| جدول ۴-۳۷: جدول محاسبه اثر متغیر ها در مدل..... | ۱۳۰ |
| جدول ۴-۳۸: جدول تحلیل عاملی برای دسته بندی سؤالات..... | ۱۳۱ |

فهرست نمودارها

| عنوان | شماره صفحه |
|---|------------|
| نمودار ۱-۱: رابطه بین متغیرهای تحقیق..... | ۶ |
| نمودار ۲-۱: مدل تحقیق..... | ۱۰ |
| نمودار ۱-۲: اعمال اخلاقی - نوری تاجر، ۱۳۸۰، ۲۹..... | ۱۴ |
| نمودار ۲-۲: اخلاق کار و مدیریت مشارکتی..... | ۳۱ |
| نمودار ۳-۲: تأثیر خصوصی سازی بر اخلاق کار- چلیپی، ۱۳۸۱، ۴۴..... | ۳۳ |
| نمودار ۴-۲: الگوی رفتار اخلاقی در محل کار - احدی، ۱۳۸۶، ۳۲..... | ۳۷ |
| نمودار ۵-۲: مدل رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی - مقیمی، ۱۳۸۵، ۱۷۵۳۹..... | ۳۹ |
| نمودار ۶-۲: عوامل موثر بر رفتار اخلاقی مدیریتی، شخص مدیر و سازمان و محیط..... | ۴۲ |

چکیده

کمبود و نقصان اخلاق در کشورهای پیشرفته به دلیل نفی قوانین پایه و نهادینه شده نیست بلکه ناشی از نظام ارزیابی و اصلاح سامانه نظام مدیریت غربی و سامانه خود اصلاحی آن است، اما در کشور ما که در آن از بنیان اخلاقی شدیدی بهره می‌جوییم، این ضعف اخلاقی در بین کارکنان و بعضاً مدیران در چند دهه اخیر به حدی مشهود شده است که نیاز به بررسی بیشتر در این زمینه احساس می‌شود. بر همین اساس این پژوهش با هدف بررسی خصوصیات منطقه‌ای و شخصی مدیران روی ادراکات اخلاقی آنها، و با ارائه پرسش‌هایی همچون: آیا بین خصوصیات منطقه‌ای و شخصی مدیران با ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد؟، آیا بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد؟ و آیا بین مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد؟، به دنبال بررسی ارتباط متغیرهای خصوصیات منطقه‌ای و شخصی مدیران با ادراکات اخلاقی آنان در اداره ثبت اسناد استان تهران بوده است. در این میان با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ و به روش ضریب همبستگی مقدار سطح معنی داری برای تحصیلات، سن، درآمد ماهانه، درآمد خانوار و عمر واحد کوچکتر از ۰/۰۵ بدست آمد، حاکی از این مطلب است که رابطه معنی داری بین هر گروه از متغیرهای مذکور، وجود دارد ولی مقدار سطح معنی داری بیش از ۰/۰۵ برای متغیرهای جنسیت، قلمرو واحد، تعداد کارکنان، جایگاه مدیر و سابقه کاری نشانه عدم رابطه بین متغیرها با ادراکات اخلاقی می‌باشد. همچنین جهت بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون چند متغیره استفاده شد که نتایج نشان داد با اطمینان ۹۵ درصد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مدیران اثبات می‌گردد و با اطمینان ۹۵ درصد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی واحد‌های مختلف رد می‌گردد پس هیچ رابطه‌ای خطی وجود ندارد.

واژگان کلیدی: اخلاقیات، مفهوم اخلاقی، اخلاقیات در مدیریت، اخلاق کار و اخلاق حرفه‌ای.

۱- مقدمه

یکی از موضوعات پیش روی جامعه اقتصادی موضوع اخلاق کسب و کار است که در بستر جهانی شدن و تحولات آن به پدیده ای پیچیده تبدیل شده است. جهانی شدن موجب ارتباط جوامع و شرکتهای اقتصادی در اقصی نقاط جهان با یکدیگر و با مقررات گوناگون شده است. در حال حاضر و در سطح جهان انتخاب بین سود مالی و منافع اجتماعی، استفاده بی رویه از منابع و محدودیت آن بین بهره کشی از نیروی کار و عدالت از یک سو و وجود رشوه، فساد مالی، دسترسی تبعیض آمیز به اطلاعات و ده ها مورد غیر اخلاقی از سوی دیگر پیش روی بنگاههای اقتصادی قرار داد. جهانی شدن این پدیده ها را پیچیده تر ساخته و ضرورت تبیین مجموعه ای از قواعد اخلاقی را که روابط درون و برون شرکتی و رابطه بنگاههای اقتصادی با جوامع و دولتها در سطح ملی را قاعده مند سازد، دو چندان نموده و این مهم برای جمهوری اسلامی ایران نیز که در مسیر شتابان توسعه اقتصادی قرار دارد، امری ضروری است.

۲- مبانی نظری تحقیق

مقوله اخلاق سازمانی در جوامع توسعه یافته طی یک و نیم قرن گذشته به عنوان بخشی از علم مدیریت به مرور نهادینه شده است. در شکل گیری اخلاق سازمانی سه دسته عوامل فردی، سازمانی و فراسازمانی دخیل هستند.

عوامل فردی شامل اخلاق شخصی، خودشناسی و خودکنترلی بعنوان خمیر مایه اصلی زمینه های شکل گیری مدیریت اخلاقی در سازمان می باشد.

عوامل سازمانی شامل ضوابط و مقررات سازمانی، فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی می باشد که مدیریت اخلاقی را نهادی می کند.

عوامل فراسازمانی شامل دولت، شرایط اقتصادی، محیط کاری و محیط های بین المللی می باشد که موجب جهت گیری مدیریت اخلاقی شده و نهایتاً مدیریت اخلاقی در سازمان کاربردی و عملی می گردد

<http://www.ebtekarnews.com>

۲-۱ اخلاق

۲-۱-۱ مفهوم اخلاق

یکی از مسائلی که در فلسفه اخلاق مطرح است این است که معیار فعل اخلاقی چیست؟ در باب معیار فعل اخلاقی نظریات متعددی وجود دارد. بطور کلی هر کاری که انسان آن را به حکم ساختمان طبیعت انجام دهد فعل طبیعی است و فعل اخلاقی فعل غیر طبیعی است. راجع به معیار فعل اخلاقی نظریات متعددی وجود دارد که به تعدادی از آنها اشاره می گردد:

(۱) نظریه دگردوستی: طبق این نظریه هر عملی که در حوزه خوددوستی است، فعل غیر اخلاقی و هر عملی که در حوزه دگردوستی است فعل اخلاقی نامیده می شود. در حقیقت معیار فعل اخلاقی "ایثار" است. از جمله ایرادات وارد بر این نظریه این است که دگرخواهی نیز در بعضی موارد ممکن است غریزی، طبیعی و به فرمان طبیعت باشد. پس بنابراین عمل دگردوستی همیشه فعل اخلاقی نیست.

(۲) نظریه حسن و قبح ذاتی افعال: این گروه معتقدند که عقل انسان حسن ذاتی کارهای اخلاقی و قبح ذاتی کارهای ضد اخلاقی را درک می کند. کار اخلاقی آن کاری است که به حکم عقل صورت گرفته باشد و انسانهای اخلاقی یعنی کسانی که عقل بر وجودشان حاکم است و شهوت و غضب و واهمه بر وجودشان حاکم نیست. اخلاق سقراطی نیز بر همین مبناست ولی با این وجود حکما برای حسن و قبح ذاتی افعال چندان اساسی قائل نیستند.

(۳) نظریه الهام وجدان: این نظریه متعلق به کانت است. او معتقد است که هر فعلی از الهام وجدان سرچشمه می گیرد فعل اخلاقی است و هر فعلی که چیز دیگری در آن دخالت داشته باشد (شرایط قید و خصوصیتی آن را مشروط کند) آن را دیگر نمی توان فعل اخلاقی نامید (مطهری، ۱۳۷۱، ۹۴ و ۱۳۶).

۲-۲ اخلاق کاری

۱-۲-۲ مفهوم اخلاق کاری

صاحبنظران، اخلاق کار را بیانگر حد یا قدر و منزلتی می دانند که هر فرد برای کار باور دارد. اخلاق کار قوی متضمن این باور است که سخت کار کردن رمز موفقیت و سعادت است. پژوهشگران دریافته اند که اخلاق کار قوی با بهره وری، ابتکار، نیاز به کسب موفقیت، رضایت شغلی، درآمد بیشتر و نگرشها و باورهای محافظه کارانه بیشتری همراه است (Felder, 1990, 43-55).

۳-۲ سازمان و اخلاق کاری

۱-۳-۲ اخلاق و رفتار سازمانی

اخلاق و رفتار اخلاقی، یکی از موضوعات مهم در جهان امروز است. این اهمیت به دلیل بی توجهی زیاد به اخلاق و گسترش رفتار غیر اخلاقی است که به نحوی جهان اطراف همه ما را احاطه کرده است. در واقع وقتی صحبت از اخلاق می شود، هدف این است تشخیص دهیم چه چیزی خوب و چه چیزی بد است. واژه هایی مثل اخلاق کسب و کار و یا تجارت، اخلاق مدیریت و اخلاق حرفه ای از جمله موضوعات مهم در سازمانها می باشد. از جمله عوامل تعیین کننده رفتار اخلاقی در محل کار، در نمودار ۲-۴ نشان داده شده است (احدی، ۱۳۸۶، ۳۱):

۳- فرضیه های پژوهش

۳-۱ فرضیه های اصلی پژوهش:

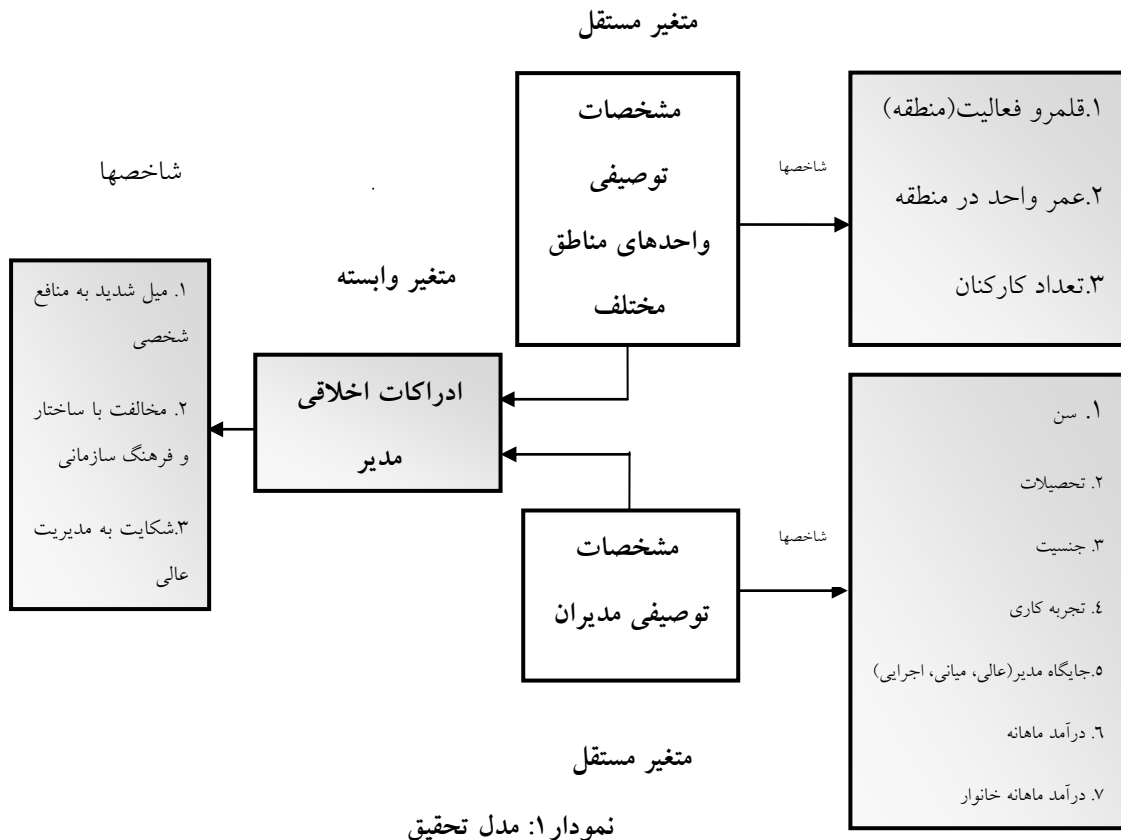
- ۱) بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
- ۲) بین مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد.

۳-۲ فرضیه های فرعی پژوهش:

۱. بین قلمرو تحقیق و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
۲. بین تعداد کارکنان و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
۳. بین عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
۴. بین سن و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۵. بین تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۶. بین جنسیت و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۷. بین تجربه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۸. بین جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد.
۹. بین درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.

۳-۳ مدل تحقیق

مدل پژوهشی این تحقیق با استعانت از نظریات فرل و گرشام^۱، تروینو^۲، سوینک^۳، سیمز^۴ آبرات و دراپ^۵، به شرح زیر ترسیم شده است:



۴- روش شناسی تحقیق

این تحقیق بر حسب هدف از نوع کاربردی و برحسب نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی و از گروه پیمایشی می باشد که در آن به بررسی اثر خصوصیات شخصی مدیران و خصوصیات منطقه ای واحدهای مناطق مختلف بر ادراکات اخلاق کاری مدیران سازمان ثبت اسناد استان تهران می پردازد.

¹.Ferrell,Gresham
².Trevino
³.Sewink
⁴.Sims
⁵.Abratt, Drop

با توجه به هدف این پژوهش، جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق، مدیران، معاونین و سرپرستان سازمان ثبت اسناد تهران می باشد که تعدادشان ۱۰۰ نفر است. و با توجه به حجم جامعه، یعنی ۱۰۰ نفر و بر اساس جدولی که «هگن، مورگان و کرچسی» ارائه نموده اند، تعداد نمونه ۸۰ نفر تعیین شده است.

-روش نمونه گیری

روش نمونه گیری در تحقیق حاضر روش نمونه گیری تصادفی ساده " بدون جایگزینی " می باشد.

در این پژوهش از بررسی اسناد و مدارک و پرسشنامه استفاده شده است. پژوهشگر جهت انجام تحقیق حاضر با بهره وری از پرسشنامه استاندارد لوزیر^۶ و با کمک اساتید و متخصصین مدیریت، پرسشنامه ادراک اخلاقی کارکنان را در قالب دو بخش طراحی نموده است. قسمت اول با ۱۰ پرسش تشکیل دهنده اطلاعات عمومی پرسشنامه به نحوی است که اطلاعات زیر را برای محقق فراهم می آورد.

⁶Lussier

جدول ۱: نحوه تقسیم بندی سوالات عمومی پرسشنامه

| ردیف | سوال | حالت‌های در نظر گرفته شده | | | |
|------|--|---------------------------|------------|--------------|------------|
| | | ۴ | ۳ | ۲ | ۱ |
| ۱ | جنسیت | - | - | مرد | زن |
| ۲ | سطح تحصیلات | - | دکتر | کارشناس ارشد | کارشناسی |
| ۳ | سن (سال) | - | ۴۰ به بالا | ۴۰-۳۰ | ۳۰-۲۰ |
| ۴ | سطح درآمد ماهانه بر حسب میلیون ریال | ۱۲ به بالا | ۱۲-۸ | ۸-۴ | کمتر از ۴ |
| ۵ | سطح درآمد ماهانه خانوار شما بر حسب میلیون ریال | ۱۲ به بالا | ۱۲-۸ | ۸-۴ | کمتر از ۴ |
| ۶ | واحد تابعه | غرب | شرق | جنوب | شمال |
| ۷ | تعداد کارکنان (نفر) | - | ۶۰ به بالا | ۶۰ تا ۳۰ | زیر ۳۰ نفر |
| ۸ | عمر واحد سازمانی (سال) | - | ۱۵ به بالا | ۱۵-۱۰ | ۱۰-۵ |
| ۹ | جایگاه شما | - | سرپرست | معاون | مدیر ارشد |
| ۱۰ | سابقه خدمتی و تجربه (سال) | - | ۳۰-۲۰ | ۲۰-۱۰ | ۱۰-۰ |

بخش دوم شامل ۱۳ پرسش است که در بر دارنده اطلاعات اختصاصی بوده و میزان ادراک اخلاقی مدیران را می سنجد.

هر سوال در این پرسشنامه به صورت ۷ گزینه ای در نظر گرفته شده است. تمامی سوالات دارای ارزش منفی است تا جایی که برای گزینه، کاملاً مخالف ۷ امتیاز، مخالف ۶ امتیاز، تا حدودی مخالف ۵ امتیاز، میانه ۴ امتیاز، تا حدودی موافق ۳ امتیاز، موافق ۲ امتیاز و کاملاً موافق ۱ امتیاز در نظر گرفته شده است. هر فرد در نتیجه پاسخگویی به ۱۳ سوال مذکور، امتیازی بین ۱۳ الی ۹۱ دریافت می کند. مدیرانی که امتیاز آنان از میانگین ۵۲ بیشتر و یا برابر آن باشد، در نقطه قوت ادراک اخلاقی کاری قرار داشته و هرچه امتیاز آنان از میانگین ۵۲ فاصله گرفته و به ۱۳ نزدیک تر شود در نقطه ضعف ادراک اخلاقی قرار خواهند داشت.

۴-۱ تعیین اعتبار (پایایی) و روایی ابزار اندازه گیری

۴-۱-۱ اعتبار (پایایی)

مقصود آن است که ابزار اندازه گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار و به دو گروه واحدی از افراد بدهیم بطوریکه نتایج حاصل نزدیک به هم باشد. یکی از روش های محاسبه اعتبار و اعتماد علمی پرسشنامه ها محاسبه "آلفای کرونباخ است".

محاسبه این شاخص با استفاده از رابطه زیر امکان پذیر خواهد بود. در این رابطه k تعداد پرسشها و S_i انحراف معیار امتیاز پرسش i -ام و σ^2 سیگما انحراف معیار امتیاز کل پرسشها است. هرچه این شاخص به ۱ نزدیکتر شود به معنی همبستگی درونی بالاتر و همگن تر بودن پرسشها خواهد بود. بدیهی است در صورت پایین بودن مقدار آلفا بایستی بررسی نمود که با حذف کدام پرسشها مقدار آن افزایش خواهد یافت.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{\sigma^2} \right]$$

(خاکی، ۱۳۸۷، ۲۴۹).

بر همین اساس میزان آلفای کرونباخ به دست آمده برای ادراک اخلاقی مدیران برای ۴۰ نفر، معادل ۰/۸۱۳ بدست آمد و از آنجا که عدد بدست آمده از عدد ۰/۷ بزرگتر می باشند می توان بیان داشت، پرسشنامه های تحقیق از اعتبار بالایی برخوردارند.

۴-۱-۲ روایی

مراد از روایی این است که آیا ابزار اندازه گیری می تواند خصیصه و ویژگی که ابزار برای آن طراحی شده است را اندازه گیری کند یا خیر؟ موضوع روایی از آن جهت اهمیت دارد که اندازه گیریهای نامناسب و ناکافی می تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش و ناروا سازد (محمدزاده و دیگران، ۱۳۷۵، ۲۴۴). طرح پرسشنامه درست با عبارتی که ابهام آن به حداقل برسد، شرط اساسی برای روایی پرسشنامه است، همچنین معنای اصطلاحات باید به روشنی تعریف شود. به گونه ای که هر اصطلاحی برای تمامی پاسخ دهندگان مفهومی واحد داشته باشد. بدین لحاظ، می بایست به پیشنهادات همکاران، متخصصان این موضوع و اساتید مجرب اهمیت داد تا جنبه هایی را که به روایی بیافزاید شناخت (کل، ۱۳۷۴، ۲۳۵).

در این بررسی از روایی محتوایی استفاده شده است. منظور از روایی محتوایی آن است که تا چه حد پرسشنامه توان سنجش میزان وجود اندازه صفت مورد نظری را، که برای آن طرح ریزی شده است، اندازه گیری می نماید. به دلیل این که پرسشنامه تحقیق، استاندارد بوده، می توانیم به روایی آن اعتماد کنیم، اما جهت اطمینان و بررسی بیشتر مجدداً پرسشنامه از حیث روایی محتوایی و ساختاری مورد تحلیل قرار گرفته و پس از اصلاحات لازم توسط چندتن از اساتید، در جامعه نمونه توزیع گردید.

۴-۲ روشهای تحلیل آماری

در این تحقیق برای توصیف و تحلیل داده های جمع آوری شده از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در آمار توصیفی، توصیف داده ها بر حسب فراوانی همراه با رسم نمودار و جدول ارائه می شود. در آمار استنباطی به بررسی ۱۰ متغیرهای فرضیه فرعی (جنسیت، تحصیلات، سن، درآمد ماهانه، درآمد ماهانه خانوار، قلمرو واحد سازمانی، تعداد کارکنان، عمر واحد در منطقه، جایگاه مدیر، سابقه کاری) و رابطه آنها با ادراکات اخلاقی مدیران، معاونان و مسولان سازمان ثبت اسناد استان تهران پرداخته شده است. برای بررسی این رابطه در فرضیه های اصلی از آزمون رگرسیون و ضریب همبستگی استفاده شده است که در فصل چهارم نتایج حاصل از کاربرد این روش ها آورده شده است.

۴-۲-۱ آمار توصیفی

برای انجام یک تحقیق لازم است اصولی تنظیم شود، به گونه ای که مشاهده و توصیف دارای معانی قابل فهم برای همگان باشد. اندازه گیری، دقیقترین و پذیرفته شده ترین فرآیند توصیف برای نسبت دادن اندازه های کمی به صفات اشیاء و رویدادهاست (بست، ۱۳۸۴، ۲۸۷).

در تحلیل آمار توصیفی، عمل تعمیم به افراد گروه خاصی که مورد مشاهده قرار گرفته اند (نمونه)، محدود می شود. در مورد افرادی که خارج از این گروه قرار می گیرند، هیچ نتیجه ای گرفته نمی شود و میان افراد این گروه و کسانی که خارج از آن هستند، هیچگونه شباهتی فرض نمی شود.

در همین راستا اطلاعات توصیفی حاصل از توزیع پرسشنامه ها، در مبحث آمار توصیفی گنجانده شده است. بخش اول حاوی اطلاعات مربوط به جنسیت، تحصیلات، سن، سطح درآمد ماهانه بر حسب میلیون ریال، سطح درآمد ماهانه خانوار بر حسب میلیون ریال، واحد تابعه، تعداد کارکنان، عمر واحد سازمانی، جایگاه و سابقه خدمتی و تجربه بر حسب سال، می باشد که در قالب جدول فراوانی ترسیم شده است. در این پژوهش، پس از تشکیل جداول توزیع فراوانی، میانگین و انحراف معیار فراخور نیاز، جهت توصیف داده ها، به روش زیر به دست آمده است:

$$\bar{X} = \frac{\sum F_i x_i}{n}$$

$$S = \sqrt{\frac{\sum (F_i x_i^2) - \frac{(\sum (F_i x_i))^2}{n}}{n-1}}$$

(هومن، ۱۳۷۶، ۵۰۴)

۲-۲-۴ بررسی تصادفی و نرمالیزه بودن توزیع داده ها

۱) جهت بررسی تصادفی بودن داده های جمع آوری شده با کمک آزمون گردش، اگر مقادیر سطح معنی داری بدست آمده با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ از سطح ۰/۰۵ بیشتر باشد، فرض تصادفی بودن توزیع داده ها مورد تأیید خواهد بود.

۲) جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها، از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (KS) استفاده شده است. اگر مقادیر سطح معنی داری به دست آمده با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ از سطح ۰/۰۵ بیشتر باشد، فرض نرمال بودن توزیع داده ها مورد تأیید خواهد بود.

۳-۲-۴ آمار استنباطی

در این تحقیق، بر اساس نوع فرضیه تحقیق از ضریب همبستگی و رگرسیون استفاده شده است.

۵- یافته های تحقیق

۱-۵ نتایج حاصل از فرضیه های فرعی تحقیق

| فرضیه توصیفی | فرضیه اول | فرضیه دوم | فرضیه سوم | فرضیه چهارم | فرضیه پنجم | فرضیه ششم | فرضیه هفتم | فرضیه هشتم | فرضیه نهم | فرضیه دهم | مشخصات توصیفی |
|-------------------|--------------|-------------------|---------------|----------------|---------------|-------------------|-------------------|---------------|--------------|--------------|----------------------------|
| | | | | | | | | | | | جنسیت عدم وجود رابطه |
| | | وجود رابطه | | | | | | | | | تحصیلات رابطه |
| | | | وجود رابطه | | | | | | | | سن رابطه |
| | | | | وجود رابطه | | | | | | | درآمد ماهانه رابطه |
| | | | | | وجود رابطه | | | | | | درآمد خانوار رابطه |
| | | | | | | عدم وجود رابطه | | | | | قلمرو سازمانی رابطه |
| | | | | | | | عدم وجود رابطه | | | | تعداد کارکنان رابطه |
| | | | | | | | | وجود رابطه | | | عمر واحد رابطه |
| | | عدم وجود رابطه | | | | | | | | | جایگاه مدیر رابطه |
| عدم وجود رابطه | | | | | | | | | | | سابقه کاری رابطه |

۲-۵ نتایج حاصل از فرضیه اصلی تحقیق

فرضیه اول: "بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد."

چون مقدار سطح معنی داری در جدول آنوا برابر ۰.۱۱۶ و بزرگتر از مقدار خطا ۰.۰۵ می باشد با اطمینان ۹۵ درصد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مدیران رد می گردد پس هیچ رابطه ای خطی وجود ندارد.

فرضیه دوم: " بین مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد"، چون مقدار سطح معنی داری در جدول آنوا برابر ۰.۰۰۲ و کوچکتر از مقدار خطا ۰.۰۵ می باشد با اطمینان ۹۵ درصد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مدیران اثبات می گردد در اینجا مقدار ضریب همبستگی ۰.۵۱۳ می باشد و توان دوم آن که ضریب تعیین است ۰.۲۶۳ می باشد.

۳-۵ یافته های فرعی تحقیق

- ✓ ۶۶.۳٪ مدیران را آقایان و ۳۳.۸٪ آنها را بانوان تشکیل می دهند.
- ✓ ۲۳.۸٪ از افراد دارای مدرک دکترا، ۳۶/۳٪ کارشناسی، ۴۰٪ درصد کارشناس ارشد، هستند.
- ✓ سن مدیران گروه نمونه، در قالب سه بازه ۲۰ الی ۳۰ سال، ۳۰ الی ۴۰ سال و ۴۰ سال به بالا در نظر گرفته شده است که در این میان مدیران گروه اول و دوم هرکدام با ۳۸.۸٪، در مجموع ۷۷.۵٪ از جامعه آماری را تشکیل می دهند، این در حالیست که ۲۲.۵٪ مدیران دارای میانگین سنی بیش از ۴۰ سال هستند.
- ✓ تجربه مدیران گروه نمونه، در قالب سه بازه کمتر از ۱۰ سال تجربه، ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۰ تا ۳۰ سال در نظر گرفته شده است که در این میان مدیران گروه دوم با ۴۰٪ بیشینه و گروه اول با ۲۶.۳٪ کمترین میزان تجربه در جامعه آماری را تشکیل می دهند. این در حالیست که ۳۳.۸ درصد مدیران دارای میانگین تجربه بین ۲۰ الی ۳۰ سال هستند.
- ✓ عمر واحدهای سازمانی به ۳ بازه (۵ الی ۱۰ سال)، (۱۰ الی ۱۵ سال) و (۱۵ سال به بالا) تقسیم بندی شدند. نتایج حاکی از این مطلب است که بیشینه فراوانی مربوط به واحدهای سازمانی گروه دوم با ۴۳.۸٪ و کمینه آن مربوط به گروه سوم با ۲۶.۳٪ می باشد. همچنین ۳۰٪ از واحدهای سازمانی دارای عمر بین ۵ الی ۱۰ سال می باشند.
- ✓ مدیران در قالب سه گروه، مدیران ارشد، معاونان و سرپرستان تقسیم بندی شدند. نتایج مبین این مطلب است که به ترتیب مدیران ارشد با ۴۶.۳٪، معاونین با ۴۲.۵٪ و سرپرستان با ۱۰٪ بیشینه و کمینه جامعه آماری را نمایش می دهند.

- ✓ تعداد کارکنان سازمانی به ۳ دسته کمتر از ۳۰، ۳۰ الی ۶۰ و ۶۰ به بالا تقسیم بندی شدند. بررسی ها نشان می دهد به ترتیب گروه دوم و اول با ۴۲.۵٪ و ۲۰٪ دارای بیشینه و کمینه فراوانی هستند.
- ✓ واحدهای سازمانی اداره ثبت اسناد از لحاظ جغرافیایی به چهار واحد شمال، جنوب، شرق و غرب در تهران تقسیم بندی شدند. که در این بررسی بیشترین تمرکز واحدهای سازمانی مربوط به منطقه جنوب با ۳۸.۸٪ و کمینه آن مربوط به واحدهای شمال و غرب با ۲۰٪ می باشد. همچنین واحدهای واقع در شرق تهران دارای ۲۱.۳٪ توزیع می باشند.
- ✓ درآمد ماهانه مدیران در قالب چهار گروه کمتر از ۴، ۴-۸، ۸-۱۲ و ۱۲ میلیون ریال به بالا در ماه در نظر گرفته شد که از میان ۸۰ مدیر منتخب ۵۵٪ دارای درآمد بین ۴ الی ۸ میلیون ریال هستند و ۱۰٪ آنان دارای درآمد بیش از ۱۲ میلیون ریال می باشند.
- ✓ درآمد ماهانه خانوار مدیران نیز در قالب چهار گروه کمتر از ۴، ۴-۸، ۸-۱۲ و ۱۲ میلیون ریال به بالا در ماه در نظر گرفته شد. نتایج مبین این مطلب است که از میان ۸۰ مدیر منتخب ۴۶.۳٪ دارای درآمد بین ۴ الی ۸ میلیون ریال هستند و ۱۳.۸٪ آنان دارای درآمد بیش از ۱۲ میلیون ریال می باشند.
- در ادامه برخی از تحلیل های مهم از دید محقق، بر اساس نتایج حاصل از توزیع پرسشنامه و با کمک جداول فراوانی، که بر روند نتایج تحقیق تأثیر گذار بوده است، درج شده است:
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۱، تنها قریب به ۲۵٪ مدیران، خود را در استفاده از امکانات و وسائل سازمانی در قبال انجام فعالیتهای شخصی محدود می نمایند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۲، می توان گفت، نزدیک به ۲۷٪ مدیران اطلاعات هزینه های صورت گرفته را به حسابداری ارائه می دهند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۳، می توان بیان داشت تنها قریب به ۳۰٪ مدیران در زمان مقرر، خود را ملزم به انجام کار ارباب رجوع می نمایند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۴، قریب به ۲۹٪ مدیران از زمان اداری برای انجام کار شخصی استفاده نمی کنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۵، می توان گفت، نزدیک به ۲۴٪ مدیران اشتباهات همکاران خود را نادیده گرفته و به مقامات بالاتر گزارش نمی دهند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۶، می توان بیان داشت قریب به ۱۹٪ مدیران نواقص و کاستی های کار را، بجای خود، در دیگران می جویند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۷، بیش از ۴۹٪ مدیران خود را ملزم به دخالت در امور دیگران می دانند.

- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۸، بیش از ۷۵٪ مدیران در صورت عدم دریافت حقوق از انجام فعالیت محوله سر باز می زنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۹، تنها ۲۳٪ مدیران در صورت مواجهه با اصول و قواعد کاری بر خلاف ایدئولوژی و تفکر شان، از انجام آن کار سر باز نخواهند زد.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۰، بیش از ۷۹٪ مدیران از امکانات سازمان برای مصارف شخصی خود استفاده می کنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۱، تنها ۲۱٪ مدیران هدایای ارسالی از سوی ارباب رجوع را دریافت نمی کنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۲، ۷۵٪ مدیران از انجام مأموریت‌های خارج از زمان اداری سر باز می زنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۳، کمتر از نیمی از مدیران، کارکنان و همکارانی که خارج از خط مشی سازمان فعالیت می کنند را به مراجع بالاتر معرفی می نمایند.

۶- نتیجه گیری و پیشنهادات

۶-۱ پیشنهادات حاصل از فرضیه اول:

ایجاد بخش هایی در سازمان ها جهت تدوین منشور اخلاقیات و نظارت بر اجرای آن در ادارات مربوطه.

۶-۲ پیشنهادات حاصل از فرضیه دوم:

- سنجش سطح ادراکات اخلاقی پیش از استخدام کارکنان (به ویژه در سازمانهایی که تعداد کارکنان زیادی داشته و هزینه آموزش در آنها بیشتر خواهد بود).
- مشارکت کارکنان سازمان در تدوین منشور اخلاقیات.
- در ادارات تابعه ، به دلیل ارتباط تنگاتنگ و نزدیک مدیران و کارکنان ، مشارکت و نظر خواهی از کارکنان می تواند یک راه حل مناسب جهت تدوین منشور اخلاقیات سازمانی و نهادینه سازی این اصول در سازمانها گردد. زیرا در این صورت ، افراد و کارکنان سازمان انگیزه بیشتری برای رعایت و اجرای این اصول خواهند داشت.

۳-۶ پیشنهادات حاصل از فرضیه سوم:

امروزه اخلاقیات در بسیاری از سازمان های موفق خصوصی به عنوان یکی از مهم ترین اهداف آن سازمان در تمام مراحل تدوین و تعیین استراتژی مورد توجه قرار می گیرد. نهادینه سازی این اصول در سازمان های دولتی نیز می تواند تأثیر مستقیمی بر مقبولیت سازمانها از نظر ارباب رجوعان داشته باشد.

۴-۶ پیشنهادات حاصل از فرضیه چهارم:

برگزاری کلاسهای آموزشی لازم برای کارمندان زن در جهت ارتقاء آنها و همچنین دادن پستهای بالای سازمانی و مدیریتی به ایشان می تواند سقف شیشه ای که برای کارمندان زن ایجاد شده را بشکند .

۵-۶ پیشنهادات حاصل از فرضیه پنجم:

آموزش کارکنان متناسب با سن و سطح بلوغ آنان. معرفی و آموزش الگوها و نظریه های اخلاقی در سطح جهان و تطبیق آن با شرائط سازمانی و فرهنگی توسط متخصصین و صاحب نظران نیز به عنوان یک راهنما جهت تدوین منشور اخلاقیات مورد استفاده قرار گیرد.

همچنین می توان مدیران را آموزش داد تا نحوه به کار گیری استانداردهای اخلاقی را در مدیریت منابع انسانی بلاموزند تا بر اساس شیوه های معمول گذشته عمل نکنند. تفاوت های فردی، اخلاقی و فرهنگی را بشناسند و کارکنانی را که اخلاقیات و قوانین را در انجام وظائف و مسؤولیتهای خویش رعایت می کنند ، تشویق و از آنان حمایت کنند.

۶-۶ پیشنهادات حاصل از فرضیه ششم:

تهیه و تدوین منشور اخلاقیات مناسب سازمانی و همچنین تشویق کارکنان برای رعایت اصول اخلاقی سازمان.

به نظر می رسد که یکی از مهمترین اقدامات لازم برای ایجاد و استقرار سیستم ، رعایت اخلاقیات و قانون در سازمانها ، تدوین منشور رعایت اخلاقیات و قانون گرایی است. این منشور، همانگونه که در فصل دوم اشاره شد، متناسب با نیازها و ف عالیهای سازمانی و اصول جهانی تدوین می گردد. این منشور، سوگند نامه و یا قانون باید دقیقاً انتظارات سازمان و مدیریت را از کارکنان در خصوص (حتی جزئی ترین مسائل) رعایت اخلاقیات و قانون گرایی مشخص کند و در بدو استخدام نیروی انسانی ، مفاد آن به اطلاع وی برسد. این منشور بایستی همواره در معرض دید عموم قرار بگیرد و از نیروی انسانی سازمان خواسته شود که در تمام فعالیتهای شغلی و حرفه ای خود کاملاً به مفاد آن عمل کند.

۷-۶ پیشنهادات حاصل از فرضیه هفتم:

می توان از مدیران رده بالای سازمانی خواسته شود که خود با رعایت اخلاق برای دیگران الگو باشند. این عمل می تواند در نهادینه کردن رفتار های هنجار، رعایت اخلاقیات و رعایت قوانین تأثیر به سزایی به ویژه در اداراتی که مدیران دائماً با کارکنان سر و کار دارند ، مفید واقع شود.

۸-۶ پیشنهادات حاصل از فرضیه هشتم:

-آموزش مدیران و سرپرستان سازمان در تمام رده های مدیریتی. زیرا بدون همکاری این گروه ها، بخش ها و محیط ها تحقق اصول اخلاقی چه در سطح فردی ، اجتماعی و چه سازمانی انکان پذیر نخواهد بود.
-شفاف سازی و روشن کردن کامل مسئولیتها و اصول اخلاقی سازمان.

۹-۶ پیشنهادات حاصل از فرضیه نهم و دهم :

از آنجاییکه این دو متغیر رابطه معکوس با ادراکات اخلاقی دارند، آموزش برای توسعه رفتار های 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 غیر اخلاقی و آموزش و نظارت بر فعالیتهای آنان تا اصلاح رفتارهایشان ، تشویق کارکنانی که قانون و اخلاق را در کار رعایت می کنند و تدوین منشور اخلاقی ویژه سازمانی و نهادینه سازی آن در کل سازمان می تواند کمک مؤثری برای رعایت اخلاق در سازمانها باشد.

به طور خلاصه می توان چنین بیان کرد که متأسفانه در سازمان های ایران ، رعایت اصول اخلاقی و تدوین منشور اخلاقی در سطح بسیار ضعیفی دنبال می شود و در برخی موارد ، حتی این اصول در حد بسیار پایینی دیده می شود. که متأسفانه ریشه وجود رفتارهای غیر اخلاقی نیز عدم شفافیت رفتار های اخلاقی، قوانین و مقررات ، سیاستها ، خط مشی ها، استانداردهای سازمانی است. همچنین عدم رعایت عدل و انصاف در خصوص کارکنان ، نقش مهمی در این زمینه ایفا می کند. عدم ادراکات درست و کامل اخلاقیات در مراتب بالای سازمان و در میان متخصصین و مدیران سازمانها نیز یکی دیگر از این دلایل به شمار می رود. همچنین کم رنگ شدن هر روزه نقش پر اهمیت اخلاقیات در میان تمامی سازمان های ایران که اندک اندک به درون جامعه نیز تسری یافته یکی از عمده دلایل بی اهمیتی توجه به اصول اخلاقیات به شمار می رود.

تهیه و تنظیم منشور اخلاقیات و قانون گرایی ، 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 غیر اخلاقی و آموزش و نظارت بر فعالیتهای آنان تا اصلاح رفتارهایشان ، تشویق کارکنانی که قانون و اخلاق را در کار رعایت می کنند و تدوین منشور اخلاقی ویژه سازمانی و نهادینه سازی آن در کل سازمان می تواند کمک مؤثری برای رعایت اخلاق در سازمانها باشد.

با توجه به نتایج به دست آمده به پژوهشگران عزیز توصیه می گردد علاوه بر موارد فوق الذکر، به بررسی ارتباط هر کدام از متغیرهای تحقیق(مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و مشخصات توصیفی مدیران) با دیگر رویکردهای رفتار سازمانی، همچون آموزش، تعهد، رفتار سیاسی، کیفیت زندگی کاری، تعارض و... بپردازند.

در صوت تمایل می توانند در جهت بررسی قابلیت تعمیم پذیری نتایج تحقیق حاضر، آن را در دیگر سازمانها بررسی نمایند تا نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر را، با دیگر سازمانها مورد بررسی قرار دهند.

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

یکی از موضوعات پیش روی جامعه اقتصادی موضوع اخلاق کسب و کار است که در بستر جهانی شدن و تحولات آن به پدیده ای پیچیده تبدیل شده است. جهانی شدن موجب ارتباط جوامع و شرکت های اقتصادی در اقصی نقاط جهان با یکدیگر و با مقررات گوناگون شده است. در حال حاضر و در سطح جهان انتخاب بین سود مالی و منافع اجتماعی، استفاده بی رویه از منابع و محدودیت آن بین بهره کشی از نیروی کار و عدالت از یک سو و وجود رشوه، فساد مالی، دسترسی تبعیض آمیز به اطلاعات و ده ها مورد غیر اخلاقی از سوی دیگر پیش روی بنگاه های اقتصادی قرار داد. جهانی شدن این پدیده ها را پیچیده تر ساخته و ضرورت تبیین مجموعه ای از قواعد اخلاقی را که روابط درون و برون شرکتی و رابطه بنگاه های اقتصادی با جوامع و دولت ها در سطح ملی را قاعده مند سازد، دو چندان نموده و این مهم برای جمهوری اسلامی ایران نیز که در مسیر شتابان توسعه اقتصادی قرار دارد، امری ضروری است (<http://glo110.blogfa.com>).

۱-۲ بیان مسأله

جهانی شدن، بین المللی شدن، عصر اطلاعات نزدیکی بین سیستم ها، برتری در مدیریت^۷، حقوق بشر، از میان برداشتن مرزهای بین کشورها، جامعه دانش^۸، مخابرات از راه دور^۹، سازمان و مدیریت پنداشت، مدیریت کیفیت جامع و... از مهمترین تحولاتی هستند که بر روی ساخت دهی و عملکرد سازمان ها

^۷.Excellence in Management

^۸.Knowledge Society

^۹.Telecommunication

تغییراتی به وجود آورده اند که می تواند ریشه ای به شمار آید (امیر کبیری، ۱۳۸۵، ۳۰۹). به طوری که سازمان ها را با شرایط مبهم و پیچیده امروزی مواجه کرده است.

ویژگی سازمان های امروزی، پویایی و پیچیدگی، ابهام و سنت گریزی است تا جائی که دائماً از محیط اطراف خود تأثیر می پذیرند و تغییر را به عنوان ضرورتی اجتناب ناپذیر پذیرفته اند. با درک این موضوع که تغییرات جزء لاینفک و ذات سازمان های هزاره سوم شده است، قدرت سازگاری با تحولات اخیر در عرصه های مختلف اقتصادی اجتماعی ضرورت می یابد.

در واقع مدل مدیریت سنتی که در آن مدیر کنترل می کند و کارکنان تحت کنترل هستند، دیگر کارآمد نیست و به منظور ایجاد محیط کار توانمند نقش مدیریت در سازمان بایستی از چارچوب ذهنی فرماندهی و کنترل به محیط حمایتی و مبتنی بر حس مسئولیت تبدیل شود که در آن کلیه کارکنان فرصت داشته باشند به نحو احسن همکاری کنند (بلانچارد و راندولف، ۱۳۸۱، ۹). و این امر خود ارتباط شایسته بین این دو گروه، یعنی کارگر و کارفرما را می طلبد. به همین دلیل در آغاز هزاره سوم میلادی علی رغم پیشرفت های حیرت انگیز حوزه علوم و فناوری مقوله ارزش، هویت و اخلاق (در کاربردی عام)، از جمله اخلاق حرفه ای، اخلاق سازمانی، اخلاق فردی، اخلاق کاری، اخلاق شهروندی و... اهمیتی ویژه پیدا کرده اند. از هرکس راجع به این اصطلاحات سوال شود، بلادرنگ حرف هایی برای گفتن دارد. حتی پایین ترین لایه های اجتماعی از اصطلاح «مرام» و مرام داشتن به «معرفت داشتن» اخلاق اشاره دارند.

مقوله اخلاق در ادبیات کسب و کار کشورهای توسعه یافته ناشی از اشباع نگرش فن - علم گرای اثبات گرایانه غربی و نظام توزیع منافع است که طی یک و نیم قرن گذشته به کمبود پیاده سازی اصول کمی و مکانیکی علم به طور عام و مدیریت به طور خاص تفسیر می شود. این کمبود ناشی از نظام ارزیابی و اصلاح سامانه نظام مدیریت غربی و سامانه خود اصلاحی آن، نه نفی قوانین پایه و نهادین شده است. پس در جامعه ما که از پایه های قوی و ساختاری شدیداً اخلاقی و دینی برخوردار است، این ضعف اخلاق در مدیریت نیست که منشاء آسیب ها است، برعکس ضعف ساختارهای علمی مدیریت از قبیل ضعف اصول پایه و قوانین و مقررات، ضعف سیستم های نظارتی و ارزیابی است که در یک جامعه در حال گذار پرتحرک و تغییر در شرایطی دشوار نموده های ضد اخلاقی پیدا می کند و با نام فساد از آن یاد می شود.

در سازمان ثبت اسناد و املاک استان تهران نیز در قالب یک سازمان دولتی، به دلیل، تغییراتی که در چند سال اخیر بنا بر نیاز به خروج از بافت سنتی و همراهی تکنولوژی های روز صورت گرفته، ابهام و پیچیدگی به حدی گسترش یافته که خلاء های ارتباطی و نقصان اخلاق کاری در بین کارکنان، بالاخص مدیران به وضوح قابل رویت است، تا جایی که به دلیل اشتغال پژوهش گر در سازمان فوق و مشاهده وقایع رخ داده، وی را بر آن داشت تا به بررسی ادراکات اخلاقی در این سازمان پرداخته، و ضمن بررسی ارتباط مشخصات توصیفی مدیران و واحدهای مناطق مختلف با ادراک اخلاقی مدیران، راه کارهای مناسب در جهت گسترش اخلاق فردی، حرفه ای و سازمانی را ارائه دهد.

مطالب فوق بنیانگذار پرسش های آغازین تحقیق (مسأله تحقیق) به ذهن پژوهشگر، به شرح زیر است:

۱-۳ ضرورت پژوهش

۱. فقدان چنین تحقیقی در سازمان ثبت اسناد و املاک استان تهران.
۲. تناسب رشته تحصیلی محقق با مسائل و مشکلات سازمان های دولتی.
۳. ضرورت اخلاق سازمانی و گرایش سازمان های دولتی به اخلاق حرفه ای و اخلاق کاری.

۱-۴ اهداف پژوهشی (علت انتخاب موضوع)

پژوهشگر سوالات پژوهشی فوق را با انگیزه دستیابی به اهداف ذیل طراحی نموده است:

۱-۴-۱ اهداف کلی تحقیق

در این تحقیق اثر خصوصیات منطقه ای و شخصی مدیران روی ادراکات اخلاقی آنها سنجیده می شود.

۱-۴-۲ اهداف فرعی تحقیق

۱. بررسی ارتباط مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاق کاری مدیران .
۲. بررسی ارتباط مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی آنها.

۱-۵ چهارچوب نظریه

مدل پیشنهاد شده در این تحقیق که با استعانت از نظریات فرل و گرشام^{۱۰}، تروینو^{۱۱}، سوینگ^{۱۲}، سیمز^{۱۳} آبرات و دراپ^{۱۴}، ترسیم شده است بیان می کند که تصمیمات اخلاقی در سازمانها تحت تأثیر مؤلفه هایی همچون متغیرهای شخصیتی و محیطی (وضعیتی) قرار گرفته می شود. خصوصیات فردی و شخصیتی در شرائط بحرانی که فرد در آن قرار گرفته و باید یک تصمیم گیری اخلاقی داشته باشد، یا اینکه چه چیز در آن شرائط درست است یا نه، نقش مهمی را ایفا می کند. اگرچه ادراک درست یا غلط بودن برای تشریح یا پیشگویی رفتارهای اخلاقی کافی نیست. همچنین متغیرهای فردی و محیطی روی یکدیگر اثرگذار هستند و تشریح می کنند و قتیکه افراد در دوراهی های اخلاقی / غیر اخلاقی قرار می گیرند، احتمالاً چطور رفتار می کنند و چگونه واکنش نشان می دهند. متغیرهای فردی شامل (سن، تحصیلات، جنسیت، تجربه، جایگاه مدیر (عالی، میانی، اجرایی و...))، درآمد ماهانه و درآمد خانوار) در مدل مطرح شده است که ممکن است با رفتار افراد ارتباط داشته باشند. متغیرهای وضعیتی نیز شامل قلمرو تحقیق، تعداد کارکنان و عمر واحد در منطقه می باشد.

ادراک افراد، قویاً روی تصمیمات افراد تأثیر می گذارد، صرفنظر از اینکه آن تصمیم گیری اخلاقی باشد یا نه. مدل ارائه شده یک تئوری برای درک آنچه مدیران درباره شرائط اخلاقی فکر می کنند فراهم می کند.

۱-۶ فرضیات پژوهشی:

۱-۶-۱ فرضیه های اصلی

۱. بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
۲. بین مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد.

¹⁰.Ferrell,Gresham

¹¹.Trevino

¹².Sewink

¹³.Sims

¹⁴.Abratt, Drop

۱-۶-۲ فرضیه های فرعی

۱۰. بین قلمرو تحقیق و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
۱۱. بین تعداد کارکنان و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
۱۲. بین عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد.
۱۳. بین سن و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۱۴. بین تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۱۵. بین جنسیت و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۱۶. بین تجربه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.
۱۷. بین جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد.
۱۸. بین درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد.

۱-۷ متغیرها

متغیر مستقل: مشخصات توصیفی واحدهای مختلف و مشخصات توصیفی مدیران

متغیر وابسته: ادراکات اخلاقی مدیر

۱. مشخصات توصیفی واحدهای مختلف (قلمرو تحقیق، تعداد کارکنان و عمر واحد در منطقه)

۲. مشخصات توصیفی مدیران

(سن، تحصیلات، جنسیت، تجربه، جایگاه، مدیر (عالی، میانی، اجرایی و...))، درآمد ماهانه و درآمد

خانوار)

۱. متغیر مستقل

متغیرهای پژوهش

ادراکات اخلاقی مدیر (میل شدید به منافع شخصی،

مخالفت با ساختار و فرهنگ سازمانی و شکایت به

مدیریت عالی)

۲. متغیر وابسته

نمودار ۱-۱ رابطه بین متغیرهای تحقیق

۸-۱ روش تحقیق

روش تحقیق حاضر توصیفی پیمایشی و از نوع کاربردی است.

۹-۱ روش گردآوری اطلاعات

۱. بررسی و مطالعه اسناد و مدارک، مقالات، کتب و تحقیقات انجام شده پیشین.
۲. استفاده از پرسشنامه جهت جمع آوری داده های خام تحقیق.

۱۰-۱ قلمرو تحقیق

۱-۱۰-۱ قلمرو زمانی

بررسی، مطالعه اسناد و مدارک، مقالات، کتب و تحقیقات انجام شده پیشین جهت جمع آوری اطلاعات مربوط به ادبیات تحقیق، از فروردین سال ۱۳۸۸ تا مرداد و توزیع پرسشنامه در میان جامعه آماری، در نیمه اول سال ۱۳۸۸ صورت پذیرفته است.

۲-۱۰-۱ قلمرو مکانی

در این پژوهش، سازمان های ثبت اسناد استان تهران در حیطه قلمرو مکانی، یعنی مکانی که پژوهشگر جهت جمع آوری اطلاعات لازم به آنجا مراجعه خواهد نمود، می باشند.

۳-۱۰-۱ محدوده تحقیق

محدوده تحقیق، ادراکات اخلاق کاری مدیران، بوده که در جهت جمع آوری بنیان علمی، یعنی از لحاظ ادبیات تحقیق، علوم مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی مد نظر قرار گرفته است.

۱-۱۱ جامعه آماری

جامعه عبارتست از مجموعه ای از اعضا، افراد و اشیا یی که حداقل دارای یک ویژگی مشترک باشند و جامعه ای که حدود و مفدار آن کاملاً مشخص باشد (مانند تحقیق حاضر) جامعه محدود می نامند (خورشیدی، قریشی، ۱۳۸۲، ۱۳۲).

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه افراد اعم از مدیران، معاونین و سرپرستان با سطح تحصیلات کارشناس، کارشناس ارشد و دکترا، شاغل در سازمان ثبت اسناد تهران می باشد.

۱-۱۲ نمونه آماری

نمونه بخشی از جامعه است که معرف آن باشد. به عبارت دیگر نمونه گیری یعنی انتخاب تعدادی از افراد، حوادث و اشیا از یک جامعه به عنوان نماینده آن جامعه (خورشیدی، قریشی، ۱۳۵، ۱۳۸۱). در این تحقیق، با توجه به حجم جامعه، یعنی ۱۰۰ نفر و بر اساس جدولی که «هگن، مورگان و کرچسی» ارائه نموده اند، تعداد نمونه ۸۰ نفر (پیوست د) تعیین شده است.

۱-۱۳ روش نمونه گیری

روش نمونه گیری در تحقیق حاضر روش نمونه گیری تصادفی ساده " بدون جایگزینی " می باشد.

۱-۱۴ روش های مورد نظر آماری برای تجزیه و تحلیل

الف. روش آماری

الف-۱ روش توصیفی: شامل جداول، توزیع فراوانی و نمودار.

الف-۲: روشهای تحلیلی: شامل موارد زیر خواهد بود:

۱. آلفای کرونباخ جهت تعیین اعتبار پرسشنامه.

۲. آزمون گردش جهت بررسی تصادفی بودن توزیع.

۳. آزمون KS برای بررسی نرمال بودن توزیع.

۴. آزمون ضریب همبستگی و روش رگرسیون .

ب. روش های رایانه ای: Excel (Office2007) و Spss شماره ۱۶.

۱-۱۵ تعاریف عملیاتی متغیرها (تعریف واژگان)

عملیاتی کردن یا تعریف عملیاتی یک مفهوم، به طوری که آن مفهوم قابل اندازه گیری باشد از طریق دقت در ابعاد و خصوصیات رفتاری متعلق به آن مفهوم و طبقه بندی آن ابعاد به عناصر قابل مشاهده و قابل اندازه گیری، میسر است (سکاران، ۱۳۸۱، ۱۹۵).

۱) اخلاق^{۱۵}:

اخلاق عبارتست از : تمامی صفات نفسانی که منشأ کارهای پسندیده یا ناپسندی می شود. چه آن صفت به صورت پایدار و راسخ باشد و چه ناپایدار و زودگذر (واتقی، ۱۴، ۱۳۸۰).

طبق این اصطلاح اگر شخصی بخیل نیز بر خلاف طبیعت معمول خود احیاناً بذل و بخشش نماید ، در آن صورت آن مورد دارای خلق بخشش و سخاوت به حساب می آید. چنانکه کار وی را نیز کار اخلاقی مثبت و پسندیده تلقی می کنند . هرچند از آن که در او پایدار نیست ، طبق معنای لغوی ، سخاوت از اخلاق و خلیات او شمرده نمی شود (بیات، ۱۳۸۷، ۱۰).

۲) اخلاقیات^{۱۶}:

اخلاقیات به رفتارهایی اطلاق می شود که مطابق با سه مدل اخلاقیات (منفعت طلبی ، حقوق و عدالت) باشد و به طور خلاصه یعنی منفعت ، حقوق و عدالت را در افکار به کار گیرند. بنابراین اخلاقیات در سازمان ها عموماً با عناوینی همچون : خوش قولی و وفای به عهد با مشتری، حضور به موقع در محل کار ، سرعت در انجام کار مشتریان ، حفظ کرامت مشتریان ، عدم تبلیغات گمراه کننده درباره محصول و ... تعریف می شود (گیوریان، ۱۳۸۲، ۳۵).

¹⁵ -Ethic

¹⁶ .Ethics

۳) مفهوم اخلاقی: مقصود از این مقوله کاری است که انسان عاقل به فرمان عقل و برای رسیدن به هدفی که عقل دنبال می کند، آزادانه انجام دهد (کاتوزیان، ۱۳۶۵، ۴۵۲).

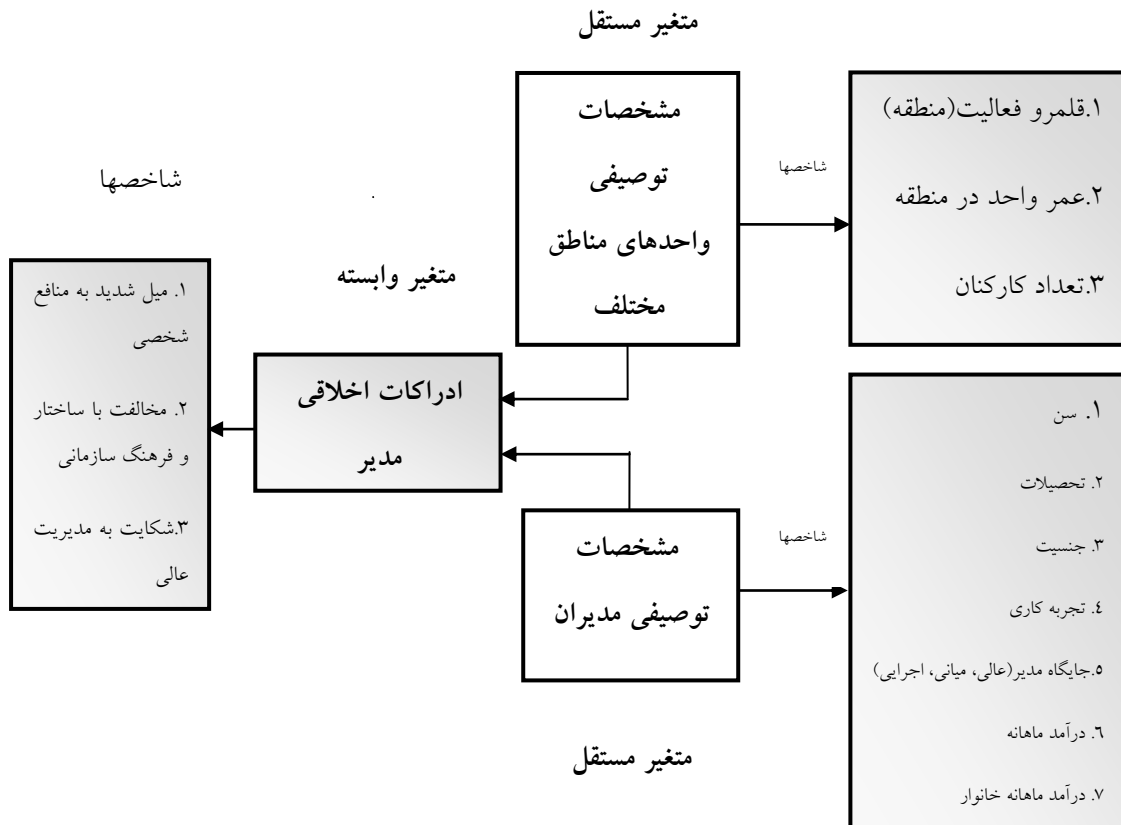
۴) اخلاقیات در مدیریت: نمایانگر نحوه تصمیم گیری و قضاوت انسان درباره دیگران با رعایت عدل و انصاف است (<http://www.agahsazi.com>).

۵) اخلاق کار: از نگاه جامعه شناسی، اخلاق کار حوزه ای از فرهنگ جامعه و وجدان کار شکل درونی شده آن است (<http://www.agahsazi.com>).

۶) اخلاق حرفه ای: به اصول و مبانی که افراد در شرایط و وظائف شغلی، ملزم به رعایت آن هستند، اطلاق می شود (حمیده، ۱۳۸۳، ۲۱).

۱-۱۶ مدل تحقیق

پژوهشگر مدل پژوهشی خود را با استعانت از نظریات فرل و گرشام^{۱۷}، تروینو^{۱۸}، سوینک^{۱۹}، سیمز^{۲۰} آبرات و دراپ^{۲۱}، به شرح زیر ترسیم می‌نماید:



نمودار ۱-۲: مدل تحقیق

¹⁷.Ferrell,Gresham
¹⁸.Trevino
¹⁹.Sewink
²⁰.Sims
²¹.Abratt, Drop

فصل دوم

ادبیات تحقیق

مقدمه

مقوله اخلاق سازمانی در جوامع توسعه یافته طی یک و نیم قرن گذشته به عنوان بخشی از علم مدیریت به مرور نهادینه شده است. در شکل گیری اخلاق سازمانی سه دسته عوامل فردی، سازمانی و فراسازمانی دخیل هستند.

عوامل فردی شامل اخلاق شخصی، خودشناسی و خودکنترلی به عنوان خمیرمایه اصلی زمینه های شکل گیری مدیریت اخلاقی در سازمان می باشد.

عوامل سازمانی شامل ضوابط و مقررات سازمانی، فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی می باشد که مدیریت اخلاقی را نهادی می کند.

عوامل فراسازمانی شامل دولت، شرایط اقتصادی، محیط کاری و محیط های بین المللی می باشد که موجب جهت گیری مدیریت اخلاقی شده و نهایتاً مدیریت اخلاقی در سازمان کاربردی و عملی می گردد (<http://www.ebtekarnews.com>). در این فصل مطالب حول محور های فوق، یعنی، اخلاق، اخلاق کاری و اخلاق سازمانی و فراسازمانی گرد آوری شده است و هر حوزه به تفصیل تشریح شده است.

۱-۲ اخلاق

۱-۲-۲ مفهوم اخلاق

یکی از مسائلی که در فلسفه اخلاق مطرح است این است که معیار فعل اخلاقی چیست؟ در باب معیار فعل اخلاقی نظریات متعددی وجود دارد. بطور کلی هر کاری که انسان آن را به حکم ساختمان طبیعتش انجام دهد فعل طبیعی است و فعل اخلاقی فعل غیر طبیعی است.

راجع به معیار فعل اخلاقی نظریات متعددی وجود دارد که به تعدادی از آنها اشاره می گردد:

۴) نظریه دگردوستی: طبق این نظریه هر عملی که در حوزه خوددوستی است، فعل غیر اخلاقی و هر عملی که در حوزه دگردوستی است فعل اخلاقی نامیده می شود. در حقیقت معیار فعل اخلاقی "ایثار" است. از جمله ایرادات وارد بر این نظریه این است که دگرخواهی نیز در بعضی موارد ممکن است غریزی، طبیعی و به فرمان طبیعت باشد. پس بنابراین عمل دگردوستی همیشه فعل اخلاقی نیست.

۵) نظریه حسن و قبح ذاتی افعال: این گروه معتقدند که عقل انسان حسن ذاتی کارهای اخلاقی و قبح ذاتی کارهای ضد اخلاقی را درک می کند. کار اخلاقی آن کاری است که به حکم عقل صورت گرفته باشد و انسانهای اخلاقی یعنی کسانی که عقل بر وجودشان حاکم است و شهوت و غضب و واهمه بر وجودشان حاکم نیست. اخلاق سقراطی نیز بر همین مبناست ولی با این وجود حکما برای حسن و قبح ذاتی افعال چندان اساسی قائل نیستند.

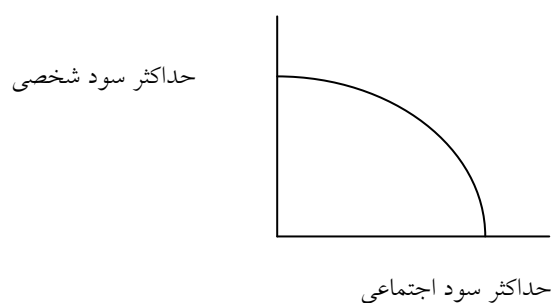
۶) نظریه الهام وجدان: این نظریه متعلق به کانت است. او معتقد است که هر فعلی از الهام وجدان سرچشمه می گیرد فعل اخلاقی است و هر فعلی که چیز دیگری در آن دخالت داشته باشد (شرایط قید و خصوصیتی آن را مشروط کند) آن را دیگر نمی توان فعل اخلاقی نامید (مطهری، ۱۳۷۱، ۹۴ - ۱۳۶).

۲-۲-۲ موضوع اخلاق

در بیان اخلاق، به این مطلب اشاره شده است که اخلاق از صفات نفس است نه صفات عقل و نه صفت بدن. به عبارت دیگر موضوع اخلاق، نفس انسان است. مراد از نفس که موضوع اخلاق است همان نفس ناطقه است که ممیز انسان از سایر حیوان است. حقیقتی که از آن به تعبیر گوناگون نام می‌برند: روح و روان. همان حقیقت واحد هایی که اعتبار مراتب و درجات ضعف و قوت معنوی، نفس اماره و نفس لوامه و نفس مطمئنه نام می‌گیرد (وائقی، ۱۳۸۰، ۱۴).

۳-۲-۲ استانداردها و کدهای اخلاقی

مدیران بایستی ارزش‌ها و اولویت‌های جامعه، سازمان و افراد را در تصمیم‌گیری‌های خود در نظر داشته باشند و تصمیم آنان برای خود آنها، سازمان و جامعه‌ایی که در آن فعالیت می‌کنند و حتی جهانی که در آن زندگی می‌کنند مفید به اثر بوده و حداقل بدون زیان باشد. نمودار ۱-۲ نمایشی از اعمال اخلاقی با سه مبنای مختلف برای راهنمایی اعمال اخلاقی مدیران ترسیم شده است (نوری تاجر، ۱۳۸۰، ۲۹):



نمودار ۱-۲: اعمال اخلاقی - نوری تاجر، ۱۳۸۰، ۲۹

حداکثر سود شخصی بر محور عمودی ترسیم شده که می‌تواند پایه‌ایی برای تصمیم‌گیری باشد. یک شخص خودخواه همیشه آنچه را انجام می‌دهد که سود شخصی در آن است. عملی که از این دستاورد اخلاقی نتیجه می‌شود آن است که اشخاص همیشه آنچه را که خوشایند است دریافت می‌کنند و از درد و رنج فاصله می‌گیرند. مدیران منتخب در سود شخصی اعمال مختلف را در واژه سود شخصی ارزیابی می‌کنند. اعتبار قدرت یا هر چیزی که در نظر می‌گیرند ارزشمند است، یعنی اگر محقق شود عملی مفید برای سازمان و اجتماع است ولی مقصد اصلی و شخصی مدیر را برآورد نمی‌کند.

حداکثر سود اجتماعی بر محور افقی ترسیم شده است که می تواند شالوده ایی برای تصمیم گیری باشد. شخص با حداکثر سود اجتماعی، توعی از کارها را که حداکثر سود اجتماعی در آن است را انتخاب می کند. مدیری که از این خط و مشی پیروی می کند معیار درستی و نادرستی اش بیشترین رضایت در جامعه است.

رعایت قوانین اداری بین سود شخصی و اجتماعی نشان می دهد که سود شخصی می گوید عملی خوب است که سود شخصی از آن حاصل شود و سود اجتماعی می گوید عملی خوب است که سود اجتماعی در آن باشد. معیار هر دو خط مشی اخلاقی، نتیجه کار است (نوری تاجر، ۱۳۸۰، ۲۹).

۲-۲-۴ مدیریت اخلاق

پیچیده تر شدن روزافزون سازمان ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرمسئولانه در محیط های کاری توجه مدیران و صاحب نظران را به بحث اخلاق کار و مدیریت اخلاق معطوف ساخته است.

مدیریت اخلاق عبارتست از شناسایی و اولویت بندی ارزش ها برای هدایت رفتارها در سازمان. سازمان ها با ایجاد یک برنامه مدیریت اخلاق می توانند اخلاقیات را در محیط کار مدیریت کنند. برنامه های اخلاق به سازمان ها کمک می کنند تا بتوانند در شرایط آشفته عملکرد اخلاقی خود را حفظ کنند. امروزه مدیریت اخلاق^{۲۲} یکی از زمینه های علمی مدیریت به شمار می رود که دارای رویکردی برنامه ای و ابزارهای عملی است.

مدیریت اخلاق در محیط کار منافع بسیار زیادی برای رهبران و مدیران دارد، اعم از منافع عملکردی و منافع اخلاقی. این مطلب بخصوص در عصر حاضر که مدیران با ارزش های بسیار متنوعی در محیط کار سروکار دارند صادق است. اما تاکنون کسانی که به مباحث اخلاق کار پرداخته اند فلاسفه، دانشگاهیان و منتقدان اجتماعی بوده اند و نه مدیران. در نتیجه بسیاری از مطالبی که تا به امروز درباره اخلاق کار نوشته شده مطابق با نیازهای عملی مدیران و رهبران سازمان ها نیست.

برای ورود به بحث مدیریت اخلاق ابتدا باید اخلاق را تعریف کنیم. اخلاق، به طور ساده و خلاصه، شامل شناخت صحیح از ناصحیح و آنگاه انجام صحیح و ترک ناصحیح است. تشخیص درست از غلط همیشه ساده نیست. بسیاری از دانشمندان علم اخلاق ادعا می کنند که باتوجه به اصول اخلاقی در مقام

²².Ethics Management

عمل همیشه یک راهکار درست وجود دارد و برخی معتقدند که راهکار درست بستگی به موقعیت و شرایط دارد و تشخیص اینکه کدام راهکار درست است در نهایت به عهده خود فرد است (<http://www.agahsazi.com>).

۲-۲-۵ مزایای برنامه های مدیریت اخلاق

- ✓ نقش های سازمانی برای مدیریت اخلاق ایجاد می کند.
- ✓ برنامه ای برای ارزیابی جاری نیازمندی های اخلاقی تدوین می کند.
- ✓ ارزش های عملیاتی و رفتارهای مورد نیاز را ایجاد می کند.
- ✓ رفتارهای سازمانی را با ارزش های عملیاتی هماهنگ می سازد.
- ✓ آگاهی و حساسیت نسبت به مسائل اخلاقی به وجود می آورد.
- ✓ دستورالعمل های اخلاقی را وارد تصمیم گیری ها می کند.
- ✓ مکانیسم هایی را ایجاد می کند تا معضلات اخلاقی حل و فصل شوند.
- ✓ ارزیابی جاری را تسهیل و با توجه به برنامه آن را روزآمد می کند.
- ✓ کمک می کند بتوانیم کارکنان را متقاعد کنیم، توجه به اخلاقیات یک عکس العمل بدون تفکر نیست که برای خلاصی از گرفتاری و بهبود تصور عمومی انجام شود (<http://www.maztax.gov.ir>).

۲-۳ اخلاق کاری

۲-۳-۱ مفهوم اخلاق کاری

صاحب نظران، اخلاق کار را بیانگر حد یا قدر و منزلتی می دانند که هر فرد برای کار باور دارد. اخلاق کار قوی متضمن این باور است که سخت کار کردن رمز موفقیت و سعادت است. پژوهشگران دریافته اند که اخلاق کار قوی با بهره وری، ابتکار، نیاز به کسب موفقیت، رضایت شغلی، درآمد بیشتر و نگرش ها و باورهای محافظه کارانه بیشتری همراه است (Felder, 1990, 43-55).

اخلاق کار به عنوان یکی از زمینه های دانش مدیریت به شمار می رود، مخصوصاً از زمان تولد نهضت مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰. در این دهه نهضت ها و جنبش های آگاهی بخش اجتماعی توقعات مردم را از شرکت ها بالا برد. مردم به این عقیده رسیده بودند که شرکت ها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی نظیر فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی

حقوق، بهداشت و سلامت همگانی و بهبود وضع آموزش استفاده کنند. بسیاری از مردم ادعا می کردند که چون شرکت ها با استفاده از منابع کشور به سود دست می یابند لذا به کشور مدیون بوده و برای بهبود وضع اجتماع باید کوشش کنند. بسیاری از محققان، مدیران و مدارس بازرگانی این تغییر و تحولات را درک کرده و لذا در برنامه ریزی های خود و نیز در عمل کلمه ذینفعان را که شامل جامعه ای وسیع تر اعم از کارمندان، مشتریان و تامین کنندگان می شود جایگزین کلمه سهام داران کرده اند.

اخلاق کار همانند دیگر رشته ها و زمینه های مدیریت به دنبال یک نیاز به وجود آمد. با پیچیده تر و پویاتر شدن تجارت، سازمانها فهمیدند که به راهنمایی هایی جهت انجام کارهای صحیح (از نظر اخلاقی) و پرهیز از کارهای غلط و مضر برای دیگران نیاز دارند و لذا اخلاق کار متولد شد (<http://www.agahsazi.com>).

۲-۳-۲ فلسفه و نظام های اخلاقی کسب و کار

جستجو از بنیانی که اخلاق را بتوان بر آن استوار ساخت، از محوری ترین ملامت بشر از سقراط تا به امروز است. آیا اخلاق را می توان به مبنایی واقعی و اساسی طبیعی استوار دانست و یا ارزش ها و هنجارهای اخلاقی بطور کامل شخصی و نسبی هستند؟

بر اساس این پرسش محوری است که بسیاری از مسائل اخلاقی در زندگی شخصی، شغلی و حیات سازمانی پاسخ می یابد. آیا اخلاق همان اطلاعات از مجموعه ای از قواعد است و یا اندیشیدن دقیق درباره آثار و نتایج رفتار می باشد؟

آیا اخلاق نوعی داد و ستد بسیار ساده است که همه مردم بر حسب درک عرفی خود و با مدل اقتصادی تجزیه و تحلیل "هزینه - فایده" می توانند تصمیم اخلاقی اخذ کنند؟ آیا اخلاق زمینی است یا آسمانی؟

ملاک نهایی نظام ساز است به معنای این که بر حسب ملاک های نهایی می توان اصول راهبردی اخلاق را به دست آورد و بر اساس آنها جدول فضایا و ردائل اخلاقی را ترسیم و قواعد کاری را ارائه کرد. به همین دلیل بر حسب پاسخ معین بر این که ملاک نهایی چیست، نظام خاص اخلاقی حاصل می آید. دانشمندان بر اساس ملاک های متعددی به نظام و فلسفه های مختلف اخلاقی رسیده اند. نظام اخلاقی ارسطویی در این میان سابقه طولانی دارد. اخلاق حرفه ای در تفکر سنتی کم و بیش بر نظام ارسطویی استوار بوده است. اما امروزه نظام های دیگری نیز وجود دارد. پنج نظام یا فلسفه اخلاقی عمده در بیان اخلاق حرفه ای مورد استفاده قرار می گیرد. ملاک مقبولیت این پنج نظام در میان ده ها نظریه، نظام .

فلسفه اخلاقی، توانائی آنها در بیان سیستماتیک فضائل و ردائل اخلاقی، ارایه نظام سازگار، فراگیر و کاراست. که عبارتند از:

۱) نظام فرجام گرایی^{۲۳}:

این نظریات اعمال ما را با توجه به نتایج و تبعات آنها ارزیابی می کند. تحقق اهداف خط مشی ها دولتی از لحاظ فراهم ساختن آموزش و پرورش بهتر یا مهیا ساختن رفاه و سلامتی بیشتر برای شهروندان، نمونه هایی از این نتایج و تبعات می باشد (لاوتن، ۱۳۸۱، ۶۴-۶۵) که به شرح زیر هستند:

۱-۱ سودمند گرایی

بالاترین سود برای بیشترین کسان همراه با کمترین زیان، رایج ترین ملاک نهایی است که در اخلاق حرفه ای به میان آمده است. این ملاک بر اساس نظام اخلاقی فایده گرایی اخذ شده است.

واژه **Utility** به معنای مطلوبیت است. نظام فایده گرا در تحلیل از خوب بر مطلوبیت فعل از حیث آثار و نقش آن تأکید دارد، یعنی خوب و بد را در نهایت امر نه برحسب نیت اشخاص بلکه بر حسب نتیجه و آثار آن استوار می کند. به همین دلیل آن را در طبقه بندی تئوری های غایت انگارانه قرار می دهند. بر این مبنا "خوب بودن" یک تصمیم و اقدام به معنای "منفعت آمیز بودن" آن است و "بد بودن" نیز به معنای "مفسد آمیز و زیانبار بودن" آن می باشد.

این فلسفه اخلاقی متأسفانه در جامعه ما درست معرفی نشده است و غالباً تصور تقلیل گرایانه ای از آن در اذهان وجود دارد. ریشه اصلی این تصور تقلیل گرایانه درسهای فلسفه اخلاقی همکارانی است که صرفاً با رویکرد فلسفی و تحلیل به آن پرداخته اند و از وضعیت نظام سودمندگرا در "کسب و کار" تصور روشنی ندارند (قراملکی، ۱۹، ۱۳۸۲).

بطور کلی دو نوع سودمند گرایی داریم:

۱) سودمندگرایی عملی که فقط به اعمالی توجه می کند که برای بیشترین تعداد از افراد، بیشترین خوشبختی را در بر داشته باشد. بنابراین قانونی مانند: باید هنگام قراردادهای حقیقت را بازگو کنی، یک دستورالعمل مفید است اما در مواقعی می توان آن را نادیده گرفت.

²³.Deontology

۲) برعکس، در سودمندگرایی قانونی، قوانین نقش مهمی در اخلاقیات داشته و نمی توان آنها را به واسطه شرایط خاص یک موقعیت نادیده گرفت. زیرا قوانین از ما در مقابل نادانی ها و کوتاه بینی ها مراقبت کرده و کمک می کند از ارائه رفتار ناعادلانه فردی، در شرایط و موقعیت های خاصی، پرهیز کنیم (لاوتن، ۱۳۸۱، ۶۵).

سودمند گرایی را در فعالیتهای اقتصادی باید بر اساس مفاهیم نوین بازاریابی یا مارکتینگ توضیح داد. بر اساس این مفهوم نه تنها انسان بلکه هر موجود زنده ای بر اساس مفاهیم مدل (بده و بستان) با محیط ارتباط دارد.

تمایز انسان با حیوان در ارتباط با محیط این است که انسان حق انتخاب و سنجش دارد. انسان از اختیار برخوردار است و اختیار به معنای بر گرفتن بهتر (خیر) است. او می تواند " آنچه می دهد و آنچه می ستاند " را بر ترازوی سنجش و میزان قرار دهد. این نظام اینگونه ارتباط با محیط را نوعی داد و ستد می انگارد: یعنی هزینه و سود.

اهمیت سود گرایی در این است که می تواند اشیاء و حوادث را در قالب " سرمایه " معنا و مفهوم بخشد. سازمانی که " اعتماد عمومی " را سرمایه بزرگ تلقی کند هرگز حاضر نمی شود آن را به سادگی و ارزان از دست بدهد.

این نظام با چنین معنا بخشی، نقش مهمی در بهره وری انسان دارد. سودمند گرایی، اگر درست فهمیده شود، می تواند در مدیریت استراتژیک به منزله مبنای مهمی اخذ شود.

مراد از " منفعت " در نظام سود مند گرا، آفریدن بزرگترین میزان " منافع برای بیشترین مردم و " با کمترین ضرر و آسیب است و البته نباید ساده انگارانه، منافع را صرفاً به معنای سود مادی جزئی و شخصی تقلیل داد، بلکه آن را باید به معنای " سود اجتماعی بلند مدت " دانست که متضمن سعادت جامعه می گردد.

۱-۲ نظام مبتنی بر عدالت فراگیر

برخی از فیلسوفان در سال ۱۹۷۲ بیان می کنند، از نظر آنها کانت^{۲۴} اخلاق را به صورت کالبدی بی روح از عقل درآورد و سودمند گرایان آن را به مجموعه ای از محاسبات شبه علمی فاقد کارایی تنزل داده اند. نظریه عدالت فراگیر یا توزیعی^{۲۵} در برابر عقل گرایی کانتی موضع قرارداد انگارانه اخذ می کند. جان راولز

²⁴. Kant

²⁵. Distributive justice

از استادان دانشگاه هاروارد با نگارش نوشتار تاریخی خود " نظریه عدالت"^{۲۶} با چنین موضعی به بیان ملاک اخلاق می پردازد. کسانی چون گایسر، نوزیک، اسمارت و مید گلر^{۲۷} نظریه عدالت فراگیر را مورد تحلیل و نقد و بررسی قرار داده اند. هسته اصلی نظریه عدالت فراگیر یا توزیعی تأکید بر نقش بنیادی عدالت اجتماعی در قوام گروه های اجتماعی است (قراملکی، ۱۳۸۲، ۱۶).

حکمای پیشین نیز بر نقش عدالت در تداوم حیات جمعی تأکید کرده اند و فیلسوفان مسلمان بر مبنای آن حاجت بشر به انبیاء الهی را تبیین می کنند. تفاوت دیدگاه راولز^{۲۸} با حکمای سلف در سه امر است:

(۱) قرائت جدید و مفهوم سازی نوین از عدالت اجتماعی.

(۲) ملاک نهایی انگاشتن عدالت.

(۳) خاستگاه عدالت (قرارداد انگاری).

راولز با رویکرد جامعه شناختی از خود می پرسد: قوام به چیست؟ افراد جامعه چه امری را "خوب" و چه چیزی را "بد" می انگارند؟

وی در پاسخ به این سوالات می گوید: افراد جامعه قطعاً بر دو امر پای خواهند فشرد:

(۱) کرامت انسانی.

(۲) آزادی فردی.

افراد جامعه خود را در این دو امر یکسان و برابر می یابند اما تفاوت های فردی در اهداف و توانایی و سخت کوشی واقعیت انکار ناپذیر است. آنها از طرفی، برآن هستند تا در اداره زندگی خودشان آزاد باشند و در عین حال اهداف متفاوتی را با توانمندی های گوناگون دنبال می کنند. در مدت چند سال، برخی از افراد پر تلاش، کارآفرین و خلاق به وضعیت بهتری دست می یابند و عده ای دیگر ناموفق می گردند. اما به هر روی، محروم ترین اعضای گروه نیز با تکیه بر قرارداد اولیه از شرایط حداقل زندگی، با حفظ کرامت انسانی برخوردار خواهند شد، "در این صورت اگر فقیرترین اعضای جامعه از حداقل درآمد برخوردار شوند، در آن صورت شاید بتوان سرمایه درای و اخلاق را باهم سازش داد." نفوذ سریع نظریه برنامه جامع

²⁶.Theory of justice

²⁷.Gayser, Nozike, Esmart & Midgeler

²⁸.Ravelze

توزیع سازمان را نیز تبیین می کند. آنچه از نظر افراد جامعه یا بنگاه خوب است نه صرف بهره مندی است و نه حتی بهره مندی مساوی، بلکه بهره مندی عادلانه موجب رضایت آنهاست. نخستین برتری سازمان های اجتماعی و بنگاه های اقتصادی برخورداری آنها از عدالت است. عدالت فراگیر، بی شک از مهمترین اصول راهبردی اخلاق است و در تعالیم دینی نیز برقراری آن از اهداف نبوت تلقی شده است. اما عدالت ملاک نهایی اخلاق نیست زیرا اولاً آن همه احکام اخلاقی را تبیین نمی کند. به عنوان مثال تفضل فراتر از فداکاری و ایثار، عشق و... را نمی توان به ترازوی عدالت سنجید. ثانیاً عدالت خود محتاج ملاک برای تبیین شدن است چرا که همیشه می توان پرسید: چرا باید عادلانه عمل کرد؟

۳-۱ نظام مبتنی بر آزادی فردی

این که مهمترین و نخستین نیاز بشر، احتیاج به آزادی است یا عدالت، از مباحث مهم و مأنوس جامعه ما در دهه اخیر است. دو جریان عمده سیاسی در این دو دهه سبب شده است تا این بحث صرفاً از شکل مباحث نظری و آکادمیک در آمده و به صورت منازعات اجتماعی با آثار عملی مشخص درآید به همین دلیل، تمایز دو دیدگاه آزادی گرا و عدالت خواه تا حدودی روشن است.

طرفداران نظریه عدالت اجتماعی نخستین نیاز بشر را نیاز به عدالت می دانند و همه فعالیت های آدمی را در نهایت به آن معطوف می انگارند. طرفداران نظریه آزادی نخستین نیاز آدمی را آزادی می دانند.

این دو نظریه پیشینه تاریخی دارند اما شکل امروزی آنها به ترتیب توسط جان وارلز و نوزیک از استادان دانشگاه هاروارد صورت بندی شده است. رابرت نوزیک^{۲۹} در تأمل و مذاقه در آراء همکار خود، به این امر توجه می نمایند که نیاز اصلی و مادری که نیازهای آدمی را تحت الشعاع قرار می دهد نیاز جامعه بشری به آزادی است. از اسپینوزا که آزادی را در گرو انگیزه های فعال و برخاسته از بصیرت آدمی به هستی می دانست تا نظریه پردازان امروزی در اخلاق حرفه ای که آن را در نظام تعامل اقتصادی تفسیر می کنند، مفهوم سازی مختلفی از آزادی ارائه شده است. این سخن را می توان به آزمون تجربی سپرد که انسانها را در تعارض بین عدالت، رفاه و آزادی کدامیک را بر می گزینند و شواهد نشان می دهد که آزادی در این میان ترجیح مییابد. اما اثبات تجربی آن منوط بر مفهوم سازیهای دقیق و قابل تشخیص با مقیاس های علنی است. رویکرد اگزیستانسیالیستی نیز می تواند در این خصوص رهگشا باشد. آزادی از جمله رازها و نیازهای آدمی است که اصالت انسان با آن حاصل می شود. اما در رویکرد جامعه شناختی و در مقیاس سازمانی

²⁹ Robert Nozick

می توان گفت آزادی نیز همچون عدالت از قواعد راهبردی در تشخیص راهبردی خوب و بد است اما ملاک های نهایی دانستن آن، محتاج دلیل می باشد. آزادی را می توان در پاسخ بسیاری از چرایی ها در رفتار آدمی بیان کرد، اما آیا خود جستجو از آزادی به نحو معنا دار قابل پرسش با چرا نیست؟ چرا آزادی؟ (قراملکی، ۱۷، ۱۳۸۲-۱۸)

۲) نظام آغازگرایی (وظیفه گرایی یا تئوری کانت^{۳۰})

امانوئل کانت (۱۷۲۴-۱۸۰۴) فیلسوف شهیر آلمانی که در اهمیت تأثیر وی گفته اند تاریخ فلسفه به دو دوره قبل و بعد از کانت تقسیم می شود، معتقد بود هنجار اخلاقی را نمی توان بر تجربه بنا نهاد، زیرا تجربه نشان می دهد مردم به هرگونه رفتاری دست زده اند. بنابراین "فلسفه اخلاق محض کاملاً منزله از هر چیز تجربی است."

بر اساس این فلسفه، ارزش اخلاقی هر عمل، بستگی به نتیجه آن ندارد زیرا نتیجه آن در زمان اخذ تصمیم مشخص و معلوم نیست ولی ارزش آن عمل به نیت شخص تصمیم گیرنده بستگی دارد. اگر من بهترین ها را برای دیگران خواستار شوم اعمالم قابل ستایش است، حتی اگر من کارایی لازم را نداشته باشم. فرض بر این است که ما افرادی ناتوان نیستیم لذا نیت خیر خواهانه ما می تواند به پیامدهای سودمندی منجر شود. نیت را می توان به تعهد، تعبیر کرد. زیرا چنانچه ما همواره بهترین ها را برای دیگران آرزو می کنیم، طبعاً به شیوه ای عمل خواهیم کرد که نتایج سودمند حاصل شود. حقیقت امری ضروری است، وفای به عهد بر ما واجب است و صداقت و امانت داری وظیفه ماست. پس "حقیقت"، "وفاداری" و "صداقت" را می توان به عنوان اصول اساسی اخلاقی شمرد.

کانت یک آزمون ساده را برای حسن نیت و وظیفه شخصی به منظور حذف خودخواهی و خود فریبی و تضمین رعایت ارزش اخلاقی دیگران طراحی نمود. نظر کانت را می توان این گونه درک کرد که وی به یک نوع تلاش در جهت پیوند اعمال اخلاقی به تصمیمات عقلانی معتقد است. این عقلانیت آنگونه که تعریف شده مبتنی بر حداکثر جامعیت و ثبات است. بنا بر عقیده کانت، استانداردهای اخلاقی بر پایه ثبات منطقی بنا شده است.

دو نظریه و فرمول زیر را که توسط کانت ارائه شده می توان در قالب یک دستور ارائه کرد:

۱) عمل به شیوه هایی که من از دیگران انتظار آن را در شرایط مساوی دارم.

³⁰ Immanuel Kant

۲) همیشه با دیگران متناسب با احترام و شأن آنان رفتار کردن.

۳) نظام مبتنی بر زیبایی و خیر مطلق

توقع بیشتر از دین، از مسائل عمده و مهم فیلسوفان دین و متکلمان است؟ از دین چه انتظاری داریم؟ آیا دین برای آبادانی دنیا و رفاه این جهانی آمده است یا صرفاً برای تقرب انسان به خدا و مقاصد اخروی نازل شده است و یا هدف فراگیرتر از این دو؟

در خصوص اخلاق، اتفاق نظر وجود داد که توقع ما از این خصوص یعنی نظام اخلاقی، طبیعی ترین توقع از دین است. در خصوص نظام اخلاق دینی و رابطه دین و اخلاق نیز نزد فیلسوفان اخلاق سخن فراوان است. بدون پرداختن به آن مباحث در این نکته هم توافق وجود دارد که ادیان آسمانی، خداوند را ملاک نهایی هر امر خیر و حقیقت نامشروط است که خود شرط تحقق همه موجودات است. تکلیف و پذیرفتن الزامات و تعهدات اخلاقی در قبال دیگران وجود آدمی را معنا دار می کند و آن را از سطح حیوانی فراتر می برد اما تکلیف فرد، محتاج معناست و با خدا می توان تکالیف را معنادار ساخت. الهی بودن تکالیف بالاترین ارزش ها را به میان می آورد و چون خداوند متعال نامشروط و مطلق است، محتاج ملاک دیگری برای ارزش یافتن نیست. بر مبنای این که خداوند متعال را ملاک نهایی ارزش ها بدانیم شخص خوب، رفتار مقرب به خدا و شاخص بد، دور کننده از خداست. بنابراین، رضایت و عدم رضایت خدا، فضائل و رذایل اخلاقی را متمایز می کند (قراملکی، ۱۳۸۲، ۱۹).

۲-۳-۳ تئوری های اخلاق (از دیدگاه چامپوکس^{۳۱})

به اعتقاد وی، چهار تئوری اصلی اخلاقی در دنیای غرب وجود داشته اند. که عبارتند از:

۱) سود گرایی: سود گرایی از هر فردی در خواست می کند تا تأثیرات یک کار را امتحان کند و تصمیم بگیرد که آیا این کار و تحت راهنمایی های سود گرایی از نظر اخلاقی کاری درست است؟ که سود کلی آن از سود کلی کار دیگران تجاوز کند. سود گرایی فرض می کند فرد می تواند تمام ارزش ها و منافع اعمالش را بشناسد و ارزیابی کند. سود گرایی دو شکل دارد:

✓ قانون سود گرایی که از فرد می خواهد تا تأثیرات کارها را بر اساس بیشترین سود که همه داشته اند، ارزیابی کند.

³¹. Champokse

✓ در قانون سودگرایی کارها را بر اساس یک سری قوانین طراحی شده ارزیابی می کند تا بیشترین سود را که بر همه گذاشته است، عاید شود.

قانون سود گرایی معتقد است که دروغ خوب است اگر سود آن از زیانش بیشتر باشد. زیرا آنها همیشه اهداف اعمال را می سنجدند و بعد آنها را رد می کنند. آنها نظری را که کارها می توانند درست یا غلط باشند مورد قضاوت قرار می دهند.

قانون سودگرایی قوانین اخلاقی را پیشنهاد می کنند، که باید بیشترین فایده را بدهند. هر کسی که آنها را دنبال کند کاربرد عمل را نمی سنجد در عوض او عمل را با قوانین مقایسه می کند، تا بفهمد آیا آن اعمال بر حسب قوانین اخلاقی هستند. دو اصل برای این قانون مهم است:

(۱) عملی از نظر اخلاقی درست است اگر قوانین اخلاقی صحیح نیاز پیدا کند.

(۲) قانونی درست است که هر کسی آن را دنبال کند و آن قانونی است با بیشترین کاربرد کلی و قانون جایگزین آن بر خلاف سود مند گرایی عملی را به عنوان عمل درست نمی پذیرد، اگر فقط یک بار سودها را افزایش دهد.

فیلسوفان اخلاق بر اساس محدودیت هایی که در دیدگاهشان به علم اخلاق دارند اعتراض هایی را به سود گرایی کرده اند. یک اعتراض این است که منفعت می تواند معانی مختلف زیادی بدهد که سبب می شود به سختی افراد مختلف را ارزیابی کرد. سود گرایی به ارزش های ایجاب کننده کار نیاز دارد، زیرا امکان ندارد سودها و ارزش های تمام افراد را که مورد تأثیر قرار گرفته اند، از جانب یک کار اندازه گیری کنند. اعتراض دوم این است که بعضی سودها یا ارزش ها مانند زندگی و سلامتی سخت یا غیر ممکن است تا اندازه گیری شوند. ارزش ها و سودهای نامشخص در آینده هم مشکل است تا ارزشیابی شوند. نهایتاً چه چیزی را باید به عنوان ارزش یا سود کاری به حساب آورد. این اعتراض به مشکل تشخیص تمام ارزش ها یا سودهای کارها و به راه های مختلف گروه های اجتماعی گوناگون که آنچه ارزشیابی می نمایند، توجه می کند.

سود گرایی پاسخ می دهد که: ارزش ها و سودهای تصمیم های زیاد را، می توان بر اساس معادل پولی شان مورد ارزیابی قرار داد. مثل سود وسائل امنیتی در اتومبیل ها، بر اساس دلاری که برای خسارت فیزیکی آن صرف شده است. طرفداران این نظریه هم چنین می گویند: اندازه گیری دقیق و ویژگی کامل

تمام اثرات ممکن یک کار، از طرف سودگرایی مورد نیاز نیست. آن فقط بیان کامل و تحلیل اثرات را در خواست می کند و تشخیص ارزیابی ها کمی دقیق تر از اندازه های کمی خواهد بود.

دیگر اعتراضات سود گرایی بر مطالب حقوقی و قضایی متمرکز شده است. اینان می گویند، کاری که از نظر قوانین سود گرایی اخلاقاً درست است می تواند حقوق مردم را به خطر بیاندازد یا به کار غیر عادلانه ای منتهی شود (جوزف و چامپوکس، ۱۳۸۳، ۴۵ - ۴۶).

(۱) **حقوق:** حقوق به فرد اجازه می دهد چیزی را انجام دهد که اخلاقی یا از نظر منطقی درست باشد یا به فرد حق می دهد تا چیزی را داشته باشد که از نظر اخلاقی یا منطقی برایش درست باشد. هدف حقوق این است که به فرد اجازه می دهد آزادانه کارهای مشخص را بدون برخورد با دیگران دنبال کند. آنها برای همه افراد در هر جا و به نظر هر سیستم منطقی به کار برده می شوند.

(۲) **انصاف:** نظریه های اخلاقی بر استفاده فرآیند نسبی از انصاف تکیه دارد که به تنظیم منافع و بار کاری که بین اعضای یک گروه توزیع می شود یا نتیجه ای که از کاربرد این قوانین و سیاست ها به دست می آید، نگاه می کند. فیلسوفان اخلاقی تکیه بر روی انصاف دارند و اگر بی عدالتی برای بعضی از اعضای جامعه باشد که دیگران از این عمل سود ببرند.

رولز تصمیم داشت یک تئوری از توزیع عدالت را ارائه دهد. او تئوری را بیان نمود که از سه اصل زیر پیروی می کرد:

(۱) **اصل آزادی برابری:** یعنی آزادی های هر شخصی بایستی با دیگران برابر باشد، این آزادی ها بایستی همچنین از خطر هجوم دیگران محافظت شود.

(۲) **اصل اختلاف:** اجتماعات نابرابری دارند اما باید به آن رفع وضع نامساعد کمک کند.

(۳) **اصل برابری فرصت:** همه باید فرصت بدست آوردن موقعیت های پیشنهاد شده به وسیله جامعه را داشته باشند.

اصل آزادی برابر، اساس آزادی های بسیاری از کشورهای غربی را شامل می شود. اگر چه منظور از آزادی گفتار، حق انتخاب و حق نفوذ مالکیت شخص است، همچنین می گویند اساساً همان سازمان ها نمی توانند زندگی خصوصی کارمند را مورد تعرض قرار دهند.

اصل اختلاف، دقیقاً این است که یک جامعه بایستی به نیازها دقت بیشتری کند. همچنین بر این حکم می‌کند که مدیران مسئولین سازمان‌ها باید استفاده از منابع و به طور موثر کارخانه‌ها را اداره کنند. اگر آنها عمل نکنند، در جوامع ای که بهره‌وری اقتصادی کمتری دارد، جای بحث دارد که به صورت دیگر می‌توانند، باشند. محصولات بیشتر یا کمتر هر کدام موجب زیان منافع و شایستگی‌ها یا توانایی فرآورده‌ها می‌شود. اصل برابری می‌گوید: مردم بایستی به پیشرفت جامعه بر اساس تلاش، پیروزی‌ها و توانائی‌هایشان اجازه دهند. سازمان‌ها باید مردم را برای برقراری مشاغل بر اساس توانائی‌هایشان در هر شغل که توانایی انجام آن را دارند، یاری کنند. اگر نیاز به مهارت در مردم نباشد و توانائی‌ها بر اساس دسترسی به آموزش و تعلیم باشد، خود مانع توسعه مهارت‌ها می‌شوند (جوزف و چامپوکس، ۱۳۸۳، ۴۷).

۴) **خود خواهی:** خودخواهی اخلاقی در میان کهن‌ترین و ساده‌ترین سیستم‌های اخلاقی غرب است. فیلسوفان اخلاقی دو شکل از خودخواهی اخلاقی را تشخیص می‌دهند، خودخواهی اخلاقی عمومی و فردی. خودخواهی اخلاقی فردی بر اعمال او فقط به وسیله اثراتش بر روی علایقش حکم می‌کند. زیرا دور از توجهات جالب خودخواهی برای مردم دیگر است. فیلسوفان اخلاقی مدافع بودن در تکیه بر روی اخلاق را رد کرده‌اند.

خودخواهی اخلاقی عمومی اگر چه ستیزه‌جو است ولی می‌تواند شامل علائق دیگران باشد. وقتی که عمل ارزیابی می‌شود، خودخواهی اخلاقی عمومی می‌گوید یک شخص اثراتی از اعمال جالب خود را می‌سنجد. ارزیابی بر پایه و اساس لذت و جلوگیری از رنج ادامه می‌یابد اگر چه خود توجهی از خودخواهی اخلاقی حمایت می‌کند بعضی از این خودخواهی‌ها علائق دیگران را بررسی می‌کنند تا به نتیجه برسند. خودخواهی دیگران علائق دیگران را بیان می‌کند.

بعضی از فیلسوفان به دیدگاه دوم اشاره دارند. اعتراضات جامعه به وسیله فیلسوفان اخلاقی درباره خودخواهی اخلاقی بستگی به عدم توانایی از حل کردن کشمکش‌ها میان یک غرض شخصی و منافع دیگران دارد. (جوزف و چامپوکس، ۱۳۸۳، ۴۸ - ۴۹).

۲-۳-۴ اخلاق حرفه‌ای شغلی

واژه اخلاق دو کاربرد متمایز دارد: گاهی اخلاق به معنای خلق و خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار می‌رود، همانگونه که در واژه انگلیسی یاد شده، گاهی به معنای عادت و سجیه به کار می‌رود. معنای دیگر این واژه‌ها دانشی است که از حسن و قبح و خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند. اخلاق حرفه‌ای نیز به دو

معنا اطلاق می شود: خلق و خوی حرفه ای و دانشی که از مسایل اخلاقی حرفه ای در کسب و کار بحث می کند.

اخلاق حرفه ای در مفهوم سازی های اولیه به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می رفت و امروزه نیز برخی از نویسندگان اخلاق حرفه ای را به معنای نخستین آن تعریف می کنند. بعضی از آنها عبارتند از:

✓ اخلاق حرفه ای شیوه های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.

✓ اخلاق حرفه ای مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه ای است.

در همه این تعاریف نگرش " اصالت فرد " یا " فرد گرایی " وجود دارد و اخلاق حرفه ای به مسئولیت ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل محدود شده است.

یک بنگاه و یک سازمان، به عنوان شخصیت حقوقی و برخوردار از حیات موثر اجتماعی در قبال افراد حقیقی و حقوقی زیادی مسئولیت دارد. مسئولیت های اخلاقی سازمان بسیار پیچیده تر از مسئولیت های اخلاقی فردی - شخصی و فردی - شغلی است. بنابراین در یک تعریف جامع می توان اخلاق حرفه ای را: " اخلاق حرفه ای مسئولیت های سازمان و بنگاه در قبال محیط مستقیم (کارکنان، مدیران و مشتریان) و محیط غیر مستقیم (مشتریان، ذی نفعان، جامعه، محیط زیست و...) " تعریف نمائیم.

این تعریف فراگیرتر و جامع تر از تعاریف سنتی است. زیرا مسئولیت های اخلاقی سازمان شامل همه اضلاع و ابعاد سازمان می شود و اخلاقیات شغلی را نیز در بر می گیرد. در حالی که اخلاق شغلی به دلیل تأکید بر وظائف اخلاقی اعضای گروه، مسئولیت های اخلاقی خود گروه و سازمان را شامل نمی شود. تعاریف سنتی از اخلاق حرفه ای، آن را به مفهومی فروتر (اخلاق کار) تقلیل می دهند. علاوه بر آن، این تعاریف بر نگرش اصالت فردی مبتنی هستند و از توجه به اهمیت مجموعه و حیات سازمان غافل می باشند. بنابراین، تأکید بر مسئولیت های اخلاقی سازمان اولاً بر نگرش کل گرایانه و سیستمی استوار است، ثانیاً تعریف جامع و فراگیری از اخلاق حرفه ای به دست می دهد (Hoffman & Frederick, 2001, 1).

۲-۳-۵ عقاید غلط درباره اخلاق کار

عقاید غلطی درباره اخلاق کار وجود دارد که منشأ آنها عمدتاً دو چیز است. یکی عدم فهم صحیح مفهوم اخلاق و دیگری برداشت های سطحی و کوتاه بینانه از معضلات اخلاقی. برخی از این عقاید غلط عبارتند از:

- ✓ اخلاق کار بیشتر یک موضوع دینی است تا مدیریتی: هدف برنامه اخلاق سازمان ها تغییر عقاید و ارزش های مردم نیست بلکه هدف، مدیریت ارزش ها و رفع تعارضات بین آنها در سازمان است.
- ✓ کارکنان ما با اخلاق هستند لذا ما نیازی به توجه به اخلاق کار نداریم: اغلب معضلات اخلاقی که مدیران در محیط کار با آنها روبرو می شوند بسیار پیچیده هستند. تعارضات اخلاقی موقعی به وجود می آید که الف) بین علائق مختلف تعارض ارزشی وجود داشته باشد. ب) تعدادی راهکار واقعی وجود دارد که همگی به یک اندازه قابل توجیه هستند. ج) شرایط موجود پیامدهای مهمی برای ذینفعان داشته باشد.
- ✓ اخلاق کار یکی از زمینه های فلسفه، دین شناسی و علوم آکادمیک است: عدم ورود مدیران و رهبران به این بحث باعث شده که بسیاری فکر کنند اخلاق کار یک مد یا یک موج است که به درد واقعیت های اداره سازمان ها نمی خورد. آنها معتقدند که اخلاق کار یک بحث پیچیده فلسفی یا دینی است. اما اخلاق کار یکی از زمینه های علمی مدیریت با رویکردی برنامه ای^{۳۲} است که دارای چندین ابزار عملی است. برنامه های مدیریت اخلاق در دیگر زمینه های علم مدیریت نیز کاربردهای عملی دارد.
- ✓ اخلاق کار یک چیز زائد و غیرضروری است و فقط بر واضحات و بدیهیات تصریح می کند: بسیاری معتقدند که کدهای اخلاق و لیست های ارزش های اخلاقی اضافی و به درد نخور هستند چرا که ارزش هایی را ارائه می کنند که هر انسانی طبیعتاً متمایل به آنهاست. اما در واقع آنچه از کدهای اخلاق برای سازمان ارزشمند است اولویت بندی ارزش ها در آن و تمرکز بر ارزش های خاصی در محیط کار است. برای مثال واضح است که همه مردم باید صادق و درستکار باشند، اما در سازمانی که تقلب و فریبکاری زیاد است این ارزش (صداقت و درستکاری) در اولویت قرار می گیرد و باید در کد اخلاق سازمان گنجانده شود.

³². Programmatic

✓ اخلاق کار عبارتست از نصیحت کردن آدم های بد توسط آدم های خوب: مدیران موفق می دانند که افراد خوب هم ممکن است کارهای بدی انجام دهند مخصوصاً در مواقع استرس و سردرگمی. (استرس و سردرگمی دلیل کارهای غیراخلاقی هستند اما توجیه کننده آنها نیستند).

✓ اخلاق کار یک پدیده جدید است که به خاطر توجه زیاد مطبوعات پرتعداد و مطبوعات مدیریتی بحث آن داغ شده است: سابقه رواج بحث اخلاق کار به حداقل ۲۰۰۰ سال پیش برمی گردد، زمانی که "سیسراو"^{۳۳} (فیلسوف رومی) در کتاب خود درباره این موضوع سخن گفت. البته اخیراً اخلاق کار بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و دلیل آن هم جنبش مسئولیت اجتماعی است که در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد.

✓ اخلاقیات را نمی توان مدیریت کرد: اخلاقیات مدیریت می شوند اما اغلب به صورت غیرمستقیم. مثلاً رفتار بینانگذار سازمان یا رهبر فعلی سازمان بر رفتار کارکنان در محیط کار به شدت تاثیر می گذارد و حتی هدایت کننده رفتار آنهاست؛ اولویت های استراتژیک (حداکثر کردن سود، افزایش سهم بازار، کاهش هزینه ها و...) تاثیر زیادی بر اخلاق کارکنان دارد؛ قوانین و مقررات مستقیماً بر رفتارها در جهت اخلاقی تر شدن موثر است.

✓ اخلاق کار همان مسئولیت اجتماعی است: مسئولیت اجتماعی جنبه های عملی مدیریت اخلاقیات در محیط کار نظیر تدوین کدهای اخلاق و رفتار، روزآمد کردن خط مشی ها و رویه ها، راهکارهای حل معضلات اخلاقی و غیره را پوشش نمی دهد.

✓ سازمان ما مشکل قانونی ندارد، بنابراین، ما اخلاقی هستیم: شخص می تواند در چارچوب قانون عمل کند و درعین حال اعمالش غیراخلاقی باشد ضمن آنکه معمولاً شکستن قانون در ابتدا با بی توجهی به رفتارهای غیراخلاقی آغاز می شود.

✓ مدیریت اخلاق در محیط کار فواید عملی چندانی ندارد: مدیریت اخلاق در محیط کار شامل شناسایی و اولویت بندی ارزش ها برای هدایت رفتارها و تدوین خط مشی ها و رویه هایی برای مطمئن شدن از انجام این رفتارهاست. مدیریت اخلاق در دیگر زمینه های مدیریتی مانند مدیریت تنوع^{۳۴} در برنامه ریزی استراتژیک و مدیریت کیفیت جامع^{۳۵} نیز بسیار اهمیت دارد
(<http://www.maztax.gov.ir>).

³³.Sisrow

³⁴. Managing Diversity

³⁵.TQM-Total Quality Management

۲-۳-۶ عوامل اجتماعی مؤثر بر اخلاق کار

درباره نظریات جامعه شناسی نظریه‌های مارکسیستی به طور غیر مستقیم اشاره دقیق‌تری به اخلاق کار دارند. در این نظریه‌ها چگونگی تولید به عنوان متغیر مستقل و از خودبیگانگی به عنوان متغیر وابسته مطرح هستند. اما از خودبیگانگی افراد می‌تواند تأثیر مستقیمی بر میزان علاقه، دقت، مسئولیت، ابتکار و مولد بودن داشته باشد. همان طور که اشاره شد اخلاق کار قواعد و زمینه‌های برانگیزاننده و فعال شده تعهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه است. مسلم است که یک ذهن از خود بیگانه نمی‌تواند زمینه‌ای مناسب برای انگیزه و تعهدات اخلاقی و فیزیکی از خود بروز دهد. می‌توان رابطه میان این متغیرها را به صورت زیر نشان داد:

- کاهش اخلاق کار

- کاهش مسئولیت

- تعهد ذهنی و فیزیکی

- از خود بیگانگی

۲-۳-۷ صنعتی شدن جوامع و تاثیر آن بر اخلاق کار

صنعتی شدن، تغییراتی بنیادی در ساختار جامعه پدید می‌آورد. در نظام پیشه‌وری رابطه موجود بین کارگر و کارفرما شخصی بود و این رابطه ایجاب می‌کرد که کارگر و کارفرما در مقابل یکدیگر دارای تعهدات و وظایفی گسترده‌تر از آنچه امروز انتظار می‌رود باشند. اما تولید کارخانه‌ای، در وضعیت اجتماعی همه کارگران تغییرات اساسی به وجود آورد و بر مهارت های پیشه‌ای و روابط کار اثر عمیقی گذاشت. بدین ترتیب، نیروی کار در یک کارگاه یا کارخانه متمرکز و محل زندگی و کار از یکدیگر جدا شد. کارگران بایستی از نظم که کارفرما اعمال می‌کرد، یعنی ساعات و سرعت کار منظم تبعیت می‌کردند و اگر چه از نظر حقوقی آزاد بودند ولی از نظر اقتصادی و اجتماعی وابسته و تابع بودند. رابطه صنعتی شدن و اخلاق کار به صورت زیر قابل بیان است:

"صنعتی شدن جایگزینی روابط ثانوی با روابط نخستین کاهش اخلاق کار و کاهش دلبستگی به کار

همراه است."

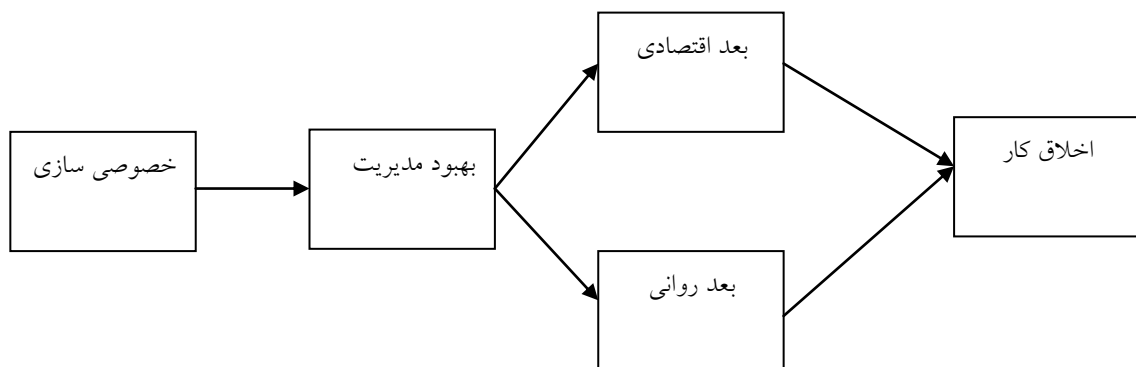
۲-۳-۷-۱-تحصیلات و اخلاق کار

بالا رفتن تحصیلات کارگران باعث بالا رفتن انتظارات شده است. آنان هوش را موجب موفقیت خود می‌دانند، اخلاق کار را در پاداش جستجو می‌کنند و تحمل کاری که در آن پیشرفتی نباشد، ندارند (Sheehy,1990,21). بنابراین، رابطه علی متغیرها به صورت زیر قابل بیان است:

کاهش اخلاق کار، افزایش انتظارات، افزایش تحصیلات

۲-۳-۷-۲-سن و اخلاق کار

بالا رفتن سن نیروی کار و همچنین افزایش درصد زنان شاغل بر هنجارهای مرتبط با اخلاق کار تأثیر گذاشته است (Sawhill,1990,3). تأثیر متغیر سن بر اخلاق کار در اکثر تحقیقات انجام شده قبلی به صورت یک منحنی غیر خطی شبیه ۷ است (نمودار ۲-۲).



نمودار ۲-۲: اخلاق کار و مدیریت مشارکتی - Sawhill,1990,3

۲-۳-۸-عرف جامعه ایران و اخلاق کار

در جامعه ایران اکثریتی معادل ۴/۸۱ درصد اعتقاد دارند که «روزی هر کس به قدر قسمت اوست» که عامل مهمی در تضعیف اخلاق کار محسوب می‌شود.

از دیگر باورهای غلط که به کاهش اخلاق کار می‌انجامد اعتقاد به قضا و قدر است. ۵/۸۹ درصد ایرانیان به «تأثیر قضا و قدر در زندگی» اعتقاد دارند. درمورد تأثیر این باور بر اخلاق کار ایرانیان تحقیق مستقلی انجام نگرفته است. اما تحقیقات مشابهی در آسیای شرقی در این باره صورت گرفته است. یکی از عوامل توفیق مردم کره در توسعه صنعتی وجود ارزش‌های این جهانی است. در جای دیگر خانم کارمنسیتا^{۳۶} به رابطه‌مداری کارگران اشاره کرده و می‌گوید در چنین وضعی کارکردن در محیطی با ضوابط و انضباط اجتماعی میسر نخواهد بود. به نظر او تقدیرگرایی باعث شده که فیلیپینی‌ها به گذشت زمان خیلی توجه نکرده و در رعایت جداول زمانبندی کار طفره روند و به گذراندن بیهوده وقت پرداخته و فکر کنند که خدا خودش همه کارها را درست خواهد کرد چنین باورهای عرفی به کاهش اخلاق کار در ایران می‌انجامد (محسنی، ۱۳۷۹، ۴۰۴-۴۰۶).

۱) عوامل اقتصادی مؤثر بر اخلاق کار

عدم تناسب کار با دستمزد از مبرم‌ترین مسائل اقتصادی جامعه است که به شدت انگیزه کار را در کارکنان تحت تأثیر قرار داده است. عمده‌ترین مشکلات از دیدگاه ایرانیان «تورم، نارسائی‌های اقتصادی و بیکاری است» که قریب ۶۱ درصد کل مشکلات از نظر پاسخگویان است (محسنی، ۱۳۷۹، ۴۳۶).
به نظر برخی در تاریخ معاصر یکی از دلایل سستی ایرانیان در مرحله اقدام و عمل، نفوذ خصیصه استفاده از درآمدهای نفتی در اندیشه مردم است. این ثروت که بدون زحمت و کار به دست می‌آید باعث شده است که اساساً کار و تلاش ارزشی نسبتاً نامعقول پیدا کنند. اسراف، بهره‌وری اندک و فقدان اخلاق کار و اتکاء به درآمد نفت آن چنان است که انقلاب اسلامی هم نتوانسته است این اندیشه را از محیط‌های کار و کانون‌های مدیریتی جامعه دور سازد. رابطه میان نظریه‌های اقتصادی، فرهنگی و اخلاق کار به صورت زیر است: تضعیف اخلاق کار اعتقاد به ثروت بدون تلاش درآمدهای نفتی.

۲) عوامل روانشناسی اجتماعی

یکی از ابعاد بسیار مهم اخلاق کار بعد روانشناختی آن است چرا که اخلاق متغیری است که آگاهی و اراده فردی نقش محوری در آن ایفا می‌کنند. بسیاری از اندیشمندان برای بهبود اخلاق کار بر نظریات رفتاری تأکید داشته‌اند. هرگاه فردی کار اخلاقی انجام داد و از سوی جامعه مورد تشویق قرار گرفت،

³⁶. Carmincita

احتمال انجام کارهای اخلاقی دیگر تقویت می‌شود تا جایی که کار اخلاقی به صورت ارزش های درونی درمی‌آید. به این ترتیب، برنامه ریزان کلان کشوری قادر خواهند بود اخلاق کار را در افراد جامعه درونی کنند. «مازلو» پنج دسته نیاز انسان را به صورت زیر بیان می‌کند: فیزیولوژیک، ایمنی، اجتماعی، احترام و خودشکوفایی. متاخرین به تاثیر نیاز به کسب موفقیت، نیاز به کسب قدرت، نیاز به ایجاد دوستی، انتظار و برابری بر اخلاق کار تاکید دارند.

۳) مدل ارتباط دهنده اخلاق کار، مدیریت و خصوصی سازی

خصوصی سازی با تغییر مدیریت بر اخلاق کار تاثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، اگر خصوصی سازی را متغیر مستقل بدانیم، مدیریت متغیر میانی و اخلاق کار متغیر وابسته خواهد شد. مشخص است که هنگام خصوصی سازی قوانین و شیوه مدیریت از حالت دولتی خارج می‌شود، اما تغییر مدیریت به طور عمده بر دو زمینه اقتصادی و روانی اخلاق کار مؤثر است. زیرا تغییر مدیریت اساساً در شیوه‌های انگیزش افراد در محیط های کاری و نحوه پاداش های مادی آنها تاثیر می‌گذارد که ابعاد اقتصادی و روانی اخلاق کار محسوب می‌شوند.

مدیریت مشارکتی را باید به عنوان یک فرایند تعاونی شناخت که بر اساس آن مدیریت و کارکنان برای به اجرا در آمدن یک هدف مشترک با یکدیگر کار می‌کنند. بر خلاف سبک مدیریت اقتدارمنشانه که بر کنترل از بالا به پایین کارگران مبتنی است، مدیریت مشارکتی مدعی است که درگیر کردن کارکنان در تصمیم گیری، عامل ارزشمندی است و رضایت خاطر و روحیه کارکنان را بالا می‌برد. «یانکلویچ» مدیریت مشارکتی را به عنوان نظامی توصیف کرده است که شیوه جدیدی از اخلاق کار است و به عنوان یک منبع قدرتمند در مکان کار، می‌توان از آن استفاده کرد (Yankerlovich, 1984, 21). البته این موضوع اهمیت زیادی دارد که ما تفاوتی میان مدیریت و صلاحیت قائل شویم. ما به مدیرانی احتیاج داریم که نه فقط در رأس هرم قدرت قرار گرفته باشند، بلکه دارای قابلیت نیز باشند در این باره می‌توان گفت که مشارکت پرسنل در امور سازمان و تحویل مسئولیت به آنان به احتمال زیاد به افزایش اخلاق کار می‌انجامد زیرا بیش از ۸۱ درصد ایرانیان از انجام ندادن امور محوله به خود احساس تقصیر می‌کنند که نشان دهنده این پتانسیل نهفته افراد برای مسئولیت پذیری است (نمودار ۲-۳)، (چلبی، ۱۳۸۱، ۴۴).

جدول ۱ - تأثیر خصوصی سازی بر اخلاق کار

| متغیر وابسته | میانگین بخش دولتی | میانگین بخش خصوصی | شدت رابطه | معناداری |
|------------------------|-------------------|-------------------|-----------|----------|
| اخلاق کار | ۳,۳۷ | ۳,۴۶ | ۰,۰۱ | ۰,۰۰۹ |
| دلبستگی و علاقه به کار | ۳,۲۲ | ۳,۳۷ | ۰,۰۳ | ۰,۰۲۴ |
| جدیت در کار | ۳,۲۷ | ۳,۴۵ | ۰,۰۴ | ۰,۰۰۹ |
| روابط انسانی | ۳,۳۹ | ۳,۳۸ | ۰,۰۰ | ۰,۰۸۷ |
| روح جمعی و مشارکت | ۳,۵۸ | ۳,۶۳ | ۰,۰۰۵ | ۰,۰۳۸ |

نمودار ۲-۳: تأثیر خصوصی سازی بر اخلاق کار - چلپی، ۱۳۸۱، ۴۴

نیروی انسانی کارآمد، کار گروهی، مشارکت کارکنان در امور، همکاری صمیمانه میان مدیریت و کارکنان، وجود مناسبات دوستانه در میان کارکنان، استفاده کافی و بجا از فناوری و آگاهی از اهمیت بهره‌وری و هماهنگی هدف های کارکنان با اهداف مدیران یکی از عوامل بهره‌وری بالاست. هر مدیری باید نسبت به نظام اجتماعی سازمان خود آگاهی داشته و برای افزایش بهره‌وری و اخلاق کار از دیوانسالاری پرهیز کند. به عنوان مثال در تحقیقی نشان داده شده است که اکثر کارگران به ایجاد تعادل میان کار و زندگی شخصی بیش از میزان حقوق اهمیت می‌دهند.

به نظر می‌رسد که فرایند خصوصی شدن در اغلب کشورها و از جمله ایران به صورت طبیعی انجام نشده و تنها از بالا اعمال گردیده است. چگونه می‌توان انتظار داشت که قبل از بستر سازی فرهنگی و آگاهی اجتماعی تنها با تغییر چند قانون در سطوح بالای مدیریت به اهداف خصوصی سازی نایل گردید؟ از نظر «پرکوپنکو» در بسیاری موارد به پدیده خصوصی سازی تنها از بعد اقتصادی توجه شده است و ابعاد فرهنگی و اجتماعی نادیده گرفته شده‌اند. این غفلت باعث ناکارآمدی و گاه شکست فرایند خصوصی سازی شده است (ام. پوتی، ۱۳۷۱، ۱۰).

۲-۳-۹ تأثیر خصوصی سازی بر اخلاق کار

ارتباط میان خصوصی سازی با اخلاق کار و ابعاد آن در شکل ۲-۳ آمده است. همان طور که مشاهده می شود خصوصی سازی تنها بر دو بعد از ابعاد چهارگانه اخلاق کار تأثیرگذار است و باعث افزایش دلبستگی به کار و جدیت در کار می شود.

به طور معمول هرگاه مسئولان قصد خصوصی سازی یک قسمت دولتی را داشته باشند با واگذاری آن قسمت به بخش خصوصی و تغییراتی در قوانین حقوقی اقدام به این کار می کنند. اما این فرایند تأثیری بر متغیر از خود بیگانگی به مفهوم نظریه پردازان مارکسیست نخواهد داشت، زیرا اکثر پرسنل همچنان مزدبگیر هستند و کار برای آنها وسیله ای جهت معیشت محسوب می گردد. ضمن آنکه پس از خصوصی سازی تغییری در نوع کالاهای تولیدی ایجاد نمی شود و تولید کنندگان همچنان با کالای خود بیگانه اند. آنها همچنان فاقد کنترل مادی بر محیط های کاری هستند. پس از خصوصی سازی تغییری در تقسیم کار ایجاد نشده و به نظر «بلاز»^{۳۷} احساس بیگانگی و پوچی استمرار می یابد.

از سوی دیگر، خصوصی سازی تأثیری بر ابعاد تاریخی، مذهبی، سن، تحصیلات و عرف جامعه نخواهد داشت. پس از واگذاری یک قسمت به بخش خصوصی نهاد سیاسی همچنان بر سایر نهادها تسلط دارد و احساس عدم امنیت، دوگانگی رفتاری و استفاده از روش های مذموم جهت کسب قدرت ادامه می یابد. ضمن آنکه منافع جمعی، تلاش گروهی و تولید فکر نیز مانند بخش دولتی کم اهمیت محسوب می گردد. خصوصی سازی چه تأثیری بر مدل نیازهای «مازلو» و «هرزبرگ» دارد؟

در مورد تأمین نیازهای مادی افراد می توان گفت که خصوصی سازی تأثیر مثبتی ندارد زیرا میانگین حقوق پرسنل بخش خصوصی پایین تر از بخش دولتی است و نیازهای مادی آنها برطرف نمی شود. از طرفی به تحریک نیروهای خلاق و استعداد های افراد توجهی نمی شود و اکثر نیروها همانند روال گذشته به انجام وظایف خود براساس قوانین تعیین شده می پردازند. مدیریت بخش خصوصی همانند بخش دولتی از بالا به پایین است و پرسنل نقشی در تصمیم گیری شرکت ندارند. احساسات کارکنان اهمیت چندانی نداشته و تشریک مساعی صورت نمی گیرد. فاصله قدرت میان مدیران و پرسنل زیاد است و کارمحوری همچنان وجود دارد. در بسیاری از شرکت های خصوصی پرسنل اطمینانی به آینده شغلی خود نداشته و نمی توانند نیروهای خلاق خود را در راستای اهداف شرکت به کار گیرند.

³⁷.Belaze

بسیار مشاهده می‌شود که پرسنل پس از گذشت چند سال هیچگونه احساس تعلق خاطر به شرکت ندارند و به محض یافتن شغلی مناسب‌تر اقدام به ترک شرکت می‌کنند. سطح مشارکت پرسنل پایین است و بهره‌وری با بخش دولتی تفاوت چندانی ندارد. پرسنل بخش خصوصی نظیر بخش دولتی به هنگام ضعف نظارت مدیران جدیت کاری خود را از دست می‌دهند و دچار بیکاری پنهان می‌شوند. چرا که منافع شرکت را جدای از منافع خود می‌دانند (<http://mrdm.mashhad.ir>)

۲-۳-۱۰ تفاوت بین رویکرد امریکایی (کانادا) و آلمانی در اخلاق کاری

۱) اخلاق کسب و کار در امریکا بیش‌تر با مسائل در سطح خُرد و افراد سر و کار دارد، در حالی که تأکید اصلی در کشورهای آلمانی زبان (و قاره اروپا) در سطح کلان و سیستمی است. افزون بر آن، امریکای شمالی تعدادی از مسائل پایه‌ای و در حال رشد میانی را در سطح سازمانی مورد ملاحظه قرار می‌دهد که البته کم‌تر از مسائل خرد است، و به ندرت مسائل کلان مورد بحث قرار می‌گیرد. در مقایسه، آلمانی‌ها فقط در آغاز راه ورود به مباحث سطح میانی در سطح سازمان هستند.

۲) رویکرد امریکایی روی استفاده از دامنه آزادی و همچنین مسؤولیت‌های متناسب تصمیم‌گیری و رفتار با گرایش به نادیده گرفتن محدودیت‌های آن‌ها تأکید دارد. در طرف دیگر، رویکرد آلمانی به اهمیت اوضاع کسب و کار که باید تحت مسؤولیت اخلاقی شکل‌گیرد، تأکید دارد و تمایلی به استفاده کامل از دامنه موجود آزادی ندارد.

۳) رویکرد امریکایی دست کم با توجه به سطوح خرد و میانه بسیار عملگراتر است. در حالی که قاره اروپا با تفاوت درجاتشان ابتدا تمایل دارند روی مسائل نظری، پیش از ملاحظه چالش‌های عملی تأکید داشته باشند.

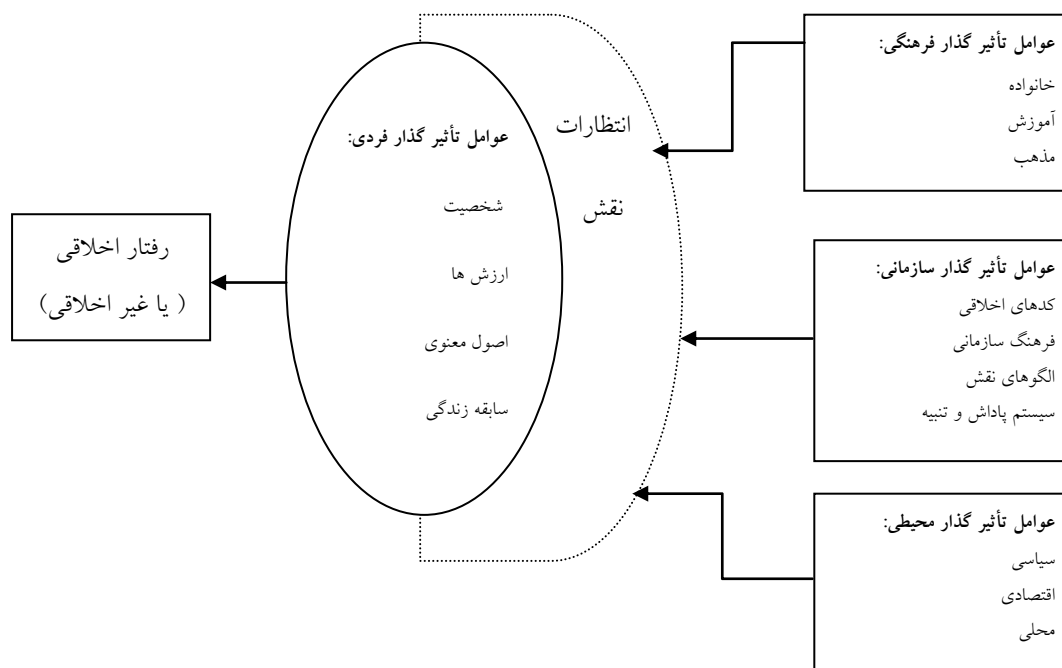
۴) درباره انگاره (مفهوم) اخلاق کسب و کار، شماری از نظریات شکل گرفته است. در هیچ‌یک از دو طرف اقیانوس اطلس، رشته اخلاق کسب و کار معتبری وجود ندارد. در حالی که از مراکز دانشگاهی کشورهای آلمانی زبان (واسکاندنیای) انتظار می‌رود توجه و علاقه‌مندی بیش‌تری درباره بُعد شناختی و معرفتی اخلاق کسب و کار داشته باشند که نتیجه‌اش مشارکت داشتن در متون علمی رشته‌های اخلاق کسب

و کار است، مراکز دانشگاهی امریکای شمالی باید با مسائل دستوری به دنبال راه‌های مشخص‌تر، بازتر و مستقیم‌تر از آن زمینه‌ای که آلمانی‌ها به آن رغبت نشان نمی‌دهند، باشند (قراملکی، ۱۳۸۲، ۱۹).

۲-۴ سازمان و اخلاق کاری

۲-۴-۱ اخلاق و رفتار سازمانی

اخلاق و رفتار اخلاقی، یکی از موضوعات مهم در جهان امروز است. این اهمیت به دلیل بی توجهی زیاد به اخلاق و گسترش رفتار غیر اخلاقی است که به نحوی جهان اطراف همه ما را احاطه کرده است. در واقع وقتی صحبت از اخلاق می‌شود، هدف این است تشخیص دهیم چه چیزی خوب و چه چیزی بد است. واژه‌هایی مثل اخلاق کسب و کار و یا تجارت، اخلاق مدیریت و اخلاق حرفه‌ای از جمله موضوعات مهم در سازمان‌ها می‌باشد. از جمله عوامل تعیین‌کننده رفتار اخلاقی در محل کار، در نمودار ۲-۴ نشان داده شده است (احدی، ۱۳۸۶، ۳۱):



رفتار اخلاقی یا غیر اخلاقی تحت تأثیر عواملی مثل: عوامل فرهنگی، عوامل سازمانی و عوامل محیطی قرار دارد که این عوامل به نوبه خود، انتظارات نقش را برای فرد ایجاد می کند و فرد هم تحت تأثیر شخصیت، ارزش ها، اصول معنوی، جنسیت و سابقه زندگی قرار دارد و در نهایت یک رفتار را (اخلاقی یا غیر اخلاقی) از خود بروز می دهد.

گروهی از محققان مدیریت، برای بهبود وضعیت اخلاقی در محیط کار موارد زیر را پیشنهاد کرده اند:

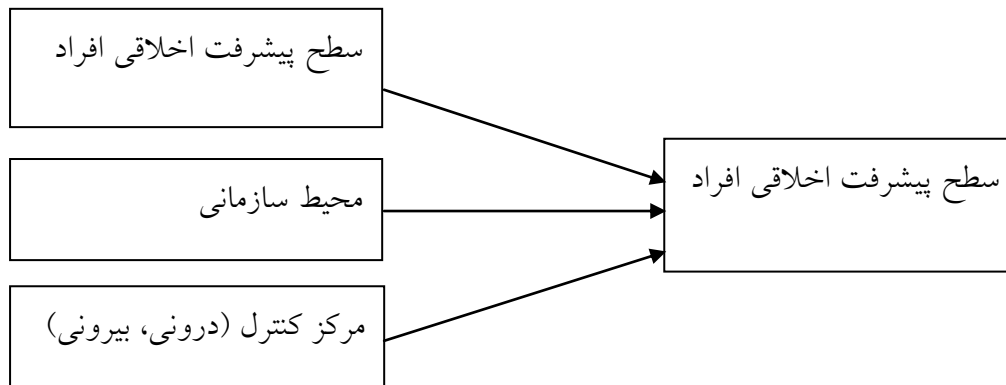
(۱) داشتن برخورد اخلاقی با خود: مدیر به عنوان الگو باید در عمل، رفتار اخلاقی داشته باشد.
(۲) انتخاب کارکنان با رفتار بالقوه اخلاقی: در حین آموزش و استخدام، کارمندان مستعد اخلاقی، انتخاب شوند.

(۳) توسعه قوانین و کدهای اخلاقی: این قوانین باید مربوط به همه کارکنان باشد، این قوانین از طرف مدیران ارشد حمایت شود، این قوانین، بطور واضح موارد غیر اخلاقی را که افراد در زمان های خاص مرتکب می شوند، نشان دهد (به عنوان مثال، رسیدگی سریع امور برای دیگران در مقابله با یک رفتار غیر اخلاقی است)، قوانین باید جریمه های سنگینی را برای رفتار غیر اخلاقی قائل شود.

(۴) تقویت رفتار اخلاقی: باید رفتار اخلاقی در سازمان تقویت و رفتار غیر اخلاقی تضعیف شود.
مهم ترین پیام الگوی اخلاقی این است که مدیران، عوامل موثر در رفتار اخلاقی را بشناسند تا بتوانند در جهت بهبود رفتار اخلاقی در سطح سازمان گام بردارند. چرا که اداره کردن تکنولوژی آسان است و هدف رفتار سازمانی، اداره کردن رفتار انسان می باشد که بسیار پیچیده است. چون انسان ها، نگرش ها و ارزش های متفاوتی دارند و یک نوع عمل نمی کنند و باید تدبیری اندیشیده شود که ضمن همسو کردن رفتارها در سطح سازمان، رفتار اخلاقی (شایسته) تعمیم پیدا کند (احدی، ۱۳۸۶، ۳۲-۳۳).

۲-۴-۲ عوامل موثر بر رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی در سازمان

چه چه چیزی باعث رفتار غیر اخلاقی در سازمان می شود؟ آیا افراد بی روحیه و بر اخلاق موجد رفتارهای غیر اخلاقی هستند؟ آیا محیط کاری که فعالیت غیر اخلاقی را ترویج می کند، علت آن است؟ مطالعات نشان می دهد که اعمال اخلاقی و غیر اخلاقی ناشی از ویژگی های افراد و محیط کاری است.
نمودار ۲-۵ مدلی برای تشریح رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی است (مقیمی، ۱۳۸۵، ۱۷۵).



نمودار ۲-۵: مدل رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی - مقیمی، ۱۳۸۵، ۱۷۵

سطح پیشرفت اخلاقی: ارزیابی ظرفیت افراد برای قضاوت در مورد این که، چه چیزی از نظر اخلاقی درست است. افرادی که از روحیه بالاتری برخوردارند کمتر تحت نفوذ عوامل خارجی قرار می گیرند. از این رو این افراد استعداد و آمادگی بیشتری برای عمل به اخلاقیات دارند. به عنوان مثال بیشتر افراد بالغ در سطح متوسطی از پیشرفت اخلاقی دارند. این افراد خیلی زیاد تحت نفوذ همکاران قرار می گیرند و از این قوانین و رویه های سازمانی پیروی می کنند. این افراد کسانی هستند که به مراحل بالایی از پیشرفت نائل شده اند و به حقوق دیگران احترام می گذارند.

مرکز کنترل درونی^{۳۸}: یک مشخصه شخصیتی و حدی است که افراد خود را درباره رویدادهای زندگیشان مسول می دانند. تحقیقات نشان می دهد که افراد با موضع بیرونی شخصیت (آنچه که در زندگیشان اتفاق می افتد را وابسته به شانس و اقبال می دانند)، احتمالاً در قبال پیامدهای رفتارشان احساس مسولیت کمتری دارند و بیشتر به نفوذ عوامل خارجی متکی هستند. افراد با موضع درونی برای قضاوت در مورد درستی و یا نادرستی رفتار خود به استانداردهای درونی متکی هستند.

³⁸.Focus Of Control

محیط سازمانی: به انتظارات ادراک شده کارکنان از سازمان اشاره دارد. انجام تشویق و حمایت از رفتار اخلاقی با پاداش دادن برای آن یا عدم تشویق رفتار غیر اخلاقی با مجازات و تنبیه فرد خاطی باعث تقویت رفتارهای اخلاقی می گردد. نمونه هایی از محیط سازمانی که تصمیم گیری اخلاقی را پرورش می دهد، عبارتند از:

- ✓ درج کدهای اخلاقی (قوانین و هنجارهای اخلاقی).
- ✓ انتظارات واقعی از عملکرد افراد.
- ✓ ارزیابی های عملکردی که راه ها و نتایج را مورد ارزیابی قرار می دهد.
- ✓ تشویق افراد در انظار عمومی و ارتقاء افرادی که رفتار اخلاقی انجام می دهد.
- ✓ مجازات افراد در انظار عمومی و تنزل مقام افرادی که رفتار غیر اخلاقی انجام می دهند.
- ✓ تشکیل کلاس های آموزش عقیدتی و سخنرانی عالمان دینی پیرامون رعایت اخلاق و ارزش های اسلامی در سازمان.

در مجموع کسانی که روحیه قوی دارند، احتمالاً کمتر تصمیمات غیر اخلاقی می گیرند و از طرف دیگر محیط سازمانی که مروج رفتارهای غیر اخلاقی است موجب بروز تصمیمات غیر اخلاقی می شود. در چنین جوی مدیران می توانند با پیشگام شدن در رعایت ارزش های اساسی جامعه و سازمان به عنوان الگو برای سایرین قلمداد گردند (مقیمی، ۱۳۸۵، ۱۷۵-۱۷۶).

۲-۴-۳ اخلاق مدیریتی:

یک سخن قدیمی می گوید: " کسب و کار اخلاقی، کسب و کار خوب است." این سخن را می توان در خصوص تمام اشخاص و نهادها در همه جنبه های جامعه گفت. رفتار اخلاقی مدیریتی نه تنها با قانون، بلکه با مجموعه ای از اصول اخلاقی مشترک در جامعه انطباق دارد. مدیرانی که اخلاقی رفتار می کنند، می توانند تأثیر مثبتی بر آدم ها در محیط کار و بر کارهایی که سازمان هایشان به نفع جامعه انجام می دهند، داشته باشند. مدیرانی که به این گونه عمل نمی کنند، سازمان هایشان را در فعالیت ها به نحوی که از حیث اخلاقی و اجتماعی قابل قبول باشد، با مشکلات بیشتری روبرو می کنند.

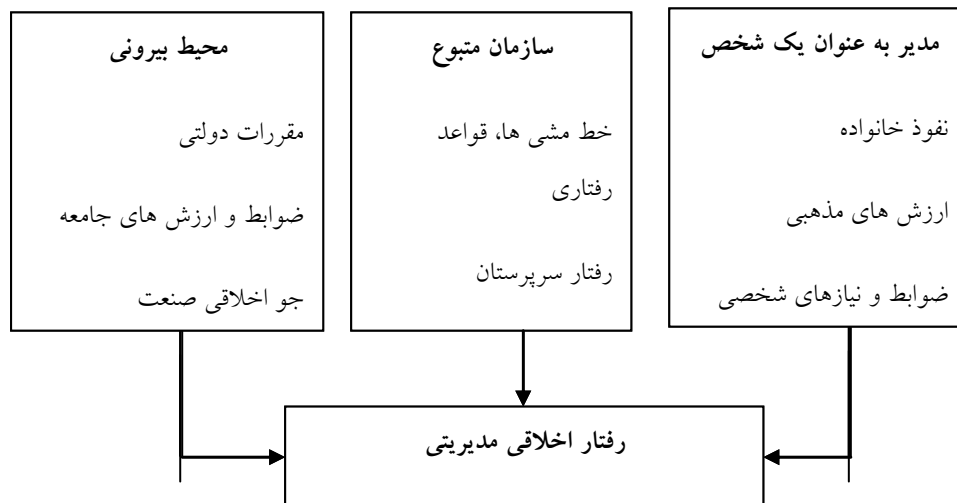
۲-۴-۴ مدیران در برابر دو راهی های اخلاقی:

دو راهی های اخلاقی^{۳۹} وضعیت هایی هستند که افراد را مجبور می کنند که درباره راه کارهایی تصمیم بگیرند که با وجود این که نفع بالقوه شخصی یا سازمانی یا هر دو را در بر دارند، به طور بالقوه غیر اخلاقی باشند. این ها موقعیت هایی هستند که در خصوص آنها اقداماتی باید صورت گیرد، اما اتفاق نظر روشنی درباره صواب یا نا صواب بودن آنها، وجود ندارد. مسئولیت بر عهده فرد است که انتخاب های خوبی به عمل آورد. یک مدیر امور مهندسی آن را چنین خلاصه می کند: "من یک موقعیت غیر اخلاقی را وضعیتی می دانم که در آن باید کاری انجام دهم که احساس خوبی درباره آن ندارم (شرموهون، ۱۳۸۱، ۱۰۰ - ۱۰۱).

۲-۴-۵ عوامل موثر بر اخلاقیات سازمانی :

روبرو شدن با دو راهی های اخلاقی در فضای امن یک کتاب درسی یا یک کلاس درس دانشگاهی، تقریباً آسان است. در عمل، یک مدیر برای انتخاب راه کارهای اخلاقی در وضعیت هایی که فشار ممکن است متقابل و زیاد باشد، با چالش روبرو می شود. آگاهی از عوامل موثر در اخلاق مدیریتی، ممکن است به شما در پرداختن به این چالش ها در آینده، کمک کند. شکل ۲-۶ این تأثیرات را نشان می دهند که از (۱) مدیر، (۲) سازمان و (۳) محیط، ناشی می شود (نمودار ۲-۶) (شرموهون، ۱۳۸۱، ۱۰۴).

³⁹ .Etichal Dilemmas



نمودار ۲-۶: عوامل موثر بر رفتار اخلاقی مدیریتی، شخص مدیر، سازمان و محیط - شرموهون، ۱۳۸۱، ۱۰۴

اخلاق مدیریتی به وسیله تجارب شخصی و سابقه مدیر، تحت تأثیر قرار می گیرد. نفوذ خانواده، ارزش های مذهبی، ضوابط و نیازهای شخصی (شامل نیازهای مالی و غیره) در تعیین رفتار اخلاقی مدیر در هر موقعیت تأثیر خواهد کرد. مدیرانی که فاقد مجموعه ای از اصول اخلاقی قوی و ثابت هستند، در می یابند که تصمیماتشان (همچنان به حداکثر رساندن منافع شخصی تلاش می کنند) از موقعیت دیگر متفاوت است. مدیرانی که دارای چارچوب های اخلاقی قوی (قواعد یا استراتژی ها شخصی برای تصمیم گیری اخلاقی) هستند، با ثبات و اعتماد بیشتر عمل می کنند، زیرا انتخاب ها با توجه به مجموعه ای از ضوابط اخلاقی قوی و محکم انجام می شوند.

سازمان عامل موثر دیگری در اخلاق مدیریت است. آنچه که سرپرست در خواست می کند و به چه عملی پاداش داده می شود یا مستوجب تنبیه است، مطمئناً می تواند بر اقدامات و تصمیمات فرد اثر بگذارد. انتظارات و اقدامات تقویت کننده که به وسیله همقطاران و گروه ها اعمال می شود، احتمالاً تأثیر مشابهی دارند. البته، بیانیه های خط مشی و مقررات مدون، بطور کلی در ایجاد یک جو اخلاقی برای سازمان حائز اهمیت بسیار هستند. هر مدیری در موقعیتی است که بر زیر دستان اثر می گذارد. همه مدیران باید به عنوان

الگوهای اخلاقی خوب عمل کنند و برای حوزه های مسئولیتشان ضوابط اخلاقی پی ریزی کنند و این کار باید به نحو مثبت و با آگاهی صورت بگیرد (شرموهون، ۱۳۸۱، ۱۰۴-۱۰۵).

۲-۴-۶ نظامنامه رسمی یا منشور اخلاقی:

نظامنامه رسمی اخلاقی عبارت است از دستور العمل های مدون رسمی درباره چگونگی رفتار در موقعیتهایی که مستعد ایجاد دو راهیهای اخلاقی است، در حرفه هایی از قبیل مهندسی، پزشکی، وکالت و حسابداری عمومی، هدف از این نظامنامه این است که اطمینان حاصل شود که رفتار فردی با ضوابط مشترک و تاریخی گروه حرفه ای، همخوانی دارد. انجمن ملی حسابداران، نظامنامه رسمی اخلاقی دارد تا حسابداران داخلی را که برای کارفرمایان صنفی کار می کنند، رهنمود دهد. نظامنامه از جمله، یک حسابدار را ملزم می کند که هر رفتار نامناسب مشاهده شده را به سرپرستان شرکت گزارش کند. مقامات انجمن فکر می کنند که نظامنامه به حسابداران مدیریت ضوابطی می دهد تا چنانچه از آنها بخواهند حساب سازی^{۴۰} کنند یا سوء استفاده های حسابداری را نادیده بگیرند، اینها را نیز در گزارش خود منعکس کنند.

بیشتر نظامنامه ها رفتار قابل انتظار را بر حسب شهروندی سازمانی، یعنی اجتناب از اقدامات غیر قانونی یا نامناسب در کار یک فرد، و روابط خوب با مشتریان، تعیین می کنند. در یک بررسی مربوط از شرکت ها با نظامنامه های مکتوب، اقلامی که بیشتر به آنها اشاره می شد عبارت بودند از: تنوع در نیروی کار، رشوه دادن یا گرفتن، مساعدت های سیاسی، درست بودن سوابق یا دفاتر، روابط مشتری- عرضه کننده و محرمانه بودن اطلاعات صنفی.

با وجود این که علاقه به نظامنامه های رفتار اخلاقی در حال افزایش است، باید به خاطر داشت که نظامنامه ها محدودیت هایی دارند. آنها نمی توانند همه وضعیت ها را پوشانند و تضمین نمی کنند که رفتار اخلاقی فراگیر باشد. ارزش هر نظامنامه رسمی اخلاقی هنوز بر مبنای منابع انسانی سازمان استوار است یعنی مدیرانش و سایر کارکنان. هیچ جایگزینی برای روش های استخدامی کارآمد که نیروی انسانی سازمان را از افراد صادق تأمین می سازد تا کارها را انجام دهند، وجود ندارد و هیچ جایگزینی برای مدیران متعهد وجود ندارد تا افراد را هدایت کنند و سپس به عنوان الگوهایی نقش خود را بطور مثبت ایفا کنند (شرموهون، ۱۳۸۱، ۱۰۴-۱۰۵).

⁴⁰.Cook The Books

۲-۴-۷ روش ها و مراحل تدوین نظامنامه اخلاقی در سازمان ها

برای تدوین یک منشور اخلاقی در سازمان ها، انجام دو عملیات لازم است:

۱. تفکیک و آنالیز

۲. ترکیب و سامان بخشی

ابتدا باید مسئولیت های اخلاقی را به عناصر سه گانه زیر تجزیه کرد:

M: نشانگر مجموعه ای است که مسئولیت های اخلاقی بنگاه بر دوش آنها است.

P: مجموعه ای افراد و نهادهایی است که بنگاه یا سازمان در قبال آنها مسئولیت اخلاقی دارد.

R: مجموعه الزامات و **M** تعهدات در قبال **P** است.

در مرحله یا گام دوم باید مجموعه **R** را بر حسب **M** و **P** به صورت سیستم و نظام جامع و سازگار

تدوین کرد. بدین ترتیب می توان نظام اخلاقی یا منشور اخلاقی سازمان یا بنگاه را تدوین نمود.

منشور اخلاقی نوع رفتار مورد انتظار مدیران و کارکنان را بیان می کند و به عنوان ملاکی برای ممیزی

اخلاقی هرگونه اقدامی در بنگاه به کار آید.

با توجه به مطالب فوق گام های اساسی تدوین این نظامنامه به شرح زیر است:

گام اول: در تدوین منشور نخستین گام طرح این سوال است که سازمان در قبال چه کسان، نهادها و

اموری متعهد است؟ و به عبارت دیگر چه کسانی نسبت به سازمان دارای حق اند و سازمان مکلف به

رعایت حقوق آنهاست. در این جا با مجموعه ای از افراد، نهادها و حتی اشیاء مواجه هستیم. این مجموعه

را **P** می نامیم. افراد و گروه هایی چون کارکنان، مدیران، سهام داران، مشتریان، صاحبان اعتبار و تأمین

کنندگان اعتبار مالی، صاحبان تکنولوژی (دارندگان حق لیسانس)، افراد و سازمان های سرمایه پذیر،

شهروندان، منافع ملی، بشریت در سطح جهانی، محیط زیست، مراکز علمی و پژوهشی، نهادهای جهانی و...

که سازمان در قبال آنها مسئولیت اخلاقی دارد.

گام دوم: در تدوین منشور اخلاقی اولویت بندی مسئولیت های اخلاقی بر حسب اهمیت حقوق کسانی

است که در مرحله قبل به دست آمد. بدون تردید بنگاه در قبال آنها مسئولیت دارد و چند نکته قابل توجه

است:

۱) اولویت بندی در حل مسائل اخلاقی بنگاه به ویژه در حل تعارضات اخلاقی اهمیت روش شناختی دارد.

۲) مبنای اولویت بندی به اصل " شما حق دارید و بنگاه مسئولیت." بر می گردد. اصلی که قوام اخلاق حرفه ای بر آن است.

۳) تجارب نشان داده است که حقوق مالکان و سهام داران را بصورت آخرین اولویت و با قید حقوق عادلانه تلقی کردن هرگز کاهش سود سهامداران را در بر نداشته است، بلکه در بلندمدت سود آور نیز بوده است.

۴) اولویت بندی محتاج ملاک و شاخص است. به عنوان مثال، ممکن است کسانی را که از بنگاه خدمات و کالا تهیه می کنند نسبت به کسانی که بنگاه از آنها مواد اولیه و خدمات اخذ می کند اولویت بدهید و یا شاخص های از این نوع. به هر ترتیب، تعیین اولویت در مسئولیت های اخلاقی بنگاه محتاج ملاک و شاخص است که بر حسب موضوع بنگاه و با ابزارها و روش های تخصصی حاصل می گردد.

۵) **گام سوم:** سومین گام طرح این پرسش است که مسئولیت های ما در قبال آنها دقیقاً چیست؟ بنگاه در قبال مدیران چه تعهداتی و در قبال مشتریان چه مسئولیت هایی دارد؟ در پاسخ به این پرسش ها با مجموعه فراوانی مواجه هستیم: مجموعه ای از تعهدات، تعهدات بنگاه در قبال سهام داران، کارکنان، کارگران، مدیران، مشتریان، صاحبان اعتبار و سرمایه گذاران و... هر یک از مجموعه ها را با رقم های فرعی همچون R1, R2, R3, و... نشان می دهیم.

گام چهارم: مسئولیت تحقق عینی مجموعه های R بر دوش افراد است. تعهدات اخلاقی بنگاه با همه تنوعی که در مجموعه های R وجود دارد بین افراد پخش می شود. سهام داران و مالکان به عنوان مثال مسئول بخشی از تعهدات و الزامات اخلاقی بنگاه هستند. در اینجا نیز با مجموعه ای مواجه می شویم به نام M که مجموعه کسانی است که مسئولیت های اخلاقی بنگاه بر دوش آنهاست. بیان دقیق این مجموعه چهارمین گام در منشور اخلاقی بنگاه است. مجموعه M شامل اعضای مجمع عمومی، مدیر عامل، هیأت مدیره، مدیران سازمان در سطوح پایین تر، سرپرستان، کارکنان و کارگران است.

گام پنجم: سوال اساس در این مرحله این که مسئولیت های اخلاقی بنگاه یعنی مجموعه های R چگونه بین افراد مسئول در بنگاه یعنی اعضای مجموعه M پخش می شود؟

به عبارت دیگر هر یک از اعضای مجموعه M در قبال اعضای مجموعه P چه مسئولیت هایی دارند؟ به عنوان مثال مجمع عمومی در قبال هیأت مدیره چه مسئولیت هایی دارد و متقابلاً هیأت مدیره در قبال مجمع عمومی چه باید انجام دهد؟ پاسخ دقیق به این سوال منشور اخلاقی بنگاه را شکل می دهد. این سوال ها به میزان اعضای مجموعه R در اعضای مجموعه انحلال پذیر M است.

یکی از راه های پاسخ به آن پرداختن به مهمترین آنهاست. یکی از مهمترین مصادیق مجموعه M هیأت مدیره یا مدیران عالی سازمان است. اینان چه تعهدی در قبال مالکان و مجمع عمومی دارند و چه مسئولیت هایی در قبال کارکنان، رقبا، مشتریان، صاحبان منابع مالی، شهروندان و... دارند؟ با عملی شدن " مراحل پنجگانه فوق " منشور اخلاقی سازمان تدوین می شود تا حقوق افراد در محیط داخلی و خارجی و مطالبات آنها از سازمان تعریف و از طرف سازمان به رسمیت شناخته شود. به همین دلیل " پای بندی استثناء ناپذیر " نسبت به منشور اخلاقی سازمان مهمتر از هر امری است. پای بندی به اصول، بدون تردید، بیش از محتوای اصول اهمیت دارد.

پای بندی تخلف ناپذیر به منشور اخلاقی در بحرانی ترین شرایط نجات دهنده سازمان است. به شرط آن که:

اولاً، منشور اخلاقی به نحو فراگیر و نظام مند تدوین گردد.
ثانیاً، به زبان صریح و ساده در همه سطوح محیط (داخلی و خارجی سازمان) اعلام شود.
ثالثاً، پای بندی استثنائاً پذیر با تأکید بر موارد مهم و هزینه آور آن تبلیغ گردد.

به عبارت دیگر، یک منشور اخلاقی باید، ویژگی های زیر را دارا باشد:

۱. فراگیر و جامع نسبت به همه عناصر محیط و ابعاد سازمان.
۲. قابل تحقق، عملی و قابل اجرا.
۳. مبتنی بر ملاکها اخلاقی به گونه ای که ارزش ذاتی و اصالت آن را حفظ کند.
۴. عاری از ابهام در زبان مفاهیم و ساختار.
۵. دارای ترتیب و اولویت بندی در مسئولیت ها.
۶. سازگار.

نکته: برای تدوین و اجرا موفقیت آمیز یک " منشور اخلاقی " در یک سازمان مدیران عالی سازمان نقش و وظیفه ای به مراتب سنگین تر از سایر گروه های فعال در سازمان را عهده دار می باشد.

"دراکر"⁴¹ در اهمیت اخلاق ورزی مدیران به ویژه مدیران عالی می گوید:

"اگر مدیران فاقد اخلاق نکو بوده و یا نادرست کار باشند، فساد به بار می آورد. او انسان ها را فاسد می کند و آنها را تباه می سازد، روح و حیات سازمان را فاسد و عملکرد آنها را تباه می نماید." این شرایط بخصوص در مورد مدیران عالی که در راس سازمان قرار می گیرند بسیار صادق است. زیرا سازمان آفریننده روح و حیات آن است. اگر سازمانی دارای روحیه خراب است به علت فاسد بودن روحیه افراد موجود در راس سازمان است (Pfeiffe & Forsberg,2000,3-5).

۲-۴-۸ فرهنگ سازمانی

۱) تعریف فرهنگ سازمانی

به طور کلی از آنجائی که تعریف‌های مختلفی از فرهنگ سازمانی شده است لذا هر یک از آنها به جنبه‌های خاصی تأکید می‌کند. دقت در محتوای تعریف‌های ذیل می‌تواند به ما نشان دهد که ماهیت آنها چه اهدافی را دنبال می‌نماید.

✓ فرهنگ سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، درک و استنباط و شیوه‌های تفکر یا اندیشیدن که اعضای سازمان در آنها وجوه مشترک دارند و همان چیزی است که به عنوان یک پدیده درست به اعضای تازه وارد آموزش داده می‌شود.

✓ فرهنگ سازمانی عبارت است از الگویی از فرضیات اساسی که به خوبی تعریف و به قدر کافی بررسی شده‌اند و بنابراین، به اعضای جدید به عنوان روش صحیح ادراک، اندیشه و احساس در رابطه با مشکلاتشان آموخته شوند (محسنی، ۱۳۷۹، ۳۱۲).

۲) عناصر تشکیل دهنده فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمان از دو لایه اصلی تشکیل شده است. نخستین لایه، ارزش‌ها و باورها (لایه‌ای است که نمایشگر نمادهای ملموس مانند طرز پوشش، رفتار، مراسم، تشریفات، اسطوره‌ها و افسانه‌هاست. لایه دیگر فرهنگ سازمانی، لایه پایه‌ای و یا شالوده اساسی فرهنگ سازمان است که به ارزش‌های زیربنایی، مفروضات، باورها و فرآیندهای فکری افراد و گروه‌های سازمانی اشاره دارد. این لایه در واقع فرهنگ

⁴¹ Druker

راستین سازمان را تشکیل می‌دهد. عوامل تشکیل‌دهنده فرهنگ سازمان عبارت اند از: هنجارها، سنت‌ها و تشریفات، و مفروضات. در این قسمت در مورد هر یک از عوامل ذکر شده توضیح مختصری داده می‌شود:

ارزش‌ها: ارزش‌های فرهنگ سازمان معمولاً بازتابی از ارزش‌های جامعه و محیطی است که سازمان در آن قرار دارد. در واقع ایده‌ها و تمایلات و نظراتی هستند که عمدتاً به‌عنوان راه‌حل‌های معتبر برای مشکلات پذیرفته شده‌اند.

باورها: مردم باورها یا اعتقادات گوناگونی دارند مثل اعتقاد به خدا، اعتقاد به کارایی گروه‌های کاری و یا جمع شدن در کنار آب سرد کن برای پیچ کردن و پی بردن به ماجراهای اداری محیط کار. بعضی از باورها مربوط به نکات جزئی زندگی روزمره و بعضی از آنها در حوزه مسائلی است که از نظر فرد، سازمان و یا جامعه اهمیت زیادی دارد. به‌طور کلی باورهای شکل‌دهنده تصمیمات بلندمدت و کلان سازمان را باورهای راهبردی (استراتژیک) و باورهای مشترک اجراکنندگان تصمیمات را باورهای کاربردی (عملیاتی) می‌نامند. هم‌سو نمودن این دو دسته باور به هم‌افزایی فرهنگی و توفیق سازمان در تحقیق اهداف خود کمک می‌کند. در غیر این صورت انرژی‌ها صرف خستی کردن یکدیگر و باعث اخلال و مانع حرکت سازمان به‌سوی هدف‌های خود خواهد شد. باورهای راهنما، جهت حرکت باورهای روزمره را تعیین می‌کنند. در واقع باورهای راهنما، تعیین‌کننده روشی است که هر کار باید بر اساس آن انجام شود و باورهای روزمره روشی است که کارها عملاً به‌طور روزانه انجام می‌شوند. باورهای راهنما مانند قوانین بنیادی به‌ندرت تغییر می‌کنند درحالی‌که باورهای روزمره، به رفتار روزمره مربوط می‌شوند و متناسب با شرایط تغییر می‌کنند.

فرآیند اجتماعی سازمان: عامل دیگری که در ایجاد و تکوین فرهنگ سازمانی مهم است، فرآیند اجتماعی سازمان است از طریق این فرآیند افراد جای خود را در سازمان باز می‌کنند. یاد می‌گیرند که چگونه جذب سازمان شوند، با هنجارها و استانداردهای سازمان آشنا شوند و رفتار مناسب را فرا گیرند. فرآیند اجتماعی در سازمان‌ها به‌صورت آموزش‌های توجیهی و قبل از خدمت و آموزش‌های حین خدمت می‌باشد و یا گاهی افراد خود به‌تدریج هنجارها و رفتارهای مناسب را تشخیص می‌دهند و به‌تدریج به آنها خو می‌گیرند. که در حالت اول آموزش به شکل رسمی و در حالت دوم به شکل غیر رسمی می‌باشد. موفقیت فرآیند اجتماعی سازمان ارتباط زیادی به ماهیت فرهنگ سازمان و نوع هنجارهای غالب در سازمان دارد.

سنت ها و تشریفات: سنت ها الگوهایی هستند که در سازمان شکل گرفته و به صورت عادت پایدار شده‌اند. تأکید بر الگوها، رفتارهای ویژه در مراسم عمومی، نوع برخورد با کار، افراد و ارباب رجوع، تشویق به گردهمایی ها پیروی از شعارها و نمادهای ارتباط (هر شیء، عمل، رویدادی که برای انتقال معنی به کار می‌رود)، همگی بیان‌کننده انتظارات سازمان از افراد و همین طور انتظار متقابل آنها از سازمان است.

اسطوره‌ها: نمونه‌ای از تاریخ گذشته سازمان است که موفقیت ها و کارهای برجسته مؤسسات و یا مدیران در گذشته را به صورت الگو بازگو می‌کند و هدف آن انگیزش کارکنان و پیروی آنها از آن الگوهاست. به طوری که در کارکنان دلبستگی ایجاد کند و باعث می شود آنان از عضویت در سازمان احساس غرور کنند و به خود ببالند. پژوهشگر دیگری اجزای فرهنگ سازمانی را از لحاظ قابلیت مشاهده و تغییر و تداوم آن به دو سطح تفکیک می‌کند. به طوری که در سطح عمیق‌تر که کمتر قابل مشاهده است. شامل ارزش های مشترکی می‌شود که حتی اگر اعضای گروه هم تغییر کنند در سازمان باقی خواهند ماند. که در واقع این ارزش ها رفتار گروه را شکل می‌دهند. در این سطح فرهنگ به سختی قابل تغییر است در این تفاوت افراد در سازمان ها از لحاظ توجه به مسائل مالی، نوآوری و یا عملکرد مشخص می‌شود. در سطح دیگر که قابل مشاهده است، فرهنگ الگوهای رفتاری را نشان می‌دهد که کارکنان تازه وارد به طور خودکار از کارکنان قدیمی می‌آموزند، فرهنگ در این سطح قابل تغییر است (لاوتر، ۱۳۸۱، ۵۸).

۳) تغییر در فرهنگ سازمانی و یک الگو

مدیریت تغییر، وظیفه بسیار دشواری است. در این باره واقعیتی غم انگیز وجود دارد و آن این که بیشتر تلاش های مربوط به اعمال تغییرات بنیادی در ابتدا به شکست می انجامد. علل اصلی این ناکامی ها، در این نکته نهفته است که اغلب، میزان واقعی مقاومت سازمانی در برابر تغییر به درستی برآورد نمی شود. طرفداران و عاملان تغییر معتقدند که تغییر را می توان مدیریت کرد و این مفروضات منجر به مداخله های نادرستی می شود. اگر پویایی های تغییر را نمی توان با اطمینان پیش‌بینی و کنترل کرد، پس طرفداران تغییر باید به منظور اداره فرصت های تغییر، ابتدا به مدیریت خود پردازند (<http://www.farsnews.net>).
به منظور کاهش مقاومت های سازمانی و ارائه یک الگوی مناسب در سازمان، برخی از اساتید فن اصول زیر را برای مدیریت تغییر ارائه داده اند:

گام اول: درک محیط و نیروهای دیگر تأثیر گذار در استراتژی های آینده، بازنگری در نیروهای داخلی و خارجی تأثیر گذار بر شرکت.

گام دوم: شناسائی و تعیین ارزش های بنیانی شرکت، گام اساسی در تغییر فرهنگ، تعیین ارزش های بنیانی و همیشگی است.

گام سوم: ایجاد دیدگاه مشارکتی از آنچه که شرکت می خواهد بشود. این پرسش که چه نوع فرهنگ، ارزش ها و ساختار سازمانی نیاز است تا بتوانیم به توسعه و استقرار استراتژی و تطابق با محیط جاری و آینده پرداخته شود. آیا نیاز به سرعت عمل بیشتری است؟ آیا نیاز به ارتباط نزدیکی با مشتریان است.

گام چهارم: ارزیابی فرهنگ موجود و تعیین عناصری از فرهنگ که نیاز به تغییر آن است. تغییرات فرهنگی معمولاً با تشخیص فرهنگ موجود و ارزیابی از اهداف استراتژیک آینده شروع می شود. اگر چه کار مشکلی است، زیرا وقتی شما درون سازمان هستید دیدن فرهنگ سازمانی مشکل تر است.

گام پنجم: تعیین اینکه چه تغییراتی بایستی انجام شود تا فاصله بین دو استراتژی پر گردد. آیا عناصر موجود (ارزش ها، هنجارها، ساختارها، سیستم ها و ...) در راستای اهداف آینده می باشند.

گام ششم: تعیین مدیران ارشد در هدایت تغییر فرهنگ. تیم رهبری عامل کلیدی موفقیت برای تغییر فرهنگ است. اگر تیم از افرادی گوناگون وقوی باشند تأثیر بسیار خوبی خواهد داشت. رهبر گروه باید مطمئن باشد که افراد بر اهداف در نظر گرفته شده اشراف و تمرکز لازم را دارند. گروه باید قادر باشد در کلیه سطوح سازمان ایجاد اعتماد و اطمینان کند. تیم می بایستی گروه های زیادی را راه اندازی کند. همچنین نیاز است که دیگران را برای تصمیم گیری و عملیاتی که منجر به تغییر گردد، توانمند سازد.

گام هفتم: استقرار برنامه اهداف و افق زمانی. هنگامی که فاصله بین فرهنگ جدید و موجود سازمان شناسائی شده، برنامه عملیاتی بایستی توسعه پیدا کند. اولویت ها کدامند؟ چه منابعی مورد نیاز است؟ توالی اقدامات چگونه است؟ چه مدت زمان نیاز است؟ مسئولیت های بخش های مختلف به عهده چه کسانی است؟ اصول اساسی مدیریت پروژه بایستی اجرا و پیگیری گردد تا پروژه پیچیده تغییر فرهنگ با موفقیت به انجام برسد.

گام هشتم: برقراری ارتباط و ایجاد انگیزه در میان تمامی ذینفعان. تغییر در فرهنگ سازمانی نیازمند برقراری ارتباطی دقیق و متقاعد کننده دارد. بایستی با پرسش از تمامی کارکنان آنها را در حلقه زنجیر به طوری که نیاز به تغییر را درک کنند، قرار داد. آنان باید بدانند که چگونه تغییر به نفع آنان است و چگونه

فرصت های جدیدی را ایجاد خواهد کرد. رهبری تغییر به منزله هدایت کننده، تسهیل ساز و توانمند کننده کلیه نیروها، برای پشتیبانی از تغییر است.

گام نهم: شناسایی موانع و منابع مقاومت و توسعه استراتژی برای رفع آنان. افراد در مقابل تغییر عکس العمل های متفاوتی از خود بروز می دهند. اگر در تمام سطوح تضاد و چالش ها برطرف نشوند مقاومت قطعاً سخت تر خواهد بود. برای مقابله با ترس و از دست دادن کار، اقداماتی بایستی انجام داد. ترس را می توان با ارائه اطلاعات و اشتیاق مدیریت به شنیدن صدای کارکنان کاهش داده و علاقه مندی آنان را افزایش داد. استراتژی دیگری که می تواند به دیگر کارکنان برای تطبیق با تغییر کمک کند، این است که تغییر را به گام های کوچکتری تقسیم کنند. به علاوه مدیریت نیاز دارد که افراد را به درک فرصت ها و فواید شخصی که از تغییر حاصل می گردد، ترغیب نماید.

گام دهم: نهادینه سازی والگو سازی در جهت تقویت تغییر فرهنگ. رهبری تیم نقش حیاتی در الگو سازی، تقویت و پاداش تیم دارد. هنگامی که رفتار مدیریت و تصمیمات او مطابق با تغییرات است این به منزله ارسال پیام های انگیزشی برای پشتیبانی از تغییر است. به علاوه مدیریت باید پاداش رفتار و نتایج ناشی از تغییر را تضمین کند. وی باید این اطمینان را بدهد که سیستم پاداش و رفتار در حین عمل تشخیص داده خواهد شد و گام به گام مورد تحلیل قرار می گیرد.

گام یازدهم: ارزیابی از فرهنگ سازمانی و نهادینه کردن نرم یاد گیری و تغییر شکل. باید به خاطر داشت که تغییر یک فرآیند دینامیک است که نیاز به بازخورد مستمر و ارزیابی دائم دارد. همچنان که محیط سازمانی تغییر می کند فرهنگ بایستی وفق داده شود. راه حلی که زمانی در یک سازمان مشکلی را حل کرده است، مطمئناً برای همیشه کارساز و موثر نمی باشد (<http://www.mgtsolution.com>).

۲-۵ عوامل فراسازمانی

- استبداد زدگی نظام سیاسی و اجتماعی ایران (به گونه ای که رگه های آن در تمامی ابعاد و نهاد های کوچک و بزرگ جامعه تنیده شده است)؛
- اختلاف فرهنگی و طی نشدن سیر منطقی گسترش روابط عمومی در کشور، متناسب با شتاب تحولات این حرفه در آمریکا. کشور های توسعه یافته؛

- نداشتن اصول و قوانین کاری جهان شمول که در همه شرائط و موقعیت ها قابل استفاده باشد. (فقدان دستور العمل جامع و نظام نامه حرفه ای)؛
- فقدان یک انجمن حرفه ای و کارآمد و یا قدرت تأثیر گذاری بر وزارتخانه ها و سازمان ها به منظور نظارت و ارزیابی فعالیت های روابط عمومی های دولتی؛
- عدم وجود زیر ساخت های قانونی و حقوقی به دلیل نوع نگرش دولتمردان و فقدان انجمن های کارآمد و حرفه ای؛
- محدودیت و نا کافی بودن مراکز آموزشی و پژوهشی در حوزه روابط عمومی به دلیل کمبود اساتید و کارشناسان صاحب نظر؛
- تمرکز در مسائل تکنیکی و اجتناب از نظریه پردازی (فقر نظریه)؛

(<http://www.aftab.ir/articles/social/communications/>)

۲-۶ پیشینه و ادبیات تحقیق

۲-۶-۱ پیشینه داخلی

کمالی نژاد، در پایان نامه کارشناسی ارشد خود در سال ۱۳۶۹، از دانشگاه تهران در دانشکده ادبیات و علوم انسانی، تحت عنوان " تفسیری بر نظریه اخلاقی کانت (مابعد الطبیعه اخلاق)" چنین بیان داشت:

راس^{۴۲} (۱۸۷۷-۱۹۷۱) فیلسوف اخلاق و ارسطو شناس انگلیسی در کتاب خود سعی می کند تا تفسیری از کتاب مابعد الطبیعه اخلاق کانت ارائه نماید. همچنان که از وی انتظار می رود اوصراً به تفسیر نمی پردازد، بلکه در ضمن این کار از دیدگاه خود به بیان نقاط ضعف نظریات او نیز توجه دارد. چکیده این اثر تفسیری آنچنان که راس در مقدمه بیان می نماید شامل موارد زیر است: او نخست به مبنای دسته بندی که کانت از معرفت ارائه نموده می پردازد. ضمن بیان آن تقسیم بندی گزارش می کند که کانت اخلاق را از قسم معارفی می داند که به ماده معرفت می پردازد و در نتیجه دارای دو بخش محض و تجربی است، لذا این دو بخش را همان مابعد الطبیعه اخلاق و انسان شناسی عملی (روانشناسی) می نامد. راس این تقسیم

⁴².Rasse

بندی ارائه شده در اخلاق را مبهم می‌داند، لذا به تبعیت از طبیعیات و فیزیک، سعی می‌کند خودش آنها را تبیین نماید. راس ویژگی این دو بخش اخلاق را همان محض و تجربی بودن آنها می‌داند. سپس بیان می‌دارد که بخش محض به طبیعت انسان به نحو عام توجه دارد، ولی بخش تجربی به طبیعت انسان به عنوان موجودی که تابع احساسات و متاثر از محیط و ... است توجه می‌کند.

در اینجا راس ضمن انتقاد از کانت در مورد این که کاملاً وفادار به این تقسیم بندی که مشابه تقسیم قضایا به ماتقدم و تالیفی ماتقدم است نمی‌باشد، می‌گوید در واقع کانت در اعلام این که کدام عمل اخلاقی نیک است نیز متأثر از تقسیم بندی قضایاست. زیرا عملی را اخلاقاً نیک می‌داند که به پیروی از قانون اخلاقی که به صورت ماتقدم به دست آمده است انجام شده باشد و نه عملی که صرفاً مطابق با قانون است. راس ضمن تأیید این نظریه به لزوم ماتقدم بودن قانون اخلاقی اعتراض می‌نماید.

او می‌گوید آنچه عملی را اخلاقاً نیک می‌سازد همانا انجام آن بر اساس پیروی از قانون است و این موضوع کاملاً ممکن است در مورد یک قانون غیرماتقدم یعنی تجربی نیز روی دهد و این به هیچ وجه از ارزش عمل نخواهد کاست یعنی اگر من صرفاً از روی احترام به قانون از یک قانون اخلاقی که تجربه نیز در پی بردن به آن موثر بوده پیروی کنم باز عملم دارای ارزش اخلاقی و عملی نیک است. در ادامه راس به موضوع عقل عملی و عقل نظری نزد کانت می‌پردازد و می‌گوید هر چند کاربرد بعضاً شبه انگیز این دو اصطلاح موهوم وجود دو عقل در نظر کانت است ولی به واقع کانت قائل به یک عقل است که زمانی در مورد مسائل نظری و گاهی نیز در مورد مسائل عملی به کار می‌رود. سپس او به تقسیم بندی ارائه شده از سوی کانت در کتاب مابعدالطبیعه اخلاق می‌پردازد و آن را درحالی که توجیه می‌نماید، انتقاداتی نیز به آن وارد می‌سازد. راس می‌گوید دو بخش نخست کتاب تحلیلی است، یعنی برای نیل به مفاهیم متداول فلسفه اخلاق، مفاهیم عمومی اخلاق تحلیل شده است برای نیل به مفاهیم اساسی تر فلسفه اخلاق خود کانت، مفاهیم متداول فلسفه اخلاق تحلیل شده است. بخش سوم در حالی که انتظار می‌رود تألیفی باشد و توجیهی برای وجود آگاهی اخلاقی فراهم نماید و ثابت کند که اخلاق به هیچ وجه مخلوق ذهن نیست، و واقعاً برخی اعمال هستند که انجام دادن آنها درست است، عملاً به مسیری دیگر می‌رود. کانت در بخش سوم عملاً به بررسی مواردی می‌پردازد که به عقیده او میان وجود تکلیف و آزادی اراده استوار است.

علی پور، دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه قم در سال ۱۳۷۸ در پایان نامه خود، تحت عنوان " ترجمه و نقد ۴ فصل آخر کتاب: Ethics Virtues Against Reductivism In & Quandaries" ابراز می دارد:

نویسنده در این کتاب دو گونه نگاه یا دو روش دارد: ۱- در بخش های نخستین کتاب بیشتر با روش سلبی به دیدگاه ها و نظریه های اخلاقی می پردازند و با نقدهای سهمگین خویش اغلب دیدگاههای اخلاقی موجود در باب معیار صواب و خطای احکام اخلاقی را به زیر چاقوی نقادی می کشاند. ۲- از بخش های میانی، نویسنده با نگاهی اثباتی به دنبال در انداختن طرحی نو در مسایل اخلاقی است.

وی در فصل پنجم تعریف ابداعی خود از فضیلت را ارائه می کند. و در فصل ششم نظریه مختص به خود در باب معیار صواب و خطای اعمال اخلاقی را تبیین و اثبات می کند و نظریه خویش را فضیلت محور از نوع کمال گرایی می نامد. در دو فصل پایانی کتاب به یک بحث کاربردی تر می پردازد و در پی نیل به تعلیم و تربیت شایسته و صواب، بحث های مفصلی طرح می کند. مترجم افزون بر ترجمه، بر هر فصل و به ویژه به دو فصل ششم و نهم، از منظر اخلاق اسلامی تعلیقاتی نگاشته است، که گاه نقد نظرگاه های نویسنده است و گاه توضیح و تبیین دیدگاه های نویسنده. همچنین مقدمه تقریباً مفصل این رساله که حاوی نگاهی کلی به فلسفه اخلاق و تاریخ اخلاق فضیلت است، حاصل تلاش مترجم است، که امید است مقبول طبع ارباب معرفت واقع افتد.

گیوریان در سال ۱۳۸۲، در پژوهش خود تحت عنوان، ارائه الگویی جهت اخلاقیات سازمان در دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات با ارائه الگویی در جهت بهبود عملکرد اخلاقی سازمان های دولتی سعی در ارائه راهکار مناسب برای فرآیند اخلاق کاری دارد.

صفی لو در پایان نامه خود جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد، در سال ۱۳۸۵ به بررسی و شناخت آفات، بیماری ها و موانعی پرداخت که می تواند پایه های دولت و حکومت را متزلزل سازد و آثار آن جامعه را با بحران جدی روبرو سازد (صفی لو، ۱۳۸۵، ۳).

پژوهش صورت گرفته توسط بیات در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی در سال ۱۳۸۷، بر روی ارزش های اخلاقی اساتید دانشگاهی، نشان دهنده ارتباط میان ارزش ها اخلاقی و متغیرهای مختلفی در میان دانشگاهیان بود (بیات، ۱۳۸۷، ۹).

داروئیان در سال ۱۳۸۸ در پایان نامه کارشناسی ارشد خود از دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی به " بررسی ادراک اخلاق کاری مدیران کسب و کارهای کوچک و بزرگ پرداخته" و بیان می دارد، این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه ایی جهت جمع آوری اطلاعات ادبیات پژوهش و روش پرسشنامه به بررسی متغیرهای پژوهش خود پرداخته و پرسشنامه با استفاده از روش خوشه ایی میان ۱۵۰ تن از مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهرک صنعتی شمس آباد تهران توزیع گردید.

نتایج پژوهش با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ و روش های آماری کروسکال واریس و تحلیل واریانس مورد سنجش قرار گرفت که به جز یک فرضیه که ارتباط معناداری را بین ادراک اخلاقی و سن مدیران نشان می داد، الباقی فرضیات رد شدند.

۲-۶-۲ پیشینه خارجی

تایر^{۴۳} در سال ۱۹۵۱ در کتاب خود درباره رویکرد فضیلت گرا اینگونه سخن می راند که فضیلت ویژگی اکتسابی است که دارا بودن و به کار بستن آن، ما را قادر می سازد به آن محاسن که درون مایه رفتار انسانی را شکل می دهد دست یابیم و فقدان آن مانع می شود که به هر مطلوبی نایل شویم. از دیدگاه وی فضیلت با مفهوم رفتاری که پیچیده اما هماهنگ است، در اجتماع نهادینه شده است، از طریق همکاری انسان ها انجام می شود، شامل مهارت های فنی است که در ارزش ها و اصول رویه تکامل جامعه تکرار می شود و به منظور تحقق استانداردهای خاصی از تعالی، سازماندهی یافته است. از طریق هدایت مناسب یک رفتار است که غایت نهایی رفتار اخلاقی، حاصل می شود (لاوتن، ۱۳۸۱، ۶۸).

در سال های اخیر نگرانی گسترده ای از کاهش اخلاق کار ایجاد شده است. برای مثال بر اساس یک مطالعه مشاهده ای از رفتار کارکنان طی یک دوره دو ساله، کارکنان فقط ۵۱ درصد از روز کاری را به طور واقعی کار می کردند و بقیه ۴۹ درصد به فعالیت های غیر مولد مانند خوردن چای، گفتگوهای خصوصی با همکاران و دیر حاضر شده بر سر کار و زود ترک کردن محل کار می گذشت (رضائیان، ۱۳۸۰، ۲۴۹۰).

در تحقیقی دیگر در سطح ملی امریکا از ۸۴۵ کارمند ۲۳ درصد ذکر کردند که با استعداد کامل یا با تمامی توان خود کار نمی کنند، ۴۴ درصد بیان داشتند، بیشتر از آنچه کارشان می طلبد کوشش می کنند و ۶۲ درصد نیز معتقد بودند که افراد با آن شدت و حدتی که معمول گذشته بوده است دیگر کار نمی کنند. به هر حال

43. Tayer

شواهد دیگری نیز وجود دارد که نشان می دهد این یافته ها تصویر منفی و غیر واقعی ارائه می دهد (Miller, 1983, 12).

برخی از کارشناسان بر این باورند که اخلاق کاری به وسیله برخی از مدیران سرکوب شده است، زیرا مدیریت به جای اینکه اخلاق کاری را تقویت نماید اغلب با اقدام هایی که انگیزه سخت کوشی را سرکوب می کند، موجبات بی نتیجه ماندن فعالیت های افراد را پدید می آورد (Gordan, P.E, 1990, 25).

برای مثال با پرداخت دستمزد ساعتی انگیزه حاضر شدن در محل کار را در آنان ایجاد می کند. ولی ضرورتاً آنان را به طور کامل مولد بار نمی آورد. گذشته از آن واگذاری کارهای گنگ، تکراری و غیر چالشی نه تنها زمینه سخت کوشی کارکنان را فراهم نمی آورد، موجب می شود که آنان از زیر کار شانه خالی کنند.

شی^{۴۴} در سال ۱۹۹۰، در تحقیق خود به بررسی رابطه تحصیلات و اخلاق کار پرداخت و دریافت، بالا رفتن تحصیلات کارگران باعث بالا رفتن انتظارات شده است. آنان هوش را موجب موفقیت خود می دانند، اخلاق کار را در پاداش جستجو می کنند و تحمل کاری که در آن پیشرفتی نباشد، ندارند بنابراین، رابطه علی متغیرها به صورت زیر قابل بیان است: کاهش اخلاق کار افزایش انتظارات را منجر می شود (Sheehy, 1990, 21). ساهیل^{۴۵} در سال ۱۹۹۰ نیز، در بررسی رابطه سن و اخلاق کار دریافت، بالا رفتن سن نیروی کار و همچنین افزایش درصد زنان شاغل بر هنجارهای مرتبط با اخلاق کار تأثیر گذاشته است (Sawhill, 1990, 3).

استین برگ^{۴۶} و آستین^{۴۷} در سال ۱۹۹۰ در تحقیق خود، هزاران تن از کارمندان دولتی را با چهارده معمای اخلاقی آزمودند و نتایج زیر در توجیه رفتار غیر اخلاقی حاصل شد:

نیات و مقاصد خوب- مدیران سردرگمی و ناراحتی خود را از نزدیکی به خط پایان بیان کردند و برای دستیابی به آنچه که اعتقاد داشتند یک پایان مطلوب است.

✓ شیفتگی ذاتی به اعمال قدرت.

✓ آزمندی به زیاده خواهی.

✓ نادیده گرفتن قوانین، اصول، منشورهای رفتاری سیاست ها و رویه ها.

⁴⁴.Sheehy

⁴⁵.Sawhill

⁴⁶.Steinberg

⁴⁷.Austen

- ✓ شرایط خاص ناحیه.
- ✓ دوستی.
- ✓ ایدئولوژی.
- ✓ دستاوردهای شخصی یا خانوادگی.
- ✓ عدم ثبات کارکنان در سازمان.
- ✓ فشارها و مسائل مالی.
- ✓ حماقت.
- ✓ بهره کشی از سوء استفاده کنندگان.

پاپس^{۴۸} در سال ۱۹۹۴ بیان می دارد، اتخاذ تصمیمات اخلاقی معمولاً شامل یافتن یک خط تعادل بین ارزش های مختلفی است که با یکدیگر در تعارض هستند. این نوع کثرت گرایی اخلاقی کاربرد مطلوبی داشته و برای تعدد ارزش ها که از ویژگی های جوامع دموکراتیک مدرن است مناسب می باشد. در قالب پیامدها، یک مدیر دولتی واقع گرا نمی تواند هرگونه اصل اساسی اخلاقی را نادیده بگیرد که با فضای موجود بیگانه بوده و احتمالاً اثربخشی تحقق رسالت دستگاه دولتی را تحت تأثیر قرار دهد.

بنابراین در یک جامعه دموکراتیک، وجود یک حد تحمل، در بطن مسئولیت اخلاقی مدیر قرار دارد و منطق اندیشه سودمندگرایی، تصمیمات را مبتنی بر قضاوت های متعادل بسیاری می داند و از این رو متناسب با کثرت گرایی اخلاقی و حد تحمل اخلاقی می باشد (Pops, 1994).

بادارکو^{۴۹} و وب^{۵۰} در سال ۱۹۹۵ در تحقیق خود که شامل سی تن از فارغ التحصیلان فوق لیسانس بازرگانی از دانشگاه هاروارد، بود، دریافت که چهار دستور سازمانی قدرتمند وجود دارد که رفتار غیر اخلاقی را تشویق می کند و فشارهای سازمانی بیش از کاستی های شخصی افراد در بروز رفتارهای غیر اخلاقی نقش دارد:

(۱) عملکرد تنها چیزی است که مهم است - هدف باید تحقق یابد.

(۲) وفادار باش و نشان بده که یک بازیکن تیمی هستی.

(۳) قانون را هرگز زیر پا مگذار

⁴⁸.Pops

⁴⁹.Badaracco

⁵⁰.Web

۴) هیچگاه در رفتارهای اخلاقی بیش از اندازه سرمایه گذاری نکن (Pops,1994).

مک لی گان^{۵۱} در سال ۱۹۹۵ چنین اظهار می دارد:

تأکید در تصمیم گیری در مواردی خاص که اغلب به عنوان جوهره اصلی اخلاقیات کسب و کار تصور می شود، باعث منحرف شدن توجهات از این نکته است که چون بسیاری از ملاحظات اخلاقی بسیار فراگیرتر از آن هستند، این مسئله باعث نادیده گرفتن آنها می شود. مسائل روزمره - موضوعات گفتمان و رفتار نسبت به دیگران... یا شیوه خیانت آمیزی که در آن مولفه های نظام مند مانند فرهنگ، ساز و کارهای کنترل و فرهنگ پذیرفته شده در سازمان... می تواند در مسائل اخلاقی دخیل باشد - را باید در معرض توجه مردم قرار داد (Maclagen,1995,159).

ابرات^{۵۲} و همکاران در پژوهش اخلاق کاری که روی مدیران سطح عالی و میانی و کارمندان فروش شرکت های تجاری خرده فروش آفریقای جنوبی انجام داده اند، مطرح ساخته اند که در مقابل سناریوهای اخلاقی معطوف به کار، بین مدیران با کارمندان فروش در موضوعات اجتماعی شدن، داشتن میل به منافع شخصی و درستی در اجراهای کاری تفاوت های معنی داری وجود داشته است (Abratt & etal,1999).

اِکین^{۵۳} و تزاوالمز^{۵۴} در کشور ترکیه تاثیر عوامل فردی، مدیریتی و سازمانی را بر روی ادراکات اخلاق کاری مدیران و عواملی که مدیران را به رفتار غیر اخلاقی سوق می دهد، بررسی کردند. نتایج نشان می داد که فقط در رفتارهای اخلاقی مدیران تفاوت وجود داشته است (Tezölmez & Ekin,1999).

اده^{۵۵} و همکارانش بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی بیان می کنند که فقط سن مدیران روی رفتارهای اخلاقی در فعالیت های تولیدی تاثیر گذار بوده است و در این راستا مدیرانی که زیر ۴۰ سال سن داشته اند نسبت به مدیرانی مسن تر اخلاقی تر رفتار می کردند. جدا از این، اینان اشاره دارند که اگر موسسات تجاری از نظر قلمرو فعالیتی طبقه بندی شوند، تفاوت معنی داری میان مدیران موسسات تجاری در تصمیم گیری وجود خواهد داشت تا جایی که مدیران کسب و کارهای صنایع غذایی نسبت به مدیران موسسات تجاری دیگر رفتار اخلاقی تر از خود بروز می دهند (Ede & etal,2000).

⁵¹.Maclagen

⁵².Abratt

⁵³.Ekin

⁵⁴.Tezölmez

⁵⁵.Ede

در سال ۲۰۰۱ کارپ و آبرامز^{۵۶} مطالعه ای را در عرصه اخلاقیات سازمان انجام دادند. عنوان پژوهش اینان بررسی روابط بین ارزش های فردی و ارتقای اخلاقیات درون سازمان می باشد. به اعتقاد ایشان در این پژوهش بخش مهمی از هدایت رفتار و اقدامات اخلاقی کارکنان سازمان بر پایه ارزش های شخصی آنها می باشد. به عبارت دیگر باورها و ترجیحات هر فرد می تواند موجب رفتار اخلاقی و یا غیر اخلاقی گردد (بیات، ۱۳۸۷، ۵۶).

الخطیب و همکارانش در تحقیقی که در سه کشور مختلف انجام داده اند، در میان گذاشته اند که ایدئولوژی های اخلاقی کارکنان، داوری و رفتارهای اخلاقی آنان را تحت تاثیر قرار داده است. همچنین اینان معتقدند که آرمان گرایی عامل خیلی مهم در تعیین ادراکات رفتار اخلاقی و تمایلات رفتار غیر قانونی یا نامشروع کارکنان بوده است (Al- Khatib et al, 2002).

پژوهشی دیگر در میان ۳۵۰ شرکت در یه کشور عربی در خلیج فارس توسط استنتون^{۵۷} و همکارانش در سال ۲۰۰۲ صورت پذیرفت که نشان داد، میان سن، سطح مدیریت و تحصیلات مدیران و ادراک اخلاقی آنان تفاوت وجود دارد (Stanton et al, 2002, 97).

پینار^{۵۸} در سال ۲۰۰۲ در دانشکده بازرگانی استانبول، پژوهشی در باب ارزش های اخلاقی اساتید دانشگاهی انجام داد. نتایجی که وی به دست آورد از این قرار است:

از نظر نگرش اساتید دانشکده بازرگانی دانشگاه استانبول در باب مسائل اخلاقی به ترتیب، تأمین منافع مالی در قبال نمره، مغشوش کردن نتایج با تحریف داده های تحقیق، نشان دادن مسافرت های شخصی به مانند پژوهش علمی برای تأمین و پشتیبانی مالی از دانشگاه، تأمین پشتیبانی زیاد با تحریف اسناد و مدارک در تحقیقاتی که با پشتیبانی مالی انجام می گیرد، استفاده از آثار دیگران بدون اجازه و ذکر منبع و بیش از حد نشان دادن هزینه های مسافرتی که با پشتیبانی دانشگاه انجام می گیرد، موضوعاتی را تشکیل می دهند که در رأس فهرست مسائل اخلاقی قرار دارند.

سونر^{۵۹} و همکارانش در سال ۲۰۰۲، تحقیقی بر روی ادراک اخلاق کاری ۱۸۸ تن از مدیران کسب و کارهای متوسط و کوچک در منطقه دریای سیاه در ترکیه انجام دادند و دریافتند:

⁵⁶.Karp& Abramms

⁵⁷.Stanton

⁵⁸.Pinar

⁵⁹.Soner

تفاوت های آماری معنا داری بین صفات ممیز مدیران و شرکت های تجاری (سطح مدیران خارج) با ادارات اخلاقی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط وجود دارد (داروئیان، ۱۳۸۸، ۱۴۴).

۷-۲ جمع بندی:

مسائل اخلاقی در حقیقت عمده ترین معضلات مدیریتی هستند، زیرا آنها بیانگر تقابل بین عملکرد اقتصادی و عملکرد اجتماعی می باشند. مشکلات اخلاقی مدیریت به علت پیامدهای گسترده، راه حل های گوناگون، رویدادهای نامطمئن و برداشت های شخصی، پیچیده بود، و دارای مشکلات فراگیر نیز هستند. زیرا مدیران تصمیم می گیرند و اعمالی را انجام می دهند که دیگران را تحت تأثیر قرار می دهند.

اگر این تصمیمات و اعمال دیگران را ناسازگارانه تحت تأثیر قرار دهند، و یا اگر به نحوی خارج از کنترل، به دیگران آسیب یا ضرر برسانند، در این صورت ما با یک مشکل اخلاقی که نیازمند کمی تجزیه و تحلیل اخلاقی به همراه میزان بیشتری تجزیه و تحلیل اقتصادی است، سر و کار داریم. به طور کلی قانون جاویدان، سودمندگرایی، وظیفه گرایی، عدالت توزیعی و آزادی فردی پنج منظومه عمده اخلاقی هستند. هر منظومه اخلاقی بیانگر بخشی از حقیقت است و به عنوان ابزار قضاوت مفهوم اخلاقی تصمیمات فردی کامل نمی باشد، پس ارائه دلیل اخلاقی در مورد موضوعی با بهره گیری از هر پنج منظومه اخلاقی آسان و ساده نیست، اما راضی کننده است.

فصل سوم

روش تحقیق

مقدمه

«تحقیق گرانباترین امر برای آنانی است که به آزادی نائل شده اند»، تحقیق، عملی منظم، منطقی و دقیق برای دست یافتن به حقایق و دانش نو و ارتباط آن با کل زندگی تعریف می شود. همچنین تحقیق به عنوان عمل منطقی، منظم و دقیق برای حل مسأله و درک روابط بین متغیرها مطرح می شود (خلیلی شورینی، ۱۳۷۸، ۱۵).

تحقیق حاضر همگام با بررسی ارتباط مشخصات توصیفی مدیران و واحدهای مناطق مختلف با ادراک اخلاقی مدیران، بر آن است که راهکارهای مناسب در جهت گسترش اخلاق فردی، حرفه ای و سازمانی را در سازمان ثبت اسناد تهران، ارائه دهد. لذا در این فصل به تشریح روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه گیری، ابزار جمع آوری اطلاعات و روش های آماری مورد استفاده براساس اصول روش تحقیق به کار رفته، پرداخته شده است، که در ادامه به تفصیل بیان شده است.

۳-۱ قلمرو تحقیق

۳-۱-۱ قلمرو زمانی: بررسی، مطالعه اسناد و مدارک، مقالات، کتب و تحقیقات انجام شده پیشین جهت جمع آوری اطلاعات مربوط به ادبیات تحقیق، در نیمه دوم سال ۱۳۸۷ و توزیع پرسشنامه در میان جامعه آماری، در نیمه اول سال ۱۳۸۸ صورت پذیرفته است.

۳-۱-۲ قلمرو مکانی: در این پژوهش، کلیه مدیران ارشد، معاونین و سرپرستان با سطوح تحصیلات کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری، شاغل در اداره ثبت اسناد شهر تهران، در حیطه قلمرو مکانی، یعنی مکانی که پژوهشگر جهت جمع آوری اطلاعات لازم به آن مراجعه نموده است، می باشد.

۳-۱-۳ محدوده تحقیق: محدوده تحقیق، ادراکات اخلاق کاری مدیران بوده که در جهت جمع آوری بنیان علمی، یعنی از لحاظ ادبیات تحقیق، علوم مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی مد نظر قرار گرفته است.

۳-۲ روش تحقیق

در تحقیق نوع پیمایشی، اثرگذاری و ارتباط مورد معین دو محیط، بررسی می شود و از طریق نظرسنجی و مراجعه به دیدگاه‌های موجود درباره پدیده‌های مشخص، از چگونگی میزان تأثیرگذاری آن در جامعه و در نتیجه، ارتباطی که اطرافیان از طریق نگرش‌های خود با پدیده مذکور پیدا کرده‌اند، آگاه می شویم.

همان طوری که نتیجه می شود، تحقیق پیمایشی از بررسی مورد معین فراتر می رود. برای مثال، اگر در تحقیق موردی به بررسی اثر تدریس شخصیت‌های سیاسی در دانشگاه اشاره کردیم، همان تحقیق، اگر در چهار چوب مطالعه نظرهای مردم جامعه درباره تدریس شخصیت‌های سیاسی در دانشگاه طراحی شود، از نوع پیمایشی محسوب خواهد شد، همچنین پژوهشی که با استفاده از نتایج تحقیقات بنیادی به منظور بهبود و به کمال رساندن رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام گیرد، پژوهشی کاربردی است (کل، ۱۳۷۴، ۵۸).

از آنجا که در جهت بررسی ارتباط مشخصات توصیفی مدیران و واحدهای مناطق مختلف با ادراک اخلاقی مدیران، از طریق نظر سنجی هستیم، پژوهشگر روش تحقیق خود را توصیفی پیمایشی بیان می کند.

۳-۳ شرح متغیرها

۱) متغیر مستقل: مشخصات توصیفی واحدهای مختلف (شامل قلمرو تحقیق، تعداد کارکنان و عمر واحد در منطقه) و مشخصات توصیفی مدیران (که شامل سن، تحصیلات، جنسیت، تجربه، جایگاه، مدیر (عالی، میانی، اجرایی و...)، درآمد ماهانه و درآمد خانوار می باشد) در بر دارنده متغیرهای مستقل تحقیق هستند.

۲) متغیر وابسته: ادراکات اخلاقی مدیر

۳-۴ نمونه گیری

معمولاً مطلوب بودن نمونه ای بزرگ در برابر عملی بودن نمونه های کوچک مصالحه می شود. یک نمونه ایده آل آنقدر بزرگ است که می تواند معرف دقیق جامعه ای باشد که محقق می خواهد نتیجه تحقیق را به آن تعمیم دهد و آنقدر کوچک است که از نظر دستیابی به آزمودنی ها، مصرف پول و وقت و پیچیدگی تجزیه تحلیل داده ها، انتخاب آن مقرون به صرفه است. برای برآورد حجم یک نمونه دقیق هیچ رقم معین یا درصد ثابتی از افراد جامعه وجود ندارد (کل، ۱۳۷۴، ۳۰). در این پژوهش حجم نمونه با توجه به حجم جامعه، یعنی ۱۰۰ نفر و بر اساس جدولی که «هگن، مورگان و کرچسی» ارائه نموده اند، ۸۰ نفر (پیوست د) تعیین شده است (سکاران، ۱۳۸۱، ۳۳۳).

۳-۵ روش نمونه گیری

روش به کار رفته جهت نمونه گیری در تحقیق حاضر روش نمونه گیری تصادفی ساده " بدون جایگزینی " می باشد. بر اساس اندازه تعمیم پذیری مطلوب، فراهم بودن زمان و سایر منابع و سرانجام هدفی که مطالعه به خاطر آن انجام می شود، انواع مختلف طرح های نمونه برداری انتخاب خواهند شد. اگر در یک جامعه آماری با N عضو، یک نمونه تصادفی به حجم n انتخاب شود چنانچه هریک از عناصر نمونه پس از انتخاب و یادداشت برداری مجدداً به جامعه برگردد و دوباره نمونه بعدی انتخاب شود، و این رویه تا انتخاب n امین عضو نمونه ادامه داشته باشد به نمونه گیری تصادفی " با جایگذاری " معروف است. حال چنانچه عناصر نمونه، پس از انتخاب، دیگر به جامعه برنگردند و این رویه تا انتخاب n امین

عضو ادامه داشته باشد، آن را نمونه گیری تصادفی ساده "بدون جایگذاری" می گویند (آذر و مومنی، ۱۳۸۴، ۸). این روش زمانی مورد استفاده قرار می گیرد که افراد جامعه به هم شبیه بوده و یکدست و منسجم باشند (مومنی، ۱۳۸۶).

روش به کار رفته جهت نمونه گیری در تحقیق حاضر روش نمونه گیری تصادفی ساده "بدون جایگزینی" می باشد. علت انتخاب این روش نمونه گیری در دسترس بودن، سادگی و کم هزینه بودن آن است.

۳-۶ ابزار جمع آوری اطلاعات

از بررسی بعضی از مولفان چنین بر می آید که در بسیاری از تحقیقات که حاوی مسائل مختلفی هستند یک روش به کار رفته است و احتمالاً این امر نشان می دهد که آنها به یک روش خاصی علاقمند شده اند و همواره مسائلی را موضوع تحقیق خود قرار داده اند که این روش برای آن مناسب بوده است. لذا استفاده از روش های چندگانه این حسن را دارد که یکی را مکمل دیگری می سازد تا سوگیری را خنثی کند و داده های دقیق تری را فراهم سازد (بست، ۱۳۸۴، ۱۹۹).

بر همین اساس در این پژوهش از پرسشنامه استفاده شده است. پژوهشگر جهت انجام تحقیق حاضر با بهره بردن از پرسشنامه استاندارد **لوزیر^{۶۰}** و با کمک اساتید و متخصصین مدیریت، پرسشنامه ادراک اخلاقی کارکنان را در قالب دو بخش طراحی نموده است. قسمت اول با ۱۰ پرسش تشکیل دهنده اطلاعات عمومی پرسشنامه به نحوی است که اطلاعات زیر را برای محقق فراهم می آورد.

⁶⁰.Lussier

جدول ۳-۱: نحوه تقسیم بندی سوالات عمومی پرسشنامه

| ردیف | سوال | حالت های در نظر گرفته شده | | | |
|------|--|---------------------------|------------|--------------|------------|
| | | ۴ | ۳ | ۲ | ۱ |
| ۱ | جنسیت | - | - | مرد | زن |
| ۲ | سطح تحصیلات | - | دکتر | کارشناس ارشد | کارشناسی |
| ۳ | سن (سال) | - | ۴۰ به بالا | ۴۰-۳۰ | ۳۰-۲۰ |
| ۴ | سطح درآمد ماهانه بر حسب میلیون ریال | ۱۲ به بالا | ۱۲-۸ | ۸-۴ | کمتر از ۴ |
| ۵ | سطح درآمد ماهانه خانوار شما بر حسب میلیون ریال | ۱۲ به بالا | ۱۲-۸ | ۸-۴ | کمتر از ۴ |
| ۶ | واحد تابعه | غرب | شرق | جنوب | شمال |
| ۷ | تعداد کارکنان (نفر) | - | ۶۰ به بالا | ۶۰ تا ۳۰ | زیر ۳۰ نفر |
| ۸ | عمر واحد سازمانی (سال) | - | ۱۵ به بالا | ۱۵-۱۰ | ۱۰-۵ |
| ۹ | جایگاه شما | - | سرپرست | معاون | مدیر ارشد |
| ۱۰ | سابقه خدمتی و تجربه (سال) | - | ۳۰-۲۰ | ۲۰-۱۰ | ۱۰-۰ |

بخش دوم شامل ۱۳ پرسش است که در بر دارنده اطلاعات اختصاصی بوده و میزان ادراک اخلاقی مدیران را می سنجد.

هر سوال در این پرسشنامه به صورت ۷ گزینه ای در نظر گرفته شده است. تمامی سوالات دارای ارزش منفی است تا جایی که برای گزینه، کاملاً مخالف ۷ امتیاز، مخالف ۶ امتیاز، تا حدودی مخالف ۵ امتیاز، میانه ۴ امتیاز، تا حدودی موافق ۳ امتیاز، موافق ۲ امتیاز و کاملاً موافق ۱ امتیاز در نظر گرفته شده است. هر فرد در نتیجه پاسخگویی به ۱۳ سوال مذکور، امتیازی بین ۱۳ الی ۹۱ دریافت می کند. مدیرانی که امتیاز آنان از میانگین ۵۲ بیشتر و یا برابر آن باشد، در نقطه قوت ادراک اخلاقی کاری قرار داشته و هرچه

امتیاز آنان از میانگین ۵۲ فاصله گرفته و به ۱۳ نزدیک تر شود در نقطه ضعف ادراک اخلاقی قرار خواهند داشت. لازم به بیان این نکته است که در این پرسشنامه سؤال ۱ (جنسیت)، سؤال ۲ (سطح تحصیلات)، سؤال ۳ (سطح درآمد ماهانه)، سؤال ۴ (سطح درآمد ماهانه خانوار) مشخصات توصیفی مدیران و از سؤال ۶ تا ۱۰ پرسشنامه مشخصات توصیفی واحد های مناطق مختلف را مورد بررسی قرار می دهد.

۷-۳ تعیین پایایی و روایی ابزار اندازه گیری

۷-۳-۱ پایایی

مقصود آن است که ابزار اندازه گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار و به دو گروه واحدی از افراد بدهیم به طوریکه نتایج حاصل نزدیک به هم باشد. یکی از روش های محاسبه اعتبار و اعتماد علمی پرسشنامه ها محاسبه "آلفای کرونباخ است".

محاسبه این شاخص با استفاده از رابطه زیر امکان پذیر خواهد بود. در این رابطه k تعداد پرسش ها و S_i انحراف معیار امتیاز پرسش i -ام و سیگما انحراف معیار امتیاز کل پرسش ها است. هرچه این شاخص به ۱ نزدیکتر شود به معنی همبستگی درونی بالاتر و همگن تر بودن پرسش ها خواهد بود. بدیهی است در صورت پایین بودن مقدار آلفا بایستی بررسی نمود که با حذف کدام پرسش ها مقدار آن افزایش خواهد یافت.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{\sigma^2} \right]$$

(خاکی، ۱۳۸۷، ۲۴۹).

بر همین اساس میزان آلفای کرونباخ به دست آمده برای ادراک اخلاقی مدیران برای ۴۰ نفر، معادل ۰/۸۱۳ به دست آمد و از آنجا که عدد به دست آمده از عدد ۰/۷ بزرگتر می باشند می توان بیان داشت، پرسشنامه های تحقیق از اعتبار بالایی برخوردارند.

۷-۳-۲ روایی

مراد از روایی این است که آیا ابزار اندازه گیری می تواند خصیصه و ویژگی که ابزار برای آن طراحی شده است را اندازه گیری کند یا خیر؟ موضوع روایی از آن جهت اهمیت دارد که اندازه گیری های نامناسب و ناکافی می تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش و ناروا سازد (محمدزاده و دیگران، ۱۳۷۵، ۲۴۴). طرح پرسشنامه درست با عبارتی که ابهام آن به حداقل برسد، شرط اساسی برای روایی پرسشنامه است، همچنین معنای اصطلاحات باید به روشنی تعریف شود. به گونه ای که هر اصطلاحی برای تمامی پاسخ دهندگان مفهومی واحد داشته باشد. بدین لحاظ، می بایست به پیشنهادات همکاران، متخصصان این موضوع و اساتید مجرب اهمیت داد تا جنبه هایی را که به روایی بیافزاید شناخت (کل، ۱۳۷۴، ۲۳۵).

در این بررسی از روایی محتوایی استفاده شده است. منظور از روایی محتوایی آن است که تا چه حد پرسشنامه توان سنجش میزان وجود اندازه صفت مورد نظری را، که برای آن طرح ریزی شده است، اندازه گیری می نماید. به دلیل این که پرسشنامه تحقیق، استاندارد بوده، می توانیم به روایی آن اعتماد کنیم، اما جهت اطمینان و بررسی بیشتر مجدداً پرسشنامه از حیث روایی محتوایی و ساختاری مورد تحلیل قرار گرفته و پس از اصلاحات لازم توسط چندتن از اساتید، در جامعه نمونه توزیع گردید.

۳-۸ روش های تحلیل آماری

در این تحقیق برای توصیف و تحلیل داده های جمع آوری شده از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در آمار توصیفی، توصیف داده ها بر حسب فراوانی همراه با رسم نمودار و جدول ارائه می شود. در آمار استنباطی به بررسی ۱۰ متغیرهای فرضیه فرعی (جنسیت، تحصیلات، سن، درآمد ماهانه، درآمد ماهانه خانوار، قلمرو واحد سازمانی، تعداد کارکنان، عمر واحد در منطقه، جایگاه مدیر، سابقه کاری) و رابطه آنها با ادراکات اخلاقی مدیران، معاونان و مسولان سازمان ثبت اسناد استان تهران پرداخته شده است. برای بررسی این رابطه در فرضیه های اصلی از آزمون رگرسیون و ضریب همبستگی استفاده شده است که در فصل چهارم نتایج حاصل از کاربرد این روش ها آورده شده است.

۳-۸-۱ آمار توصیفی

برای انجام یک تحقیق لازم است اصولی تنظیم شود، به گونه ای که مشاهده و توصیف دارای معانی قابل فهم برای همگان باشد. اندازه گیری، دقیقترین و پذیرفته شده ترین فرآیند توصیف برای نسبت دادن اندازه های کمی به صفات اشیاء و رویدادهاست (بست، ۱۳۸۴، ۲۸۷).

در تحلیل آمار توصیفی، عمل تعمیم به افراد گروه خاصی که مورد مشاهده قرار گرفته اند (نمونه)، محدود می شود. در مورد افرادی که خارج از این گروه قرار می گیرند، هیچ نتیجه ای گرفته نمی شود و میان افراد این گروه و کسانی که خارج از آن هستند، هیچگونه شباهتی فرض نمی شود.

در همین راستا اطلاعات توصیفی حاصل از توزیع پرسشنامه ها، در مبحث آمار توصیفی گنجانده شده است. بخش اول حاوی اطلاعات مربوط به جنسیت، تحصیلات، سن، سطح درآمد ماهانه بر حسب میلیون ریال، سطح درآمد ماهانه خانوار بر حسب میلیون ریال، واحد تابعه، تعداد کارکنان، عمر واحد سازمانی، جایگاه و سابقه خدمتی و تجربه بر حسب سال، می باشد که در قالب جدول فراوانی ترسیم شده است. در این پژوهش، پس از تشکیل جداول توزیع فراوانی، میانگین و انحراف معیار فراخور نیاز، جهت توصیف داده ها، به روش زیر به دست آمده است:

$$\bar{X} = \frac{\sum F_i x_i}{n}$$

$$S = \sqrt{\frac{\sum (F_i x_i^2) - \frac{(\sum (F_i x_i))^2}{n}}{n-1}}$$

(هومن، ۱۳۷۶، ۵۰۴)

۲-۸-۳ بررسی تصادفی و نرمالیزه بودن توزیع داده ها

۱) جهت بررسی تصادفی بودن داده های جمع آوری شده، با نرم افزار SPSS شماره ۱۶ و با کمک آزمون گردش، یافته ها در فصل چهارم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. اگر مقادیر سطح معنی داری به دست آمده با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ از سطح ۰/۰۵ بیشتر باشد، فرض تصادفی بودن توزیع داده ها مورد تأیید خواهد بود. ضمناً کلیه مراحل این آزمون و تمامی یافته های حاصل از تحلیل در (پیوست ج) ارائه شده است.

۲) جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها، از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (KS) استفاده شده است. این آزمون روش نا پارامتری ساده ای برای تعیین همگونی اطلاعات تجربی با توزیع های آماری منتخب است (آذر، ۱۳۸۵، ۳۱۱). به عبارت دیگر، این آزمون جهت بررسی سطح معنی داری یک متغیر کمی به کار می رود. در اینجا نیز اگر مقادیر سطح معنی داری به دست آمده با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ از سطح ۰/۰۵ بیشتر باشد، فرض نرمال بودن توزیع داده ها مورد تأیید خواهد بود.

۳-۸-۳ آمار استنباطی

محقق در تحقیق حاضر جهت انجام فرآیند تحقیق در مبحث چهارم بر اساس نوع فرضیه تحقیق از ضریب همبستگی و رگرسیون استفاده نموده است:

۱) فرضیه های فرعی

در این تحقیق همان طور که بیان شد با کمک طیف لیکرت، برای پاسخ های کاملاً مخالف ۷ امتیاز، مخالف ۶ امتیاز، تا حدودی مخالف ۵ امتیاز، میانه ۴ امتیاز، تا حدودی موافق ۳ امتیاز، موافق ۲ امتیاز و کاملاً موافق ۱ امتیاز منظور شده است. بر همین اساس فرضیات فرعی تحقیق از روش ضریب همبستگی مورد ارزیابی قرار گرفته اند، بدین جهت که به دنبال تعیین نوع رابطه و میزان ارتباطی هستیم که متغیر مستقل و وابسته به هم ربط می دهد (آذر، ۱۳۸۱، ۱۶۳).

۲) فرضیه های اصلی تحقیق:

جهت بررسی فرضیات اصلی تحقیق از روش رگرسیون خطی استفاده شده است، زیرا: گاهی دو یا چند متغیر تأثیر عمده ای روی متغیر وابسته دارند در این حالت نیازمندیم تأثیر همزمان و خطی دو یا چند متغیر را روی متغیر وابسته ای اندازه بگیریم (آذر و مومنی، ۱۳۸۴، ۲۱۹). در حالی که ضریب همبستگی I شدت رابطه بین دو متغیر را نشان می دهد، ولی به ما نمی گوید چه مقدار از واریانس

موجود در متغیر وابسته را به هنگامی که چندین متغیر مستقل برای اثر گذاری همزمان به آن فعالیت دارند، می توان تبیین کرد. تحلیل رگرسیون چند متغیری به ما کمک می کند تا درک کنیم که چه اندازه از واریانس متغیر وابسته توسط مجموعه ای از پیش بینی کننده ها قابل تبیین می باشد. اگر بخواهیم بدانیم که در میان مجموعه ای از پیش بینی کننده ها کدام یک بیشترین اهمیت را در تبیین واریانس دارد و کدام یک در درجه دوم قرار دارد و همین طور تا آخر، می توانیم تحلیل رگرسیون چند متغیری را انجام دهیم (سکاران، ۱۳۸۵، ۳۵۶).

از آنجا که پژوهشگر در تحقیق خود به دنبال تأیید یا رد این مطلب است که " بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و مشخصات توصیفی مدیران با ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد" و به دلیل آن که متغیر مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف دارای ۳ شاخص و مشخصات توصیفی مدیران دارای ۷ شاخص می باشد، جامعه دارای توزیع نرمال بوده (به استناد نتایج حاصل از جدول ۴-۱۲) و هدف بررسی تاثیر بیش از دو متغیر بر روی یک متغیر وابسته است، لذا برای این بررسی از روش رگرسیون با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ استفاده شده است.

فصل چهارم

تجزیه و تحلیل اطلاعات

مقدمه:

یافته های تحقیق به صورت تجزیه و تحلیل داده ها به عنوان یک فرایندی از روش علمی، یکی از پایه های اساسی هر مطالعه پژوهشی است که از طریق آن کل فرایند پژوهشی از انتخاب مسأله تا دسترسی به یک نتیجه هدایت می شود. پژوهشگر برای پاسخگویی به مسأله تدوین شده و یا تصمیم گیری در مورد رد یا تأیید فرضیه ای که صورت بندی کرده است به بیان نتایج پژوهش می پردازد. در این فصل داده های تجربی به دادهای آماری تبدیل شده و در رابطه با هر پرسش هدف یا فرضیه توصیف و مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد.

مقصود از تجزیه و تحلیل یعنی دسته بندی، مرتب کردن، دستکاری و خلاصه کردن داده ها به منظور دستیابی به جواب پرسش های پژوهش.

به عبارت دیگر در تجزیه و تحلیل مجموعه های وسیع پیچیده و حتی غیر قابل درک داده ها به واحد ها، الگوها و شاخص های قابل درک و مشاهده تبدیل می شوند.

به طور کلی تجزیه و تحلیل به منظور تنظیم و خلاصه کردن داده ها به صورت اطلاعاتی روشن ، خوانا، مستدل و تفسیر پذیر به کار می رود. به گونه ای که بتوان روابط موجود در مسائل پژوهشی را کشف ، بررسی و آزمون نمود. تجزیه و تحلیل داده ها مشتمل بر دو بخش است(خورشیدی،قریشی،۵۶،۱۳۸۱) :

۱- توصیف داده ها

۲- تحلیل داده ها

۴-۱ توصیف داده ها

به منظور شناخت بهتر ماهیت گروهی که در پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است و آشنایی بیشتر با متغیرهای تحقیق، قبل از آن که داده های آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد لازم است این داده ها توصیف شود. همچنین توصیف آماری داده ها گامی در جهت تشخیص الگوی حاکم بر آنها و پایه ای برای تبیین روابط بین متغیر هایی که در تحقیق به کار برده شده است.

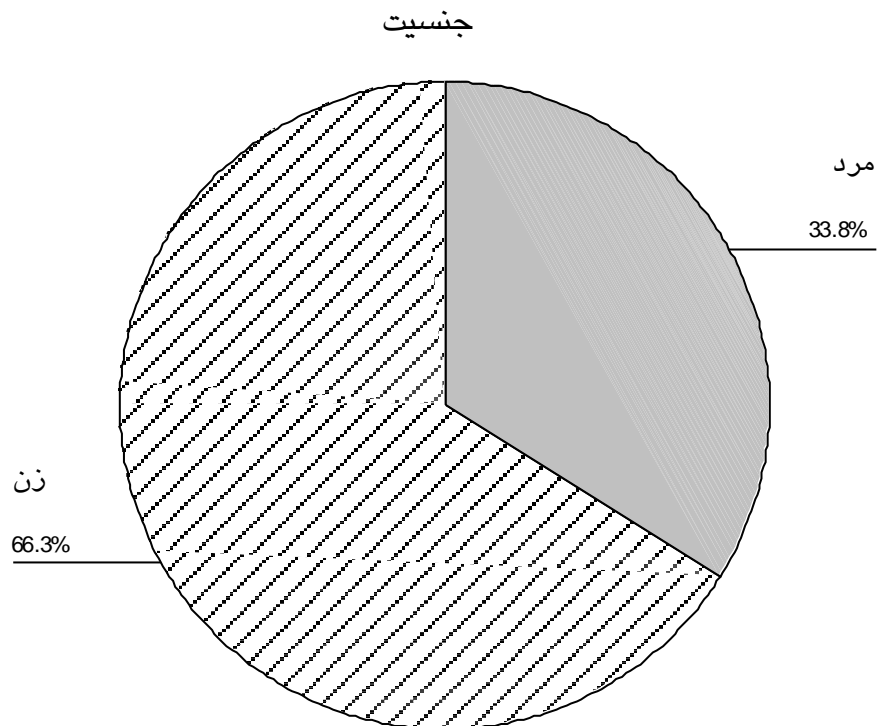
محقق در این قسمت داده های جمع آوری شده را با استفاده از شاخص های آمار توصیفی خلاصه و طبقه بندی نموده است. به عبارت دیگر محقق در توصیف داده ها ابتدا داده های جمع آوری شده را به صورت جدول توزیع فراوانی و سپس به صورت نمودار نمایش داده است.

در این تحقیق برای بررسی و جمع آوری اطلاعات از پرسش نامه استفاده شده است. بر همین اساس با استفاده از آمار توصیفی به فراوانی و توزیع هر یک از متغیر های مورد نظر تحقیق در میان مدیران، معاونان و سرپرستان سازمان ثبت اسناد و املاک استان تهران پرداخته شده است. که در این فصل، ابتدا آمار توصیفی مورد سنجش و سپس آمار استنباطی مورد استفاده برای سنجش فرضیات تحقیق آورده شده است.

۴-۱-۱ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای جنسیت پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| جنسیت | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|--------|---------|--------------|--------------------|
| مرد | 27 | 33.8 | 33.8 |
| زن | 53 | 66.3 | 100.0 |
| جمع کل | 80 | 100.0 | |

جدول ۴-۱



نمودار ۴-۱

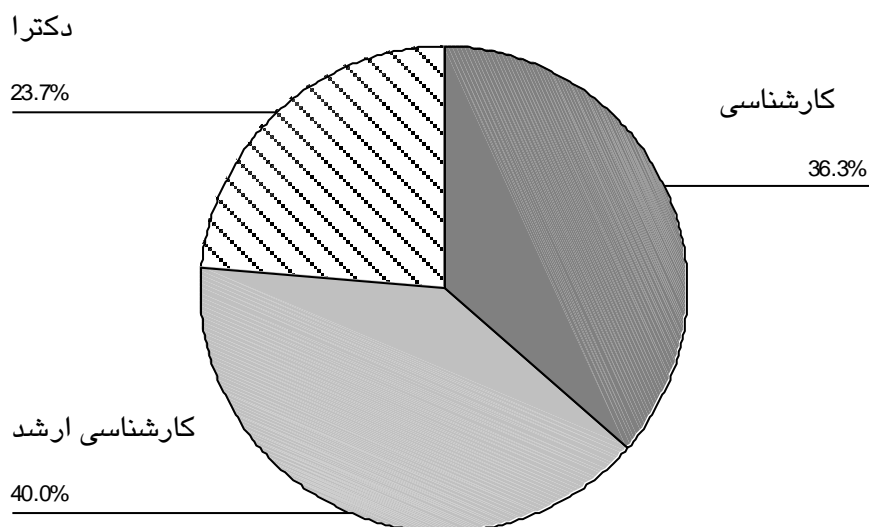
از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ جنسیت ۳۳.۸ درصد مرد و ۶۶.۳ درصد زن بوده اند

۴-۱-۲ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای سطح تحصیلات پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| سطح تحصیلات | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|---------------|---------|--------------|--------------------|
| کارشناسی | 29 | 36.3 | 36.3 |
| کارشناسی ارشد | 32 | 40.0 | 76.3 |
| دکترا | 19 | 23.8 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۲

سطح تحصیلات



جدول ۴-۱

نمودار ۴-۲

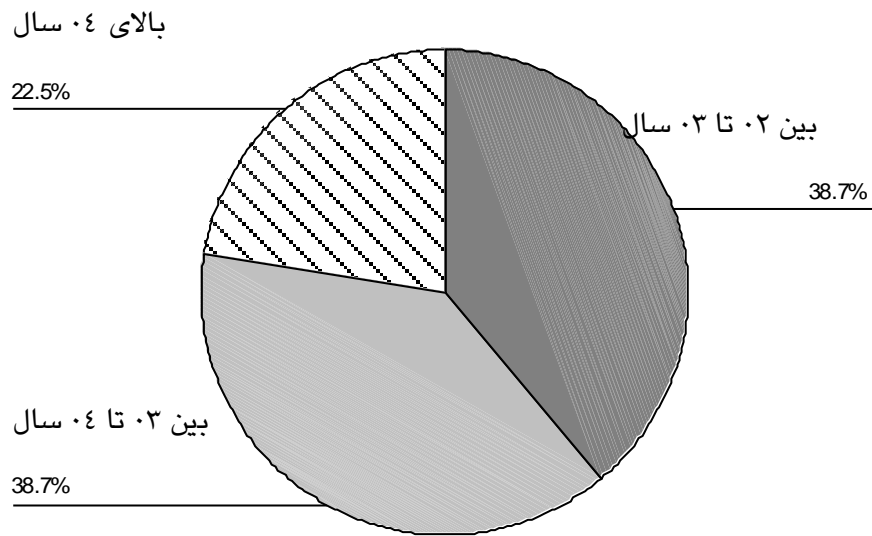
از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ سطح تحصیلات ۳۶.۳ درصد کارشناسی ، ۴۰.۰ درصد کارشناسی ارشد و ۲۳.۷ درصد دکترا داشته اند.

۴-۱-۳ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای سن پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| سن | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|------------------|---------|--------------|--------------------|
| بین ۲۰ تا ۳۰ سال | 31 | 38.8 | 38.8 |
| بین ۳۰ تا ۴۰ سال | 31 | 38.8 | 77.5 |
| بالای ۴۰ سال | 18 | 22.5 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۳

سن



نمودار ۳-۴

از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ رده سنی ۳۸.۷ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال ، ۳۸.۷ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۲۲.۵ درصد بالای ۴۰ سال سن داشته اند.

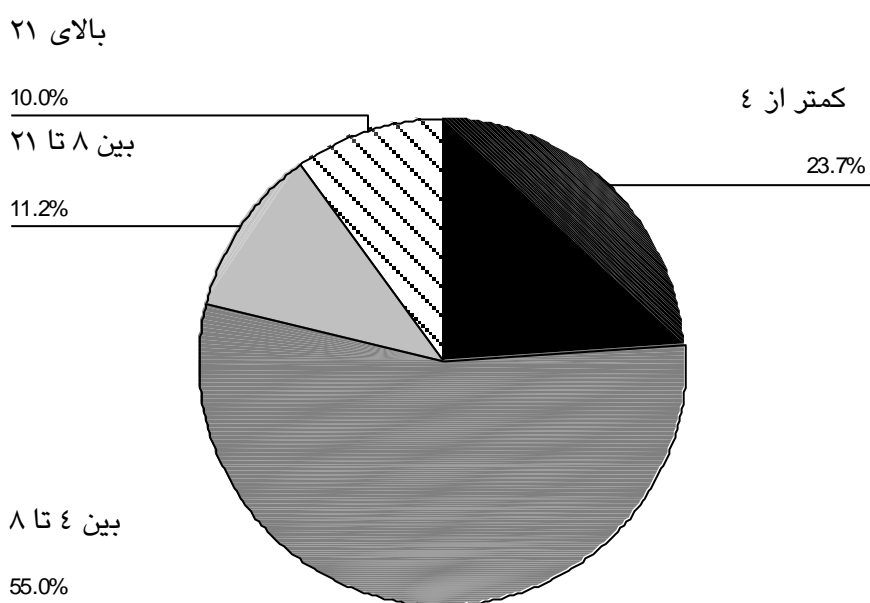
۴-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای سطح درآمد ماهانه پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| سطح درآمد ماهانه | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|------------------|---------|--------------|--------------------|
| کمتر از ۴ | 19 | 23.8 | 23.8 |
| بین ۴ تا ۸ | 44 | 55.0 | 78.8 |

| | | | |
|-------|-------|----|-------------|
| 90.0 | 11.3 | 9 | بین ۸ تا ۱۲ |
| 100.0 | 10.0 | 8 | بالای ۱۲ |
| | 100.0 | ۸۰ | جمع کل |

جدول ۴-۴

سطح درآمد ماهانه



نمودار ۴-۴

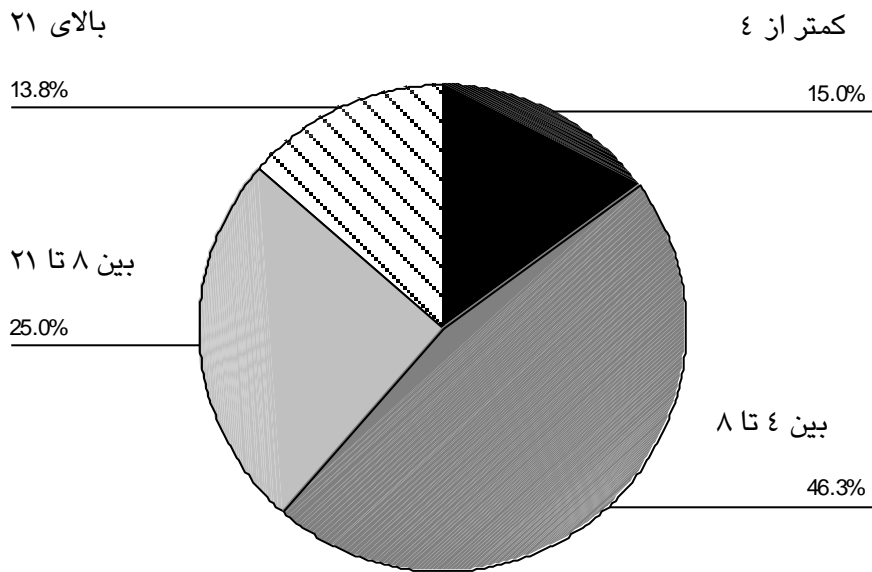
از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ سطح درآمد ماهانه ۲۳.۷ درصد کمتر از ۴ میلیون ریال ، ۵۵.۰ درصد بین ۴ تا ۸ میلیون ریال ، ۱۱.۲ درصد بین ۸ تا ۱۲ میلیون ریال و ۱۰ درصد بالای ۱۲ میلیون ریال درآمد داشته اند.

۴-۱-۵ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای سطح درآمد ماهانه خانوار پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| سطح درآمد خانوار | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|------------------|---------|--------------|--------------------|
| کمتر از ۴ | 12 | 15.0 | 15.0 |
| بین ۴ تا ۸ | 37 | 46.3 | 61.3 |
| بین ۸ تا ۱۲ | 20 | 25.0 | 86.3 |
| بالای ۱۲ | 11 | 13.8 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۵

سطح درآمد ماهانه خانوار شما



نمودار ۴-۵

از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ سطح درآمد ماهانه خانوار ۱۵.۰ درصد کمتر از ۴ میلیون ریال ، ۴۶.۳ درصد بین ۴ تا ۸ میلیون ریال ، ۲۵.۰ درصد بین ۸ تا ۱۲ میلیون ریال و ۱۳.۸ درصد بالای ۱۲ میلیون ریال درآمد خانوار داشته اند.

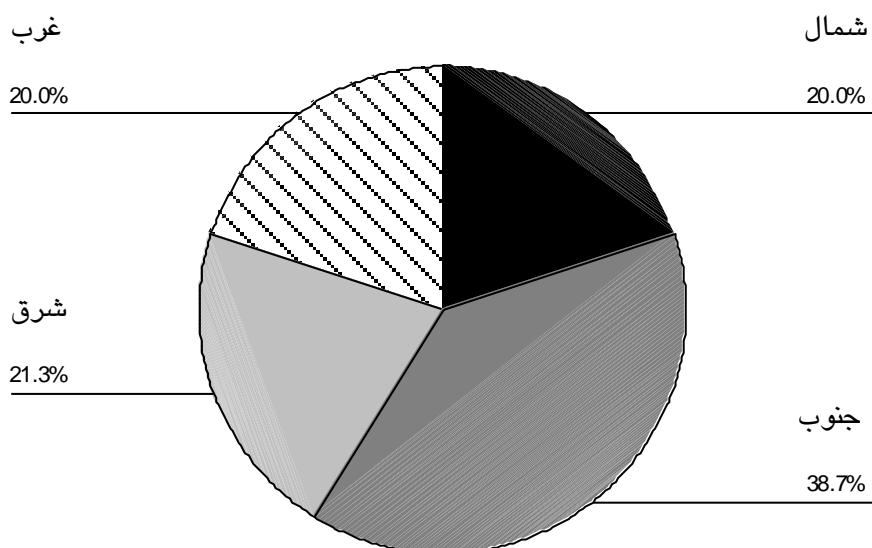
۴-۱-۶ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای موقعیت واحد سازمانی پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| واحد سازمانی | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|--------------|---------|--------------|--------------------|
| شمال | 16 | 20.0 | 20.0 |
| جنوب | 31 | 38.8 | 58.8 |

| | | | |
|-------|-------|----|--------|
| 80.0 | 21.3 | 17 | شرق |
| 100.0 | 20.0 | 16 | غرب |
| | 100.0 | ۸۰ | جمع کل |

جدول ۴-۶

واحد سازمانی



نمودار ۴-۶

از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ موقعیت واحد سازمانی ۲۰.۰ درصد در شمال ، ۳۸.۷ درصد در جنوب ، ۲۱.۳ درصد در شرق و ۲۰.۰ درصد در غرب بوده اند.

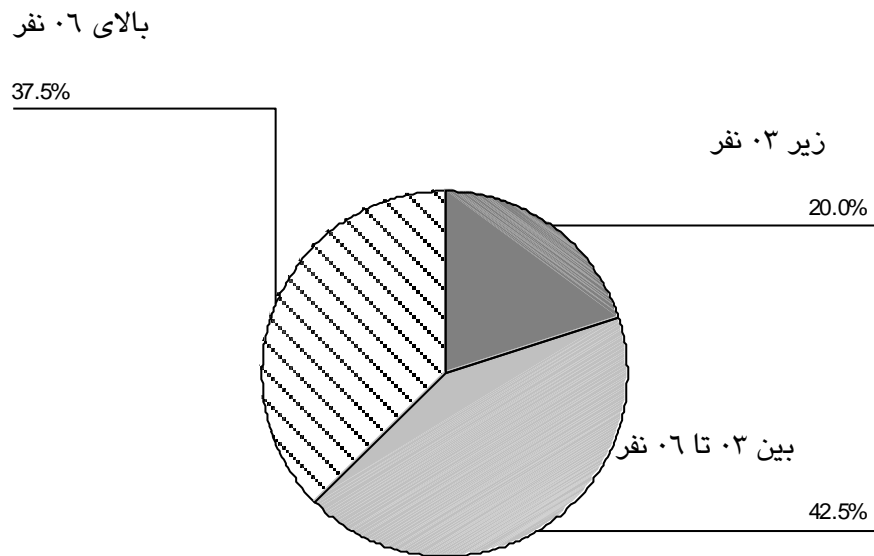
۷-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای تعداد کارکنان تحت فعالیت پاسخ دهندگان به

پرسشنامه

| تعداد کارکنان | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|------------------|---------|--------------|--------------------|
| زیر ۳۰ نفر | 16 | 20.0 | 20.0 |
| بین ۳۰ تا ۶۰ نفر | 34 | 42.5 | 62.5 |
| بالای ۶۰ نفر | 30 | 37.5 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۷-۴

تعداد کارکنان تحت فعالیت



نمودار ۴-۱-۷

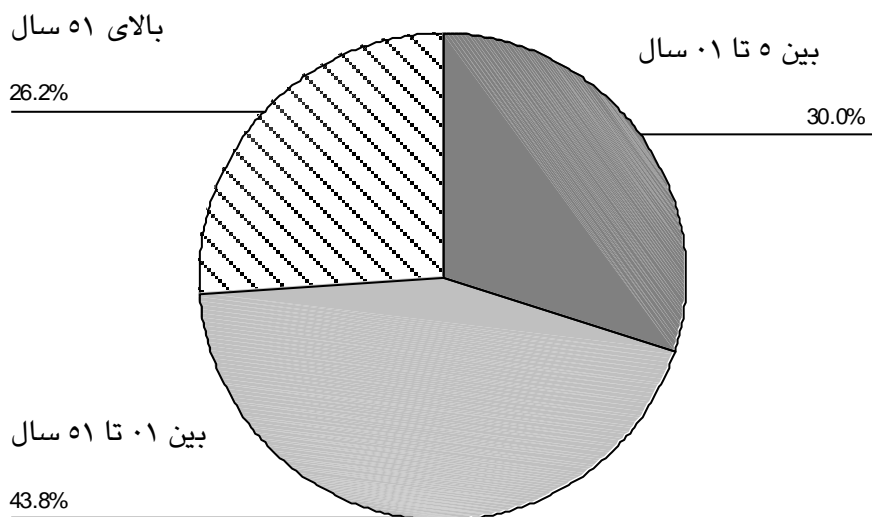
از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ تعداد کارکنان تحت فعالیت ۲۰.۰ درصد زیر ۳۰ نفر، ۴۲.۵ درصد بین ۳۰ تا ۶۰ نفر و ۳۷.۵ درصد بالای ۶۰ نفر پرسنل داشته اند.

۴-۱-۸ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای عمر واحد سازمانی پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| عمر واحد سازمانی | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|------------------|---------|--------------|--------------------|
| بین ۵ تا ۱۰ سال | 24 | 30.0 | 30.0 |
| بین ۱۰ تا ۱۵ سال | 35 | 43.8 | 73.8 |
| بالای ۱۵ سال | 21 | 26.3 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۸

عمر واحد سازمانی



نمودار ۴-۸

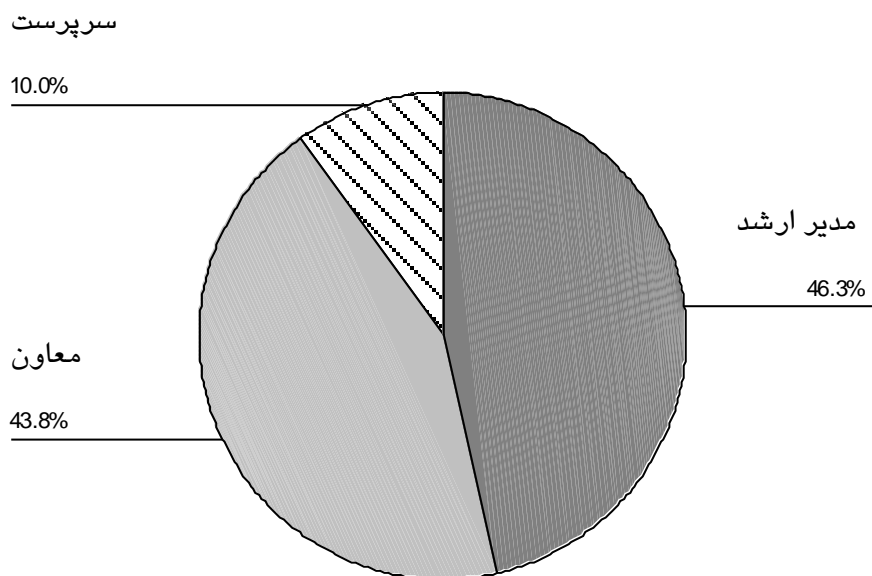
از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ عمر واحد سازمانی ۳۰.۰ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال، ۴۳.۸ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال و ۲۶.۲ بالای ۱۵ سال قدمت داشته است.

۹-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای جایگاه کاری پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| جایگاه کاری | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------|---------|--------------|--------------------|
| مدیر ارشد | 37 | 46.3 | 46.3 |
| معاون | 35 | 43.8 | 90.0 |
| سرپرست | 8 | 10.0 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۹-۴

جایگاه کاری



نمودار ۹-۴

از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ جایگاه کاری ۴۶.۳ درصد مدیر ارشد ، ۴۳.۸ درصد معاون و ۱۰.۰ درصد سرپرست بوده اند.

۱۰-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار دایره ای برای سابقه خدمت پاسخ دهندگان به پرسشنامه

| سابقه خدمت | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|------------------|---------|--------------|--------------------|
| کمتر از ۱۰ سال | 21 | 26.3 | 26.3 |
| بین ۱۰ تا ۲۰ سال | 32 | 40.0 | 66.3 |

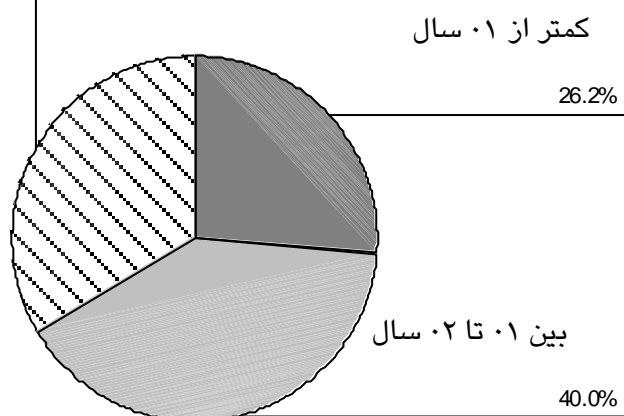
| | | | |
|-------|-------|----|------------------|
| 100.0 | 33.8 | 27 | بین ۲۰ تا ۳۰ سال |
| | 100.0 | ۸۰ | جمع کل |

جدول ۴-۱۰

سابقه خدمت در سازمان

بین ۰۲ تا ۰۳ سال

33.8%



نمودار ۴-۱۰

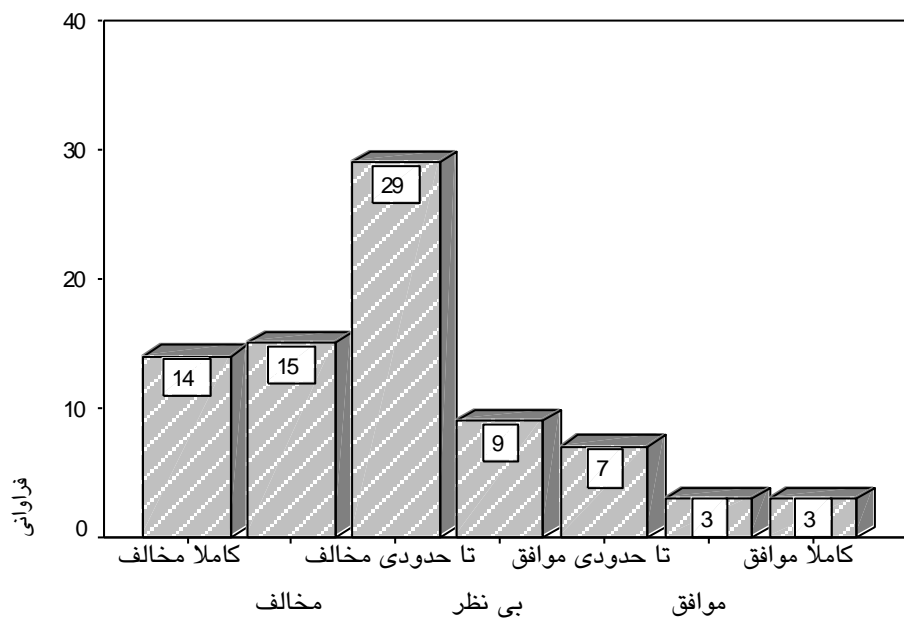
از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ سابقه خدمت در سازمان ۲۶.۲ درصد کمتر از ۱۰ سال ، ۴۰.۰ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۳۳.۸ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال سابقه خدمت داشته اند.

۴-۱-۱۱ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۱ - برای استفاده از امکانات و وسائل سازمانی در قبال انجام فعالیت های شخصی محدودیتی قائل نیستیم.

| گزینه ها (سوال ۱) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 14 | 17.5 | 17.5 |
| مخالف | 15 | 18.8 | 36.3 |
| تا حدودی مخالف | 29 | 36.3 | 72.5 |
| بی نظر | 9 | 11.3 | 83.8 |
| تا حدودی موافق | 7 | 8.8 | 92.5 |
| موافق | 3 | 3.8 | 96.3 |
| کاملا موافق | 3 | 3.8 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۱۱

سوال ۱



سوال ۱

نمودار ۴-۱۱

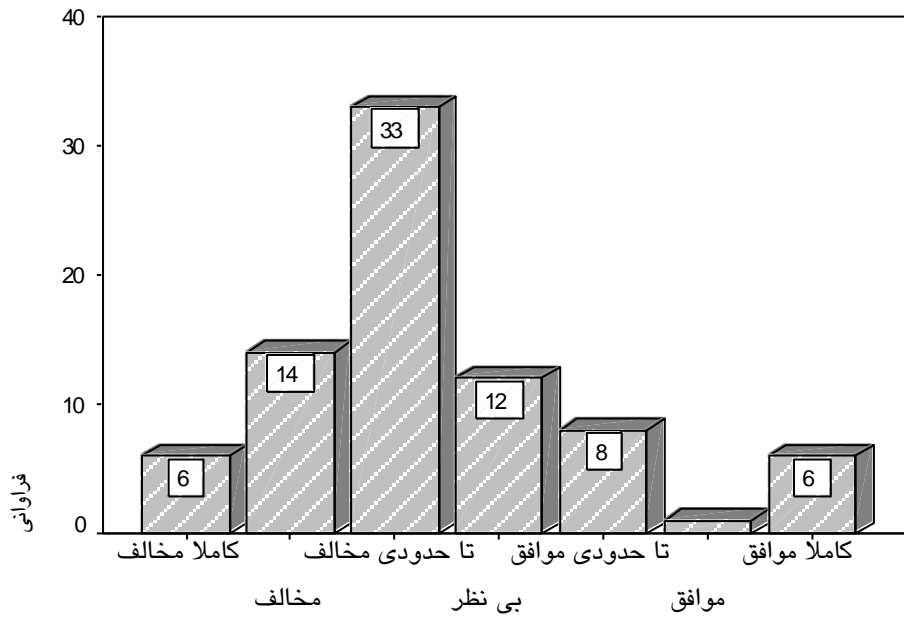
از میان پاسخ دهندگان به این سوال ۱۷.۵ درصد گزینه کاملاً مخالف، ۱۸.۸ درصد گزینه مخالف، ۳۶.۳ درصد گزینه تا حدودی مخالف، ۱۱.۳ درصد گزینه بی نظر، ۸.۸ درصد گزینه تا حدودی موافق، ۳.۸ درصد گزینه موافق و ۳.۸ درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۱۲ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۲ - ثبت هزینه هایی که به نام سازمان انجام می دهم ، همیشه به طور قطعی امکان پذیر نیست لذا برای ارائه اطلاعات هزینه های صورت گرفته به حسابداری ضرورتی نمی بینم.

| گزینه ها (سوال ۲) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 6 | 7.5 | 7.5 |
| مخالف | 14 | 17.5 | 25.0 |
| تا حدودی مخالف | 33 | 41.3 | 66.3 |
| بی نظر | 12 | 15.0 | 81.3 |
| تا حدودی موافق | 8 | 10.0 | 91.3 |
| موافق | 1 | 1.3 | 92.5 |
| کاملا موافق | 6 | 7.5 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۱۲

سوال ۲



سوال ۲

نمودار ۴-۱۲

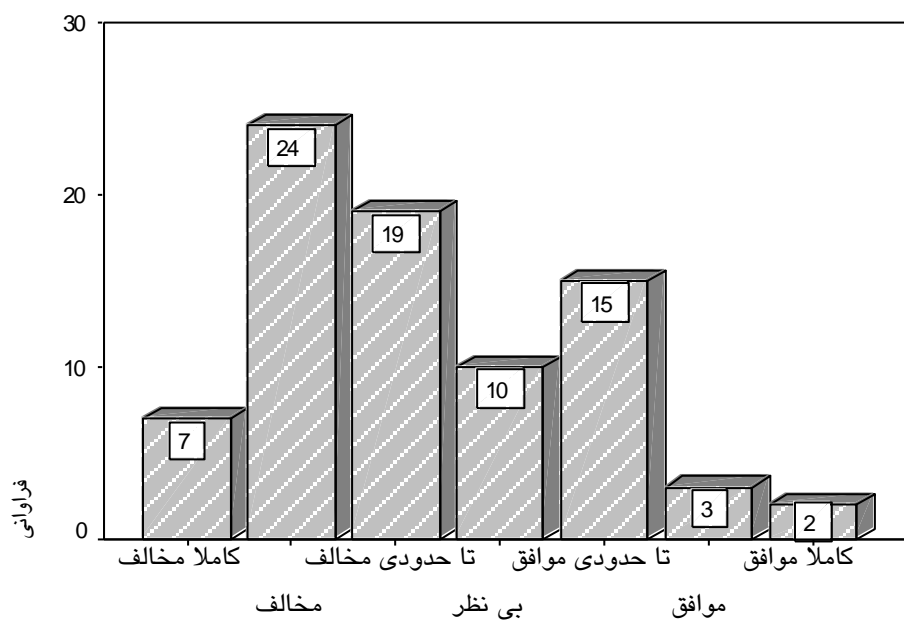
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 7.5 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 17.5 درصد گزینه مخالف ، 41.3 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 15.0 درصد گزینه بی نظر ، 10.0 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 1.3 درصد گزینه موافق و 7.5 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۱۳-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۳ - محدودیتی برای انجام کارها در زمان تعیین شده از سوی ارباب رجوع نمی بینم.

| گزینه ها (سوال ۳) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 7 | 8.8 | 8.8 |
| مخالف | 24 | 30.0 | 38.8 |
| تا حدودی مخالف | 19 | 23.8 | 62.5 |
| بی نظر | 10 | 12.5 | 75.0 |
| تا حدودی موافق | 15 | 18.8 | 93.8 |
| موافق | 3 | 3.8 | 97.5 |
| کاملا موافق | 2 | 2.5 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۱۳

سوال ۲



سوال ۲

نمودار ۴-۱۳

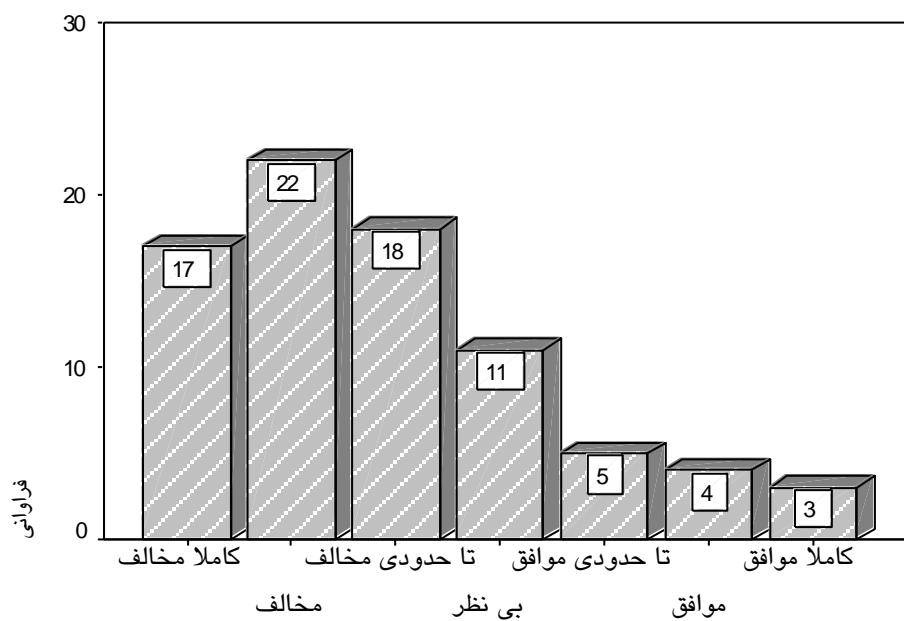
از میان پاسخ دهندگان به این سوال ۸.۸ درصد گزینه کاملاً مخالف ، ۳۰.۰ درصد گزینه مخالف ، ۲۳.۸ درصد گزینه تا حدودی مخالف ، ۱۲.۵ درصد گزینه بی نظر ، ۱۸.۸ درصد گزینه تا حدودی موافق ، ۳.۸ درصد گزینه موافق و ۲.۵ درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۱۴ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۴ - در قبال انجام کارهای شخصی در زمان اداری محدودیتی قائل نیستم.

| گزینه ها (سوال ۴) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 17 | 21.3 | 21.3 |
| مخالف | 22 | 27.5 | 48.8 |
| تا حدودی مخالف | 18 | 22.5 | 71.3 |
| بی نظر | 11 | 13.8 | 85.0 |
| تا حدودی موافق | 5 | 6.3 | 91.3 |
| موافق | 4 | 5.0 | 96.3 |
| کاملا موافق | 3 | 3.8 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۱۴

سوال ۴



سوال ۴

نمودار ۴-۱۴

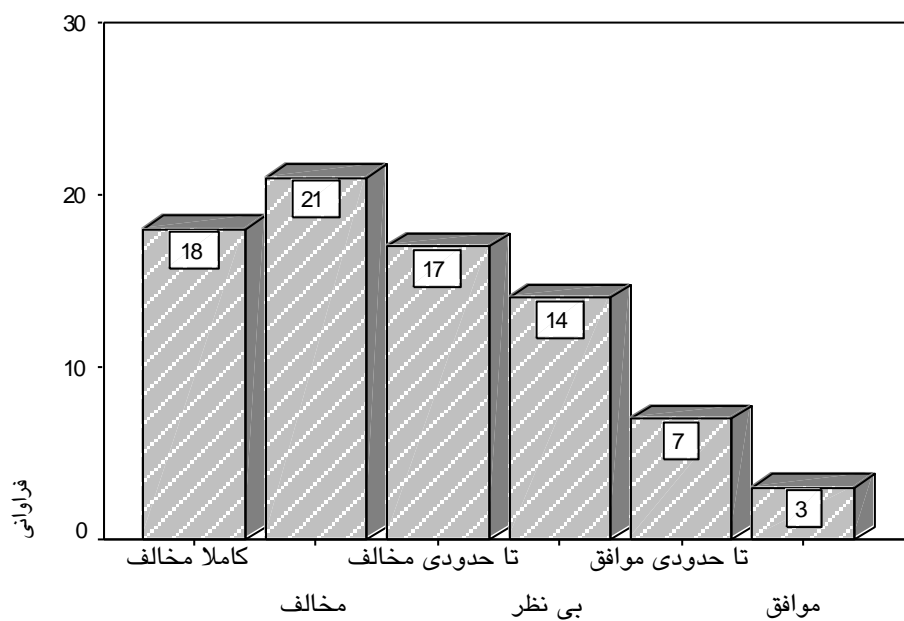
۲۲.۵ درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 13.8 درصد گزینه بی نظر ، ۶.۳ درصد گزینه تا حدودی موافق ، ۵.۰ درصد گزینه موافق و ۳.۸ درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۱۵ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۵ - محدودیتی برای ارائه اشتباهات کاری
 همکارانم به بالا دستان نمی بینم.

| گزینه ها (سوال ۵) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 18 | 22.5 | 22.5 |
| مخالف | 21 | 26.3 | 48.8 |
| تا حدودی مخالف | 17 | 21.3 | 70.0 |
| بی نظر | 14 | 17.5 | 87.5 |
| تا حدودی موافق | 7 | 8.8 | 96.3 |
| موافق | 3 | 3.8 | 100.0 |
| کاملا موافق | ۰ | ۰.۰ | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۱۵

سوال ۵



سوال ۵

نمودار ۴-۱۵

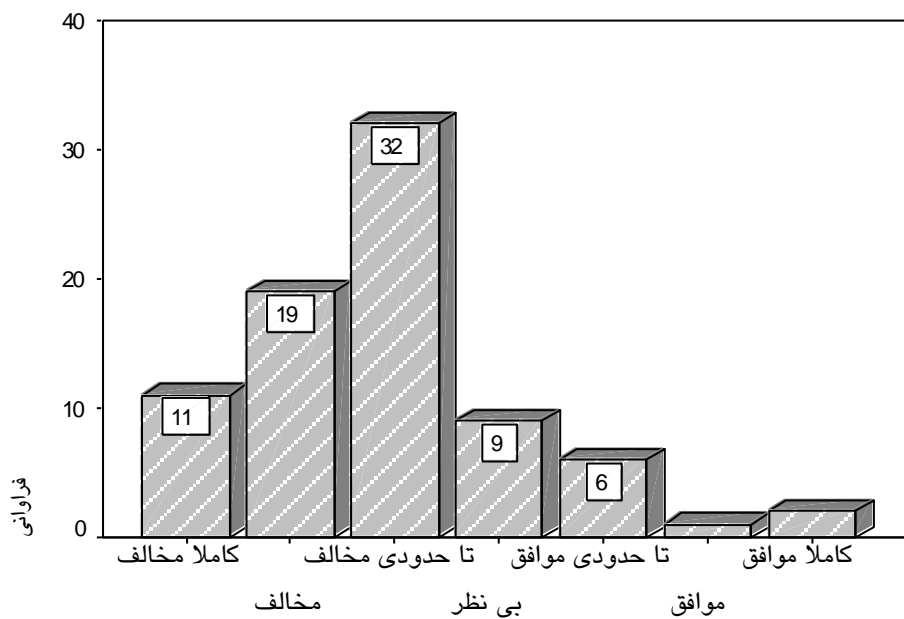
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 22.5 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 26.3 درصد گزینه مخالف ، 21.3 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 17.5 درصد گزینه بی نظر ، 8.8 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 3.8 درصد گزینه موافق و 0.0 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۱۶-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال 6 - نواقص و کاستی های مربوط به کار را در دیگران می جویم.

| گزینه ها (سوال ۶) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 11 | 13.8 | 13.8 |
| مخالف | 19 | 23.8 | 37.5 |
| تا حدودی مخالف | 32 | 40.0 | 77.5 |
| بی نظر | 9 | 11.3 | 88.8 |
| تا حدودی موافق | 6 | 7.5 | 96.3 |
| موافق | 1 | 1.3 | 97.5 |
| کاملا موافق | 2 | 2.5 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۱۶-۴

سوال ۶



سوال ۶

نمودار ۴-۱۶

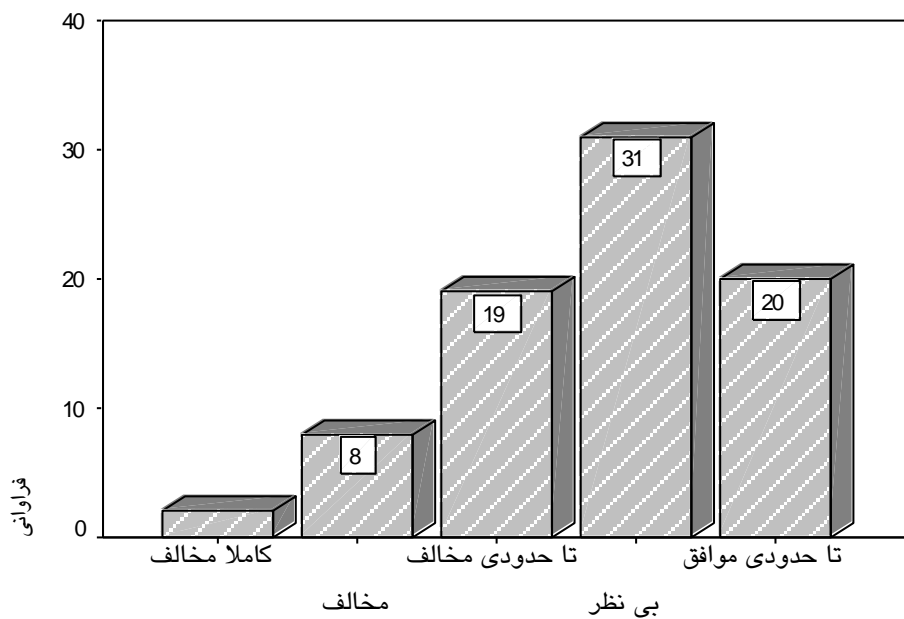
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 13.8 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 23.8 درصد گزینه مخالف ، 40.0 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 11.3 درصد گزینه بی نظر ، 7.5 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 1.3 درصد گزینه موافق و 2.5 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۱۷-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۷ - در صورت مشاهده نقص و کاستی در کارهایی که خارج از حیطه مسئولیت من است خود را مجاب به دخالت نمی دانم.

| گزینه ها (سوال ۷) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 2 | 2.5 | 2.5 |
| مخالف | 8 | 10.0 | 12.5 |
| تا حدودی مخالف | 19 | 23.8 | 36.3 |
| بی نظر | 31 | 38.8 | 75.0 |
| تا حدودی موافق | 20 | 25.0 | 100.0 |
| موافق | ۰ | 0.0 | 100.0 |
| کاملا موافق | 0 | 0.0 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۱۷-۴

سوال ۷



سوال ۷

نمودار ۴-۱۷

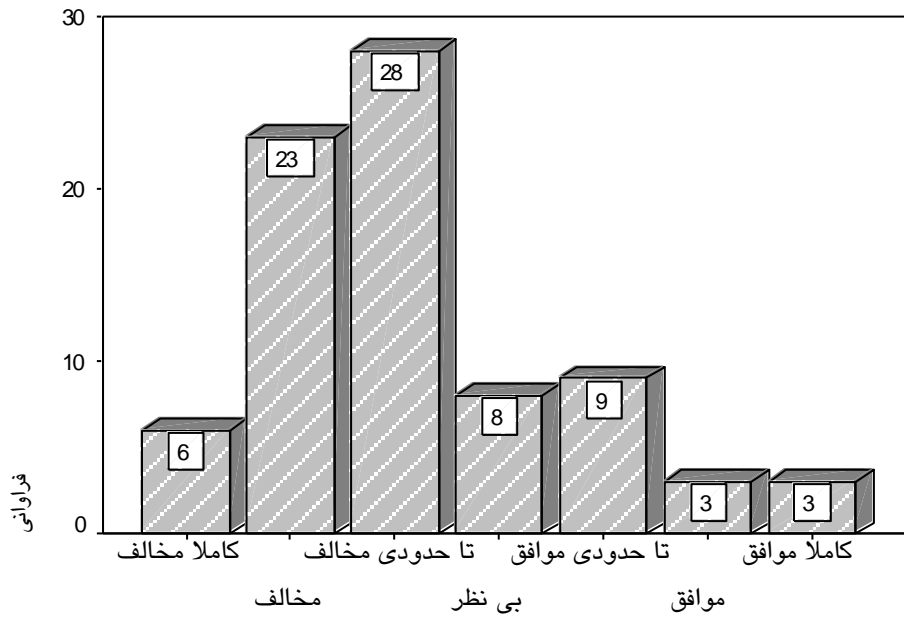
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 2.5 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 10.0 درصد گزینه مخالف ، 23.8 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 38.8 درصد گزینه بی نظر ، 25.0 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 0.0 درصد گزینه موافق و 0.0 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۱۸-۱-۴ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۸ - در صورت عدم دریافت حقوق و مزایا دلیلی برای فعالیت نمی بینم.

| گزینه ها (سوال ۸) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 6 | 7.5 | 7.5 |
| مخالف | 23 | 28.8 | 36.3 |
| تا حدودی مخالف | 28 | 35.0 | 71.3 |
| بی نظر | 8 | 10.0 | 81.3 |
| تا حدودی موافق | 9 | 11.3 | 92.5 |
| موافق | 3 | 3.8 | 96.3 |
| کاملا موافق | 3 | 3.8 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۱۸-۴

سوال ۸



سوال ۸

نمودار ۴-۱۸

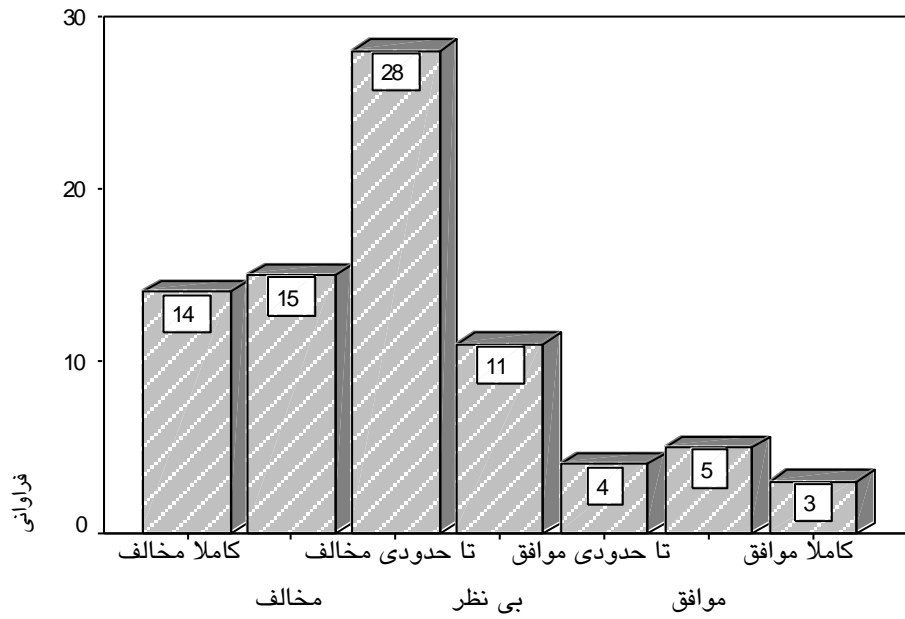
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 7.5 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 28.8 درصد گزینه مخالف ، 35.0 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 10.0 درصد گزینه بی نظر ، 11.3 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 3.8 درصد گزینه موافق و 3.8 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۱۹ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۹- اگر اصول و قواعد کاری بر خلاف ایدئولوژی و تفکر من باشد از انجام آن کار سر باز خواهم زد.

| گزینه ها (سوال ۹) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 14 | 17.5 | 17.5 |
| مخالف | 15 | 18.8 | 36.3 |
| تا حدودی مخالف | 28 | 35.0 | 71.3 |
| بی نظر | 11 | 13.8 | 85.0 |
| تا حدودی موافق | 4 | 5.0 | 90.0 |
| موافق | 5 | 6.3 | 96.3 |
| کاملا موافق | 3 | 3.8 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۱۹

سوال ۹



سوال ۹

نمودار ۴-۱۹

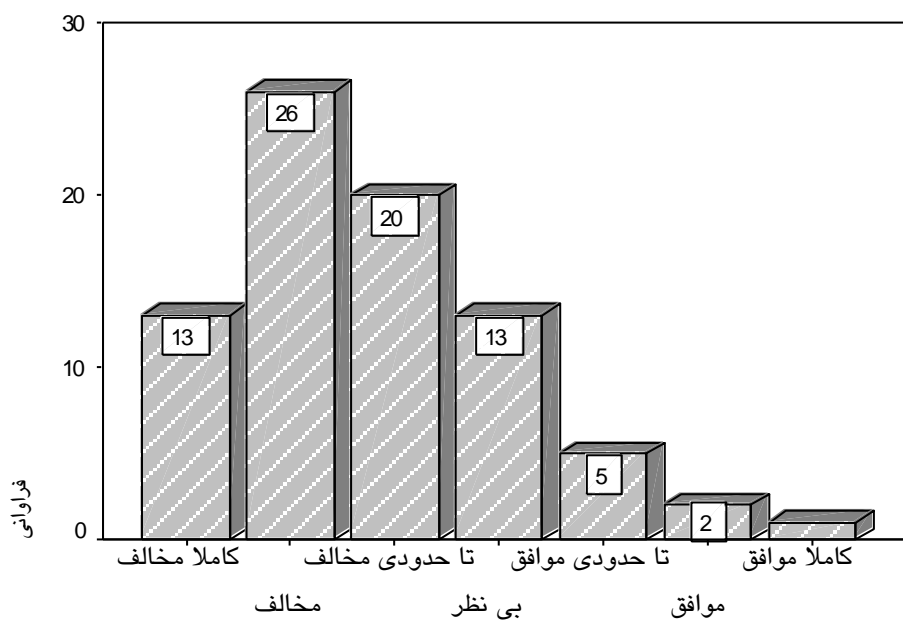
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 17.5 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 18.8 درصد گزینه مخالف ، 35.0 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 13.8 درصد گزینه بی نظر ، 5.0 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 6.3 درصد گزینه موافق و 3.8 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۲۰ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۱۰ - در صورت نیاز ، وسائل سازمانی مانند (قلم ، خودکار و ...) را برای مصارف شخصی به منزل انتقال خواهیم داد.

| گزینه ها (سوال ۱۰) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|--------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 13 | 16.3 | 16.3 |
| مخالف | 26 | 32.5 | 48.8 |
| تا حدودی مخالف | 20 | 25.0 | 73.8 |
| بی نظر | 13 | 16.3 | 90.0 |
| تا حدودی موافق | 5 | 6.3 | 96.3 |
| موافق | 2 | 2.5 | 98.8 |
| کاملا موافق | 1 | 1.3 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۲۰

سوال ۰۱



سوال ۰۱

نمودار ۴-۲۰

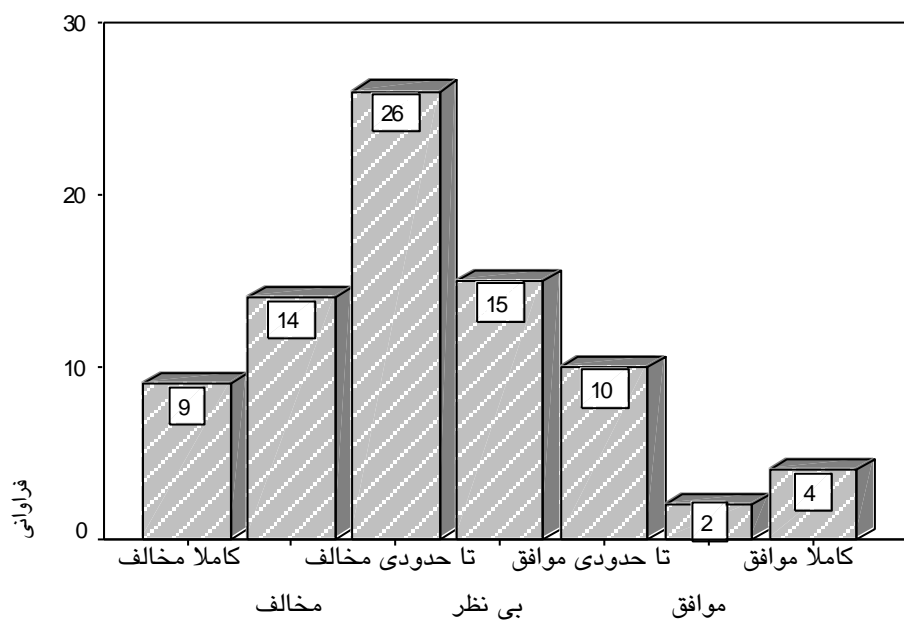
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 16.3 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 32.5 درصد گزینه مخالف ، 25.0 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 16.3 درصد گزینه بی نظر ، 6.3 درصد گزینه تا حدودی موافق ، ۲.۵ درصد گزینه موافق و ۱.۳ درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۲۱ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۱۱ - هدایای ارسالی اباب رجوع را دریافت کرده و آن را حق مسلم خود می دانم.

| گزینه ها (سوال ۱۱) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|--------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 9 | 11.3 | 11.3 |
| مخالف | 14 | 17.5 | 28.8 |
| تا حدودی مخالف | 26 | 32.5 | 61.3 |
| بی نظر | 15 | 18.8 | 80.0 |
| تا حدودی موافق | 10 | 12.5 | 92.5 |
| موافق | 2 | 2.5 | 95.0 |
| کاملا موافق | 4 | 5.0 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۲۱

سوال ۱۱



سوال ۱۱

نمودار ۴-۲۱

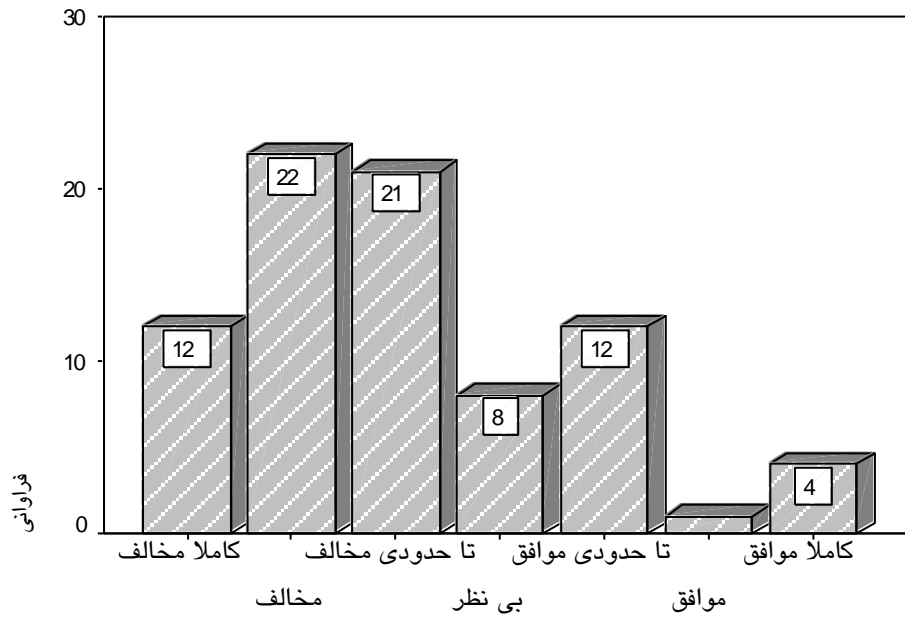
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 11.3 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 17.5 درصد گزینه مخالف ، 32.5 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 18.8 درصد گزینه بی نظر ، 12.5 درصد گزینه تا حدودی موافق ، ۲.۵ درصد گزینه موافق و 5.0 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۲۲ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۱۲ - در صورت تعویق وظائف محوله ، دلیلی
برای جبران آنها در خارج از سازمان و ساعات اداری نمی بینم.

| گزینه ها (سوال ۱۲) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|--------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 12 | 15.0 | 15.0 |
| مخالف | 22 | 27.5 | 42.5 |
| تا حدودی مخالف | 21 | 26.3 | 68.8 |
| بی نظر | 8 | 10.0 | 78.8 |
| تا حدودی موافق | 12 | 15.0 | 93.8 |
| موافق | 1 | 1.3 | 95.0 |
| کاملا موافق | 4 | 5.0 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۲۲

سوال ۲۱



سوال ۲۱

نمودار ۴-۲۲

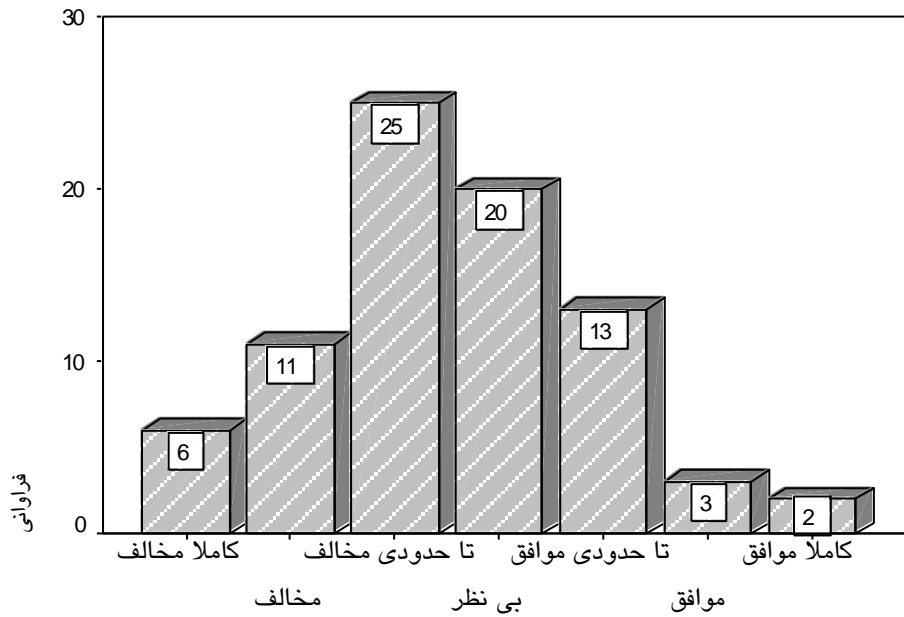
از میان پاسخ دهندگان به این سوال 15.0 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 27.5 درصد گزینه مخالف ، 26.3 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 10.0 درصد گزینه بی نظر ، 15.0 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 1.3 درصد گزینه موافق و 5.0 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۱-۲۳ جدول فراوانی و نمودار میله ای برای سوال ۱۳ - کارکنانی که اصول ، قواعد و خط مشی های سازمان را زیر پا می گذارند یا از آنها عدول کنند را به بالا دستان معرفی می کنم.

| گزینه ها (سوال ۱۳) | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|--------------------|---------|--------------|--------------------|
| کاملا مخالف | 6 | 7.5 | 7.5 |
| مخالف | 11 | 13.8 | 21.3 |
| تا حدودی مخالف | 25 | 31.3 | 52.5 |
| بی نظر | 20 | 25.0 | 77.5 |
| تا حدودی موافق | 13 | 16.3 | 93.8 |
| موافق | 3 | 3.8 | 97.5 |
| کاملا موافق | 2 | 2.5 | 100.0 |
| جمع کل | ۸۰ | 100.0 | |

جدول ۴-۲۳

سوال ۳۱



سوال ۳۱

نمودار ۴-۲۳

از میان پاسخ دهندگان به این سوال 7.5 درصد گزینه کاملاً مخالف ، 13.8 درصد گزینه مخالف ، 31.3 درصد گزینه تا حدودی مخالف ، 25.0 درصد گزینه بی نظر ، 16.3 درصد گزینه تا حدودی موافق ، 3.8 درصد گزینه موافق و 2.5 درصد گزینه کاملاً موافق را انتخاب نموده اند.

۴-۲ تحلیل داده ها

در تحلیل داده ها محقق به منظور تعمیم داده های آماری نمونه مورد مطالعه به جامعه ای که نمونه از آن بیرون آمده ، از آزمون یا آزمون های آماری استفاده می کند. در این بخش به توضیح و بررسی آزمون های آماری انجام شده بر روی داده های جمع آوری شده پرداخته می شود.

همانگونه که در فصل قبل توضیح داده شده است ، در این تحقیق برای تأیید یا عدم تأیید فرضیه های فرعی از آزمون ضریب همبستگی و برای آزمون فرضیه های اصلی از روش رگرسیون استفاده شده است. بنابراین ابتدا نتایج مربوط به هر یک از آزمون ها را مورد بررسی قرار می دهیم:

۴-۲-۱ ضریب همبستگی کرامر برای جنسیت و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| مقدار ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری |
|--------------------|----------------|-----------|---------------|
| ۰.۷۱۵ | عدم وجود رابطه | ۰.۰۵ | ۰.۲۲۶ |

جدول ۴-۲۴

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین جنسیت و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین جنسیت و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۲۲۶ می باشد و بزرگتر از مقدار خطاست پس فرض صفر را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود ندارد. پس بین جنسیت و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد.

۴-۲-۲ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| سطح معنی داری | مقدار خطا | نتیجه گیری | مقدار ضریب همبستگی |
|---------------|-----------|------------|--------------------|
| ۰.۰۰۷ | ۰.۰۵ | وجود رابطه | ۰.۲۶۷ |

جدول ۴-۲۵

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۰۷ می باشد و کوچکتر از مقدار خطاست پس فرض یک را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰.۲۶۷ می باشد که نشاندهنده همبستگی مستقیم بین تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۴-۲-۳ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای سن و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| مقدار ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری |
|--------------------|------------|-----------|---------------|
| ۰.۲۷۳ | وجود رابطه | ۰.۰۵ | ۰.۰۰۵ |

جدول ۴-۲۶

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین سن و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین سن و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۰۵ می باشد و کوچکتر از مقدار خطاست پس فرض یک را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰.۲۷۳ می باشد که نشاندهنده همبستگی مستقیم بین سن و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۴-۲-۴ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| سطح معنی داری | مقدار خطا | نتیجه گیری | مقدار ضریب همبستگی |
|---------------|-----------|------------|--------------------|
| ۰.۰۱۲ | ۰.۰۵ | وجود رابطه | - ۰.۲۲۶ |

جدول ۴-۲۷

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۱۲ می باشد و کوچکتر از مقدار خطاست پس فرض یک را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰.۲۲۶ - می باشد که نشاندهنده همبستگی معکوس بین درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۴-۲-۵ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای درآمد ماهانه خانوار و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| مقدار ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری |
|--------------------|------------|-----------|---------------|
| - ۰.۱۹۱ | وجود رابطه | ۰.۰۵ | ۰.۰۴۱ |

جدول ۴-۲۸

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین درآمد ماهانه خانوار و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین درآمد ماهانه خانوار و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۴۱ می باشد و کوچکتر از مقدار خطاست پس فرض یک را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰.۱۹۱ - می باشد که نشاندهنده همبستگی معکوس بین درآمد ماهانه خانوار و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۴-۲-۶ ضریب همبستگی کرامر برای قلمرو واحد سازمانی و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| سطح معنی داری | مقدار خطا | نتیجه گیری | مقدار ضریب همبستگی |
|---------------|-----------|----------------|--------------------|
| ۰.۶۲۰ | ۰.۰۵ | عدم وجود رابطه | ۰.۶۴۶ |

جدول ۴-۲۹

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین قلمرو واحد سازمانی و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین قلمرو واحد سازمانی و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۶۲۰ می باشد و بزرگتر از مقدار خطاست پس فرض صفر را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود ندارد. پس بین قلمرو واحد سازمانی و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد.

۴-۲-۷ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای تعداد کارکنان و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| مقدار ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری |
|--------------------|----------------|-----------|---------------|
| - ۰.۱۶۹ | عدم وجود رابطه | ۰.۰۵ | ۰.۰۵۵ |

جدول ۴-۳۰

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین تعداد کارکنان و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین تعداد کارکنان و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۵۵ می باشد و بزرگتر از مقدار خطاست پس فرض صفر را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود ندارد. پس بین تعداد کارکنان و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد.

۴-۲-۸ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| مقدار ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری |
|--------------------|------------|-----------|---------------|
| ۰.۲۳۱ | وجود رابطه | ۰.۰۵ | ۰.۰۰۹ |

جدول ۴-۳۱

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۰۹ می باشد و کوچکتر از مقدار خطاست پس فرض یک را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰.۲۳۱ می باشد که نشاندهنده همبستگی مستقیم بین عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۹-۲-۴ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| سطح معنی داری | مقدار خطا | نتیجه گیری | مقدار ضریب همبستگی |
|---------------|-----------|----------------|--------------------|
| ۰.۰۹۶ | ۰.۰۵ | عدم وجود رابطه | ۰.۱۶۹ |

جدول ۴-۳۲

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۹۶ می باشد و بزرگتر از مقدار خطاست پس فرض صفر را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود ندارد. پس بین جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد.

۴-۲-۱۰ ضریب همبستگی تاو کندال بی برای سابقه کاری و ادراکات اخلاقی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| مقدار ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری |
|--------------------|----------------|-----------|---------------|
| ۰.۰۷۷ | عدم وجود رابطه | ۰.۰۵ | ۰.۴۱۴ |

جدول ۴-۳۳

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

H0: بین سابقه کاری و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین سابقه کاری و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۴۱۴ می باشد و بزرگتر از مقدار خطاست پس فرض صفر را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود ندارد. پس بین سابقه کاری و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد.

۴-۳ آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن شاخص ادراکات اخلاقی مدیران

جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها، از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (KS) استفاده شده است. این آزمون جهت بررسی سطح معنی داری یک متغیر کمی به کار می رود. در اینجا نیز اگر مقادیر سطح معنی داری به دست آمده با کمک نرم افزار SPSS شماره ۱۶ از سطح ۰/۰۵ بیشتر باشد، فرض نرمال بودن توزیع داده ها مورد تأیید خواهد بود.

H0: داده ها نرمال است (داده ها از جامعه نرمال آمده اند)

H1: داده ها نرمال نیست (داده ها از جامعه نرمال نیامده اند)

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| نتیجه گیری | تایید فرضیه | مقدار خطا | سطح معنی داری | متغیر |
|------------|-------------|-----------|---------------|-----------------------|
| نرمال است | H0 | ۰.۰۵ | ۰.۷۳۹ | ادراکات اخلاقی مدیران |

جدول ۴-۳۴

چون مقدار سطح معنی داری برابر ۰.۷۳۹ و بزرگتر از مقدار خطا ۰.۰۵ می باشد پس نتیجه می گیریم متغیر ادراکات اخلاقی مدیران نرمال می باشد.

پس در رگرسیون خطی به عنوان متغیر وابسته می توانیم از این شاخص استفاده نمائیم.

حال برای بررسی فرضیه اصلی ۱ و ۲ از روش رگرسیون خطی و جدول آنوا استفاده می نمائیم تا بررسی کنیم که بین متغیر ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مدیران - متغیر ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی واحدهای مناطق ارتباط معنی داری وجود دارد یا خیر

۴-۴ رگرسیون خطی برای بررسی رابطه ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مدیران

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| ضریب تعیین | ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری آزمون خطی بودن |
|------------|--------------|-------------------|-----------|---------------------------------|
| ۰.۲۶۳ | ۰.۵۱۳ | وجود رابطه خطی | ۰.۰۵ | ۰.۰۰۲ |

جدول ۴-۳۵

H0: بین مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری در جدول آنوا برابر 0.002 و کوچکتر از مقدار خطا 0.05 می باشد با اطمینان 95% در صد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مدیران اثبات می گردد در اینجا مقدار ضریب همبستگی 0.513 می باشد و توان دوم آن که ضریب تعیین است 0.263 می باشد.

۴-۵ رگرسیون خطی برای بررسی رابطه ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

| ضریب تعیین | ضریب همبستگی | نتیجه گیری | مقدار خطا | سطح معنی داری آزمون خطی بودن |
|------------|--------------|-----------------------|-----------|---------------------------------|
| 0.074 | 0.273 | عدم وجود رابطه خطی | 0.05 | 0.116 |

جدول ۴-۳۶

H0: بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد

H1: بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود دارد

چون مقدار سطح معنی داری در جدول آنوا برابر ۰.۱۱۶ و بزرگتر از مقدار خطا ۰.۰۵ می باشد با اطمینان ۹۵ درصد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مناطق مختلف رد می گردد پس هیچ رابطه ای خطی وجود ندارد.

۶-۴ محاسبه اثر و معنی داری هر کدام از متغیرها در مدل

| متغیرها | ضرایب غیر استاندارد | ضرایب استاندارد | سطح معنی داری |
|--------------------------------|---------------------|-----------------|---------------|
| مقدار ثابت | 5.090 | | .000 |
| جنسیت | -.162 | -.096 | .380 |
| سطح تحصیلات | .401 | .385 | .094 |
| سن | .050 | .048 | .830 |
| سطح درآمد ماهانه | -.254 | -.276 | .067 |
| سطح درآمد ماهانه خانوار شما | -.144 | -.162 | .276 |
| جایگاه کاری | .111 | .092 | .444 |
| سابقه خدمت در سازمان | -.051 | -.050 | .683 |

جدول ۴-۳۷

با اطمینان ۹۰ درصد (خطای ۰.۱۰ درصد) می توان گفت که متغیرهای سطح تحصیلات با سطح معنی داری ۰.۰۹۴ و با تاثیر ۰.۳۸۵ و سطح درآمد ماهانه با سطح معنی داری ۰.۰۶۷ و تاثیر ۰.۲۷۶ - مطلوب می باشند.

۴-۷ تحلیل عاملی با استفاده از چرخش واریماکس برای دسته بندی سوالات

با استفاده از تحلیل پس از دوران دسته بندی متغیرها به صورت ۴ تابع (۴ دسته) خواهد بود.

در جدول زیر اعدادی که بزرگتر از مقدار ۰.۴ می باشند در یک دسته جای می گیرند و هر سوالی که در دسته ای جای گرفت دیگر در دسته های بعدی نباید تکرار شود یعنی حتی اگر مقدار آن بزرگتر از ۰.۴ باشد باز در دسته بندی جای نمی گیرد و همیشه توابع به ترتیب از اولی الی آخری از اهمیت بیشتری برخوردارند. سوالات دسته بندی شده در هر ستون با رنگ طوسی مشخص شده است.

| سوالات | توابع (دسته بندی ها) | | | |
|---------|----------------------|-------|--------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| سوال ۱ | 0.122 | 0.045 | 0.706 | -0.072 |
| سوال ۲ | 0.021 | 0.076 | 0.739 | 0.413 |
| سوال ۳ | 0.795 | 0.216 | 0.132 | 0.002 |
| سوال ۴ | 0.482 | 0.399 | 0.329 | 0.287 |
| سوال ۵ | 0.278 | 0.716 | -0.084 | -0.369 |
| سوال ۶ | 0.126 | 0.731 | 0.084 | 0.372 |
| سوال ۷ | 0.097 | 0.149 | 0.520 | -0.287 |
| سوال ۸ | 0.791 | 0.149 | 0.047 | -0.041 |
| سوال ۹ | 0.646 | 0.082 | 0.429 | 0.073 |
| سوال ۱۰ | 0.522 | 0.102 | -0.115 | 0.496 |
| سوال ۱۱ | 0.137 | 0.118 | -0.013 | 0.754 |
| سوال ۱۲ | 0.650 | 0.127 | 0.043 | 0.242 |
| سوال ۱۳ | 0.204 | 0.717 | 0.335 | 0.167 |

جدول ۴-۳۸

دسته اول شامل سوالات ۳، ۴، ۸، ۹، ۱۰ و ۱۲ می باشد

دسته دوم شامل سوالات ۵، ۶ و ۱۳ می باشد.

دسته سوم شامل سوالات ۱، ۲ و ۷ می باشد.

دسته چهارم شامل سوال ۱۱ می باشد.

همان طور که در فصل سوم نیز بیان شد، در پرسشنامه، سؤال ۱ (جنسیت)، سؤال ۲ (سطح تحصیلات)، سؤال ۳ (سطح درآمد ماهانه)، سؤال ۴ (سطح درآمد ماهانه خانوار) مشخصات توصیفی مدیران و از سؤال ۶ تا ۱۰ پرسشنامه مشخصات توصیفی واحد های مناطق مختلف را مورد بررسی قرار می دهد.

فصل پنجم

نتیجه گیری و پیشنهادها

مقدمه

همانطور که در فصول گذشته بیان شد، کمبود و نقصان اخلاق در کشورهای پیشرفته به دلیل نفی قوانین پایه و نهادینه شده نیست بلکه ناشی از نظام ارزیابی و اصلاح سامانه نظام مدیریت غربی و سامانه خود اصلاحی آن است، اما در کشور ما که از بنیان اخلاقی شدیدی بهره می‌بریم، این ضعف اخلاقی که در بین کارکنان و بعضاً مدیران مشاهده می‌شود، ضعف ساختارهای علمی مدیریت از قبیل ضعف اصول پایه و قوانین و مقررات، ضعف سیستم‌های نظارتی و ارزیابی است که در یک جامعه در حال گذار پرتحرک و تغییر در شرایط دشوار نمودهای ضد اخلاقی پیدا می‌کند و با نام فساد از آن یاد می‌کنیم. چرایی این ضعف نظارتی و کندی سیستم ارزیابی دلیل اصلی شکل‌گیری این تحقیق بوده است که بر همین اساس و به دلایل مطروحه در فصل اول، پژوهشگر در این تحقیق، برآن شد، به بررسی ارتباط مشخصات توصیفی مدیران و واحدهای مناطق مختلف با ادراک اخلاقی مدیران بپردازد.

داده‌های حاصل از تحقیق، در فصل چهارم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و حال نتایج، در این فصل ارائه می‌گردد. در این فصل ابتدا به تحلیل نتایج حاصل از فصول گذشته پرداخته شده و ضمن بیان محدودیت‌های تحقیق که پژوهشگر با آنها مواجه بوده است، نظرات و توصیه‌های محقق بر اساس نتایج تحقیق، برای بهبود وضع حاکم ارائه می‌گردد. لازم به ذکر است، پیشنهاد به محققین بعدی، آخرین بخش این فصل خواهد بود.

۱-۵ نتایج حاصل از فرضیه های فرعی تحقیق

به استناد اهداف مندرج در بحث ۱-۵-۲، ۱۰ فرضیه فرعی تحقیق، به صورت زیر است:

- ۱) **فرضیه اول:** "بین قلمرو واحد سازمانی و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد"، برای بررسی این فرضیه، واحدهای سازمانی به ۴ دسته مقابل تقسیم بندی شدند: شمال (گروه ۱)، جنوب (گروه ۲)، شرق (گروه ۳) و غرب (گروه ۴) آزمون ضریب همبستگی نتایج نشان داد با توجه به این که مقدار sig به دست آمده برابر ۰.۶۲۰ بوده و از ۰.۰۵ بزرگتر است فرض H_0 ما مبنی بر عدم رابطه معنا دار واحدهای سازمانی (شمال، جنوب، شرق و غرب) و ادراکات اخلاقی مدیران تأیید می گردد.
- ۲) **فرضیه دوم:** "بین تعداد کارکنان و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد"، برای این بررسی تعداد کارکنان سازمانی به ۳ دسته، ۳۰ نفر (گروه ۱)، ۳۰ الی ۶۰ نفر (گروه ۲) و ۶۰ به بالا (گروه ۳) تقسیم شدند لذا از روش ضریب همبستگی تاو کندال برای بررسی فرضیه استفاده شد. با توجه به این که مقدار sig به دست آمده برابر ۰.۰۵۵ بوده و از ۰.۰۵ بزرگتر است یعنی بزرگتر از مقدار خطاست. فرض H_0 ما مبنی بر عدم رابطه معنا دار بین تعداد کارکنان و ادراکات اخلاق کاری مدیران، تأیید می گردد.
- ۳) **فرضیه سوم:** "بین عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد"، در جهت بررسی فرضیه فوق عمر واحدهای سازمانی به ۳ دسته ۵-۱۰ سال (گروه ۱)، ۱۰-۱۵ (گروه ۲) و ۱۵ سال به بالا (گروه ۳) تقسیم بندی شدند. آزمون ضریب همبستگی تاو کندال نشان داد با توجه به این که مقدار sig بدست آمده برابر ۰.۰۰۹ بوده و از ۰.۰۵ کوچکتر است فرض H_1 ما مبنی بر وجود رابطه معنا دار بین عمر واحد در منطقه، تأیید می گردد. به عبارت دیگر مقدار ضریب همبستگی ۰.۲۳۱ می باشد که نشاندهنده همبستگی مستقیم بین عمر واحد در منطقه و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

- ۴) **فرضیه چهارم:** "بین جنسیت و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد"، از آنجا که زنان در گروه ۱ و مردان در گروه ۲ تقسیم شدند، لذا از ضریب همبستگی کرامر استفاده شد، که با توجه به درجه

آزادی و سطح معنی داری ($\text{sig}=0/226$) که از $0/05$ بزرگتر است، فرض H_0 ما مبنی بر تفاوت معنا دار بین زنان و مردان تأیید نمی گردد.

۵) فرضیه پنجم: "بین سن و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد"، سن مدیران به سه گروه، گروه اول ۲۰ تا ۳۰ سال، گروه دوم ۳۰ تا ۴۰ و گروه سوم ۴۰ سال به بالا، تقسیم بندی گشت، لذا جهت بررسی اختلاف میانگین آنها در این فرضیه روش مناسب، ضریب همبستگی تاو کندال بود. با توجه به این که مقدار sig به دست آمده برابر $0/05$ می باشد و از $0/05$ کوچکتر است فرض H_1 ما مبنی بر رابطه معنا دار بین سن مدیران، تأیید می گردد. به عبارت دیگر تفاوت معنی دار سن مدیران با ادراک اخلاقی آنها وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی $0/273$ می باشد که نشاندهنده همبستگی مستقیم بین سن و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۶) فرضیه ششم: "بین تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد"، برای بررسی این فرضیه نیز به دلیل وجود ۳ گروه بندی (کارشناس گروه ۱، کارشناس ارشد گروه ۲ و دکترا گروه ۳) از ضریب همبستگی تاو کندال، استفاده شد. با توجه به اینکه مقدار sig به دست آمده برابر $0/07$ می باشد و از $0/05$ کوچکتر است فرض H_1 ما مبنی بر رابطه معنا دار بین تحصیلات مدیران، تأیید می گردد. مقدار ضریب همبستگی $0/267$ می باشد که نشان دهنده همبستگی مستقیم بین تحصیلات و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۷) فرضیه هفتم: "بین تجربه (سابقه کاری) و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد"، برای بررسی این فرضیه، سنوات خدمت کارکنان در سه طیف کمتر از ۱۰ سال تجربه، ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۰ تا ۳۰ سال تجربه کاری، و به ترتیب در گروه های ۱، ۲ و ۳ تقسیم بندی گردید. روش مورد استفاده ضریب همبستگی تاو کندال بود، و چون مقدار sig از $0/05$ بزرگتر به دست آمد، ($\text{sig}=0/14$) که بزرگتر از مقدار خطاست) فرض H_0 مبنی بر عدم رابطه معنا دار بین سه گروه، تأیید گشت. پس بین سابقه کاری و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد و این فرضیه تأیید نمی شود.

۸) فرضیه هشتم: "بین جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد"، برای بررسی این فرضیه مدیران ارشد به گروه ۱، معاونان به گروه ۲ و سرپرستان به گروه ۳ تقسیم بندی شدند و با کمک ضریب همبستگی تاو کندال، نتایج ذیل به دست آمد. مقدار ($\text{sig}=0/96$)

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۹۶ می باشد و بزرگتر از مقدار خطاست پس فرض صفر را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود ندارد. پس بین جایگاه مدیر و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه معنی داری وجود ندارد و این فرضیه تأیید نمی شود.

۹) فرضیه نهم: " بین درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد"، برای بررسی این فرضیه درآمد ماهانه به چهار گروه کمتر از ۴، بین ۴ الی ۸، ۸ الی ۱۲ و ۱۲ میلیون ریال به بالا در ماه در نظر گرفته شده است که به ترتیب گروه ۱ الی ۴ می باشند. برای آزمون این فرضیه از روش تاو کندال بی استفاده شد که نتیجه زیر از طریق جدول SPSS شماره ۱۶ به دست آمد:

چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۱۲ می باشد و کوچکتر از مقدار خطاست پس فرض یک را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰.۲۲۶ - می باشد که نشان دهنده همبستگی معکوس بین درآمد ماهانه و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۱۰) فرضیه دهم: " بین درآمد ماهانه خانوار و ادراکات اخلاقی مدیران رابطه وجود دارد"، برای بررسی این فرضیه نیز مانند فرضیه پیشین درآمد ماهانه خانوار نیز به چهار گروه ۱ کمتر از ۴، ۴ الی ۸، ۸ الی ۱۲ و ۱۲ میلیون ریال به بالا در ماه در نظر گرفته شده است، که به ترتیب گروه یک الی چهار این فرضیه بوده و بر همین اساس روش به کار رفته ضریب همبستگی تاو کندال بی بود. چون مقدار سطح معنی داری ۰.۰۴۱ می باشد و کوچکتر از مقدار خطاست پس فرض یک را نتیجه می گیریم یعنی ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰.۱۹۱ - می باشد که نشاندهنده همبستگی معکوس بین درآمد ماهانه خانوار و ادراکات اخلاقی مدیران می باشد.

۲-۵ نتایج حاصل از فرضیه اصلی تحقیق

به استناد اهداف اصلی مندرج در مبحث ۱-۵-۱، دو فرضیه اصلی تحقیق، به صورت زیر شکل گرفت:

فرضیه اول: "بین مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و ادراکات اخلاق کاری مدیران رابطه وجود دارد."

چون مقدار سطح معنی داری در جدول آنوا برابر ۰.۱۱۶ و بزرگتر از مقدار خطا ۰.۰۵ می باشد با اطمینان ۹۵ درصد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف رد می گردد پس هیچ رابطه ای خطی وجود ندارد.

فرضیه دوم: "بین مشخصات توصیفی مدیران و ادراکات اخلاقی آنها رابطه وجود دارد"، چون مقدار سطح معنی داری در جدول آنوا برابر ۰.۰۰۲ و کوچکتر از مقدار خطا ۰.۰۵ می باشد با اطمینان ۹۵ درصد خطی بودن رابطه بین ادراکات اخلاقی مدیران و مشخصات توصیفی مدیران اثبات می گردد در اینجا مقدار ضریب همبستگی ۰.۵۱۳ می باشد و توان دوم آن که ضریب تعیین است ۰.۲۶۳ می باشد.

۳-۵ یافته های فرعی تحقیق

✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۱ فصل چهارم، ۶۶.۳٪ مدیران را آقایان و ۳۳.۸٪ آنها را بانوان تشکیل می دهند.

✓ ۲۳.۸٪ از افراد دارای مدرک دکترا، ۳۶/۳٪ کارشناسی، ۴۰٪ درصد کارشناس ارشد، هستند.

✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۳ فصل چهارم، سن مدیران گروه نمونه، در قالب سه بازه ۲۰ الی ۳۰ سال، ۳۰ الی ۴۰ سال و ۴۰ سال به بالا در نظر گرفته شده است که در این میان مدیران گروه اول و دوم هرکدام با ۳۸.۸٪، در مجموع ۷۷.۵٪ از جامعه آماری را تشکیل می دهند، این در حالیست که ۲۲.۵٪ مدیران دارای میانگین سنی بیش از ۴۰ سال هستند.

✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۴ فصل چهارم تجربه مدیران گروه نمونه، در قالب سه بازه کمتر از ۱۰ سال تجربه، ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۰ تا ۳۰ سال در نظر گرفته شده است که در این میان مدیران گروه دوم با ۴۰٪ بیشینه و گروه اول با ۲۶.۳٪ کمترین میزان تجربه در جامعه آماری را تشکیل می دهند. این در حالیست که ۳۳.۸ درصد مدیران دارای میانگین تجربه بین ۲۰ الی ۳۰ سال هستند.

- ✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۵ فصل چهارم عمر واحدهای سازمانی به ۳ بازه (۵ الی ۱۰ سال)، (۱۰ الی ۱۵ سال) و (۱۵ سال به بالا) تقسیم بندی شدند. نتایج حاکی از این مطلب است که بیشینه فراوانی مربوط به واحدهای سازمانی گروه دوم با ۴۳.۸٪ و کمینه آن مربوط به گروه سوم با ۲۶.۳٪ می باشد. همچنین ۳۰٪ از واحدهای سازمانی دارای عمر بین ۵ الی ۱۰ سال می باشند.
- ✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۶ فصل چهارم، مدیران در قالب سه گروه، مدیران ارشد، معاونان و سرپرستان تقسیم بندی شدند. نتایج مبین این مطلب است که به ترتیب مدیران ارشد با ۴۶.۳٪، معاونین با ۴۲.۵٪ و سرپرستان با ۱۰٪ بیشینه و کمینه جامعه آماری را نمایش می دهند.
- ✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۷ فصل چهارم، تعداد کارکنان سازمانی به ۳ دسته کمتر از ۳۰، ۳۰ الی ۶۰ و ۶۰ به بالا تقسیم بندی شدند. بررسی ها نشان می دهد به ترتیب گروه دوم و اول با ۴۲.۵٪ و ۲۰٪ دارای بیشینه و کمینه فراوانی هستند.
- ✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۸ فصل چهارم، واحدهای سازمانی اداره ثبت اسناد از لحاظ جغرافیایی به چهار واحد شمال، جنوب، شرق و غرب در تهران تقسیم بندی شدند. که در این بررسی بیشترین تمرکز واحدهای سازمانی مربوط به منطقه جنوب با ۳۸.۸٪ و کمینه آن مربوط به واحدهای شمال و غرب با ۲۰٪ می باشد. همچنین واحدهای واقع در شرق تهران دارای ۲۱.۳٪ توزیع می باشند.
- ✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۹ فصل چهارم، درآمد ماهانه مدیران در قالب چهار گروه کمتر از ۴، ۴-۸، ۸-۱۲ و ۱۲ میلیون ریال به بالا در ماه در نظر گرفته شد که از میان ۸۰ مدیر منتخب ۵۵٪ دارای درآمد بین ۴ الی ۸ میلیون ریال هستند و ۱۰٪ آنان دارای درآمد بیش از ۱۲ میلیون ریال می باشند.
- ✓ به استناد نتایج مندرج در بخش ۴-۱-۱۰ فصل چهارم، درآمد ماهانه خانوار مدیران نیز در قالب چهار گروه کمتر از ۴، ۴-۸، ۸-۱۲ و ۱۲ میلیون ریال به بالا در ماه در نظر گرفته شد. نتایج مبین این مطلب است که از میان ۸۰ مدیر منتخب ۴۶.۳٪ دارای درآمد بین ۴ الی ۸ میلیون ریال هستند و ۱۳.۸٪ آنان دارای درآمد بیش از ۱۲ میلیون ریال می باشند.
- در ادامه برخی از تحلیل های مهم از دید محقق، بر اساس نتایج حاصل از توزیع پرسشنامه و با کمک جداول فراوانی، که بر روند نتایج تحقیق تأثیر گذار بوده است، درج شده است:
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۱، تنها قریب به ۲۵٪ مدیران، خود را در استفاده از امکانات و وسائل سازمانی در قبال انجام فعالیتهای شخصی محدود می نمایند.

- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۲، می توان گفت، نزدیک به ۲۷٪ مدیران اطلاعات هزینه های صورت گرفته را به حسابداری ارائه می دهند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۳، می توان بیان داشت تنها قریب به ۳۰٪ مدیران در زمان مقرر، خود را ملزم به انجام کار ارباب رجوع می نمایند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۴، قریب به ۲۹٪ مدیران از زمان اداری برای انجام کار شخصی استفاده نمی کنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۵، می توان گفت، نزدیک به ۲۴٪ مدیران اشتباهات همکاران خود را نادیده گرفته و به مقامات بالاتر گزارش نمی دهند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۶، می توان بیان داشت قریب به ۱۹٪ مدیران نواقص و کاستی های کار را، بجای خود، در دیگران می جویند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۷، بیش از ۴۹٪ مدیران خود را ملزم به دخالت در امور دیگران می دانند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۸، بیش از ۷۵٪ مدیران در صورت عدم دریافت حقوق از انجام فعالیت محوله سر باز می زنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۱۹، تنها ۲۳٪ مدیران در صورت مواجه با اصول و قواعد کاری بر خلاف ایدئولوژی و تفکر شان، از انجام آن کار سر باز نخواهند زد.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۰، بیش از ۷۹٪ مدیران از امکانات سازمان برای مصارف شخصی خود استفاده می کنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۱، تنها ۲۱٪ مدیران هدایای ارسالی از سوی ارباب رجوع را دریافت نمی کنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۲، ۷۵٪ مدیران از انجام مأموریت های خارج از زمان اداری سر باز می زنند.
- ✓ به استناد نتایج حاصل از پرسش ۲۳، کمتر از نیمی از مدیران، کارکنان و همکارانی که خارج از خط مشی سازمان فعالیت می کنند را به مراجع بالاتر معرفی می نمایند.

۴-۵ ارتباط یافته های تحقیق با پیشینه پژوهش

در راستای بررسی رابطه سن و اخلاق کاری در سال ۱۹۹۰، ساهیل دریافت، بالارفتن سن نیروی کار و همچنین افزایش درصد زنان شاغل بر هنجارهای مرتبط با اخلاق کار تأثیر گذار است. اده و همکارانش نیز در بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی بیان می کنند که فقط سن مدیران روی رفتارهای اخلاقی در فعالیت های تولیدی تأثیر گذار بوده است و در این راستا مدیرانی که زیر ۴۰ سال سن داشته اند نسبت به مدیرانی مسن تر اخلاقی تر رفتار می کردند. این در حالیکه پژوهش حاضر نشان می دهد بین ادراک اخلاقی و سن رابطه معنی دار وجود دارد و با افزایش سن ادراک اخلاقی کارکنان نیز قوت می گیرد، ولی برخلاف یافته ساهیل در این پژوهش هیچ گونه ارتباطی بین جنسیت و اخلاق به دست نیامد.

استین برگ و آستین در سال ۱۹۹۰ در تحقیق خود، هزاران تن از کارمندان دولتی را با چهارده معمای اخلاقی آزمودند و در مرتبط ترین نتایج حاصله دریافتند که شرایط خاص ناحیه و فشارها و مسائل مالی بر ادراک اخلاقی کارکنان تأثیر گذار است. در حالی که در پژوهش حاضر هیچگونه ارتباطی بین مشخصات توصیفی واحدهای مختلف با ادراک اخلاقی به دست نیامد. همچنین در زمینه جایگاه مسائل مالی، پژوهش حاضر نشان می دهد هرچه درآمد ماهانه بیشتر باشد ادراک اخلاق کاری قوی تر است. این در حالی است که اده و همکارانش معتقدند اگر موسسات تجاری از نظر قلمرو فعالیتی طبقه بندی شوند، تفاوت معنی داری میان مدیران موسسات تجاری در تصمیم گیری وجود خواهد داشت تا جائی که مدیران کسب و کارهای صنایع غذایی نسبت به مدیران موسسات تجاری دیگر رفتار اخلاقی تر از خود بروز می دهند.

۵-۵ مقایسه تطبیقی تحقیق حاضر با تحقیق مشابه:

با توجه به نتایج حاصل از تحقیق حاضر، سعی شده است تا با یک رویکرد تطبیقی (در آمار توصیفی) به مقایسه نتایج حاصل از این تحقیق و تحقیقی که به عنوان یکی از نزدیکترین تحقیقات به این پژوهش است و توسط «تاسلاک و سونر» در سال ۲۰۰۲ به بررسی ادراکات اخلاق حرفه ای مدیران در کسب و کارهای متوسط و کوچک در منطقه دریای سیاه و ترکیه پرداخته است (و در پیشینه تحقیق آورده شده است)، نگریسته شود.

د

ر تحقیق تاسلاک و سونر مشاهده شده است که هر چه سن مدیران بیشتر شده است تعهد اخلاقی و

ادراکات اخلاقی نیز در میان آنان افزایش یافته است. در تحقیق حاضر نیز مشابه همین نتیجه حاصل شده و مشاهده شده است که با افزایش سن مدیران میزان ادراکات اخلاقی در آنان افزایش یافته است

ورد دیگر که در تحقیق تاسلاک و سونرمشاهده شده این است که در میان مدیران کسب و کارهای متوسط و کوچک، فارغ التحصیلان دانشگاهی نسبت به سایر رده ها (دیپلم، زیر دیپلم) دارای ادراکات اخلاقی بالاتری بوده اند. مشابه چنین نتیجه ای در تحقیق حاضر نیز به دست آمده است و مشاهده شده است که مدیرانی که دارای مدرک تحصیلی بالاتری بوده اند، ادراکات اخلاقی آنها بالاتر بوده است.

۶-۵ محدودیتهای پژوهش

۱-۶-۵ تحت کنترل محقق

محدودیت زمانی که در اختیار محقق بوده و سعی شده است از فعالیت های حاشیه ای که به نوعی در گردآوری اطلاعات موثر است، پرهیز شود. از سوی دیگر کمبود امکانات و تجهیزات و اعتبارات مالی از جمله محدودیت های دیگر محقق می باشد، که در این زمینه نیز تلاش شده از حداقل امکانات و اعتبارات موجود، حداکثر بهره لازم برده شود.

۲-۶-۵ خارج از کنترل محقق

الف: یکی از معایب کیفی و بزرگ پرسشنامه آن است که غالباً، افراد سعی می کنند تا تصویری را که از خویش در ذهن دارند در پرسشنامه منعکس کنند و یا تصویری مطلوبی از خویش را با شرایط و خصوصیات هر پرسش، انطباق دهند. این کوشش ها حتی به صورت ناآگاه هم انجام می شود و پژوهشگران را با خطاهای کیفی روبرو می سازد بی آن که بتوان صحت و سقم اطلاعات داده شده را تأیید یا تکذیب کرد. تحقیق حاضر نیز به دلیل استفاده از پرسشنامه و بر اساس محتوای تحقیق که بر ادراک اخلاقی مدیران تمرکز داشته است، از این قاعده مبری نبوده است.

ب: پرسشنامه زدگی مشکل اصلی است که گریبان گیر اکثر تحقیقات پژوهشگران بوده و علت آن نگرش افراد در دایره شک و تردید و عدم شناخت ارزش و اهمیت تحقیق از سوی برخی افراد، می باشد، که این امر، عدم همکاری بعضی از اشخاص را در جمع آوری اطلاعات، موجب می گردد. که مدیران سازمان مذکور نیز شامل این محدودیت بوده اند.

ج: وجود شرایط و ضوابط خاص حاکم بر سازمان مورد بررسی، سبب عدم همکاری مکفی در کسب اطلاعات از جمله استفاده از اسناد و مدارک و مصاحبه با مدیران بوده است.

۷-۵ پیشنهادها

۱-۷-۵ پیشنهادهایی جهت حل موضوع و بهبود اوضاع

بر اساس نتایج حاصل شده همان طور که ذکر شد، میانگین نمره ادارک اخلاقی مدیران از میانگین و حد اعتدال پایین تر است و این مبین این مطلب است که کارهای بسیاری در این زمینه باید در اداره ثبت اسناد استان تهران صورت پذیرد. به کمک نتایج حاصل شده در قسمت ۵-۲ می توان بیان داشت، هرچند فعالیت های خارج از فعالیت های روزانه مدیران، جزء وظایف آنان محسوب نمی شود ولی در برخی مواقع نوع مأموریت ایجاب می کند که این فعالیت ها در خارج از ساعت اداری صورت پذیرد، لذا سازمان فوق باید تدابیری بیاندیشد که مدیران سازمانی را برای انجام فعالیت های خارج از ساعات اداری مجاب کند، بدین منظور می توان از سیستم پاداش و تنبیه استفاده کرد و یا می توان انجام فعالیت های خارج از ساعات اداری را در مقوله قرارداد کاری و شرح شغل مدیران گنجانند.

از آنجا که قریب به ۱۹٪ مدیران نواقص و کاستی های کار را به جای خود، در دیگران می جویند و خود را از هرگونه خطا مبری می دانند لذا کوششی برای رفع نواقص در خود نخواهند داشت و پیوسته پشت دیوار حاشا و توجیه قرار خواهند گرفت، برای رفع این معزل پیشنهاد می گردد مدیران غیر متخصص برای خود جانشین های زیادی در سازمان و خارج آن بینند، تا به جای پرداختن به ایرادات و اشکالات دیگران برای افزایش قیمت و ارزش خود بیشتر تلاش کنند و این وظیفه سیستم است که بتواند با قراردادهای مبتنی بر عملکرد، ترس از انجام اشتباه را در مدیران زنده نگه داشته و آنها را به اصلاح خود وادارد.

یکی دیگر از اصولی که در این زمینه از سوی محقق پیشنهاد می گردد به کارگیری آزمون های ارزیابی عملکرد و کلاس های آموزش اخلاق حرفه ایی از سوی سازمان است. سازمان می تواند با ارائه مدرک و پاداش در قبال تغییرات رخ داده بعد از دوره های مذکور به مدیران، انگیزه رفتار اخلاقی را در آنها بالا برد. از آنجا که اکثر مدیران در صورت عدم دریافت حقوق، از انجام فعالیت محوله سر باز می زنند و با توجه به نقش و جایگاه انگیزه و جنبه های روانی کار، توصیه می گردد از روان شناسان حرفه ای در هر واحد استفاده گردد، زیرا مدیران متخصص باید به این آگاهی برسند که تأخیر در پرداخت ها نباید تا بدینسان بر روند فعالیتی آنان تأثیر گذار باشد و این موضوعی است که بیشتر جنبه روانی داشته و یک روانشناس حرفه ای در این زمینه می تواند مفید به اثر واقع شود.

بر اساس آنچه حصول شد، برخی مدیران اداره مذکور سعی بر آن دارند، دیگر مسئولین را هر چند دارای تخصص مربوطه نیستند، در فرآیند کاری خود شریک کرده تادر صورت بروز مشکل احتمالی، علاوه بر خود، بخش های دیگر هم مسئول باشند. لازمه رفع این مشکل و مقابله با آن ایجاد زمینه اعتماد در میان مدیران است، به نحوی که از اعتراف به عمل خطا واهمه نداشته باشند و این میسر نمی شود مگر اینکه سیستم به اندازه ای اعتماد سازی کند که مدیران، سازمان را، به عنوان مهمترین تکیه گاه خود در قبال اعتراف به خطای کاری خود ببینند.

یکی از مهم ترین دلایل روحیه کم کاری و ضعف اخلاقی، وجود ارتباطات غیر رسمی سازمانی است که منجر به فعالیت های غیر اخلاقی و خارج از نظام نامه سازمان می گردد. در واقع گروه های غیر رسمی که به آن سازمان غیر رسمی نیز گفته می شود و چهره دوم سازمان و سایه سازمان است بر سازمان رسمی نیز اثر گذارند. با ظهور سازمان غیر رسمی، پخش اطلاعات غلط و تحریف شده میان افراد به آسانی صورت می گیرد. این گروه های غیر رسمی، به دلیل عادات و پیمان های خود، به هم دیگر متصل بوده و لذا در برابر تغییرات سازمانی که امنیت آنها را به مخاطره اندازد، مخالفت خواهند کرد. برای رفع این معزل باید فعالیت های غیر رسمی سازمان و منابع انتشار آن شناسایی شده و مورد کنترل قرار گیرد، بدین منظور باید جذابیت های فعالیت رسمی و حجم کاری مدیران به نحوی مد نظر گرفته شود که زمان و انگیزه کافی برای برقراری ارتباطات غیر رسمی سازمانی در آنها از بین رود.

در آخر پیشنهاد می گردد برای جلوگیری از به کارگیری امکانات سازمانی برای انجام مسائل شخصی، ماهانه یا سالانه بخشی از نیاز مدیران به کاغذ، کپی، پرینت، خودکار و... در فیش حقوقی این عزیزان لحاظ

گردد. بدین صورت با یک مدیریت صحیح می توان نیمی از هزینه هدر روی امکانات و تجهیزات سازمانی توسط اینان را، مدیریت کرده و بخش دیگر آن را به آنان اعطا فرمود. در قبال انجام فعالیت های فوق باید برای استفاده از امکانات اداری جیره و محدودیت نیز، در نظر گرفته شود.

۸-۵

پیشنهادات حاصل از فرضیات:

۱-۸-۵ پیشنهادات حاصل از فرضیه اول:

ایجاد بخش هایی در سازمان ها جهت تدوین منشور اخلاقیات و نظارت بر اجرای آن در ادارات مربوطه.

۲-۸-۵ پیشنهادات حاصل از فرضیه دوم:

- سنجش سطح ادراکات اخلاقی پیش از استخدام کارکنان (به ویژه در سازمان هایی که تعداد کارکنان زیادی داشته و هزینه آموزش در آنها بیشتر خواهد بود).

- مشارکت کارکنان سازمان در تدوین منشور اخلاقیات.

- سازمان ها می توانند با اصلاح سیستم های جذب و گزینش ، افرادی را که در دوران زندگی اجتماعی و کاری خود سابقه و تمایل بیشتری به رعایت اخلاقیات و قوانین داشته اند به استخدام در آورند . به ویژه برای تصدی مشاغل کلیدی سازمان توجه به این امر ضروری است. چرا که این افراد قادرند موارد مربوط به رفتارهای غیر اخلاقی را بهتر تشخیص داده و بدون نظارت مستقیم مدیران رده های بالاتر به انجام وظائف و مسئولیت های اخلاقی و قانونی خود بپردازند.

- در ادارات تابعه ، به دلیل ارتباط تنگاتنگ و نزدیک مدیران و کارکنان ، مشارکت و نظر خواهی از کارکنان می تواند یک راه حل مناسب جهت تدوین منشور اخلاقیات سازمانی و نهادینه سازی این اصول در سازمان ها گردد. زیرا در این صورت ، افراد و کارکنان سازمان انگیزه بیشتری برای رعایت و اجرای این اصول خواهند داشت.

۳-۸-۵ پیشنهادات حاصل از فرضیه سوم:

امروزه اخلاقیات در بسیاری از سازمان های موفق خصوصی به عنوان یکی از مهم ترین اهداف آن سازمان در تمام مراحل تدوین و تعیین استراتژی مورد توجه قرار می گیرد. نهادینه سازی این اصول در سازمان های دولتی نیز می تواند تأثیر مستقیمی بر مقبولیت سازمان ها از نظر ارباب رجوعان داشته باشد.

۵-۸-۴ پیشنهاد حاصل از فرضیه چهارم:

برگزاری کلاس های آموزشی لازم برای کارمندان زن در جهت ارتقاء آنها و همچنین دادن پست های بالای سازمانی و مدیریتی به ایشان می تواند سقف شیشه ای که برای کارمندان زن ایجاد شده را بشکند .

۵-۸-۵ پیشنهاد حاصل از فرضیه پنجم:

آموزش کارکنان متناسب با سن و سطح بلوغ آنان. معرفی و آموزش الگوها و نظریه های اخلاقی در سطح جهان و تطبیق آن با شرایط سازمانی و فرهنگی توسط متخصصین و صاحب نظران نیز به عنوان یک راهنما جهت تدوین منشور اخلاقیات مورد استفاده قرار گیرد.

همچنین می توان مدیران را آموزش داد تا نحوه به کار گیری استانداردهای اخلاقی را در مدیریت منابع انسانی بیاموزند تا بر اساس شیوه های معمول گذشته عمل نکنند. تفاوت های فردی، اخلاقی و فرهنگی را بشناسند و کارکنانی را که اخلاقیات و قوانین را در انجام وظائف و مسئولیت های خویش رعایت می کنند، تشویق و از آنان حمایت کنند.

۵-۸-۶ پیشنهاد حاصل از فرضیه ششم:

تهیه و تدوین منشور اخلاقیات مناسب سازمانی و همچنین تشویق کارکنان برای رعایت اصول اخلاقی سازمان.

به نظر می رسد که یکی از مهم ترین اقدامات لازم برای ایجاد و استقرار سیستم ، رعایت اخلاقیات و قانون در سازمان ها ، تدوین منشور رعایت اخلاقیات و قانون گرایی است. این منشور، همانگونه که در فصل دوم اشاره شد، متناسب با نیازها و فعالیت های سازمانی و اصول جهانی تدوین می گردد. این منشور، سوگند نامه و یا قانون باید دقیقاً انتظارات سازمان و مدیریت را از کارکنان در خصوص (حتی جزئی ترین مسائل)

رعایت اخلاقیات و قانون‌گرایی مشخص کند و در بدو استخدام نیروی انسانی، مفاد آن به اطلاع وی برسد. این منشور بایستی همواره در معرض دید عموم قرار بگیرد و از نیروی انسانی سازمان خواسته شود که در تمام فعالیت‌های شغلی و حرفه‌ای خود کاملاً به مفاد آن عمل کند. کارکنانی که به مفاد آن عمل کنند، باید مورد تشویق سازمان و مدیریت قرار گیرند. همچنین عدم به کار بستن مفاد منشور اخلاقیات و قانون‌گرایی باید موجب اقدامات اصلاحی کارکنان و حتی تنبیه آنان باشد.

۷-۸-۵ پیشنهادات حاصل از فرضیه هفتم:

می‌توان از مدیران رده بالای سازمانی خواسته شود که خود با رعایت اخلاق برای دیگران الگو باشند. این عمل می‌تواند در نهادینه کردن رفتارهای هنجار، رعایت اخلاقیات و رعایت قوانین تأثیر به‌سزایی به ویژه در اداراتی که مدیران دائماً با کارکنان سر و کار دارند، مفید واقع شود.

۸-۸-۵

پیشنهادات حاصل از فرضیه هشتم:

- آموزش مدیران و سرپرستان سازمان در تمام رده‌های مدیریتی. زیرا بدون همکاری این گروه‌ها، بخش‌ها و محیط‌ها تحقق اصول اخلاقی چه در سطح فردی، اجتماعی و چه سازمانی امکان‌پذیر نخواهد بود.

- شفاف‌سازی و روشن کردن کامل مسئولیت‌ها و اصول اخلاقی سازمان.

۹-۸-۵ پیشنهادات حاصل از فرضیه نهم و دهم:

از آنجایی که این دو متغیر رابطه معکوس با ادراکات اخلاقی دارند، 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 غیر اخلاقی و آموزش و نظارت بر فعالیت‌های آنان تا اصلاح رفتارهایشان، تشویق کارکنانی که قانون و اخلاق را در کار رعایت می‌کنند و تدوین منشور اخلاقی ویژه سازمانی و نهادینه سازی آن در کل سازمان می‌تواند کمک مؤثری برای رعایت اخلاق در سازمان‌ها باشد.

مع بندی

به طور خلاصه می توان چنین بیان کرد که متأسفانه در سازمان های ایران ، رعایت اصول اخلاقی و تدوین منشور اخلاقی در سطح بسیار ضعیفی دنبال می شود و در برخی موارد ، حتی این اصول در حد بسیار پایینی دیده می شود. که متأسفانه ریشه وجود رفتارهای غیر اخلاقی نیز عدم شفافیت رفتار های اخلاقی، قوانین و مقررات ، سیاست ها ، خط مشی هااستانداردهای سازمانی است. همچنین عدم رعایت عدل و انصاف در خصوص کارکنان ، نقش مهمی در این زمینه ایفا می کند. عدم ادراکات درست و کامل اخلاقیات در مراتب بالای سازمان و در میان متخصصین و مدیران سازمان ها نیز یکی دیگر از این دلایل به شمار می رود. همچنین کمرنگ شدن هر روزه نقش پر اهمیت اخلاقیات در میان تمامی سازمان های ایران که اندک اندک به درون جامعه نیز تسری یافته یکی از عمده دلایل بی اهمیتی توجه به اصول اخلاقیات به شمار می رود.

تهیه و تنظیم منشور اخلاقیات و قانون گرایی ، آموزش برای توسعه رفتارهای اخلاقی و قانونی ، رعایت و حمایت اصول اخلاقی توسط مدیران رده بالای سازمانی، شناسایی موقعیت های مناسب برای ارتکاب اعمال خلاف قانون و اخلاق و نظارت کافی بر موقعیت های مذکور ، شناسایی افراد مستعد برای ارتکاب اعمال خلاف و غیر اخلاقی و آموزش و نظارت بر فعالیت های آنان تا اصلاح رفتارهایشان ، تشویق کارکنانی که قانون و اخلاق را در کار رعایت می کنند و تدوین منشور اخلاقی ویژه سازمانی و نهادینه سازی آن در کل سازمان می تواند کمک مؤثری برای رعایت اخلاق در سازمان ها باشد.

۱۰-۵ پیشنهادهایی به سایر پژوهشگران

الف: به پژوهشگران عزیز توصیه می گردد علاوه بر موارد فوق الذکر، به بررسی ارتباط هر کدام از متغیرهای تحقیق (مشخصات توصیفی واحدهای مناطق مختلف و مشخصات توصیفی مدیران) با دیگر رویکردهای رفتار سازمانی، همچون آموزش، تعهد، رفتار سیاسی، کیفیت زندگی کاری، تعارض و... بپردازند.

ب: در صوت تمایل می توانند در جهت بررسی قابلیت تعمیم پذیری نتایج تحقیق حاضر، آن را در دیگر سازمان ها بررسی نمایند تا نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر را، با دیگر سازمان ها مورد بررسی قرار دهند.

ج: پیشنهاد می گردد در زمینه ادراک اخلاقی مدیران، از دیگر پرسشنامه های استاندارد موجود چه آنهایی که به زبان فارسی ترجمه شده اند و چه آن دسته ای که هنوز ترجمه نیافته ولی قابلیت دستیابی دارند، استفاده گردد.

منابع

منابع فارسی

- (۱) احدی، م.، ۱۳۸۶، رفتار سازمانی، چاپ سوم، انتشارات کوهسار، تهران.
- (۲) آذر، ع. و مومنی، م.، ۱۳۸۴، آمار و کاربرد آن در مدیریت، انتشارات سمت، تهران.
- (۳) امی
- ر کبیری، ع.، ۱۳۸۵، رویکردهای سازمان و مدیریت رفتار سازمانی (چشم انداز پست مدرن)، چاپ اول، انتشارات نگاه دانش. تهران.
- (۴) ام پوتی، ج.، ۱۳۷۱، مدیریت بهره‌وری و شیوه‌های بهبود آن، ترجمه: عین ا. علاء، چاپ اول، انتشارات بصیر، تهران.
- (۵) بست، ج.، ۱۳۸۴، روشهای تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، ترجمه حسن پاشا شریفی و نرگس طالقانی، انتشارات رشد، تهران.
- (۶) بلانچارد، ج. و راندولف، ن.، ۱۳۸۱، مدیریت تواناسازی کارکنان، ترجمه مهدی ایران‌نژاد پاریزی، چاپ سوم، نشر مدیران، تهران.
- (۷) بیات، م.، ۱۳۸۷، پژوهشی درباره ارزش های اخلاقی دانشگاهیان، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.

۸) جوزف، ا. و چامپوکس، م.، ۱۳۸۳، رفتار سازمانی، ترجمه فخرالدین معروفی و عزیز سلیمانزاده، چاپ اول، انتشارات پرتو بیان، کرج.

۹) چلبی، م.، ۱۳۸۱، بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران، چاپ سوم، مؤسسه پژوهشی فرهنگ، ارتباطات، تهران.

۱۰) خ

اکی، غ.، ۱۳۸۷، روش تحقیق با رویکردی بر پایان نامه نویسی، انتشارات مرکز تحقیقات علمی، تهران.

۱۱) خلیلی شورینی، س.، ۱۳۷۸، روشهای تحقیق در علوم انسانی، انتشارات یادواره کتاب، تهران.

۱۲) خمیده، خ.، ۱۳۸۳، بررسی اخلاق کار و عوامل موثر بر آن در اداره کل سازمان تأمین اجتماعی تهران (شعبات ۳۰ گانه)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.

۱۳) خورشیدی، حمیدرضا، ۱۳۸۶ «راهنمای تدوین رساله و پایان نامه تحصیلی»، انتشارات یسطرون، تهران.

۱۴) رضائیان، ع.، ۱۳۸۰، مدیریت رفتار سازمانی، چاپ سوم، انتشارات سمت، تهران.

۱۵) داروئیان، س.، ۱۳۸۸، بررسی ادراک اخلاقی مدیران در کسب و کارهای متوسط و کوچک، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.

۱۶) سکاران، ا.، ۱۳۸۵، روشهای تحقیق در مدیریت، ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ دوم، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، تهران.

۱۷) شرموهون، ج. آ.، ۱۳۸۱، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه ایران نژاد پاریزی، چاپ سوم، انتشارات شابک، تهران.

۱۸) علی پور، ک.، ۱۳۷۸، Ethics Virtues Against Reductivism In & Quandaries

ترجمه و نقد ۴ فصل آخر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم.

۱۹) کاتوزیان، ن.، ۱۳۶۵، فلسفه حقوق، چاپ اول، انتشارات بهمنش، تهران.

۲۰) ک

ل، ج.، ۱۳۷۴، تئوریهها و فرآیند مدیریت، ترجمه سهراب خلیلی شورینی، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.

- (۲۱) کمالی نژاد، م، ۱۳۶۹، تفسیری بر نظریه اخلاقی کانت (مابعد الطبیعه اخلاق)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- (۲۲) لاوتر، آ، ۱۳۸۱، مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی، ترجمه حسن گیوریان و محمد رضا ربیعی مندجین، چاپ دوم، انتشارات یکان، تهران.
- (۲۳) محسنی، م، ۱۳۷۹، بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، چاپ اول، انتشارات آسمان، تهران.
- (۲۴) مرتضی مطهری، م، ۱۳۷۱، تعلیم و تربیت در اسلام، چاپ پنجم، انتشارات صدرا، تهران.
- (۲۵) مقیمی، م، ۱۳۸۵، سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، انتشارات ترمه، تهران.
- (۲۶) مومنی، م، ۱۳۸۳، روشهای تحقیق، جزوه درسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- (۲۷) قراملکی، ف، ۱۳۸۲، "اخلاق حرفه ای"، روزنامه اطلاعات، ۱۰/۲۸، شماره ۲۲۹۷۳، ص ۱۹.
- (۲۸) نوری تاجر، م، ۱۳۸۰، مسئولیت های اخلاقی و اجتماعی در مدیریت، مجله تدبیر، شماره ۱۱۵، ص ۲۹.
- (۲۹) واثقی، ق، ۱۳۷۷، درسهایی از اخلاق مدیریت، انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی، تهران.
- ه (۳۰)
- ومن، ح، ۱۳۷۴، استنباط آماری در پژوهش رفتاری، نشر پارسا، تهران.
- ه (۳۱)
- ومن، ح، ۱۳۷۶، شناخت روش علمی در علوم رفتاری (پایه های پژوهش)، نشر پارسا، تهران.

- 32) Abratt,R.& Michael,M. & Drop.K.,1999 , **Ethical Perceptions South African Retailers: Management & Sales Personnel**. Internet Searching.
- 33) Al - Khatib,J.A.C.J. & Robertson,A. & Stanton,D. & Vital, S.J.,2002 , **Business Ethics In Arab States: A Three Country Study**, International Bussines Review,Vol.11,PP.97-111.
- 34) Ede,F.O. Panigrahi.B.;Stuatt,J.& Calich, S.,2000 ,Etichs In Small Minority Businesses, **Journal Of Business Ethics** ,Vol.26,PP.133-146.
- 35) Ekin,M.G.S. & TezÖlmez, S.H., 1999,Business Ethics In Turkey: An Empirical Investigation With Special Emphasis On Gender, **Journal Of Business Ethics**.PP.18-34.
- 36) Ferrell,c. & Gresham.L.G., 1985, **A Contingency Framework For Understanding Ethical Decision Making In Marketing**. Internet Searching.
- 37) Fraunen Felder,k.j., 1990, A Cognintive Determinat OF Favorability Of Impression, **Journal Of Social Psychology**,PP.43,55.
- 38) Gordan,P.,1990,**Parent Effectiveness Trainingg**, New York,Peter H. Wyden, P.25.
- 39) Hoffman,W. & Micheal.A,& Frederick,E.,2001, **Bussiness Ethics: Readingsand Cases In Corporate Morality**, Mc GrawHill. P.1.
- 40) Miller,L.M.,1983, **Behavior Management New Skills For Business & Industry Atlanta Behavioral System**,P.12.
- 41) Maclagen,P.,1995 ,**Ethical Thinking In Organizations: Implications For Management Education,Management Learning**, Vol,No.2,P.159.
- 42) Pfeiffer R.S.& Forsberg R.,2000 ,**Ethics on The Job, - Cases Strategies, Second Ed., Wadsworth publishing Co**.PP.,3-5.
- 43) Pops,G.M.,1994, **A Teleolgical Approach To Admininstrative,Ethics, In T. L.Cooper(ed.) Handbook Of Administrative Ethics**. New York, Marcel Dekker Inc.
- 44) Sawhill , l . V . ,1990, **Perspectives on Women & Work In America , Cambridge Mass: Mit press**.P.3.
- 45) Sewinek,P.J.,1992 , **Non- Profit Grown Seek Ethics Standard**.
- 46) Sheehy , J.w ,1990, **Nework Ethic Is Frightening** , Personnal Journal, P.21.
- 47) Sims,R.L., 1999, **The Development of Six Ethical Business Dilemmas**.
- 48) Teevion,L.,1992 ,**Ethical Decision Making in Organization: A Person Situation Interactionist Model**.

49) Yankerlovich , D.,1984, **Putting The Work Ethic To Work , Society** ,Vol.2,P. 21.

سایته‌ها و وبلاگ‌ها

50) <http://www.aftab.ir/articles/social/communications/c4c1178444492p1.php>
online(1388/9/12-1:24)

51) <http://www.agahsazi.com> online(1388/3/25-12:51)

52) <http://www.farsnews.net> online (1388/1/3-13:21)

53) <http://www.ebtekarnews.com> online (1388/4/5- 12:41)

54) <http://www.maztax.gov.ir> online(1387/11/8 -4:41)

55) <http://www.mgtsolution.com> online (1388/1/5-16:58)

56) <http://mrdm.mashhad.ir> online (1388/1/8-9:26)

پیوستها و ضمائم

«پیوست الف»

بسمه تعالی

پاسخ دهنده گرامی؛

باسلام

احتراماً، پرسشنامه ای که تقدیم می گردد، به منظور تکمیل قسمتی از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی تهیه و تنظیم گردیده است. خواهشمند است با تکمیل پرسشنامه مزبور اینجانب را یاری فرمائید.

یادآوری می شود کلیه اطلاعات اخذ شده بطور محرمانه نزد پژوهشگر حفظ خواهد شد.

با احترام - بهاره بازارچی

سوالات عمومی:

- ۱- جنسیت: مرد زن
- ۲- سطح تحصیلات: کارشناسی کارشناس ارشد دکترا
- ۳- سن: ۲۰-۳۰ ۳۰-۴۰ ۴۰ به بالا
- ۴- سطح درآمد ماهانه بر حسب میلیون ریال: کمتر از ۴ ۴-۸ ۸-۱۲ ۱۲ به بالا
- ۵- سطح درآمد ماهانه خانوار شما بر حسب میلیون ریال: کمتر از ۴ ۴-۸ ۸-۱۲ ۱۲ به بالا
- لطفاً با توجه به موقعیت و جایگاه سازمانی خود، به سوالات ۶ الی ۱۰ پاسخ دهید.
- ۶- واحد سازمانی که شما در آن مشغول هستید جزء کدام واحد تابعه می باشد:
- شمال جنوب شرق غرب
- ۷- تعداد کارکنان تحت فعالیت اداره شما برابر است با:
- زیر ۳۰ نفر ۳۰ تا ۶۰ نفر ۶۰ به بالا
- ۸- عمر واحد سازمانی شما برابر است با:
- ۱۰-۵ سال ۱۰-۱۵ سال ۱۵ به بالا
- ۹- جایگاه شما در کسب کارتان چگونه است:
- مدیر ارشد معاون سرپرست
- ۱۰- چه مدت دارای سابقه خدمتی در واحد سازمانی مربوطه می باشد:
- ۱۰-۰ سال ۱۰-۲۰ سال ۲۰-۳۰ سال

سوالات اختصاصی:

لطفاً به سوالات زیر را بر اساس دیدگاه کاملاً مخالف، مخالف، تا حدودی مخالف، بی نظر، تا حدودی موافق، موافق و کاملاً موافق اعداد بین ۱ الی ۷ را اختصاص دهید:

| مقیاس | | | | | | | پرسش | ردیف |
|-------|---|---|---|---|---|---|---|------|
| ۷ | ۶ | ۵ | ۴ | ۳ | ۲ | ۱ | | |
| | | | | | | | برای استفاده از امکانات و وسائل سازمانی در قبال انجام فعالیتهای شخصی محدودیتی قائل نیستم. | ۱ |

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|---|----|
| | | | | | | | | ثبت هزینه های که به نام سازمان انجام می دهم، همیشه بطور قطعی امکان پذیر نیست لذا برای ارائه اطلاعات هزینه های صورت گرفته به حسابداری ضرورتی نمی بینم. | ۲ |
| | | | | | | | | محدودیتی برای انجام کارها در زمان تعیین شده از سوی ارباب رجوع نمی بینم. | ۳ |
| | | | | | | | | در قبال انجام کارهای شخصی در زمان اداری محدودیتی قائل نیستم. | ۴ |
| | | | | | | | | محدودیتی برای ارائه اشتباهات کاری همکارانم به بالا دستان نمی بینم. | ۵ |
| | | | | | | | | نواقص و کاستی های مربوط به کار را در دیگران می جویم. | ۶ |
| | | | | | | | | در صورت مشاهده نقص و کاستی در کارهایی که خارج از حیطه مسئولیت من است خود را مجاب به دخالت می دانم. | ۷ |
| | | | | | | | | در صورت عدم دریافت حقوق و مزایا دلیلی برای فعالیت نمی بینم. | ۸ |
| | | | | | | | | اگر اصول و قواعد کاری بر خلاف ایدئولوژی و تفکر من باشد از انجام آن کار سر باز خواهم زد. | ۹ |
| | | | | | | | | در صورت نیاز، وسائل سازمانی مانند (قلم، خودکار و...) را برای مصارف شخصی به منزل انتقال خواهم داد . | ۱۰ |
| | | | | | | | | هدایای ارسالی ارباب رجوع را دریافت کرده و آنرا حق مسلم خود می دانم. | ۱۱ |
| | | | | | | | | در صورت تعویق وظائف محوله ، دلیلی برای جبران آنها در خارج از سازمان و ساعات اداری نمی بینم. | ۱۲ |
| | | | | | | | | کارکنانی که اصول، قواعد و خط مشی های سازمان را زیر پا می گذارند یا از آنها عدول می کنند را به بالادستان معرفی می کنم. | ۱۳ |

«پیوست ب»

جداول فراوانی داده ها

Reliability

\

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

-

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 80.0

N of Items = 13

Alpha = .8134

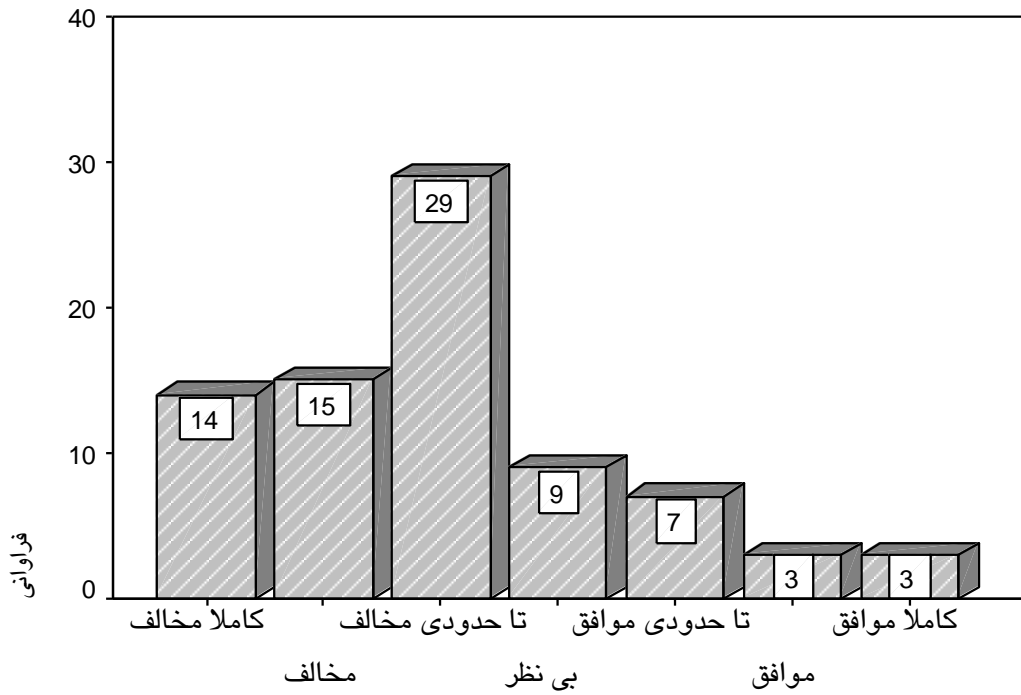
سوال ۱

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 17.5 | 17.5 | 17.5 | 14 | مخالف كاملا Valid |
| 36.3 | 18.8 | 18.8 | 15 | مخالف |
| 72.5 | 36.3 | 36.3 | 29 | نا حدودى مخالف |
| 83.8 | 11.3 | 11.3 | 9 | |

| | | | | |
|-------|-------|-------|----|----------------|
| | | | | بی نظر |
| 92.5 | 8.8 | 8.8 | 7 | تا حدودی موافق |
| 96.3 | 3.8 | 3.8 | 3 | موافق |
| 100.0 | 3.8 | 3.8 | 3 | کاملاً موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-۱

سوال ۱



سوال ۱

نمودار ب-۱

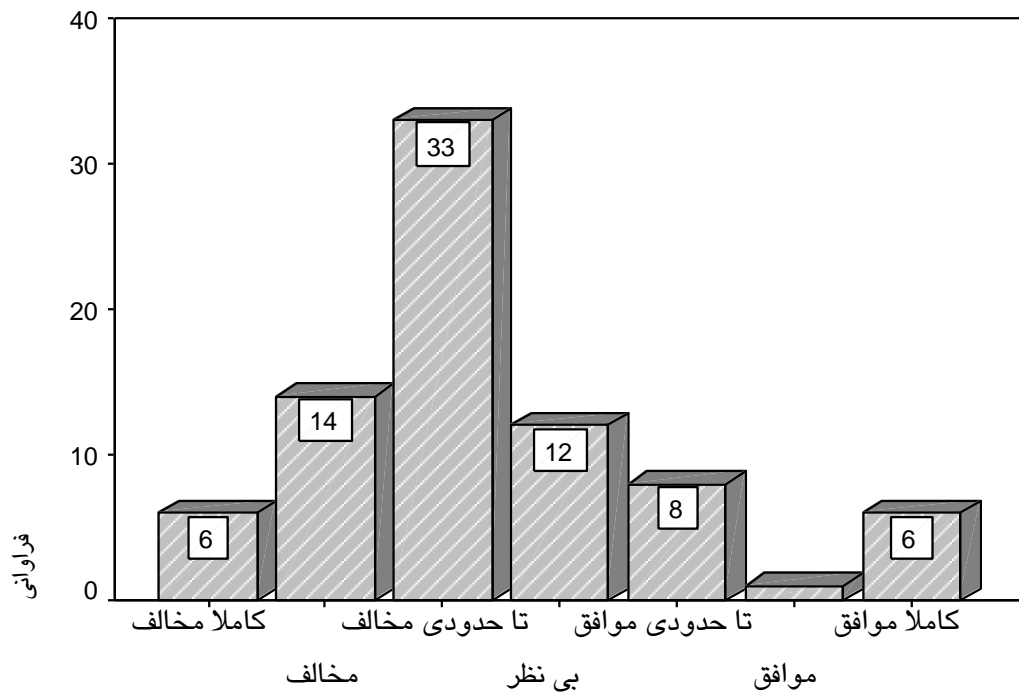
سوال 2

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 7.5 | 7.5 | 7.5 | 6 | مخالف كاملا Valid |
| 25.0 | 17.5 | 17.5 | 14 | مخالف |
| 66.3 | 41.3 | 41.3 | 33 | تا حدودى مخالف |
| 81.3 | 15.0 | 15.0 | 12 | بى نظر |
| 91.3 | 10.0 | 10.0 | 8 | تا حدودى موافق |

| | | | | |
|-------|-------|-------|----|-------------|
| 92.5 | 1.3 | 1.3 | 1 | موافق |
| 100.0 | 7.5 | 7.5 | 6 | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-۲

سوال ۲



سوال ۲

نمودار ب

۲-

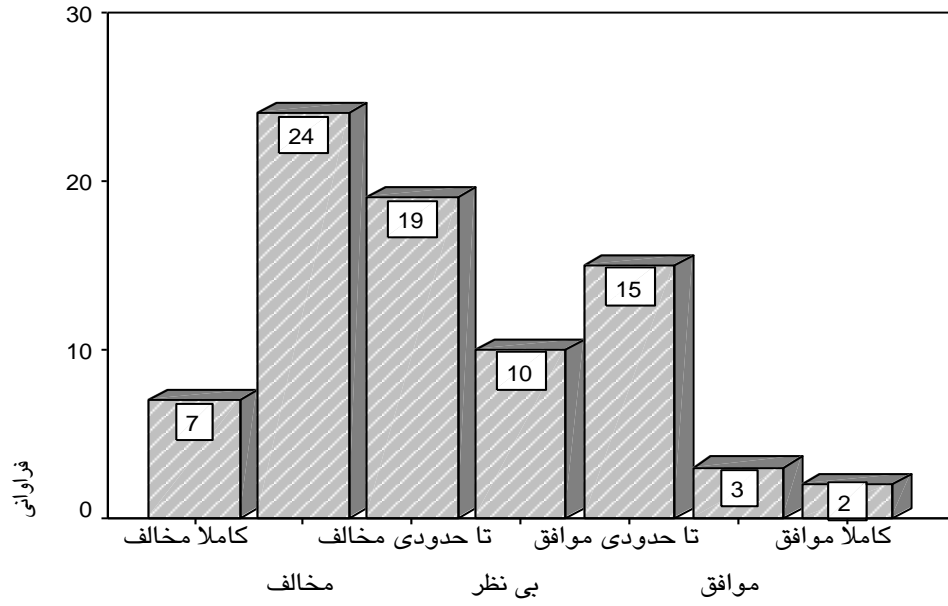
سوال ۳

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 8.8 | 8.8 | 8.8 | 7 | مخالف كاملا Valid |
| 38.8 | 30.0 | 30.0 | 24 | مخالف |
| 62.5 | 23.8 | 23.8 | 19 | تا حدودى مخالف |
| 75.0 | 12.5 | 12.5 | 10 | بى نظر |
| 93.8 | 18.8 | 18.8 | 15 | تا حدودى موافق |
| 97.5 | 3.8 | 3.8 | 3 | موافق |
| 100.0 | 2.5 | 2.5 | 2 | |

| | | | | |
|--|-------|-------|----|-------------|
| | | | | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

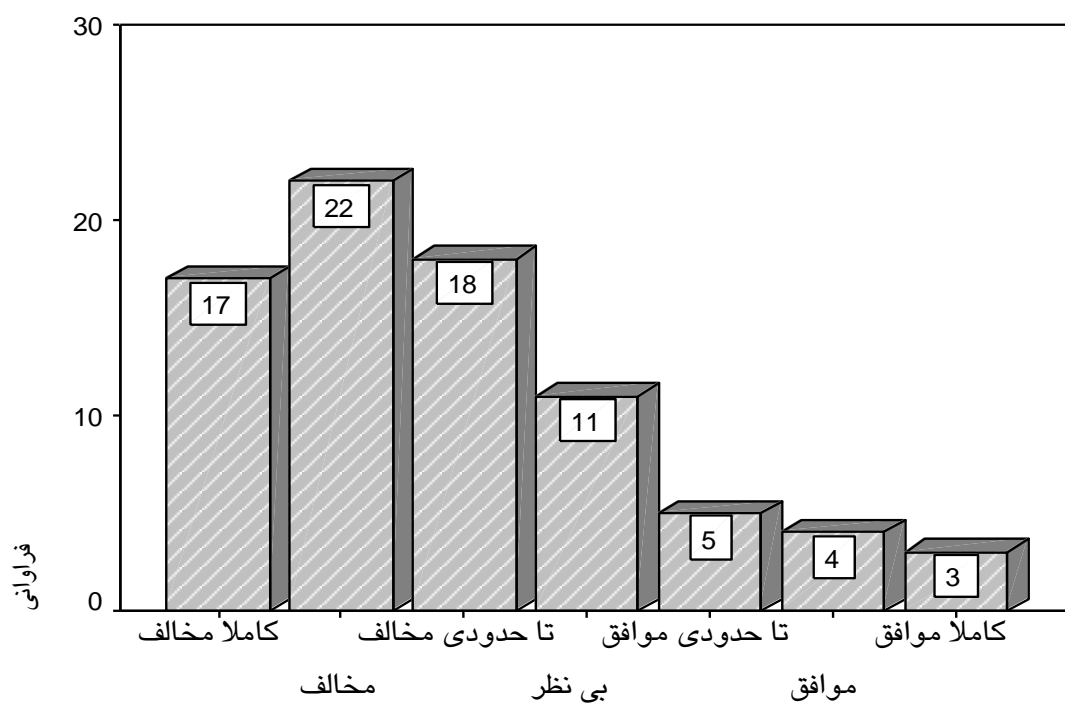
جدول ب-۳

سوال ۳



سوال ۳

سوال ٤



سوال ٤

نمودار ب-٤

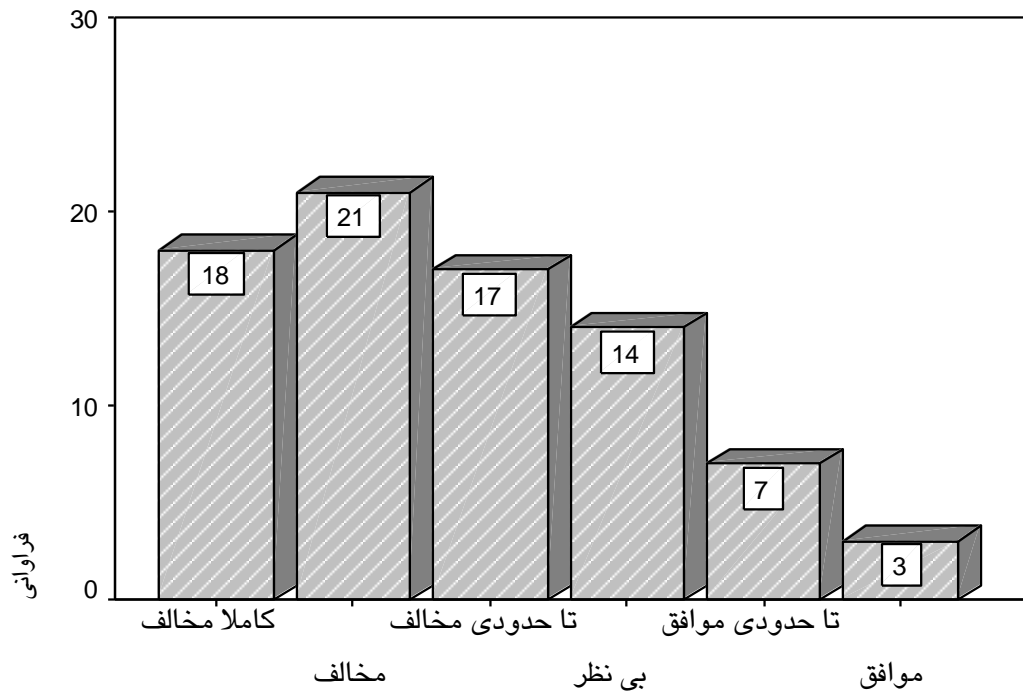
سوال ٥

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|--------------------|
| 22.5 | 22.5 | 22.5 | 18 | Valid مخالف کاملاً |
| 48.8 | 26.3 | 26.3 | 21 | مخالف |
| 70.0 | 21.3 | 21.3 | 17 | تا حدودی مخالف |

| | | | | |
|-------|-------|-------|----|----------------|
| 87.5 | 17.5 | 17.5 | 14 | بی نظر |
| 96.3 | 8.8 | 8.8 | 7 | تا حدودی موافق |
| 100.0 | 3.8 | 3.8 | 3 | موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-۵

سوال ۵



سوال ۵

نمودار ب-۵

سوال ۶

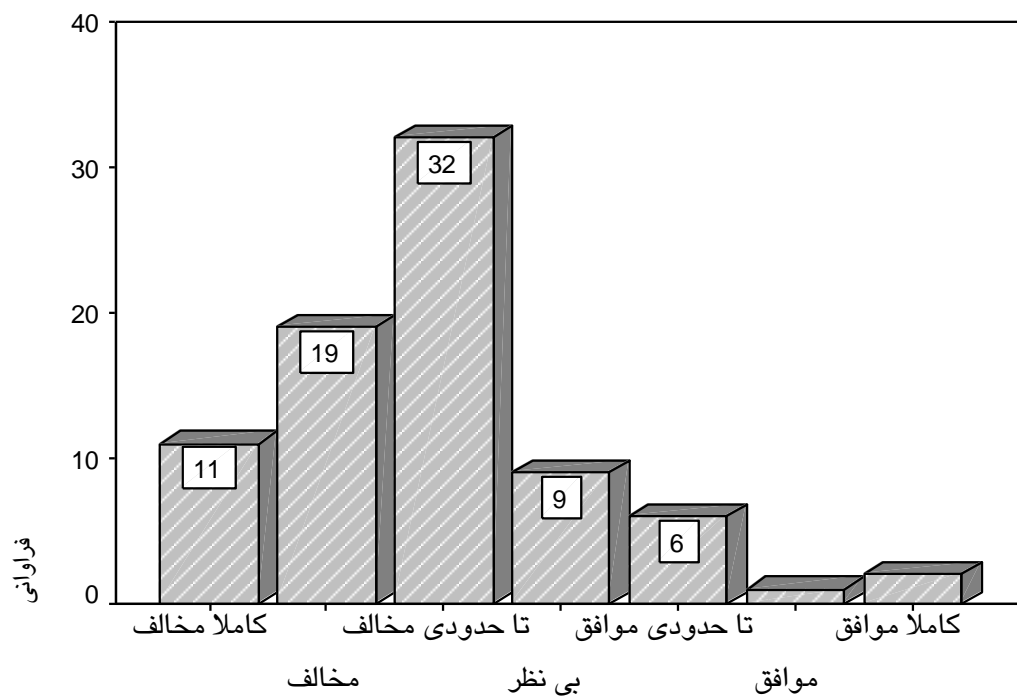
| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 13.8 | 13.8 | 13.8 | 11 | Valid مخالف كاملا |
| 37.5 | 23.8 | 23.8 | 19 | مخالف |
| 77.5 | 40.0 | 40.0 | 32 | تا حدودى مخالف |
| 88.8 | 11.3 | 11.3 | 9 | بى نظر |
| 96.3 | 7.5 | 7.5 | 6 | تا حدودى |

| | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|
| | | | | موافق |
| | 97.5 | 1.3 | 1.3 | 1 |
| | 100.0 | 2.5 | 2.5 | 2 |
| | | 100.0 | 100.0 | 80 |
| | | | | Total |

جدول ب-۶

نمودار ب-

سوال ۶



سوال ۶

۶

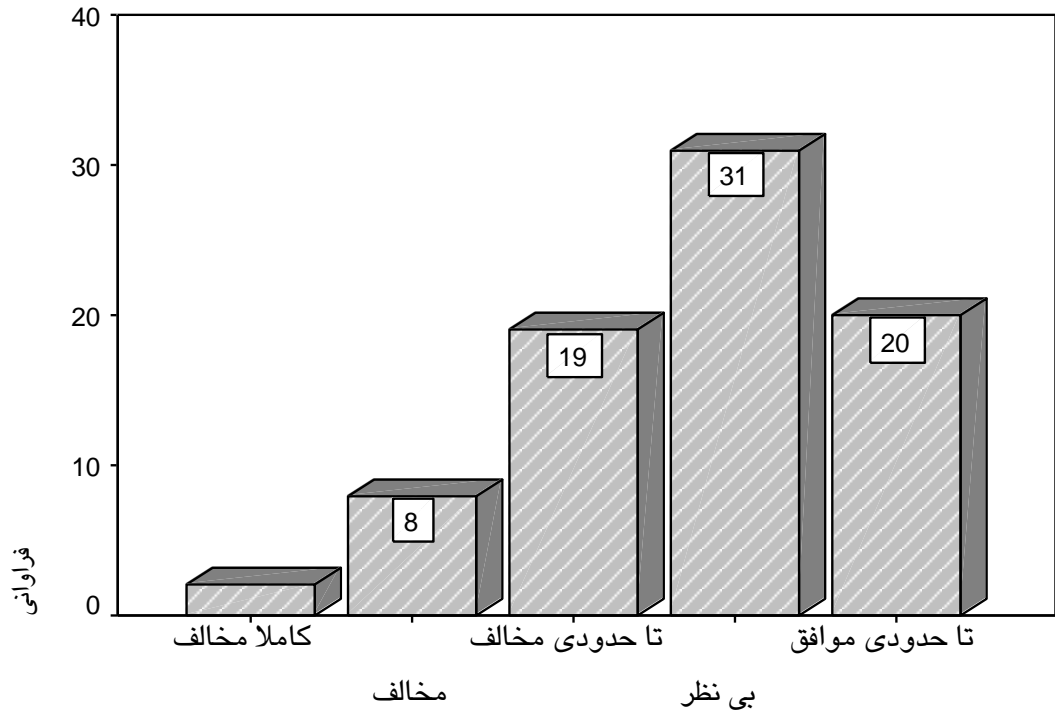
سوال 7

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 2.5 | 2.5 | 2.5 | 2 | Valid مخالف كاملا |
| 12.5 | 10.0 | 10.0 | 8 | مخالف |
| 36.3 | 23.8 | 23.8 | 19 | تا حدودى مخالف |
| 75.0 | 38.8 | 38.8 | 31 | بى نظر |
| 100.0 | 25.0 | 25.0 | 20 | تا حدودى موافق |

| | | | | |
|--|-------|-------|----|-------|
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |
|--|-------|-------|----|-------|

جدول ب-۷

سوال ۷



سوال ۷

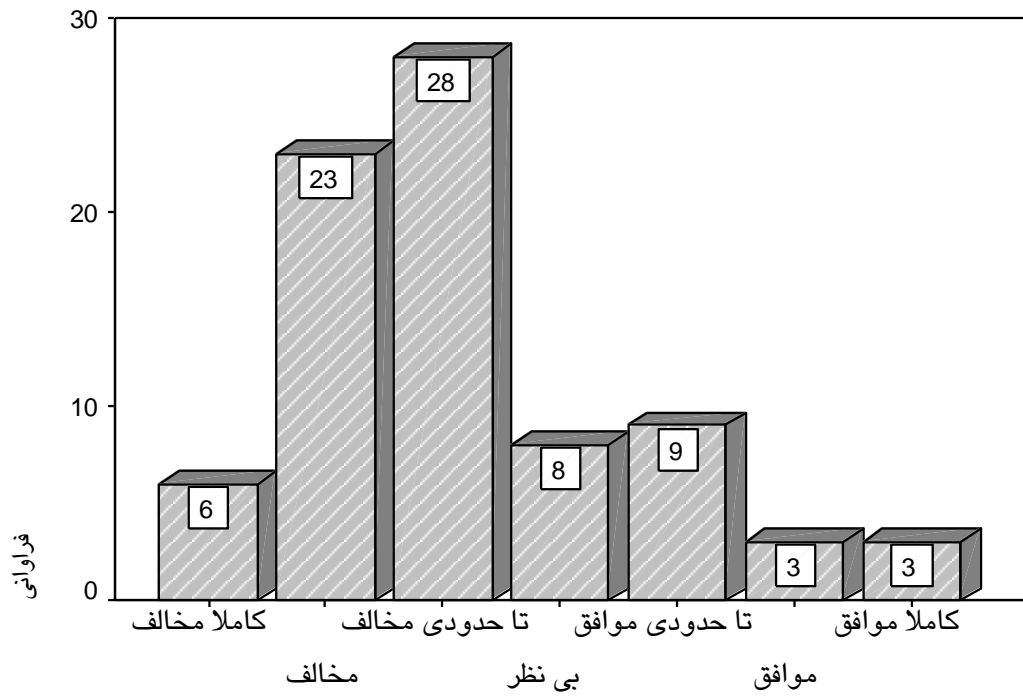
نمودار ب-۷

سوال 8

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 7.5 | 7.5 | 7.5 | 6 | مخالف كاملا Valid |
| 36.3 | 28.8 | 28.8 | 23 | مخالف |
| 71.3 | 35.0 | 35.0 | 28 | تا حدودى مخالفي |
| 81.3 | 10.0 | 10.0 | 8 | بى نظر |
| 92.5 | 11.3 | 11.3 | 9 | تا حدودى موافق |
| 96.3 | 3.8 | 3.8 | 3 | موافق |
| 100.0 | 3.8 | 3.8 | 3 | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب- ۸

سوال ۸



سوال ۸

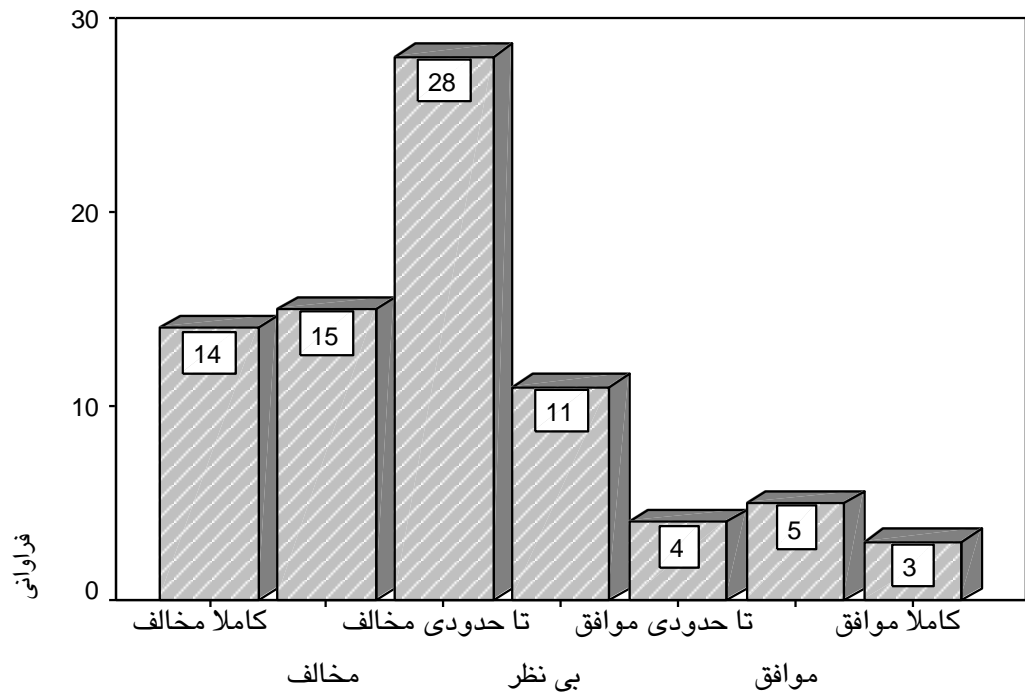
نمودار ب- ۸

سوال 9

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 17.5 | 17.5 | 17.5 | 14 | مخالف كاملا Valid |
| 36.3 | 18.8 | 18.8 | 15 | مخالف |
| 71.3 | 35.0 | 35.0 | 28 | تا حدودى مخالف |
| 85.0 | 13.8 | 13.8 | 11 | بى نظر |
| 90.0 | 5.0 | 5.0 | 4 | تا حدودى موافق |
| 96.3 | 6.3 | 6.3 | 5 | موافق |
| 100.0 | 3.8 | 3.8 | 3 | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-9

سوال ۹



سوال ۹

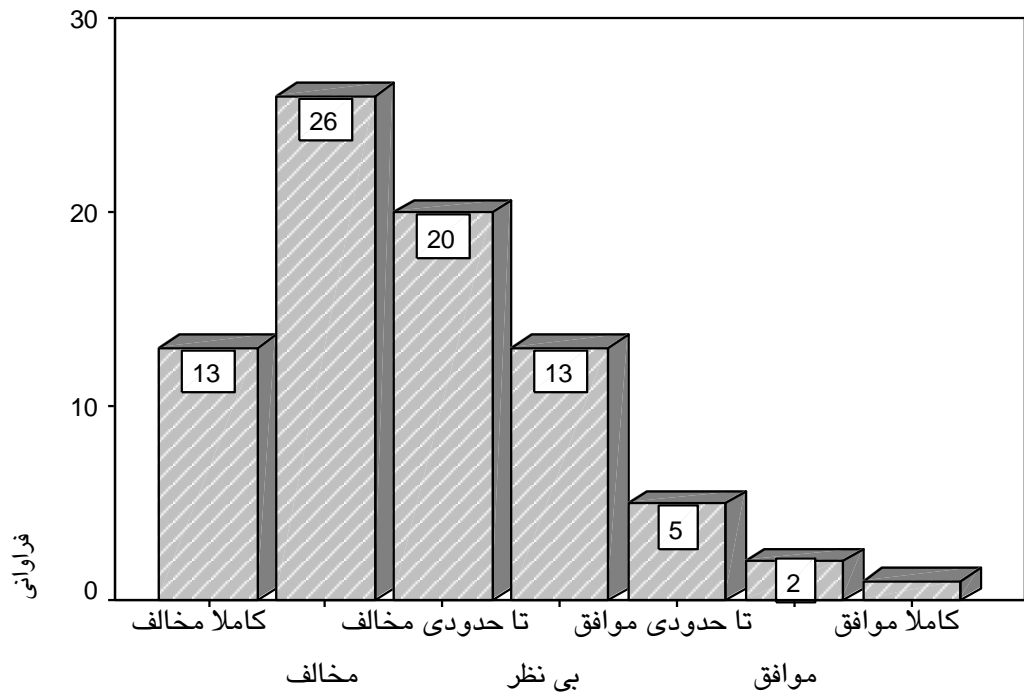
نمودار ب-۹

سوال 10

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 16.3 | 16.3 | 16.3 | 13 | Valid مخالف كاملا |
| 48.8 | 32.5 | 32.5 | 26 | مخالف |
| 73.8 | 25.0 | 25.0 | 20 | تا حدودى مخالف |
| 90.0 | 16.3 | 16.3 | 13 | بى نظر |
| 96.3 | 6.3 | 6.3 | 5 | تا حدودى موافق |
| 98.8 | 2.5 | 2.5 | 2 | موافق |
| 100.0 | 1.3 | 1.3 | 1 | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-۱۰

سوال ۰۱



سوال ۰۱

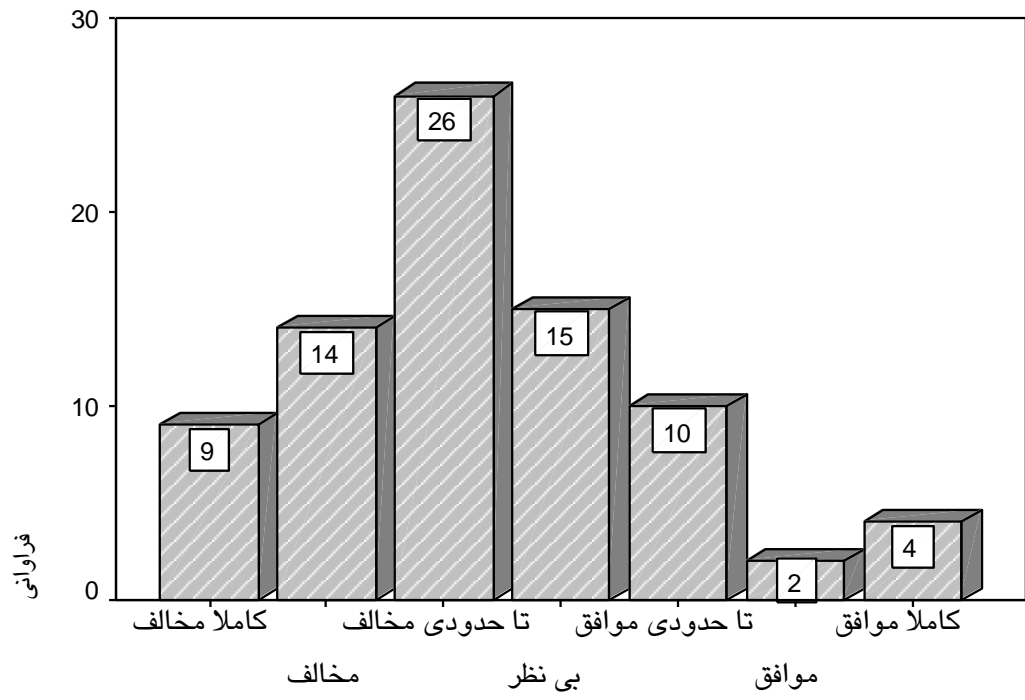
نمودار ب-۱۰

سوال 11

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 11.3 | 11.3 | 11.3 | 9 | Valid مخالف كاملا |
| 28.8 | 17.5 | 17.5 | 14 | مخالف |
| 61.3 | 32.5 | 32.5 | 26 | تا حدودى مخالف |
| 80.0 | 18.8 | 18.8 | 15 | بى نظر |
| 92.5 | 12.5 | 12.5 | 10 | تا حدودى موافق |
| 95.0 | 2.5 | 2.5 | 2 | موافق |
| 100.0 | 5.0 | 5.0 | 4 | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-11

سوال ۱۱



سوال ۱۱

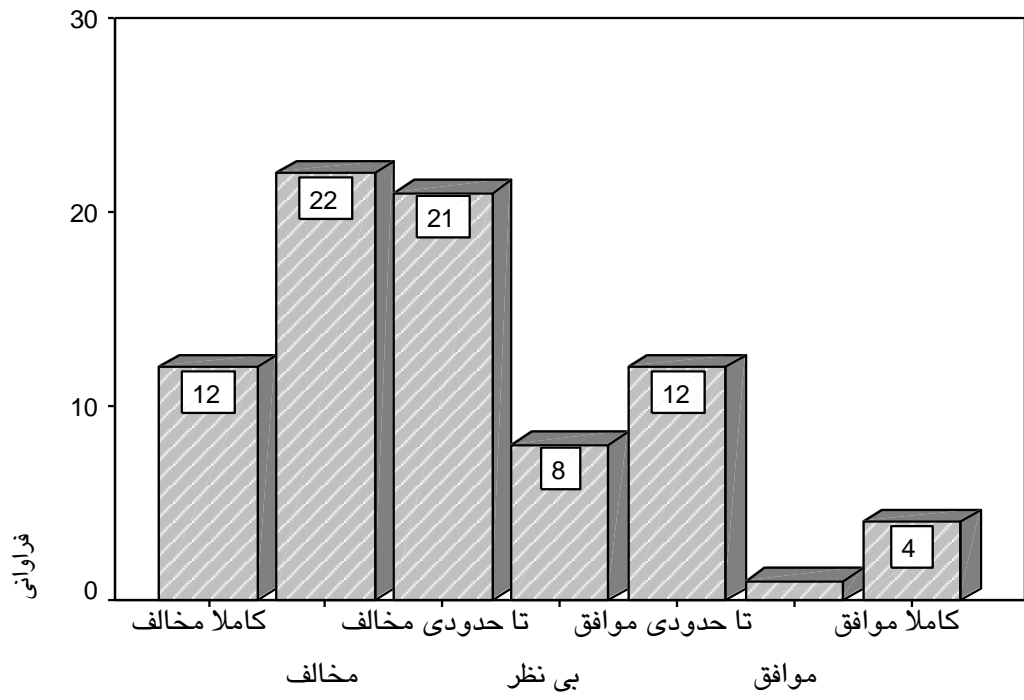
نمودار ب-۱۱

سوال 12

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 15.0 | 15.0 | 15.0 | 12 | Valid مخالف كاملا |
| 42.5 | 27.5 | 27.5 | 22 | مخالف |
| 68.8 | 26.3 | 26.3 | 21 | تا حدودى مخالف |
| 78.8 | 10.0 | 10.0 | 8 | بى نظر |
| 93.8 | 15.0 | 15.0 | 12 | تا حدودى موافق |
| 95.0 | 1.3 | 1.3 | 1 | موافق |
| 100.0 | 5.0 | 5.0 | 4 | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-۱۲

سوال ۲۱



سوال ۲۱

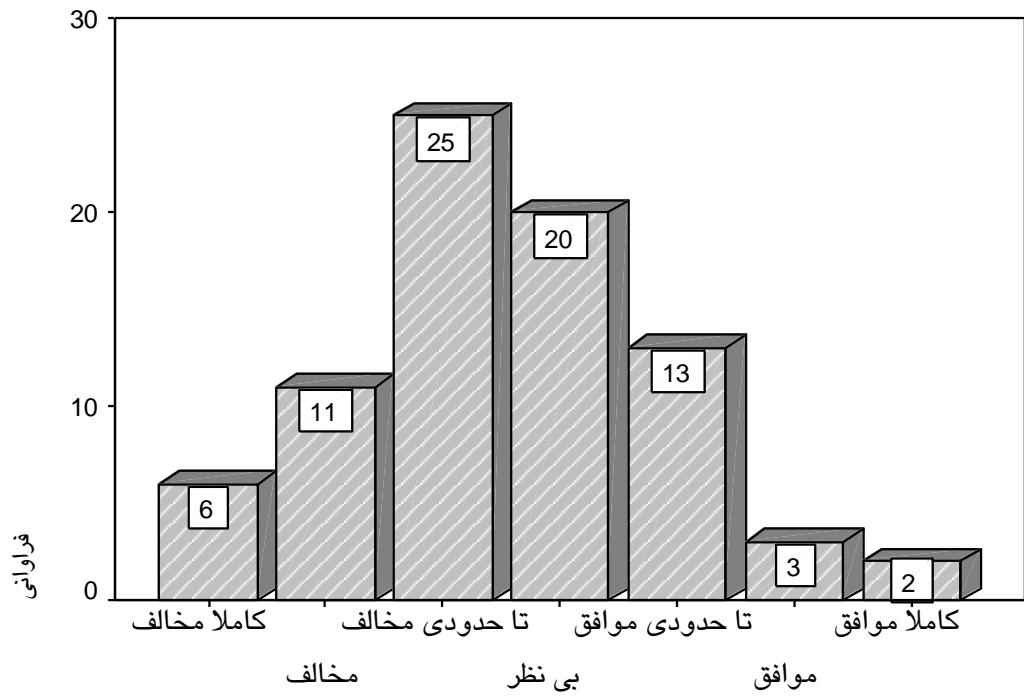
نمودار ب-۱۲

سوال 13

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-------------------|
| 7.5 | 7.5 | 7.5 | 6 | Valid مخالف كاملا |
| 21.3 | 13.8 | 13.8 | 11 | مخالف |
| 52.5 | 31.3 | 31.3 | 25 | تا حدودى مخالف |
| 77.5 | 25.0 | 25.0 | 20 | بى نظر |
| 93.8 | 16.3 | 16.3 | 13 | تا حدودى موافق |
| 97.5 | 3.8 | 3.8 | 3 | موافق |
| 100.0 | 2.5 | 2.5 | 2 | كاملا موافق |
| | 100.0 | 100.0 | 80 | Total |

جدول ب-۱۳

سوال ۳۱



سوال ۳۱

نمودار ب-۱۳

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|--------------------------------------|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | جنسیت × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۱۴

Symmetric Measures

جدول ب-۱۵

| | | |
|---|-------|------------------------------|
| A p p r o x · S i g · | Value | |
| | .226 | Phi Nominal by Nominal |
| | .226 | Cramer's V |
| | 80 | N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Symmetric Measures

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|--|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | سطح تحصیلات × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۱۶

Symmetric Measures

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|------------------|--------------------|
| .007 | 2.710 | .099 | .267 | Kendall's tau-b | Ordinal by Ordinal |
| | | | 80 | N of Valid Cases | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب-۱۷

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|-----------------------------------|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | سن × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

Symmetric Measures

جدول ب-۱۸

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|------------------|--------------------|
| .005 | 2.805 | .097 | .273 | Kendall's tau-b | Ordinal by Ordinal |
| | | | 80 | N of Valid Cases | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب-۱۹

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|---|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | سطح درآمد ماهانه × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۲۰

Symmetric Measures

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|------------------------------------|
| .012 | -2.521 | .088 | -.226 | Kendall's tau-b Ordinal by Ordinal |
| | | | 80 | N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب-۲۱

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|--|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | سطح درآمد ماهانه خانوار شما × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۲۲

Symmetric Measures

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|------------------------------------|
| .041 | -2.041 | .093 | -.191 | Kendall's tau-b Ordinal by Ordinal |
| | | | 80 | N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب-۲۳

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|---|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | واحد سازمانی × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۲۴

Symmetric Measures

جدول ب-۲۵

| | | |
|-------------|-------|------------------------------|
| Approximate | Value | |
| .620 | 1.118 | Phi Nominal by Nominal |
| .620 | .646 | Cramer's V |
| | 80 | N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|---|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | تعداد کارکنان تحت فعالیت × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۲۶

Symmetric Measures

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|--|
| .055 | -1.918 | .088 | -.169 | Kendall's tau-b |
| | | | 80 | Ordinal by Ordinal N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب-۲۷

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|---|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | عمر واحد سازمانی × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۲۸

Symmetric Measures

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|------------------------------------|
| .009 | 2.601 | .089 | .231 | Kendall's tau-b Ordinal by Ordinal |
| | | | 80 | N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب-۲۹

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|--|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | جایگاه کاری × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب-۳۰

Symmetric Measures

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|--|
| .096 | 1.666 | .100 | .169 | Kendall's tau-b |
| | | | 80 | Ordinal by Ordinal N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب-۳۱

Crosstabs

Case Processing Summary

| Cases | | | | | | |
|---------|----|---------|---|---------|----|---|
| Total | | Missing | | Valid | | |
| Percent | N | Percent | N | Percent | N | |
| 100.0% | 80 | .0% | 0 | 100.0% | 80 | سابقه خدمت در سازمان × ادراکات اخلاق کاری مدیران |

جدول ب- ۳۲

Symmetric Measures

| Approx. Sig. | Approx. T(b) | Asymp. Std. Error(a) | Value | |
|--------------|--------------|----------------------|-------|------------------------------------|
| .414 | .818 | .094 | .077 | Kendall's tau-b Ordinal by Ordinal |
| | | | 80 | N of Valid Cases |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

جدول ب- ۳۳

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| ادراكات اخلاق كارى مديران | |
|------------------------------|------------------------|
| 80 | N |
| 3.1288 | Mean |
| .80117 | Std. Deviation |
| .076 | Absolute |
| .076 | Positive |
| -.040 | Negative |
| .683 | Kolmogorov-Smirnov Z |
| .739 | Asymp. Sig. (2-tailed) |

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

جدول ب-۳۴

Regression

Variables Entered/Removed(b)

| Method | Variables Removed | Variables Entered | Model |
|--------|-------------------|---|-------|
| Enter | . | سابقه خدمت در سازمان ، جنسیت ، سطح درآمد ماهانه خانوار شما ، جایگاه کاری ، سن ، سطح درآمد ماهانه ، سطح تحصیلات(a) | 1 |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable ادراکات اخلاق کاری مدیران

جدول ب-۳۵

Model Summary

| Std. Error of the Estimate | Adjusted R Square | R Square | R | Model |
|----------------------------|-------------------|----------|---------|-------|
| .72044 | .191 | .263 | .513(a) | 1 |

a Predictors: (Constant), سابقه خدمت در سازمان ، جنسیت ، سطح درآمد ماهانه خانوار شما ، جایگاه کاری ، سن ، سطح درآمد ماهانه ، سطح تحصیلات

جدول ب-۳۶

ANOVA(b)

| Sig. | F | Mean Square | df | Sum of Squares | | Model |
|---------|-------|-------------|----|----------------|------------|-------|
| .002(a) | 3.671 | 1.905 | 7 | 13.337 | Regression | 1 |
| | | .519 | 72 | 37.371 | Residual | |
| | | | 79 | 50.707 | Total | |

a Predictors: (Constant), سابقه خدمت در سازمان, جنسیت, سطح درآمد ماهانه خانوار شما, جایگاه کاری, سن, سطح درآمد ماهانه, سطح تحصیلات

b Dependent Variable: ادراکات اخلاق کاری مدیران

جدول ب-۳۷

Coefficients(a)

| Sig. | t | Standardized Coefficients | Unstandardized Coefficients | | Model |
|------|--------|---------------------------|-----------------------------|-------|--------------------------------|
| | | Beta | Std. Error | B | |
| .000 | 12.299 | | .414 | 5.090 | (Constant) |
| .380 | -.883 | -.096 | .183 | -.162 | جنسیت |
| .094 | 1.696 | .385 | .236 | .401 | سطح تحصیلات |
| .830 | .216 | .048 | .229 | .050 | سن |
| .067 | -1.858 | -.276 | .137 | -.254 | سطح درآمد ماهانه |
| .276 | -1.097 | -.162 | .131 | -.144 | سطح درآمد ماهانه خانوار شما |
| .444 | .770 | .092 | .145 | .111 | جایگاه کاری |
| | .683 | -.410 | -.050 | .125 | سابقه خدمت در سازمان |

Dependent Variable: ادراکات اخلاق کاری مدیران

جدول ب-۳۸

Regression

Variables Entered/Removed(b)

| Method | Variables Removed | Variables Entered | Model |
|--------|-------------------|---|-------|
| Enter | . | عمر واحد سازمانی ، واحد سازمانی ،تعداد کارکنان تحت فعالیت(a) | 1 |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: مدیران کاری اخلاق ادراکت

جدول ب-۳۹

Model Summary

| Std. Error of the Estimate | Adjusted R Square | R Square | R | Model |
|----------------------------|-------------------|----------|---------|-------|
| .78589 | .038 | .074 | .273(a) | 1 |

Predictors: (Constant), a عمر واحد سازمانی ، واحد سازمانی ،تعداد کارکنان تحت فعالیت

جدول ب-۴۰

ANOVA(b)

| Sig. | F | Mean Square | df | Sum of Squares | | Model |
|---------|-------|-------------|----|----------------|------------|-------|
| .116(a) | 2.034 | 1.256 | 3 | 3.768 | Regression | 1 |
| | | .618 | 76 | 46.939 | Residual | |
| | | | 79 | 50.707 | Total | |

a Predictors: (Constant), عمر واحد سازمانی, واحد سازمانی, تعداد کارکنان تحت فعالیت

b Dependent Variable: ادراکات اخلاق کاری مدیران

جدول ب- ۴۱

Coefficients(a)

| Sig. | t | Standardized Coefficients | Unstandardized Coefficients | | Model |
|------|--------|---------------------------|-----------------------------|-------|-----------------------------|
| | | Beta | Std. Error | B | |
| .000 | 11.699 | | .411 | 4.809 | (Constant) |
| .791 | .266 | .030 | .087 | .023 | واحد سازمانی |
| .137 | -1.505 | -.169 | .121 | -.182 | تعداد کارکنان تحت فعالیت |
| | .088 | 1.729 | .193 | .119 | .205 عمر واحد سازمانی |

Dependent Variable: ادراکات اخلاق کاری مدیران

جدول ب-۴۲

Factor Analysis

Communalities

| | Initial | Extraction |
|---------|---------|------------|
| سوال 1 | 1.000 | .521 |
| سوال 2 | 1.000 | .723 |
| سوال 3 | 1.000 | .697 |
| سوال 4 | 1.000 | .583 |
| سوال 5 | 1.000 | .732 |
| سوال 6 | 1.000 | .696 |
| سوال 7 | 1.000 | .385 |
| سوال 8 | 1.000 | .652 |
| سوال 9 | 1.000 | .614 |
| سوال 01 | 1.000 | .542 |
| سوال 11 | 1.000 | .602 |
| سوال 21 | 1.000 | .499 |
| سوال 31 | 1.000 | .696 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

جدول ب-۴۳

Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 4.211 | 32.390 | 32.390 | 4.211 | 32.390 | 32.390 | 2.781 | 21.396 | 21.396 |
| 2 | 1.381 | 10.621 | 43.011 | 1.381 | 10.621 | 43.011 | 1.867 | 14.362 | 35.758 |
| 3 | 1.278 | 9.830 | 52.842 | 1.278 | 9.830 | 52.842 | 1.768 | 13.603 | 49.361 |
| 4 | 1.071 | 8.237 | 61.079 | 1.071 | 8.237 | 61.079 | 1.523 | 11.718 | 61.079 |
| 5 | .927 | 7.129 | 68.208 | | | | | | |
| 6 | .825 | 6.344 | 74.552 | | | | | | |
| 7 | .736 | 5.661 | 80.212 | | | | | | |
| 8 | .636 | 4.891 | 85.103 | | | | | | |
| 9 | .568 | 4.370 | 89.473 | | | | | | |
| 10 | .426 | 3.277 | 92.750 | | | | | | |
| 11 | .388 | 2.988 | 95.738 | | | | | | |
| 12 | .305 | 2.345 | 98.083 | | | | | | |
| 13 | .249 | 1.917 | 100.000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

جدول ب-۴۴

Component Matrix^a

| | Component | | | |
|---------|-----------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| سوال 1 | .359 | .595 | .043 | -.189 |
| سوال 2 | .451 | .503 | .510 | -.076 |
| سوال 3 | .735 | -.165 | -.266 | -.241 |
| سوال 4 | .756 | .038 | .090 | .047 |
| سوال 5 | .422 | -.014 | -.595 | .446 |
| سوال 6 | .594 | -.055 | .149 | .563 |
| سوال 7 | .261 | .519 | -.206 | -.068 |
| سوال 8 | .654 | -.227 | -.307 | -.280 |
| سوال 9 | .693 | .118 | -.060 | -.341 |
| سوال 01 | .526 | -.448 | .233 | -.101 |
| سوال 11 | .367 | -.302 | .604 | .103 |
| سوال 21 | .620 | -.272 | -.005 | -.202 |
| سوال 31 | .681 | .202 | .000 | .438 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

جدول ب-٤٥

Rotated Component Matrix^a

| | Component | | | |
|---------|-----------|------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| سوال 1 | .122 | .045 | .706 | -.072 |
| سوال 2 | .021 | .076 | .739 | .413 |
| سوال 3 | .795 | .216 | .132 | .002 |
| سوال 4 | .482 | .399 | .329 | .287 |
| سوال 5 | .278 | .716 | -.084 | -.369 |
| سوال 6 | .126 | .731 | .084 | .372 |
| سوال 7 | .097 | .149 | .520 | -.287 |
| سوال 8 | .791 | .149 | .047 | -.041 |
| سوال 9 | .646 | .082 | .429 | .073 |
| سوال 01 | .522 | .102 | -.115 | .496 |
| سوال 11 | .137 | .118 | -.013 | .754 |
| سوال 21 | .650 | .127 | .043 | .242 |
| سوال 31 | .204 | .717 | .335 | .167 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

جدول ب-٤٦

Component Transformation Matrix

| Component | 1 | 2 | 3 | 4 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | .725 | .500 | .380 | .284 |
| 2 | -.366 | .055 | .869 | -.328 |
| 3 | -.313 | -.223 | .221 | .896 |
| 4 | -.493 | .835 | -.226 | .091 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

جدول ب-٤٧

«پیوست ج»

جدول مورگان

Tabel for Determining Sample Size from a Given Population

| <i>N</i> | <i>S</i> | <i>N</i> | <i>S</i> | <i>N</i> | <i>S</i> |
|------------|----------|-------------|----------|---------------|----------|
| 10 | 10 | 220 | 140 | 1200 | 291 |
| 15 | 14 | 230 | 144 | 1300 | 297 |
| 20 | 19 | 240 | 148 | 1400 | 302 |
| 25 | 24 | 250 | 152 | 1500 | 306 |
| 30 | 28 | 260 | 155 | 1600 | 310 |
| 35 | 32 | 270 | 159 | 1700 | 313 |
| 40 | 36 | 280 | 162 | 1800 | 317 |
| 45 | 40 | 290 | 165 | 1900 | 320 |
| 50 | 44 | 300 | 169 | 2000 | 322 |
| 55 | 48 | 320 | 175 | 2200 | 327 |
| 60 | 52 | 340 | 181 | 2400 | 331 |
| 65 | 56 | 360 | 186 | 2600 | 335 |
| 70 | 59 | 380 | 191 | 2800 | 338 |
| 75 | 63 | 400 | 196 | 3000 | 341 |
| 80 | 66 | 420 | 201 | 3500 | 346 |
| 85 | 70 | 440 | 205 | 4000 | 351 |
| 90 | 73 | 460 | 210 | 4500 | 354 |
| 95 | 76 | 480 | 214 | 5000 | 357 |
| 100 | 80 | 500 | 217 | 6000 | 361 |
| 110 | 86 | 550 | 226 | 7000 | 364 |
| 120 | 92 | 600 | 234 | 8000 | 367 |
| 130 | 97 | 650 | 242 | 9000 | 368 |
| 140 | 103 | 700 | 248 | 10000 | 370 |
| 150 | 108 | 750 | 254 | 15000 | 375 |
| 160 | 113 | 800 | 260 | 20000 | 377 |
| 170 | 118 | 850 | 265 | 30000 | 379 |
| 180 | 123 | 900 | 269 | 40000 | 380 |
| 190 | 127 | 950 | 274 | 50000 | 381 |
| 200 | 132 | 1000 | 278 | 75000 | 382 |
| 210 | 136 | 1100 | 285 | 100000 | 384 |

N: is population size.

S: is sample size.

منابع و مراجع

منابع و مآخذ

- (۵۷) احدی، م.، ۱۳۸۶، رفتار سازمانی، چاپ سوم، انتشارات کوهسار، تهران.
- (۵۸) بست، ج.، ۱۳۸۴، روشهای تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، ترجمه حسن پاشا شریفی و نرگس طالقانی، انتشارات رشد، تهران.
- ک (۵۹)
- ل، ج. ۱۳۷۴، تئوریهها و فرآیند مدیریت، ترجمه سهراب خلیلی شورینی، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.
- (۶۰) مرتضی مطهری، م.، ۱۳۷۱، تعلیم و تربیت در اسلام، چاپ پنجم، انتشارات صدرا، تهران.
- (۶۱) مقیمی، م.، ۱۳۸۵، سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، انتشارات ترمه، تهران.
- ه (۶۲)
- ومن، ح. ۱۳۷۴، استنباط آماری در پژوهش رفتاری، نشر پارسا، تهران.
- ه (۶۳)
- ومن، ح. ۱۳۷۶، شناخت روش علمی در علوم رفتاری (پایه های پژوهش)، نشر پارسا، تهران.

منابع لاتین

- 64) Abratt,R.& Michael,M. & Drop.K.,1999 , **Ethical Perceptions South African Retailers: Management & Sales Personnel**. Internet Searching.
- 65) Al - Khatib,J.A.C.J. & Robertson,A. & Stanton,D. & Vital, S.J.,2002 , **Business Ethics In Arab States: A Three Country Study**, International Bussines Review,Vol.11,P.P.97-111.
- 66) Ede,F.O.& Panigrahi.B. & Stuatt,J. & Calich, S.,2000 ,Etichs In Small Minority Businesses, **Journal Of Business Ethics** ,Vol.26,P.P.133-146.
- 67) Fraunen Felder,k.j., 1990, A Cogntintive Determinat OF Favorability Of Impression, **Jornal Of Social Psychology**,P.P.43,55.
- 68) <http://www.ebtekarnews.com> online (1388/4/5- 12:41)

Abstract

Lack of morality in developed countries is not raised due to violation of law, but it is due to failure of evaluation system, non-improvement in western management and self-improvement. Despite strong moral foundation in our country, such lack of morality is faced in our country too during last decades which requires more consideration in detail. Accordingly, this research is performed with aim of study on regional and personal characteristics of managers. It explores two hypotheses: 1) there is relationship between descriptive characteristics of enterprises in different regions and moral perceptions of managers within their work environment. 2) There is relationship between descriptive characteristics of managers and their moral perceptions. This research considers relationship between variants of regional-personal characteristics of managers and their moral perceptions in the Office of Lands and Deeds Registry. Version 16 of SPSS software and correlation coefficient are used to realize meaningful level of education, age, monthly income and life enterprise with rate of smaller than 0.05. This result indicates that there is meaningful relationship between each mentioned variants, but rate, more than 0.05 in meaningful level for sex, territory of enterprise, number of personnel, manager's position and work background shows lack of relationship between variants and moral perceptions. In order to consider hypotheses of research, multivariate regression method is used and results show that lineal relationship between moral perceptions of managers and descriptive characteristics of managers is proved with 95% confidence. Lineal relationship between moral perception of managers and descriptive characteristics of different enterprises is rejected with 95% confidence. Therefore, there is no lineal relationship between these two mentioned variants.