

بررسی نقش سه عنصر بخشودن ، انصاف و وفای به عهد کارکنان در محیط کار بر اخلاقی بودن سازمان از نگاه آنان (مطالعه موردی در صنعت نیرو)

احد فرامرز قراملکی¹

فرید نهال پروری^{2*}

سید صادق داج خوش³

چکیده:

با پیچیده شدن سازمان‌ها و نگاه‌ها، مدیریت بر آن‌ها نیز دچار پیچیدگی می‌شود. رفتار سازمانی یکی از این پیچیدگی‌هاست. امروزه در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، پرداختن به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزامات است. نماد بیرونی سازمان‌ها را رفتار اخلاقی آن‌ها تشکیل می‌دهد که خود حاصل جمع ارزش‌های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان‌ها ظهور و بروز یافته است. در این مقاله تلاش گردیده است تا وضعیت اخلاق سازمانی شرکت از نگاه کارکنان و میزان مطلوبیت سه بعد اخلاقی بخشودن، انصاف و وفای به عهد در میان کارکنان مورد بررسی قرار گرفته و رابطه میان این سه عنصر با اخلاق سازمانی شرکت منتخب ارزیابی گردد. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌بندی شده بوده و دو پرسشنامه اخلاق در بین ۲۰۸ نفر از کارکنان سطوح مختلف شرکت منتخب توزیع گردیده است. نتایج نشان می‌دهد وضعیت هر سه مولفه و اخلاق سازمانی در حد مطلوبی می‌باشد و دو مولفه بخشودن و انصاف رابطه مثبت و مستقیمی با اخلاق سازمانی دارند. مولفه انصاف نیز می‌تواند وضعیت اخلاق سازمانی شرکت را پیش‌بینی نماید.

کلیدواژه‌ها: اخلاق فردی؛ اخلاق سازمانی؛ انصاف؛ وفای به عهد؛ بخشودن.

¹ استاد فلسفه و مدیر گروه اخلاق حرفه‌ای دانشگاه تهران

² کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران پردیس قم farid.nahalparvari@yahoo.com

³ دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی دانشگاه تربیت مدرس تهران

مقدمه

با پیشرفت مدرنیسم، شاهد ظهور تکنیکها و روشهای گسترده‌ای در حوزه مدیریت بوده‌ایم. تکنیکهایی چون مدیریت بر مبنای هدف¹، مدیریت کیفیت جامع²، بودجه‌ریزی³، غنی‌سازی مشاغل⁴ و ده‌ها تکنیک دیگر که امروزه مورد بحث و استفاده در علوم مدیریتی می‌باشند، نتیجه این پارادایم یعنی مدرنیسم می‌باشند (گرگن و جوزف⁵، ۱۹۹۶)، که شالوده‌ی تمامی دیدگاه انسان عقلایی است. لیکن با طرح پست مدرنیسم نقدهای گسترده‌ای بر مدرنیسم صورت پذیرفت که از مهمترین آنان دیدگاه انسان عقلایی است. لیکن با طرح پست مدرنیسم نقدهای گسترده‌ای بر مدرنیسم تنها نخواهیم توانست به زبانی مشترک دست یابیم، بلکه با پیشرفت مدرنیسم شاخه‌ها و تخصصها و تکنیکهای مختلف هر کدام در جهت متفاوتی حرکت خواهند نمود و روز به روز از یکدیگر دورتر خواهند شد.

لذا مدیران به منظور اداره سازمانهای پیچیده امروزی خود نیازمند یک زبان مشترک پارادایم گونه می‌باشند که قابلیت یکپارچه‌سازی و احاطه بر کلیه حوزه‌های مدیریت را دارا باشد. مدیریت بر مبنای ارزش‌ها از جمله مفاهیمی است که توانایی ایجاد این زبان مشترک را دارا می‌باشد (دولان و گارسیا⁷، ۲۰۰۲). اخلاق نیز از آنجا که امری فطری می‌باشد از این پتانسیل برخوردار می‌باشد.

لذا تحقق اخلاق در سازمان‌های پیچیده‌ی امروزی امری حیاتی می‌نماید که منجر به توفیق سازمان خواهد شد و سازمان‌های اخلاقی سازمانهایی یکپارچه و متمایز خواند بود.

لیکن تحقق اخلاق در سازمان نیازمند یک برنامه‌ریزی استراتژیک و مدون می‌باشد. این برنامه‌ریزی همچون سایر اموری که در آنان برنامه‌ریزی استراتژیک صورت می‌گیرد، دارای حداقل ۳ گام خواهد بود: سنجش وضعیت موجود، ترسیم وضعیت مطلوب و نهایتاً تدوین برنامه مناسب جهت حرکت از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب.

موضوع اصلی مورد بحث در مقاله حاضر سنجش اخلاق⁸ که گام اول در برنامه‌ریزی استراتژیک اخلاق تلقی می‌شود، می‌باشد. بدین منظور اخلاق در دو سطح فردی و سازمانی مورد سنجش قرار گرفته و وجود همبستگی متقابل بین آنان مورد بررسی قرار گرفته است.

الگوی مواجهه با افراد این است که شما حق دارید و من تکلیف. اگر مجموعه حقوق طرف ارتباط با R و مجموعه

وظایف فرد در قبال آن را با D نشان دهیم در این صورت مسئولیت‌پذیری اخلاقی را می‌توان اینگونه D → بیان

کرد (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۷).

1. Management by Objective

2. Total Quality Management

3. Budgeting

4. Job Enrichment

5. Gergen & Joseph

6. Language as Representation

7. Dolan & Garcia

8. Ethical Assessment

مؤلفه‌های اخلاقی همچون بخشودن، انصاف و وفای به عهد از جمله رفتارهای ارتباطی هستند که هر کدام از آنها نوعی مسئولیت‌پذیری اخلاقی را برای سازمان بوجود می‌آورد. اکنون این مسئله مطرح است که وجود بخشودن، انصاف و وفای به عهد در میان کارکنان می‌تواند بر اخلاقی بودن سازمان در بُعد رعایت حقوق کارکنان بر مبنای فرمول $R \rightarrow D$ (کارکنان حق دارند و شرکت وظیفه) اثر بگذارد.

مبانی نظری پژوهش

اخلاق

مناسبتین تعریف اخلاق، که از نظر نگارنده عاری از مجادلات فلسفی می‌باشد تعریف اخلاق مبتنی بر حق یا اخلاق حق محور¹ میباشد، که بر اساس آن اخلاق را الگوی رفتار ارتباطی پایدار درون شخصی و برون شخصی مبتنی بر رعایت حقوق طرف ارتباط، تعریف می‌کنیم (قراملکی، ۱۳۸۷). آنچه در این باب می‌بایست مورد توجه قرار گیرد آنست که افراد بر حسب تصور خود از اخلاق به ترویج آن می‌پردازند. کسانی که اخلاق حرفه‌ای را در اخلاقی بودن صاحبان مشاغل منحصر می‌کنند، در ترویج اخلاق به ترغیب منابع انسانی و به تخلق آنان همت می‌گمارند. اما کسانی که اخلاقی بودن سازمان‌ها را را نیز بخشی از اخلاق حرفه‌ای می‌دانند، بر اخلاقی‌سازی سازمان‌ها و موسسه تاکید می‌کنند (قراملکی، ۱۳۸۸).

نقش اخلاق در عملکردها و رفتارها، در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌ها، در برخوردها و ارتباطات، مهم و تعیین کننده است و مدیر در انجام وظایف خود، بدون وجود یک نظام اخلاقی نمی‌تواند با قاطعیت عمل کند (صالح نیا و توکلی، ۱۳۸۸). پیتز دراکر در اهمیت اخلاق‌ورزی مدیران به ویژه مدیران عالی می‌گوید: اگر مدیر فاقد اخلاق نیکو باشد یا درست کار نباشد، روح و حیات سازمان را تباہ می‌کند. افزایش توانمندی استدلال مدیران نتیجه قوت اخلاق سازمانی است که امروزه به‌عنوان مزیت استراتژیک مطرح است. اخلاق حرفه‌ای سازمانی، فرایندی عقلایی برای کشف گزینه‌های تصمیمی و رفتاری است (بیک زاد، حسین پور سنبلی و صادقی، ۱۳۸۹).

کدهای اخلاقی

اخلاقیات سازمان بر ارزشهای عام و جهان شمول اخلاقی استوارند که این ارزشها را اصول اخلاقی می‌نامیم و سند جامع اخلاقی سازمان را بر اساس آن بنا می‌کنیم. کدهای اخلاقی ارزش‌های اصیل اخلاقی می‌باشند که برخی سازمان‌ها به صورت مدون آن‌را در آورده و آن‌را به عنوان خط مشی اخلاقی خود تعیین می‌نمایند. شوارتز ۸ مکانیسم

1. Rights Oriented Ethics

در مورد نحوه تاثیر کدهای اخلاقی سازمان بر رفتار کارکنان را بدین سان بیان می‌کند: اول آنکه کدهای اخلاقی می‌تواند همانند یک کتاب قانون عمل کند و رفتار خوب و بد مطلوب سازمان را برای کارکنان نمایان سازد. دوم اینکه می‌تواند همچون چراغ چشمک زنی بیان کند که سازمان به کارکنان خود اجازه می‌دهد در مورد سیاست‌های سازمان و رفتارهای مطلوب مد نظر آن، بحث و گفتگو نمایند. سوم اینکه کدهای اخلاقی می‌تواند به مثابه یک آینه عمل کند. یعنی فرد می‌تواند خوب و بد خود را در آن دیده و آنرا ملاک فعل خود قرار دهد. چهارم آنکه کدهای اخلاقی می‌تواند به مثابه یک عینک بزرگنمایی عمل کند. چرا که وجود کدهای اخلاقی کارکنان را نسبت به عواقب منفی احتمالی افعال آگاه می‌کند. پنجم آنکه کدهای اخلاقی می‌تواند به مثابه یک چتر یا حفاظ عمل کند. چرا که کدهای اخلاقی کارکنان را توانمند می‌سازد که در مقابل پیشنهادهای غیر اخلاقی همکاران و یا بالادستیان مقاومت کنند. ششم آنکه کدهای اخلاقی می‌تواند به مثابه یک آزر شناسایی دود عمل کند. بدین معنی که افرادی که احتمال بروز رفتار غیر اخلاقی از آنان می‌رود، توسط سایرین اخطار داده می‌شوند. هفتم آنکه کدهای اخلاقی می‌تواند به مثابه آزر خطر آشناسازی عمل نماید، یعنی زمانی که یک کد اخلاقی توسط فردی رعایت نشود، همه کارکنان این شهامت را دارند که به مقامات مسئول (مانند افسر اخلاقی¹) اطلاع داده و فرد خاطی بازخواست شود. و هشتم آنکه کدهای اخلاقی می‌تواند عملکردی همچون باشگاه داشته باشند که افراد عضو همانند اعضای یک تیم به تمامی تعهدات قراردادی خود عمل می‌کنند، و در غیر اینصورت افراد جریمه خواهند شد (پترسن و کرینگ²، ۲۰۰۸).

عسگری و میشو به تدوین کدهای اخلاقی جهان شمول در سطح بین المللی پرداخته‌اند. آنها ۱۵ کد اخلاقی را به عنوان کدهای اخلاقی بین المللی معرفی نموده‌اند و بیان می‌دارند که ممکن است در یک سازمان به این کدها افزوده شده و یا از آنان کاسته شود. این ۱۵ کد عبارتند از: اعتماد؛ انصاف؛ دروغ نگفتن؛ درستکاری؛ بیان شفاف اطلاعات مالی؛ مسئولیت‌پذیری؛ احترام به حاکمیت ملی؛ پشتیبانی از اهداف اقتصادی کشور میزبان؛ احترام به ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی؛ احترام به حقوق بشر و آزادی افراد؛ مسئولیت‌پذیری در قبال معاملات و توافقات انجام شده؛ ایجاد فرصت پیشرفت مساوی برای افراد؛ حمایت از اخلاقی بودن سازمان؛ رعایت احترام در تمامی روابط؛ حمایت از مقررات محیط زیست؛ حفظ یکپارچگی و توسعه‌ی سازمان؛ رعایت عدالت و دوری از رفتار تبعیض آمیز (عسگری و میشو³، ۲۰۰۲). همچنین گاروفالو نیز یک مدل ۱۱ معیاری مشابه از کدهای اخلاقی را ارائه نموده است (گاروفالو⁴، ۲۰۰۳).

1. Ethical Officer

2. Petersen & Krings

3. Asgary & Mitschow

4. Garofalo

اخلاق سازمانی

اخلاق سازمانی بعنوان یک مفهوم علمی در غرب از نیمه دوم قرن بیستم ظهور نموده و در سطوح فردی و سازمانی توجه پژوهشگران مختلف را در چهار دهه گذشته به خود جلب کرده است و از آن بعنوان یک چالش اساسی فراروی سازمان های مختلف در سطح جهان یاد می شود (کاردی و سلواراجان ۲۰۰۶^۱).

امروزه سازمانها دارای کالبد و جسمی همچون انسانها می باشند، و همچنان که از افراد انتظار مسئولیت اخلاقی می رود، از سازمانها نیز این انتظار وجود دارد (مارلین^۲، ۲۰۰۳). سازمانها در محیطی ۳۶۰ درجه با کارکنان خود، تامین کنندگان، توزیع کنندگان، مشتریان و غیره به تعامل می پردازند. دیوید فرو نتیجه تاثیر سازمان بر رفتار کارکنان را در سطوح مختلف سازمان مورد مطالعه قرار داده و نتیجه این تاثیر را، رفتار شیزوفرنیک ناشی از محیط^۳ نامیده است. سازمان مورد مطالعه وی به تولید حجم زیادی از مواد آلاینده می پرداخت و هر یک از کارکنان نسبت به عوامل و فرآیندهای ایجاد کننده آلودگی آگاهی داشتند. لیکن تمامی آنان همچنان بر اساس رویه گذشته و با انجام فعالیت آلوده کننده، به فعالیت خود ادامه می دادند. که این پدیده تاثیر شگرف سازمان بر کارکنان را نمایان می سازد (گاواپی^۴، ۲۰۱۰). لذا می توان گفت سازمان به عنوان شخصیتی حقوقی بیش از افراد تشکیل دهنده آن در جامعه تاثیرگذار است و متناسب با تاثیر خود در جامعه دارای مسئولیت اخلاقی می باشد (قراملکی، ۱۳۸۶).

بر این اساس می توان گفت مراد از اخلاق سازمانی، مسئولیت پذیری سازمان در قبال حقوق همه اعضای داخلی و خارجی (مستقیم و غیر مستقیم) است و این مفهوم پیچیدگی و وسعت دامنه اخلاق سازمان را نشان می دهد (همان: ۵۰).

انصاف

پس از ارائه نظریه انصاف (برابری) آدامز، توجه به موضوع انصاف به طور روز افزونی گسترش پیدا کرد (شانون و دیگران^۵، ۲۰۰۹). از نظر آدامز انصاف را می بایست حالتی از یک موازنه بدانیم که زمانی بدست می آید که برای شرکت کنندگان در یک تعامل نتایج مناسب با دروندادهای آنان حاصل شود (خجسته مهر و دیگران، ۱۳۹۱). افراد انصاف را برای تنظیم روابط خود با دیگران به کار می برند. به بیان دیگر افرادی که با آنان در سازمان منصفانه برخورد می شود بدون چون و چرا به تقاضای مقامهای منصف پاسخ مثبت می دهند (رضاییان، ۱۳۸۲).

1. Cardy & Selvarajan

2. Marlene

3. Ecologically Schizophrenic Behaviour

4. Gavai

5. Shannon et al.

از منظر نظریه اخلاق حق محور، انصاف عبارتست از داشتن نگاه برابر و هم سطح به همه انسانها که بر این اساس تمامی انسانها به دلیل یکسان بودن، از حقوق مساوی و برابر برخوردار می‌باشند (آیکیم¹، ۲۰۰۳).

قاعده انصاف در سازمان به دو دسته اصلی تقسیم می‌شود: انصاف افقی و انصاف عمودی (لمبرت و ییزاکی²، ۱۹۹۵). در انصاف افقی موضوع عدالت و انصاف مورد بررسی قرار می‌گیرد و به دنبال تضمین این حقیقت در سازمان می‌باشیم که افراد نتوانند سلايق شخصی خود را در تصویب و اجرا قوانین به کار برند. لیکن در انصاف عمودی هدف توجه به شایستگی‌های افراد در تخصیص مشاغل در سازمان می‌باشد (همان: ۶۷۵).

به طور معمول در ادبیات علمی واژه‌های عدالت و انصاف به جای یکدیگر و به اشتباه به کار می‌روند و بعضا در ادبیات موضوع شاهد این امر هستیم که واژه‌های انصاف، عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت مرادده‌ای به شکل متناقضی در جای یکدیگر استفاده می‌گردد (آیکیم، ۲۰۰۳). می‌بایست توجه داشت که قاعده انصاف قالباً به قوانین و مقررات و در نظر گرفتن حقوق مساوی افراد در این قوانین انصاف می‌شود، حال آنکه عدالت در عمل و اجرا مورد توجه قرار می‌گیرد (همان: ۱۹۶). عدالت عمدتاً در ارتباط با حق افراد تعریف می‌شود، به معنی کیفیتی که از آن به عنوان عادل یا درستکار بودن یاد می‌شود و چنین فردی دارای انطباق پذیری بالا با حقوق اخلاقی افراد و یا اهداف حقایق و غیره می‌باشد (مک درموت و دیگران³، ۲۰۱۲). لیکن نقطه تمایز انصاف در اینجاست که انصاف غالباً در روابط میان فردی افراد و مقایساتی که افراد بین داده و ستانده خود با داده و ستانده دیگران انجام می‌دهند، معنا پیدا می‌کند (همان: ۳). لذا از مجموع نظرات محققین می‌توان چنین نتیجه گرفت که تفاوت انصاف و عدالت، قبل از ارائه نظریه برابری آدامز مشهود تر می‌بوده است. بدین معنی که در انصاف اعطا و دادن مطرح می‌بوده است، یعنی فرد به دست خود می‌دهد، اما عدالت می‌تواند هم به دادن و اعطا اطلاق شود و هم به عکس آن یعنی گرفتن چیزی از کسی به منظور اجرای عدالت. برای مثال زمانیکه دست سارق قطع می‌شود می‌گویند عدالت اجرا شد و واژه انصاف را به کار نمی‌برند (محامد، ۱۳۸۵). لیکن پس از ارائه نظریه انصاف آدامز این واژه مفهوم گسترده‌تری پیدا کرده و مفهوم این دو واژه مفهوم بسیار نزدیک و قریبی پیدا کرده‌اند. همچنان که امروزه در تقسیم بندی ای مشابه با عدالت، انصاف را به سه دسته انصاف توزیعی، انصاف رویه‌ای و انصاف مفهومی تقسیم می‌نمایند (مک درموت و دیگران، ۲۰۱۲).

1. Ikeme

2. Lambert & Yitzhaki

3. Mcdermott et al.

وفای به عهد

اهمیت وفای به عهد و پیمان با بررسی ادبیات دینی و علمی، امری بدیهی می‌نماید. خداوند متعال در ابتدای سوره مبارکه مائده می‌فرماید: (ای کسانی که ایمان آورده‌اید! به پیمانها و قراردادهای وفا کنید) (مائده، ۱). و یا در حدیث نبوی آمده است که: لا دینَ لِمَن لا عَهْدَ لَهُ (دین ندارد کسی که عهد و پیمان ندارد) (بحار، ج ۷۲).

در ادبیات علمی نیز وفای به عهد در جای جای علوم انسانی مورد توجه قرار گرفته است. پابندی به تعهدات سبب پیش‌بینی‌پذیری سازمان برای مشتری و اعتماد مشتری به سازمان می‌شود (قراملکی، ۱۳۸۸). امروزه سازمانها به تدوین استراتژی مسئولیت اجتماعی خود پرداخته و از تجزیه و تحلیل فاصله میان عملکرد و عهود خود، به تدوین استراتژی مقتضی می‌پردازند (دی ون^۱، ۲۰۰۸). وفای به عهد و پیمان سازمان نسبت به کارکنان، منجر به افزایش تعهد سازمانی کارکنان و افزایش کارایی و بهره‌وری آنان خواهد بود.

بخشودن

در تعریف بخشش عالمان اخلاق با روان‌شناسان در ظاهر اختلاف نظر دارند. عفو و بخشش در آموزه‌های اخلاقی یک فضیلت در رفتار ارتباطی بین شخصیست. لیکن روانشناسان آن را در رفتار ارتباطی درون شخصی تحلیل می‌نمایند. لیکن این دو دیدگاه را می‌توان یکسان قلمداد نمود زیرا می‌توان گفت: بخشودن رفتار اخلاقی با کسانی است که برای ما اجحاف کرده‌اند (رفتار ارتباطی بین شخصی) اما میوه عفو، التیام رنج ما از دیگران و آزاد سازی خویش از بار سنگین عاطفی است (رفتار ارتباطی درون شخصی) (قراملکی، ۱۳۸۸).

بخشش یکی از فرایندهای روان‌شناختی و ارتباطی برای افزایش سلامت روان و التیام آزرده‌گی است که لازمه رشد ارتباطی، عاطفی، روحانی و جسمانی انسان است و بر بیشتر شاخصهای سلامت روان، که در افزایش خوشنودی از زندگی موثرند، تاثیر می‌گذارد (زندگی پور و یادگاری، ۸۶). ریتز برگر بیان داشت که طبیعت و ذات انسان در دوست داشتن خالصانه و ارتباط با خدا توصیف می‌شود و عفو و بخشش برای شفای جراحات عمیق عاطفی انسان امری الزامی است (ریتزمن^۲، ۱۹۸۷). همچنین بخشش منجر به کاهش اضطراب افراد می‌شود (هبل و ان رایت^۳، ۱۹۹۳).

از دیدگاه اسلامی نیز عفو و بخشش می‌تواند به عنوان یکی از روشهای درمانی در اصلاح رفتار فرد با دیگران به کار رود (خدایاری فرد و دیگران، ۱۳۸۱). در سوره مبارکه اعراف به این موضوع اشاره شده است: (طریقه عفو و بخشش پیش گیر و امت را به نیکو کاری امر کن و از مردم نادان روی بگردان) (اعراف، ۱۹۹، ترجمه قمشه ای) و یا

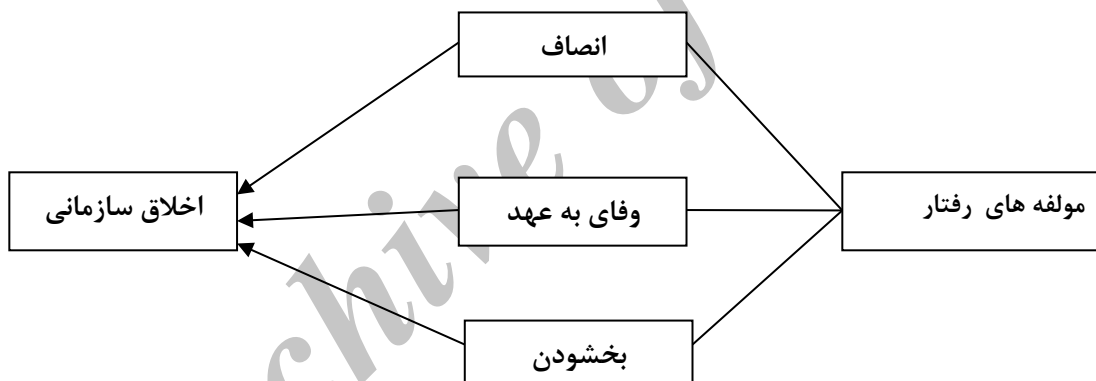
1. De Ven
2. Ritzman
3. Heble & Enright

پیامبر اکرم (ص) عفو و گذشت را مایه عزت و بزرگی شخص معرفی نموده‌اند: بر شما باد عفو کردن، زیرا عفو ثمری جز عزت ندارد، پس عفو کنید تا خدا شما را عزیز گرداند (کلینی، ۸۸).

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با روش توصیفی - تحلیلی و از نوع همبستگی، انجام گرفته و جامعه آماری آن تمامی کارکنان شرکت منتخب می‌باشد با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۲۰۸ نفر محاسبه شده و نمونه مورد نظر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده، انتخاب گردیده است. در این پژوهش از دو نوع پرسشنامه رفتار اخلاقی کارکنان و اخلاق سازمانی استفاده شده است. برای انجام تجزیه و تحلیل از آزمون‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چند متغیره گام به گام استفاده شده است. قلمرو مکانی این پژوهش شرکت مونکو^۱ از شرکت‌های تابعه گروه مپنا در صنعت نیرو بوده و از نظر زمانی در بهمن ماه ۱۳۹۰ انجام گرفته است.

مدل مفهومی پژوهش



^۱ شرکت مونکو ایران فعالیت خود را از سال ۱۳۵۲ آغاز نموده و طی این سالها، پیشرفتهای چشمگیری در دانش و توانایی فنی داشته و با بهرهمندی از دفاتر خود در کشور عمان و نیجریه خود را به عنوان یکی از شرکتهای مهندسی مشاور معتبر بینالمللی و تراز اول دنیا شناسانده است. مونکو ایران تنها شرکت صاحب تکنولوژی طراحی کامل نیروگاه برق در ایران است و تنها در سال ۸۸ در تکمیل حدود شش هزار و ۵۰۰ مگاوات پروژههای تولید نیرو در ایران و خاورمیانه (در مجموع بیش از ۳۹۰۰۰ مگاوات)، نقش مهمی داشته است. پروژه تغییر ساختار صنعت برق کشور و پروژه طراحی نظام داوری در بازار برق از مهمترین پروژههایی است که تاکنون به این شرکت واگذار شده است. اخیراً مجله ENR متعلق به انتشارات McGraw به عنوان بزرگترین نشریه آمریکایی مسئول ارزیابی شرکتهای مهندسی و پیمانکار، در سی و چهارمین دوره ارزیابی خود در سال ۲۰۱۱ شرکت مونکو ایران را با رتبه ۱۴۴ در میان ۲۰۰ شرکت مهندسی بینالمللی برتر جهان انتخاب نموده است.

اهداف پژوهش

- ۱- بررسی وضعیت کارکنان شرکت منتخب از نظر سه عنصر بخشودن، انصاف و وفای به عهد
- ۲- بررسی وضعیت اخلاق سازمانی از منظر کارکنان شرکت منتخب .
- ۳- بررسی رابطه بین هر یک از مولفه های بخشودن، انصاف و وفای به عهد با اخلاق سازمانی
- ۴- بررسی

میزان تاثیر و سهم هر یک از مولفه های بخشودن، انصاف و وفای به عهد بر متغیر اخلاق سازمانی

یافته ها و نتایج پژوهش

بررسی اهداف اول و دوم پژوهش

به منظور بررسی وضعیت کارکنان شرکت مونکو از نظر رفتار اخلاقی در ابعاد بخشودن، انصاف و وفای به عهد و همچنین وضعیت اخلاق سازمانی، پس از گردآوری داده‌های پژوهش، تحلیل انجام شده پیرامون آن‌ها در قالب شاخص‌های توصیفی (تعداد، میانگین، انحراف استاندارد و خطای انحراف استاندارد) و نتایج تحلیل‌های آمار استنباطی (آزمون تی تک نمونه‌ای) در جدول شماره ۱ و ۲ ارائه گردیده است. لازم به ذکر است که در بررسی این موارد با توجه به دامنه نمره گذاری گویه‌ها (۱ تا ۵) و محاسبه نمره مربوط به این بخش بر حسب این دامنه، میانگین فرضی جامعه عدد ۳ در نظر گرفته شده است.

جدول شماره ۱. شاخص‌های توصیفی و نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای، بررسی وضعیت کارکنان از نظر بخشودن، انصاف و وفای به عهد

sig	df	t	خطای انحراف استاندارد	انحراف استاندارد	میانگین ن	تعداد	
۰/۰۰۰	۲۰۰	** ۵/۱۲	۰/۰۳	۰/۴۵	۳/۱۶	۲۰۱	وضعیت شرکت مونکو از نظر اخلاق فردی در بعد بخشودن
۰/۰۰۰	۲۰۲	** ۵/۸۱	۰/۰۳	۰/۵۴	۳/۲۲	۲۰۳	وضعیت شرکت مونکو از نظر اخلاق فردی در بعد انصاف
۰/۰۰۰	۱۹۶	** ۷/۷۲	۰/۰۴	۰/۶۲	۳/۳۴	۱۹۷	وضعیت شرکت مونکو از نظر اخلاق فردی در بعد وفاداری

بررسی نتایج ارائه شده در جدول شماره ۱ در خصوص وضعیت کارکنان شرکت مونتکو از لحاظ مولفه های بخشودن ($\text{sig}=0/000$ ؛ $t=5/12$)، انصاف ($\text{sig}=0/000$ ؛ $t=5/81$) و وفای به عهد ($\text{sig}=0/000$ ؛ $t=7/72$) در حد مطلوبی بوده است.

بررسی نتایج ارائه شده در جدول شماره ۲ در خصوص وضعیت شرکت مونتکو از نظر اخلاق سازمانی حاکی از آن است که مقدار آماره بدست آمده ($t=3/25$) در سطح معناداری $P \leq 0/01$ به لحاظ آماری معنادار بوده ($\text{sig}=0/001$) و از اینرو فرض صفر مبنی بر عدم

وجود تفاوت معنادار بین میانگین نمونه با میانگین فرضی جامعه رد شده و فرض خلاف مبنی بر وجود تفاوت معنادار بین میانگین نمونه با میانگین فرضی جامعه تایید می گردد. نتایج بیانگر آن است که وضعیت شرکت مونتکو از نظر اخلاق سازمانی در حد مطلوبی می باشد.

جدول شماره ۲. شاخص های توصیفی و نتایج آزمون تی، تک نمونه ای بررسی وضعیت شرکت مونتکو از نظر اخلاق سازمانی

sig	df	t	خطای انحراف استاندارد	انحراف استاندارد	میانگی ن	تعداد	
0/001	159	** 3/25	0/04	0/61	3/15	160	وضعیت شرکت مونتکو از نظر اخلاق سازمانی

بررسی هدف سوم پژوهش

به منظور بررسی رابطه بین هر یک از مولفه های بخشودن، انصاف و وفای به عهد با اخلاق سازمانی در شرکت مونتکو، پس از گردآوری داده های پژوهش، تحلیل انجام شده پیرامون این سوال در قالب شاخص های توصیفی (تعداد، میانگین، انحراف استاندارد) و نتایج تحلیل های آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون) در جداول شماره ۳ و ۴ ارائه گردیده است.

جدول شماره ۳. شاخص های توصیفی مربوط به رابطه بین هر یک از مولفه های

بخشودن، انصاف و وفای به عهد با اخلاق سازمانی

تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	
201	3/16	0/45	بعد بخشودن
203	3/22	0/54	بعد انصاف

بعد وفای به عهد	۱۹۷	۳/۳۴	۰/۶۲
-----------------	-----	------	------

جدول شماره ۴. نتایج ضریب همبستگی پیرسون مربوط به رابطه بین مؤلفه‌های بخشودن، انصاف و وفای به عهد با اخلاق سازمانی

سطح معناداری	ضریب همبستگی	تعداد	
۰/۰۰۰	۰/۳۲۰ **	۱۵۷	رابطه بین مؤلفه بخشودن اخلاق حرفه‌ای با اخلاق سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۵۸۷ **	۱۵۷	رابطه بین مؤلفه انصاف اخلاق حرفه‌ای با اخلاق سازمانی
۰/۰۶۲	۰/۱۵۱	۱۵۴	رابطه بین مؤلفه وفاداری اخلاق حرفه‌ای با اخلاق سازمانی

بررسی نتایج ارائه شده در جدول شماره ۴ در خصوص رابطه بین مؤلفه‌های بخشودن ($\text{Sig}=0/000$ ؛ $T=0/320$) و انصاف ($\text{Sig}=0/000$ ؛ $T=0/587$) با اخلاق سازمانی در شرکت مونکو، رابطه مثبت (مستقیم) و معناداری وجود داشته و بین مؤلفه وفای به عهد ($\text{Sig}=0/062$ ؛ $T=0/151$) با اخلاق سازمانی در شرکت مونکو، رابطه معناداری مشاهده نگردید

بررسی هدف چهارم پژوهش

بررسی نتایج حاصل از تحلیل داده‌های مربوط به تعیین سهم نسبی هر یک از مؤلفه‌های انصاف، بخشودن و وفای به عهد در پیش بینی وضعیت اخلاق سازمانی در شرکت مونکو که پس از بررسی مدل‌های رگرسیونی معنادار در قالب یک معادله ۱ متغیری مشخص گردید حاکی از آن است که مؤلفه انصاف ($b=0/39$) در مجموع ۳۴/۶ درصد از واریانس وضعیت اخلاق سازمانی در شرکت مونکو را تبیین می‌نمایند ($\text{sig}=0/000$ ؛ $F=78/91$).

جدول شماره ۵. نتایج تحلیل رگرسیونی سهم نسبی هر یک از مؤلفه‌های انصاف، بخشودن و وفای به عهد در پیش بینی وضعیت اخلاق سازمانی

مدل ۱	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۲۰/۴۷	۱	۲۰/۴۷	۷۸/۹۱ **	۰/۰۰۰
باقی مانده	۳۸/۶۴	۱۴۹	۰/۲۵		
کل	۵۹/۱۲	۱۵۰			

جدول شماره ۶. ضرایب رگرسیونی هر یک از مؤلفه‌های انصاف، بخشودن و وفای به عهد در پیش بینی وضعیت اخلاق سازمانی

مدل ۱	ضریب رگرسیونی	خطای انحراف استاندارد	R ²

۰/۳۴۶	۰/۲۵	۰/۹۱	عرض از مبدأ
	۰/۰۷	۰/۳۹	انصاف

نتیجه گیری

تحلیل های آماری نشان می دهد که اخلاق سازمانی در شرکت مونکو از منظر کارکنان در حد مطلوبی می باشد. همچنین کارکنان در نگاه به سه مولفه انصاف، بخشودن و وفای به عهد وضعیت مطلوبی را ارزیابی کرده اند. مولفه های انصاف و بخشودن نیز رابطه مثبت و مستقیمی با اخلاقی بودن سازمان دارند به عبارت دیگر هرچقدر این دو مولفه افزایش پیدا کنند اخلاق سازمانی نیز ارتقا پیدا خواهد کرد و مولفه انصاف نیز می تواند وضعیت اخلاق سازمانی شرکت را پیش بینی نماید. اخلاق در سازمان جایگاه راهبردی دارد و مسئولیت اخلاقیات سازمان بر دوش مدیران استراتژیست سازمان است. بسیاری از سازمان ها برای سازماندهی اخلاقیات خود و تحقق اهداف اخلاقی به مدیریت اخلاق روی آورده اند. شرکت مزبور در راستای تحقق اهداف اخلاقی باید سند جامع اخلاقی خود را تدوین نماید. سازمان های ایرانی در تدوین سند جامع اخلاقی از منابع فراوانی برخوردارند: میراث اخلاق حرفه ای در تمدن ایران باستان، آموزه های اخلاقی قرآن و سنت، میراث اخلاق حرفه ای در تمدن ایران اسلامی بیانیه های اخلاق جهانی و دانش اخلاق حرفه ای.

مواجهه اخلاقی سازمان با کارکنان در درجه اول در گرو تلقی اخلاقی از آنان است. تلقی ابزار انگارانه از کارکنان، آنان را مزدبگیران و خدمتکاران ملزم به طاعت و فرمانبرداری می بیند. و این انگاره سبب می شود از آنان سلطه پذیری را طلب کنیم و ارتباط رفتاری خود را بر چنین توقعی بنا نهیم و پاداش و تنبیه را بر اساس میزان سلطه پذیری آنان قرار دهیم. چنین تلقی غیر اخلاقی است و با شان و منزلت انسانی و کرامت کارکنان منافات دارد.

پیشنهادات

- ۱- انجام ممیزی اخلاقی سالانه در شرکت
- ۲- بر اساس قاعده $R \rightarrow D$ سازمان می تواند فهرستی از حقوق کارکنان را تهیه و متناسب با هر یک از حقوق، وظایف سازمان را تدوین نماید. کافی است مدیران از چشم و موضع کارکنان، حقوق، مطالبات و توقعات آنان را فهرست کنند. در این صورت می توانند وظایف سازمان را در قبال این حقوق بیان کنند بدیهی است که مشارکت کارکنان در این زمینه می تواند در شناسایی حقوق واقعی کارکنان کمک شایانی به

سازمان نماید. تدوین فراگیر و منسجم این وظایف، خط مشی اخلاقی شرکت در قبال حقوق کارکنان را بدست می دهد.

۳- تدوین منشور چند وجهی اخلاق حرفه ای سازمان.

«این مقاله، با سرمایه گذاری گروه مپنا در پروژه‌ای با عنوان **تدوین الگوی اثربخش ترویج اخلاق حرفه‌ای گروه مپنا** به شماره قرارداد ۰۷۰۰/۲۲۰۹ مورخ ۹۰/۴/۱۱ تدوین شده و مالکیت فکری آن متعلق به این گروه است.»

فهرست منابع

بیک‌زاد، جعفر، حسین پور سنبلی، علیرضا، صادقی، محمد (۱۳۸۹)، "اخلاق حرفه ای"، **اقتصاد، کار و جامعه**، شماره‌های ۱۲۵-۱۲۶، صص ۱۰

خجسته مهر، رضا، فرامرزی، سحر، رجبی، غلامرضا (۱۳۹۱)، "بررسی نقش ادراک انصاف بر کیفیت زناشویی"، **مجله مطالعات روان شناختی**، دوره ۸، شماره ۱

خدایاری فرد، محمد، غباری بناب، باقر، فقیهی، علی‌نقی (۱۳۸۱)، "وحدت تربیتی - شادی، روش درمانی عفو با تأکید بر دیدگاه اسلامی: بررسی موردی"، **مجله روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران**، دوره ۸، شماره ۱

رضاییان، علی (۱۳۸۲)، "انصاف جایگزین اعتماد"، **مجله فرهنگ مدیریت**، سال اول، شماره چهارم
زندى پور، طیبه، یادگاری، هاجر (۱۳۸۶)، "ارتباط بخشش با رضایت از زندگی در بانوان متأهل غیر بومی دانشکاههای تهران"، **نشریه مطالعات زنان**، شماره ۱۵

سیف، سوسن، بهاری، فرشاد (۱۳۸۳)، "رابطه بین بخشوده‌گی و سلامت روانی همسران"، **نشریه مطالعات روانشناختی**، دوره اول، شماره ۱

صالح‌نیا، منیره، اله توکلی، زینب (۱۳۸۸)، "اخلاق سازمانی با تأکید بر منشور اخلاقی"، **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**، سال چهارم، شماره‌های ۳ و ۴، صص ۶۶-۷۸.

فرامرزی قراملکی، احد و همکاران (۱۳۸۸)، **اخلاق حرفه ای در تمدن ایران و اسلام**، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم و تحقیقات و فناوری، چاپ دوم

فرامرزی قراملکی، احد (۱۳۸۸)، **اخلاق سازمانی**، انتشارات سرآمد، چاپ اول ص ۲۵۳

فرامرزی قراملکی، احد (۱۳۸۶)، **سازمانهای اخلاقی در کسب و کار**، نشر مجنون، چاپ دوم

فرامرزی قراملکی، احد (۱۳۸۷)، **در آمدی بر اخلاق حرفه ای**، انتشارات سرآمد، چاپ اول

قرآن کریم، ترجمه الهی قمشه ای، مهدی، انتشارات پیام عدالت، چاپ پنجم

کلینی، محمد ابن یعقوب (۱۴۱۳ قمری)، **اصول کافی**، چاپ بیروت

مجلسی، محمد باقر (۱۳۸۰)، **بحار الانوار**، چاپ تهران، ج ۷۲ / ص ۹۶

محامد، علی (۱۳۸۵)، «بررسی قاعده عدل و انصاف و آثار آن»، **مجله پژوهشهای فلسفی-کلامی**، شماره ۳۰

Asgary, Nader, Mitschow, Mark C.(2002) "Toward a Model for International Nader Asgary Business Ethics", **Journal of business ethics** ,vol.36 , pages 239-246

Cardy, Robert & Selvarajan, T (2006) , "Assessing ethical behavior: the impact of outcomes on judgment bias", **Journal of managerial psychology**, vol. 21, No.1, pp. 52-72.

Dolan, shimon, Garcia, Salvador (2002), "Managing by values: Cultural redesign for strategic organizational change at the dawn of the twenty-first century" , **journal of management development** ,vol 21 , page 101

Garofalo, Charles (2003), "Toward a global ethic perspectives on values, training and moral agency" , **The international journal of public sector management**, Vol. 16 No. 7 , pages 490-501

Gavai, A.K (2010), "Business Ethics" , **The international journal of Mumbai and global media** , p119

Gergen, Kenneth j. , Joseph, Tojo(1996), "Organization Science as Social Construction: Postmodern Potentials", **Journal of Applied Behavioral Science**, 32, 356-378.

Heble, J.H, Enright, R.D (1993), "Forgiveness as a Psychotherapeutic goal with elderly females", **Journal of Psychotherapy**, vol 30,pages 658-667

Ikeme, Jekwu (2003), "Equity, environmental justice and sustainability: incomplete Approaches in climate change politics" , **Global Environmental Change**, vol13 ,pages 195-206

Lambert, Peter J, Yitzhaki, Shlomo(1995), "Equity, equality and welfare" ,**European Economic review**, vol 39, pages 674-682

Marlene, Caroselli(2003), **Business ethics activity book:50 Exercises for promoting integrity at work**, AMACOM Books, p 85

McDermott, Melanie, Mahanty, Sango, Schreckenber, Kate (2012), "Examining equity: A multidimensional framework for assessing equity in payments for ecosystem services" , **environmental science & policy**, Volume 33, November 2013, Pages 416-427

Petersen, Lars-Eric , Krings, Franciska (2009) , "Are Ethical Codes of Conduct Toothless Tigers for Dealing with Employment Discrimination?" , **Journal of business ethics** , vol 85 , pages 501-514

Ritzman, T.A(1987), " Forgiveness:its role in therapy", **Journal of Medical Hypnoanalysis**, vol 2, pages 4-13.

Shannon, G. Taylor , Kluemper, Donald H. , Sauley, Kerry S.(2009), “Equity Sensitivity Revisited: Contrasting Unidimensional and Multidimensional Approaches” , **Journal of business psychology**, vol 24,pages 299–314

van de Ven, Bert (2008) , “An ethical framework for the marketing of corporate social responsibility” , **Journal of business ethics** ,vol 82, pages 339–352

Archive of SID