

## اخلاق حرفه ای شاخصی اثر گذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی

غلامرضا نخعی<sup>۱</sup>، دکتر عبدالرضا سبحانی<sup>۲\*</sup>

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

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

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

### چکیده

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

نتیجه گیری: پیاده سازی الگوی کارآفرینی سازمانی بدون توجه به اصول اخلاقی در سازمان مفهومی ندارد، زیرا رعایت اصول اخلاق حرفه ای، یک ضرورت محوری است و کارآفرینی سازمانی مبتنی بر اخلاق حرفه ای معنی می یابد. در دنیایی که سازمان ها، ماشینی شده و معنویت، انسان گرایی و رعایت اصول اخلاقی کم رنگ شده است، اخلاق حرفه ای می تواند به عنوان شاخص اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی، یک ابزار انگیزشی مهم در سازمان باشد. تا موجب سرآمدی، توسعه پایدار، رقابت مطلوب، هم افزایی، کاهش تعارض، افزایش تعهد و مسئولیت های اجتماعی، افزایش ارتباطات سازمانی و حتی ایجاد ارزش ها و هنجارهای اخلاقی جدید گردد.

کلید واژگان: اخلاق، اخلاق حرفه ای، الگو کارآفرینی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی

### سرآغاز

اقتصادی و اجتماعی به تعادل و ایستا جلوگیری کرده و بواسطه رفتارهای فرصت جویانه خود، اقدام به فرصت سازی برای کلیت آن می نمایند. (۱) بنابراین نقش آفرینی و فعالیت در شبکه های اجتماعی و اقتصادی نیازمند رعایت مبانی و اصول ارزش های اخلاقی<sup>۲</sup>، هنجارهای اخلاقی<sup>۳</sup> و یا بطور کلی بکارگیری اخلاق حرفه ای<sup>۴</sup> در این زمینه است.

اخلاق یکی از اساسی ترین نیازهای بشر می باشد. در لغت جمع واژه خلق به معنی خوی هاست و اخلاقمند کردن انسان ها راه صلاح و فلاح جامعه است. در فرایند اخلاقی چهار عنصر اساسی دخیل می باشد که عبارتند از: حساسیت اخلاقی<sup>۵</sup>، قضاوت اخلاقی<sup>۶</sup>، انگیزش اخلاقی<sup>۷</sup> و عمل اخلاقی<sup>۸</sup>. (۲)

امروزه کارآفرینی<sup>۱</sup> بعنوان عنصرحیات آفرین و دگرگونی بخش، و نیزعامل تغییر در تجدید ساختار سازمان ها و به تبع آن جوامع، می رود تا در سازگاری و تعامل با تحولات پیچیده، پویا، عمیق و شتابان، عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات، در راه ارتقا و رشد شاخص های توسعه اجتماعی و اقتصادی ملت ها در جایگاه عامل رقابتی، نقش بارز و ارزنده ای، ایفا نماید. (۱) با توجه به ابعاد و جلوه های این مفهوم، به سرعت در حوزه های مختلف علوم انسانی نظیر اقتصاد، علوم رفتاری و مدیریت وارد شده و هر یک از محققان و صاحب نظران با توجه به زمینه تخصصی و فکری خود به آن نگریسته اند. محققین تغییرات مختلفی را که کارآفرینی در یک جامعه ایجاد می کند، بررسی کرده و آثار آن را از دیدگاه های متفاوت مورد بحث قرار داده اند. بسیاری از محققان معتقدند که، کارآفرینان از رسیدن نظام

می‌دانیم که در این مفهوم به حالت درونی و ملکه نفسانی اطلاق می‌شود. (۹) و دانش بررسی و ارزش گذاری بر خوی ها و رفتار آدمی است؛ که رفتارهای آدمی بر مبنای دو اصل توارث و تربیت در افراد جامعه شکل می‌گیرد. (۲) مفهوم اخلاق حرفه ای از علم اخلاق اتخاذ شده و عبارت است از مجموعه قوانین اخلاقی که نخست از ماهیت حرفه یا شغل بدست آمده است. (۱۰) و نوعی تعهد اخلاقی و وجدان کاری نسبت به هر نوع وظیفه و مسئولیت است. (۱۱) همچنین، مجموعه ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه کرد. (۱۲)

اخلاق حرفه ای یکی از شعبه های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسایل اخلاقی حرفه های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است. (۱۳) و به منزله شاخه ای از دانش اخلاق که به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسایل اخلاقی آن می‌پردازد. (۱۴) و مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده است که از سوی سازمان‌ها و مجامع حرفه‌ای مقرر می‌شود تا مطلوب ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد. (۱۵) به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و اصول و ارزش‌های اخلاقی یک نظام حرفه‌ای می‌پردازد و ناظر بر اخلاق در محیط حرفه‌ای است (۱۶) لذا اخلاق فردی<sup>۱۲</sup>، مسئولیت‌پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود، فقط به منزله یک فرد انسانی، و اخلاق شغلی<sup>۱۳</sup>، مسئولیت‌پذیری یک فرد، در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی خود، به مثابه صاحب یک حرفه یا پست سازمانی است. (۱۷)

### نکات مهم در مفهوم اخلاق حرفه ای

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

### مفهوم کارآفرینی

واژه کارآفرینی، واژه ای است نو، از این کلمه نمی‌توان به مفهوم واقعی آن دست یافت. واژه کار آفرینی دیر زمانی پیش از آنکه به مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید در زبان فرانسه ابداع شد. (۱۹) کارآفرینی از ریشه فرانسوی آنترپرندر است، که مفهوم تعهد کردن کاری را در بر می‌گیرد. (۲۰) گرفته شده است. ژوزف شومپتر بیان می‌کند که، کارآفرینی نیروی محرکه اصلی توسعه اقتصادی<sup>۱۵</sup> است و نقش آن عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از مواد. از دیدگاه او نوآوری ملاک کارآفرینی است و کارآفرین<sup>۱۶</sup> کسی است که فرصت‌ها<sup>۱۷</sup> را درک می‌کند تا دست به نوآوری<sup>۱۸</sup> بزند. (۲۱) از نظر کرایزنر: کارآفرینی بهره برداری از فرصت های کشف نشده است. (۲۰) پیتر

از سوی دیگر، اخلاق حرفه ای مهم ترین عامل فرهنگی در توسعه هر کشور محسوب می‌گردد و تاثیر چشم گیری بر روی فعالیت ها، عملکرد فردی و گروهی و نتایج سازمان دارد. (۳) و به عنوان یکی از مسایل اساسی همه جوامع بشری، مهم ترین متغیر در موفقیت سازمان ها شمرده می‌شود. (۴) بنابراین موضوع اخلاق و رفتارهای اخلاقی<sup>۱۹</sup> بسیار مورد توجه قرار گرفته است و این نگرش روشن وجود دارد و جامعه درصدد کسب آن است که، مسئولان دولتی، مدیران، کارکنان و سازمان ها طبق اخلاق و ضوابط پسندیده رفتار نمایند، زیرا یکی از مهم ترین موضوع هایی که زمینه ساز بروز مشکلات متعدد برای سازمان ها در سطح جهان شده است، مشکلات ناشی از فساد و کارهای خلاف اخلاق در جوامع گوناگون است. (۵) به طور کلی انسان ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آنها را شکل می‌دهد. ممکن است همین افراد، وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار گیرند عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی سر بزند که این ویژگی های انسانی بر روی میزان کارایی و اثر بخشی سازمان تاثیر بگذارد. رفتارهای متفاوت اخلاقی افراد، به عنوان کارمندان سازمان، در یک طیف خطی، که یک سر آن سلامت اداری و سر دیگر طیف، فساد اداری می‌باشد قابل تحلیل است و میزان سلامت اداری در میزان موفقیت سازمان در انجام مأموریت ها، اجرای راهبردها و برنامه ها و در نهایت، دستیابی به اهداف سازمانی نقش به سزایی را ایفا می‌کند. اولین گام در دستیابی به این اهداف درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تاثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان می‌باشد. (۶)

اخلاق حرفه ای مهم ترین مسئله در موفقیت یک سازمان است. اخلاق به عنوان یک علم، و معیار رفتارهای اخلاقی در سازمان، از جمله محورهای کلیدی است. (۷) اخلاقیات در سازمان به عنوان سیستمی از ارزش ها و بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که بر اساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص، و عمل بد از خوب متمایز می‌شود. (۶) اخلاق حرفه ای، حوزه ای تخصصی در دانش اخلاق است که به بیان مسئولیت های اخلاقی<sup>۲۰</sup> افراد و سازمان ها، مشاغل و نیز تحلیل مسایل اخلاق در کسب و کار می‌پردازد. رسالت اخلاق حرفه ای به منزله دانش و آرمان عمده آن، حل مسائل اخلاقی سازمان ها و تبیین تعهدات اخلاقی<sup>۲۱</sup>، در قبال دیگران و نیز تشخیص و حل مسائل اخلاقی در کسب و کار، محتاج دانش تخصصی معینی است و این دانش همان اخلاق حرفه ای است. (۴) با توجه به آن چه بیان شد این پژوهش بدنبال پاسخ به سوالات زیر است:

۱. آیا اخلاق حرفه ای، شاخصی اثرگذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی است؟
۲. پیامد های بکارگیری اخلاق حرفه ای بر کارآفرینی سازمانی چیست؟

### مفهوم اخلاق حرفه ای

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

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

### مفهوم کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی<sup>۱۹</sup> فرآیندی است که در آن، محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده، به ظهور می رسد یا به عبارت دیگر مجموعه فعالیت هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دست یابی به نتایج نوآورانه برخوردار است. (۲۳) کارآفرینی سازمانی، یعنی کارآفرینی بدون رها کردن سازمان. بینکات معتقد است که واژه کارآفرینی سازمانی ابداع شده تا فعالیت های نوآورانه را در یک بافت سازمانی توصیف کند، بنابراین این واژه کوشش هایی را منعکس می کند که توسط افراد سازمان، انجام می شود تا کسب و کار موجود را بهبود بخشند. (۲۴)

شومپتر بر این باور است که کارآفرینی سازمانی واژه ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و توانایی استفاده از منابع با روش های جدید است که منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می شود. (۲۵)

بورگلمن معتقد بود کارآفرینی سازمانی به عنوان توسعه حدود سازمان از لحاظ صلاحیت و تطبیق فرصت برای تولیدات داخلی از ترکیبات منابع جدید می باشد و در نتیجه کارآفرینان ارزش ها را تغییر می دهند و ماهیت آن را دچار تحول می کنند. کارآفرینان مسئول نوآوری و خلاقیت در داخل سازمان هستند و می کوشند یک ایده را به یک واقعیت سودآور تبدیل کنند. همچنین می توان ادعا کرد کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از راه القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصول و فرایندها می انجامد. شاید بتوان کارآفرینی سازمانی را این گونه نیز تعریف کرد: کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که فعالیت های سازمانی را به سمت خلاقیت<sup>۲۰</sup>، نوآوری، مخاطره پذیری<sup>۲۱</sup> و پیشسازی سوق می دهد. فرد کارآفرین سازمانی با بر هم زدن تعادل موجود سازمان و با عملیاتی کردن ایده های خود و دیگران در ایجاد فرآیند و بهبود روش، در جهت پیشبرد امور سازمان گام برمی دارد. (۲۶)

### نکات مهم در مفهوم کارآفرینی سازمانی

- ۱ - کارآفرینی منحصر به سازمان هایی با اندازه خاصی نیست.
- ۲ - کارآفرینی مربوط به دوره خاصی از حیات سازمان نمی گردد.
- ۳ - کارآفرینی در یک محیط رقابتی انجام می گیرد.
- ۴ - کارآفرینی یک جزء بسیار مهم برای موفقیت سازمان ها است.
- ۵ - کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از راه القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصول و فرآیند می انجامد.

### اخلاق حرفه ای شاخصی اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی

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

به عنوان یک فرصت است. (۲۲) و هم چنین کارآفرینی سازمانی، به عنوان فرآیند خلق فرصت ها با هدف ایجاد ارزش های نوآورانه، بدون ملاحظه ای دیگر منابع (انسانی و سرمایه) یا موقعیت کارآفرینانه در سازمان های موجود یا جدید، تعریف شد، (۲۷) اما اخلاق حرفه ای، مانند شمشیر دو لبه ای که یک لبه آن تهدید است. ضعف در سیستم اخلاقیات، منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارت در سازمان می گردد و مدیریت، بیشتر بر روی کنترل گذشته نگر تکیه خواهد کرد، زیرا افراد به مدیریت، اطلاعات را نمی رسانند و در این صورت، انرژی سازمان به انرژی منفی تبدیل می شود و به عبارت دیگر، توان سازمان به جای آن که صرف هدف شود، صرف کم کاری و... خواهد شد. لبه دیگر این شمشیر، فرصت است. و اخلاق حرفه ای، تاثیر چشم گیری بر روی فعالیت ها و نتایج سازمان دارد. (۲۸) بهره روری را افزایش می دهد، ارتباطات را بهبود می بخشد و درجه ریسک را کاهش می دهد، زیرا هنگامی که اخلاق حرفه ای در سازمان حاکم است، جریان اطلاعات به راحتی تسهیل می گردد و مدیر قبل از ایجاد حادثه، از آن مطلع می گردد. (۲۸) در نتیجه رعایت اخلاق حرفه ای باعث رفع تهدیدات و شناخت فرصت هاست و کارآفرینی سازمانی به دنبال تغییر، شناخت فرصت و بهره برداری از آن ها است.

ب) کارآفرینی سازمانی واژه ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و توانایی استفاده از منابع با روش های جدید است که منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می شود. (۲۵) در نتیجه کارآفرینان ارزش ها را تغییر می دهند و ماهیت آن را دچار تحول می کنند. لذا کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که فعالیت های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره پذیری و پیشسازی سوق می دهد. فرد کارآفرین سازمانی با بر هم زدن تعادل موجود سازمان و با عملیاتی کردن ایده های خود و دیگران در ایجاد فرآیند و بهبود روش، در جهت پیشبرد امور سازمان گام برمی دارد. (۲۶) و اخلاق حرفه ای، به بیان مسئولیت های اخلاقی افراد و سازمان ها در مشاغل و نیز تحلیل مسایل اخلاق در کسب و کار می پردازد. رسالت اخلاق حرفه ای به منزله دانش و آرمان عمده آن، حل مسایل اخلاقی سازمان ها و تبیین تعهدات اخلاقی خود در قبال دیگران و نیز تشخیص و حل مسایل اخلاقی در کسب و کار، محتاج دانش تخصصی معینی است و این دانش همان اخلاق حرفه ای است. هیچ اقدام، تصمیم و فعالیتی را در سازمان ها نمی توان سراغ داشت که همراه با مسایل اخلاقی نباشد. در بن هر تصمیم مدیریتی، انبوهی از مسایل اخلاقی را می توان رصد کرد. به همین دلیل پرداختن به اخلاق حرفه ای در سازمان ها موجب ایجاد مزیت استراتژیک می شود (۴) بنابراین با بکارگیری مولفه های اخلاق حرفه ای: امانت داری، رازداری، صداقت، مسئولیت پذیری، درستکاری و شفافیت در کار و ... می توان مزیت رقابتی سازمان را افزایش داد و به شناسایی و خلق فرصت های کارآفرینانه در سازمان ها پرداخت.

**پیامد های بکارگیری اخلاق حرفه ای بر کارآفرینی سازمانی**

رعایت اصول و بکارگیری مولفه های اخلاقی حرفه ای در سازمانی که به دنبال تغییرات اساسی و تلاش برای ایجاد فعالیت های سازمانی، به

اخلاقی تکلیف مدار می توان به کار برد. (۳۰) بنابراین درک اثرگذاری اخلاق حرفه ای بر کارآفرینی سازمانی موجب توسعه مولفه های کارآفرینی در سازمان و به تبع آن در کل جامعه می گردد.

د) تحول و پویایی در کارآفرینی سازمانی  
 بنیان مدیریت اخلاقی در سازمان، از جمله کسانی هستند که ارزش های اخلاقی و فرهنگی را در سازمان بوجود می آورند و این بوجود آورندگان فرهنگ و ارزش ها، بهتر از هر کسی می توانند در آن تحول ایجاد کنند و آن را پویا نگه دارند. مدیریت اخلاقی به لحاظ اینکه نوعی مدیریت معنوی است و جنبه های شخصیتی آن غالب است به راحتی می تواند در فرهنگ سازمانی تحول ایجاد نماید. وقتی یک دستورالعمل، شیوه کار و... از طریق عادت جز فرهنگ سازمان درآمده باشد و تغییراتی در آن لازم باشد با دستورالعمل های اصلاحی، اخلاقی به راحتی می توان تغییرات را اعمال نمود و این خاطر آن است که بستر تحول در مدیریت اخلاقی آماده است (۳۱) ایجاد تحول شروع کارآفرینی سازمانی است.

ه) کاهش هزینه ها در فرایند کارآفرینی سازمانی  
 امروزه، جوامع مختلف می کوشند تا از طرق گوناگون، خود کنترلی را در سازمان های خود تحقق بخشند. برخی از این جوامع برای بیدار کردن و وجدان فردی اهتمام می ورزند و برخی دیگر می کوشند تا از طریق تقویت احساس ملیت خواهی و میهن دوستی افراد را خود کنترل سازند. (۳۲) ترویج خودکنترلی در سازمان، به عنوان یکی از مکانیزم های اصلی کنترل، از مباحثی است که بنیان آن بر اعتماد، اخلاق و ارزش های فردی قرار دارد. ترویج خودکنترلی باعث کاهش هزینه های ناشی از روش های کنترل مستقیم شده و موجب بهبود سود می شود. این مستلزم تعهد کامل اعضا به تیم، مسئولیت پذیری همه اعضای تیم و داشتن احترام و اعتماد بین آنها و مدیریت است. (۳۳) با توجه به اینکه فرایند کارآفرینی سازمانی در هر مرحله نیازمند ارزیابی و کنترل دارد، مکانیزم خود کنترلی، نیاز به کنترل های مستقیم و برنامه ریزی شده را در فرایند کارآفرینی سازمانی کاهش می دهد.

و) کاهش تعارض در فرایند کارآفرینی سازمانی  
 رعایت اخلاق حرفه ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض<sup>۳۳</sup> نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلند مدت خود را تضمین کند. (۳۴/۳۵) و از نتایج بهبود اخلاق حرفه ای در سازمان، تنظیم بهتر روابط در سازمان است که این به نوبه خود باعث افزایش جو تفاهم در سازمان و کاهش تعارضات بین افراد و گروه ها شده، عملکرد تیمی را بهبود می بخشد. (۳۳) در سازمانی که در آن تفاهم و جو صمیمی حاکم باشد کارکنان می توانند نظرات و آرای خود را به راحتی و بدون هیچ استرسی از مقاومت و انتقادات همکاران بیان کنند. (۳۶) لذا با ایجاد ارتباطات رسمی و شناخت ارتباطات غیر رسمی موجود می توان به توسعه و گسترش کارآفرینی سازمانی کمک کرد.

ز) افزایش تعهد و مسئولیت پذیری در کارآفرینی سازمانی

سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره پذیری، پشتتازی و رقابت پذیری<sup>۳۲</sup> یا در مفهوم کلی کارآفرینی سازمانی است، پیامد های زیر به دنبال دارد که عبارتند از:

الف) تعامل با محیط در فرایند کارآفرینی سازمانی  
 طرز تلقی سازمان از محیط درونی و بیرونی، بخشی از جهان بینی مشترک و حاکم بر سازمان است. تنها افراد، دارای جهان بینی نیستند، بلکه سازمان ها نیز از جهان بینی برخوردارند و جهان بینی سازمان نقش سرنوشت سازی در حیات سازمانی دارد. سازمان برای رشد و تعالی جهان بینی سازمانی خود محتاج اخلاق حرفه ای است. تلقی اخلاقی از سازمان و محیط آن سبب تعالی اخلاقی جهان بینی سازمان می شود. اگر انگاره های درستی از سازمان و محیط درونی و بیرونی در ذهن مشترک سازمانی نهادینه کنیم، (۴) اخلاق حرفه ای و مولفه های آن بر تمامی فعالیت های سازمان حاکم شده، و کلیه فعالیت های سازمانی را به سمت کارآفرینی و مولفه های: خلاقیت، نوآوری، مخاطره پذیری، تجدید و نوسازی، رقابت پذیری و پشتتازی، سوق می دهد.

ب) جلوگیری از آسیب های رفتاری در کارآفرینی سازمانی  
 سازمان در رفتار ارتباطی پیچیده با عناصر درونی و بیرونی محیط خود است. این تعامل می تواند در معرض آسیب های رفتاری قرار بگیرد. پیش گیری از این آسیب ها و فراتر از آن تعالی و رشد اخلاقی ارتباطات بین شخصی در سازمان، محتاج اخلاق حرفه ای است. حفظ سلامت سازمان نیازمند ترویج اخلاق در سازمان است. بنابراین، سازمان ها در نحوه تعامل خود با محیط درونی و بیرونی به اخلاق نیازمندند و برای تعیین مرز فضایل و رذایل اخلاقی محتاج اخلاق حرفه ای هستند. (۱۲) اگر سازمان ها بتوانند الگوی رفتاری مناسب و بر پایه شاخص های اخلاقی در ارتباط با محیط پیچیده و پویای بیرونی و درونی خود پیاده سازی کنند راحت تر می توانند تهدیدات را شناسایی کرده و به فرصت های کارآفرینی تبدیل کنند.

ج) تصمیمات مبتنی بر اخلاق حرفه ای در فرایند کارآفرینی سازمانی  
 ابعاد مختلف کارآفرینی با توجه به ملاحظات اخلاقی، بر عمل و تصمیم کارآفرینان تاثیر می گذارد. همچنین تحقیقات نشان داده است که تفاوتی که بین کارآفرینان وجود دارد بسیار بیشتر و مهمتر از تفاوت هایی است که بین فرد کارآفرین و غیر کارآفرین وجود دارد. از طرفی صاحبان کسب و کار یا سازمان ها با یک نوع عدم همگنی بین ویژگی های کارآفرینان و مشخصه های اجتماعی آنها روبرو هستند. یعنی افراد مختلف میزان تعلق متفاوتی نسبت به ملاحظات اخلاقی دارند که این تفاوت بسته به نوع مشخصه های اجتماعی افراد تغییر می کند. بنابراین بایستی ارتباط پیچیده ای بین پویایی شناخت های اجتماعی و میزان حساسیت به مقولات اخلاقی را ادراک کرده و نسبت به تعدیل این رابطه در مواردی که نیاز است اقدام کرد. (۲۹) توجه به رشد اخلاقی کارکنان و بالا بردن سطح اخلاقی کارکنان با تدابیری از قبیل آموزش آنان، ارتقاء معنویت فردی و سازمانی، از بین بردن رقابت های ناسالم و تقویت همبستگی و مشارکت در بین کارکنان و تقویت روابط بین فردی از جمله اقداماتی است که در جهت ایجاد جو کاری

تعهد نیرویی است که فرد را به یک دسته از اعمالی که مربوط به هدف خاصی است، متعهد و ملزم می سازد. (۳۷) تعهد سازمانی به عنوان درجه ای که یک فرد در یک سازمان پذیرفته می شود، درونی می شود، و نقش اش را بر مبنای اهداف و ارزش های سازمانی از نظر می گذرانند، تعریف شده است. سه مولفه: تعهد عاطفی، تعهد مستمر، و تعهد هنجاری، اساس یک ادراک جدید از تعهد سازمانی هستند. (۳۸) و چنانکه گفته شد اخلاق بر فعالیت انسان ها تاثیر قابل توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان است. دسلر باور دارد که: اگر کارکنان بر این باور باشند که با آنان رفتاری عادلانه و منصفانه می شود، شاید تمایل بیشتری داشته باشند که فعالیت یا کاری بیشتری را تحمل کنند. دونالدسون و دیویس باور دارند که مدیریت ارزش های اخلاقی در محیط کار، موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی<sup>۲۵</sup> را تقویت می کند، اعتماد در روابط بین افراد و گروه ها را بهبود می بخشد و با پیروی بیشتر از استانداردها، موجب بهبود کیفیت محصولات و در نهایت افزایش سود سازمان می شود. (۳۹) با توجه به نقشی که انسان ها در سازمان های امروزی دارند، نوع قضاوت افراد در مورد سازمان و موضوع فعالیت شان تاثیر بسیار زیادی در کارایی و اثربخشی آنها و در نتیجه کارایی و اثربخشی سازمان دارد. (۳۳) اشخاصی که دارای مسئولیت پذیری و تعهد بیشتری هستند در مقابل افرادی که دارای تعهد کمتری هستند، بیشتر از آنها برای سازمان خود اهمیت قائل می باشند و به انجام طرح ها و کارآفرینی در سازمان برای رسیدن به بهره وری و بقا و پیشرفت سازمان در تلاشند. (۳۶)

### نتیجه گیری

کارآفرینی مفهومی است که همه سازمان ها باید به آن توجه جدی داشته باشند. و بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان دارد. کارآفرینی سازمانی مفهومی است که در سازمان، نه بر افراد، بلکه بر اخلاق، فرهنگ و فرایندهای سازمانی متمرکز است، و شیوه برانگیختن و بهره وری افراد درون یک سازمان می باشد. اخلاق حرفه ای نیز به بررسی تکالیف اخلاقی در یک سازمان و مسائل اخلاقی موجود در آن می پردازد و موجب هدایت کارکنان و فعالیت های سازمانی تعیین شده، بر پایه اصول اخلاقی خاص می گردد، و می تواند به عنوان شاخص اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی، یک ابزار انگیزشی مهم در سازمان باشد. لذا باید به متغیر اخلاق حرفه ای در سازمان ها جهت افزایش کارآفرینی سازمانی توجه کافی گردد. تبیین و تدوین منشور های اخلاقی حرفه ای در سازمان، همراه با اقدامات متناسب و برنامه های آموزش اخلاق حرفه ای باعث افزایش ارتباطات سازمانی، کاهش تعارض، افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر شده، و منجر به توسعه و گسترش کارآفرینی سازمانی می گردد. تمامی تصمیم ها، فعالیت ها و اقدام ها، در سازمان ها که منجر به شناسایی و یا خلق فرصت های جدید و به تبع آن کارآفرینی می شوند

اگر همراه با مسایل اخلاقی و رعایت اخلاق حرفه ای در آن زمینه نباشد، با هر تصمیم مدیریتی، منابع انسانی، مالی و اقتصادی که منجر به کارآفرینی می گردند را، از دست می دهیم و انبوهی از مشکلات و مسائل اخلاقی را می توان در سازمان مشاهده کرد. به همین دلیل پرداختن به اخلاق حرفه ای به عنوان شاخصی اثرگذار، موجب ایجاد مزیتی راهبردی در شناسایی و خلق فرصت های جدید شده و تغییرات اساسی در کارآفرینی سازمانی ایجاد می کند.

پیاده سازی الگوی کارآفرینی سازمانی بدون توجه مسائل ارزشی و مسائل اخلاقی در سازمان ها مفهومی ندارد، تعیین استراتژی های کارآفرینانه و حرکت به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره پذیری، تجدید و نوسازی، رقابت پذیری و پیشتازی را بدون رعایت اخلاق نمی توان در نظر گرفت، بنابراین اخلاق حرفه ای و مولفه های آن، اثر گذار بر کارآفرینی در تمامی سازمان ها هستند.

اگر اخلاق حرفه ای در سازمان ها، به عنوان نقش محوری پذیرفته شود، رونق و گسترش فعالیت های کارآفرینانه سازمانی، در دنیای فعلی با شیوه های اخلاقی، موجب استمرار و ماندگاری آن شده و در دنیایی که سازمان ها، ماشینی شده و معنویت، انسان گرایی و رعایت اصول و مبانی اخلاقی کم رنگ شده است، کارآفرینی سازمانی مبتنی بر اخلاق حرفه ای از جایگاه والایی برخوردار خواهد شد. بنابراین اخلاق حرفه ای می تواند موجب سرآمدی، کمک به توسعه پایدار و رقابت مطلوب، تقویت و پرورش ارزش ها و هنجار های سازمانی، خودشناسی و خود کنترلی کارکنان و عناصر سازمانی گردد و بر اساس آن، عوامل سازمانی و فراسازمانی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را به کار گیرد و باعث نهادی شدن سرآمدی، تولید اقتصادی و سودآوری، ایجاد هم افزایی، مشتری مداری عملیاتی، تحقق مسئولیت های اجتماعی سازمان و حتی تولید ارزش های اخلاقی جدید بدنبال داشته باشد.

### ملاحظه های اخلاقی

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

### سپاسگزاری

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

### واژه نامه

- |                     |                 |
|---------------------|-----------------|
| 1. Entrepreneurship | کار آفرینی      |
| 2. Ethical values   | ارزش های اخلاقی |
| 3. Ethical norms    | هنجارهای اخلاقی |

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

4. Professional ethics
5. Ethical Sensitivity
6. Ethical Judgment
7. Ethical motivation
8. Ethical character
9. Ethical behaviors
10. Ethical responsibilities
11. Ethical commitments
12. Individual Ethics
13. Job Ethics
14. Entrepreneur
15. Economic Development
16. Entrepreneur
17. Opportunities
18. Innovation
19. Organizational Entrepreneurship
20. Creativity
21. Risk – Taking
22. Competitiveness
23. Conflict
24. Organizational Culture

اخلاق حرفه ای  
حساسیت اخلاقی  
قضاوت اخلاقی  
انگیزش اخلاقی  
عمل اخلاقی  
رفتارهای اخلاقی  
مسئولیت اخلاقی  
تعهدات اخلاقی  
اخلاق فردی  
اخلاق شغلی  
تعهد کردن کاری  
توسعه اقتصادی  
کار آفرین  
فرصت ها  
نوآوری  
کار آفرینی سازمانی  
خلاقیت  
مخاطره پذیری  
رقابت پذیری  
تعارض  
فرهنگ سازمانی

## References

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

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