

سنجش تاثیر اخلاق حرفه‌ای و معنویت سازمانی بر افزایش وفاداری کارکنان و نشاط سازمانی

دکتر وحید قلیپور^۱، محمد مهدی کشفی آزاد^۲، علی اصغر سقائیان لاری^۳

^۱گروه مدیریت دولتی، عضو هیات علمی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لارستان، لارستان، ایران (نویسنده مسئول)

^۲گروه مدیریت دولتی، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران

^۳گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لارستان، لارستان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۸

Measuring the impact of professional creativity and organizational spirituality on increasing employee loyalty and organizational vitality

Dr. Vahid Gholipour¹, Mohammad Mehdi Kashfi Azad², Ali Asghar Saghaeian Lari³

¹Department of Public Administration, Academic Membership, Islamic Azad University, Larestan Branch, Larestan, Iran (Corresponding Author)

²Department of Public Management, Larestan Branch, Islamic Azad University, Larestan

³Department of Public Administration, Islamic Azad University, Larestan Branch, Larestan, Iran

Received: (24/09/2021)

Accepted: (29/10/2021)

Abstract:

In the meantime, there are successful organizations that adapt to the conditions that have arisen and come to terms with the changes that have taken place, and only organizations can act in such a way that their employees have a high spiritual power. Therefore, one of the concepts that has been proposed for the growth of human resources is spirituality at work. In many new areas of work and life, if man does not want to remain faithful to the rules of morality, there is no force to prevent them from violating the rights of others. As can be seen, many of these barriers, such as differences in perception and differences in language, mistrust and emotions, and others, will be partially overcome by employees' continuous and long-term communication with each other and will be less effective. Obstacles, such as employees' lack of trust in each other, are in fact due to their lack of knowledge of each other. will be. In this article, we will examine the impact of organizational spirituality and professional ethics on increasing employee loyalty and organizational vitality.

Keywords

Organizational spirituality, professional ethics, employee loyalty

چکیده

در این میان، سازمان‌هایی موفق هستند که خود را با شرایط به وجود آمده، تطبیق داده و با تغییرات به وجود آمده، همراه شوند و فقط سازمان‌هایی می‌توانند این گونه عمل کنند که کارکنانشان از قدرت معنویت بالایی برخوردار باشند. بنابراین یکی از مفاهیمی که در راستای بالندگی منابع انسانی مطرح گردیده، معنویت در کار است. در بسیاری از عرصه‌های نوین کار و زندگی اگر انسان نخواهد به احکام اخلاق وفادار بماند هیچ نیرویی برای بازسازی آن‌ها از تجاوز به حقوق دیگران وجود ندارد. همان گونه که مشاهده میشود، بسیاری از این موانع از جمله اختلاف در ادراک و اختلاف در زبان، عدم اعتماد و عواطف و بقیه موارد، با ارتباط مداوم و طولانی مدت کارکنان با یکدیگر تا حدودی رفع میشوند و کمتر تاثیرگذار خواهند بود. برخی از این موانع هم مانند عدم اعتماد کارکنان به یکدیگر، در واقع ناشی از عدم شناخت آنها از یکدیگر است که با ورود و خروج مداوم کارکنان، این مشکلات پیوسته باقی مانده که موجب تضعیف سازمان خواهد شد. در این مقاله به بررسی تاثیر معنویت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای بر افزایش وفاداری کارکنان و نشاط سازمان خواهیم پرداخت.

واژه‌های کلیدی

معنویت سازمانی، اخلاق حرفه‌ای، وفاداری کارکنان

مقدمه

سازمان ها در خلاء فعالیت نمی کنند، بلکه دائماً تحت تأثیر عوامل و فشارهایی هستند که از داخل و بیرون سازمان، بر آنها تحمیل می شود. در گذشته، محیط عاری از خطر بود و برای سازمان ها، امنیت بیشتری وجود داشت، ولی دنیای کنونی، دنیای تحوات و دگرگونی هاست، این تغییر و دگرگونی ها در عصر حاضر، همواره برای سازمان ها، فرصت ها و تهدیدهایی را به وجود می آورد. اخلاق حرفه ای از آن دسته اصطلاحاتی است که تعریف منطقی ندارد بلکه در هر شغل و کسب و کاری افراد تعریف خاصی از اخلاق حرفه ای دارند. اخلاق حرفه ای مجموعه ای از هنجارهاست که از صاحبان مشاغل انتظار رعایت آن می رود یعنی از آن ها انتظار می رود که علاوه بر رعایت اخلاق عمومی یک سری از ارزش ها را که مخصوص شغل آن هاست رعایت کنند مثلاً از معلم انتظار دلسوزی، از وکیل انتظار امانتداری، از پزشک انتظار رازداری و از فروشنده انتظار صداقت داریم اولین وظیفه ی اخلاق حرفه ای، رشد و توسعه قوانین بر پایه ی اخلاق در شغل مورد نظر است. در همین راستا و نظر به ضرورت تدوین مولفه های رفتار حرفه ای برای سامان بخشیدن به اصول و ضوابط رفتار حرفه ای، به ارائه چارچوبی برای درک رفتار اخلاقی پرداخت از نظر او انجام هر نوع رفتاری است که منجر به رفاه دیگران شود. او رفتار اخلاقی را متشکل از چهار جزء می داند که باید توسط افراد قبل از ورودشان به یک عمل ارادی در مورد یک عمل اخلاقی نتیجه بخش مد نظر قرار گیرد. این چهار مولفه عبارتند از ۱- حساسیت اخلاقی (فرایند تشخیص موقعیت) ۲- استدلال اخلاقی (انتخاب بهترین حالت و گزینه) ۳- تصمیم برای اجرای راه حل های اخلاقی (توجه به گزینه اخلاقی تر و رعایت آن هادر عمل) ۴- انجام عمل اخلاقی (تبیین عمل اخلاقی و اینکه شخص باید عمل اخلاقی را واقعاً انجام دهد). بر این اساس به مجموعه ای از کنش و واکنش های اخلاقی پذیرفته شده که از سوی سازمان ها یا مجامع حرفه ای مقرر می شود تا مطلوب ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه ای فراهم آورد، اخلاق حرفه ای گویند این اخلاق در بر گیرنده مجموعه ای از احکام ارزشی، تکالیف، رفتار و سلوک و دستور های برای اجرای آن هاست

معنویت^۱

از آن جایی که واژه معنویت در زمینه های گوناگون به کار می رود، تعریف آن مشکل است. ریشه های آن در سنت مسیحی قرار دارد سنتی که تاریخی طولانی در الهیات و عمل دینی دارد. امر معنوی جستجوی درونی است که اغلب با امور مادی، فیزیکی و بیرونی در تقابل است. برخی معنویت را نسبت به دین پراکنده تر و کمتر نهادینه شده می دانند؛ در مقابل، دیگران معنویت را درست مرکز و قلب دین می دانند به ویژه وقتی با تجربه عارفانه و دینی روبرو می شوند. موضوع معنویت دلمشغولی دیرپای بشر است، اما بررسی نقدی و تطبیقی معنویت در زمینه های جهانی پدید نوظهوری است. بسیاری از ادیان واژه دقیق برای معنویت ندارند؛ با وجود این، امروزه مفهوم معنویت عمومیت یافته است و اکنون در داخل و خارج ادیان و همچنین در زمینه های بین الادیانی و سکولار به کار می رود. علاقه مندی جدید به معنویت با تأکید بر موضوع فردی خودباندگی و درک متفاوت تری از روانشناسی انسان همراه شده است. اکنون معنویت کلید واژه جهانشمولی است که نشانگر جستجوی جهت و معنا است. برخی از نویسندگان کوشیده اند برای معنویت تعاریفی ارائه کنند که به برخی از آنها اشاره می شود (نقوی و همکاران، ۱۳۹۳).

میتروف^۲ (۱۹۹۹) پروفیسور مدیریت، معنویت را تمایل به جستجوی هدف نهایی در زندگی و زیستن بر اساس این هدف تعریف می کند. بعضی دیگر مصرانه بر مفاهیم ادیان و آیین های شرقی هم چون تائوئیسم، بودیسم، ذن و نیز اسلام تأکید دارند. چنین پژوهشگرانی بدرستی ادعا می کنند که این جوامع غیر غربی بسیار بهتر میان زندگی شخصی، کار، تفریح، عبادت و دیگر جنبه های زندگی یکپارچگی ایجاد کرده اند. با بررسی پاره ای از پژوهشها در این زمینه بیان می کنند که برای خداشناس کاتولیک، معنویت راهی است که از سوی آن به سمت الوهیت حرکت می کند؛ برای پزشک، معنویت چیزی است که به زندگی معنا می بخشد، برای جامعه شناس، جستجوی انفرادی برای درک مقصود و ارزشهایی است که ممکن است مفهوم خدا یا وجود تعالی را در برداشته، و یا نداشته باشد (نقوی و همکاران، ۱۳۹۴).

در تعریفی از مک نایت و کاوانا آمده است معنویت، نیرویی روح بخش و انگیزاننده زندگی است، انرژی ای که الهام بخش فرد به سمت و سوی فرجامی معین یا هدفی به سوی ورای فردیت می باشد.

معنویت به عنوان تلاش دائمی بشر برای پاسخ دادن به چراهای زندگی می باشد به عبارت واضح تر، استفاده بهینه از قوه خلاقیت و

1. Spirituality

2. Mitroff

کنجکاوای برای یافتن دلایل موجود مرتبط با زنده ماندن و زندگی کردن و در نتیجه، رشد و تکامل است. معنویت می‌تواند به عنوان جستجوی نوعی تقدس و فرایندی تعریف شود که افراد از طریق آن به دنبال کشف و انتقال چیزی هستند که در زندگی شان مقدس است (جعفری شورگل، ۱۳۹۲).

معنویت در محیط کار

معنویت در سازمان قاعده نوپایی است که می‌تواند نیرویی قدرتمند و ژرف را برای زندگی افراد به ارمغان آورد. این نیروی قدرتمند زمانی حاصل خواهد شد که زندگی کاری با زندگی معنوی کارکنان پیوند بخورد. با چنین نیرویی کارکنان تقریباً با هزاران ساعت کاری، می‌توانند کاری لذت بخش تر، متوازن تر و معنادار تر داشته باشند (خاسنه^۱، ۲۰۱۱).

موضوع معنویت اعتبار فزاینده‌ای در مطالعات سازمانی کسب کرده است. افرادی مثل ساندلندز دیدگاهی متعصبانه نسبت به معنویت سازمانی داشته و ادعا می‌کنند که تمام تئوری‌های سازمانی تئوری معنویت سازمانی محسوب می‌شوند. معنویت در محیط کار عبارت است از تلاش‌های یک فرد برای یافتن هدف در زندگی، تعلق و همبستگی با همکاران و دیگر افراد در محل کار و هماهنگ و همسو بودن با ارزش‌ها و اهداف سازمان (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۲). ایجاد معنویت در کار، دارای مزایای بسیاری برای مدیریت، کارکنان و سازمان است. معنویت، ماهیت کار را تغییر می‌دهد و افراد به دنبال راهی هستند که زندگی کاری و معنوی خود را با هم پیوند بزنند و با بصیرت و آگاهی برای رسیدن به هدف تلاش کنند (میرکاضی و همکاران، ۱۳۹۲).

معنویت در محیط سازمان منجر به رضایت شغلی کارکنان می‌شود و علاوه بر آن تعهد سازمانی را نیز در پی خواهد داشت. بر اساس تعریف معنویت یک مفهوم پیچیده و چندوجهی و همچنین بسیار ذهنی و شخصی است. معنویت در کار، به معنی رفتار به طریقی است که فرد سعی دارد استانداردهای کار را در تمام ابعاد رعایت کند و نوعی همبستگی روحی بین فرد و کار وی برقرار می‌شود. کارکنانی که در سازمان از حس صداقت با سازمان و همکاران، تلاش خود جوش و بدون کنترل دیگران در کار، احساس همدلی و همبستگی بالا با کارکنان و ارباب رجوع برخوردارند، به گونه‌ای کار را هدف‌گایی زندگی میدانند و آن را کوششی برای ارضای نیاز درونی که همان معنویت است تلقی میکنند. در یک تعریف جامع تر، معنویت را کوششی برای پیدا شدن حساسیت به خود، دیگران، محیط طبیعی و خدا که درون و فراسوی این کلیت است، دانسته اند ارزشهای معنوی در محیط کار عبارتند از: معنی دار بودن، صداقت، تواضع، احترام، عدالت، گوش دادن، قدردانی از دیگران، انعطاف پذیری، درک بالا، بخشش، مهربانی، صلح و هارمونی، خلاقیت، امیدواری و یکپارچگی (محمدی و جهانیان، ۱۳۹۶).

ارائه تعریفی واحد از تعریف معنویت در کار مانند تعریف معنویت مشکل است؛ زیرا اولاً تعاریف بسیار است و ثانیاً رسیدن به تعریف قابل قبول آسان نیست. با وجود این به برخی از تعاریف اشاره می‌گردد: معنویت در کار در برگیرنده مفهومی از احساس تمامیت و پیوستگی در کار و درک ارزش‌های عمیق در کار است (رستگار و کوشش تیار، ۱۳۹۶).

معنویت در کار دربرگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف‌گایی در یک فرد برای زندگی کاری، بمنظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند و همچنین سازگاری یا یگانگی بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش‌های سازمان او است (ناستی زایی و همکاران، ۱۳۹۴).

معنویت در کار چارچوبی است از ارزشهای سازمان که نشان دهنده ارتقای فرهنگ کارکنان، تجربه ایجاد فرایند کار برتر، افزایش ارتباط با دیگران، ایجاد حس کمال و لذت از کار (میری و همکاران، ۱۳۹۳).

علاقه مردم به معنویت در محیط کار

اشمس و دوچن^۲ (۲۰۰۰) علل رشد علاقه مردم به معنویت در محیط کار را چنین بیان می‌دارند:

۱. کوچک سازی، مهندسی مجدد و تعلیق از کار وسیع در دو دهه گذشته که سبب شد محیط کار در امریکا به محیطی نامناسب برای کارکردن تبدیل شود.

1. Khasawneh

2. Ashmos and Duchon

۲. این حقیقت که محیط کاری بطور فزاینده ای برای اکثر مردم به عنوان منبع اولیه همبستگی ادراک می شود دلیل این امر کاهش روابط با خانواده، همسایه ها، مراکز مذهبی و گروه های مدنی می باشد.

۳. افزایش جمعیت، مسن شدن جمعیت دنیا، احساس عدم امنیت و نزدیکی بیشتر به مرگ و در نتیجه تمایل به تعمق بیشتر درباره معنای زندگی. (حسین زاده و یزدانی، ۱۳۹۲).

ضرورت های توجه به معنویت سازمانی

از جمله عواملی که ضرورت تحقیق درباره معنویت سازمانی شامل موارد زیر می باشد:

- تأکید بر هوشیاری و آگاهی درونی، معنویت در کار و محیط کار، برای کارکنان زمینه های مناسبی برای یافتن خویشتن خویش فراهم می آورد. کارکنان می توانند با خودکاوی، خود را بشناسند و توانمندی ها و قابلیت های خود را نشان دهند.

- تأکید بر ارتباط مؤثر با همکاران در محیط کار، ورود معنویت در کار و محیط کار، به کارکنان کمک می کند تا با همکاران خود ارتباط مؤثری برقرار کنند و با همدلی، ایجاد فضای مناسب برای درک متقابل و نگرش مثبت به یکدیگر، در اهداف فردی و سازمانی مشترک شوند و در برآوردن آن بکوشند، تا بدین وسیله، هم به اهداف ارتباطی خود برسند و هم از آن لذت ببرند.

- تأکید بر ارزش های انسانی و کمال جویی کارکنان، در مکاتب پیشین مدیریت، مثل نئوکلاسیک توجه به انسان صرفاً برای برآوردن نیازهای مختلف و رضایتمندی آنها برای بهره کشی بیشتر بود و کارکنان در سازمان در طول عمر سازمانی خویش تنها «گاوهای راضی شیرده» بودند، اما معنویت در محیط کار بر این نکته تأکید دارد که انسان ها باید در عمر سازمانی خود، به انسانیت خویش دست یابند و برای رسیدن به کمال انسانی همواره تلاش کنند و این امر ممکن نمی شود، مگر با ورود معنویت در کار و محیط کار، ویژگی های گفته شده، محققان و صاحب نظران را به چالش می خواند و گسترش آن، مستلزم درک ضعفها و قوت های آن است که به پژوهش و مطالعات بیشتری نیاز دارد (میری و همکاران، ۱۳۹۳).

دلایل شخصی تغییر محیط کار به یک محیط معنوی

دلایل شخصی که بر تغییر محیط کار به یک محیط معنوی اثر می گذارند، عبارتند از

دلایل درونی، که اساساً نتیجه های از یک تغییر شخصی است. بعضی از دلایل درونی برای تغییر چنین کارمندی شامل موارد زیر است:

افزایش سطح هشیاری، رویارویی با یک مسأله در حال تغییر در زندگی، تغییر عادت ها، تغییر سبک زندگی، تمایل کلی برای آرامش درونی و رضایت از خود، افزایش تنفر از یک محیط رقابتی، تنفر از یک ساختار سلسله مراتبی که به سختی اداره می شود، تمایل به داشتن احساس بهتری درباره خود، کار و جامعه. دلایل بیرونی، که نتیجه ای از یک تغییر در فرهنگ شرکت است. بعضی از روش هایی که این حالت می تواند در آنها اتفاق بیفتد، شامل موارد زیر است:

تاثیر پذیری مثبت از همکاران، تمایل به مشارکت در یک سازمان موفق و پذیرش ایده های جدید. اگرچه ایجاد تغییر معنوی در سطوح بالاتر در محیط کار آسان تر است، اما چنین تحولی برای کارکنان در سطوح مختلف سازمان امکان پذیر است. این کار به زمان بیشتر و پشتکار بیشتری نیاز دارد. اما هر کارمندی می تواند به تدریج با نیت درست، محیط کار خود را به سمت افزایش عملکرد معنوی ببرد. فردی که از کارش راضی است، به طور کلی استرس کمتری در خارج از محیط کار دارد و احساس ساعتی بیشتری خواهد داشت و تمایل زیادی به سهیم کردن دیگران در خشنودی و رضایت خود دارد (غلام حسینی و همکاران، ۱۳۹۰).

تبدیل محیط کار به یک محیط کار معنوی

گام نخست برای ایجاد یک تغییر مثبت در محیط کار، باید در سطح درونی اتفاق بیفتد. چنین تغییرات درونی و افزایش آگاهی معنوی هنگامی برای کل سازمان موثرتر و مفیدتر خواهد بود که در درون افرادی که در موقعیت های عالیتر سلسله مراتب سازمانی اند، ایجاد شوند. با این وجود چنین تغییراتی ممکن است در کارکنان در سطوح پایین تر پدید آیند که سطوح عالی موفقیت را تعدیل می کنند و بستگی به تفاهم شخصی افراد با همکارانشان دارد. دلایل احتمال تغییر محیط کار غیر معنوی، به محیط کار معنوی:

تجربه سازمانی: هنگامی اتفاق می افتد که تحولات سازمانی نامطلوب (از دست دادن روحیه، بهره وری، کارایی) توجه مجدد به قواعد موجود سازمانی را می طلبد.

تجربه رهبری: تغییر شکل می تواند بوسیله یک تغییر در دیدگاه های رهبری، یک حادثه غم انگیز پیش بینی نشده در مورد رهبر، یا تمایل رهبر به جذب کردن افراد خوب (کارکنان و مشتریان) برای تجارت و در نتیجه افزایش کیفیت زندگی در محیط کاری، شروع شود

منافع معنویت در محیط کار سازمانی

یافته‌های تحقیقاتی تأکید کرده‌اند که ترویج ارزشهای معنوی در محیط کار میتواند منجر به منافع ذیل گردد:



نمودار ۱. ترویج ارزشهای معنوی در محیط کار منبع: (محمدی و جهانیان، ۱۳۹۶).

اهمیت و ضرورت معنویت در محیط‌های کاری

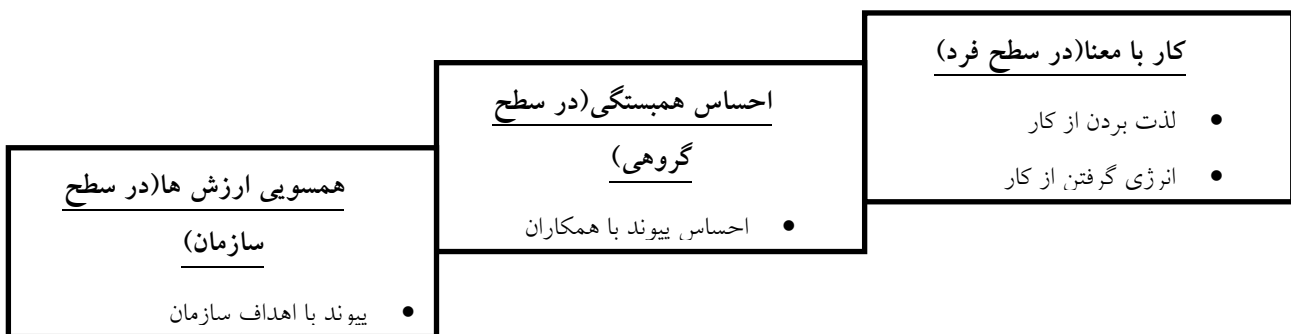
معنویت به انسان بینش جدیدی نسبت به خود می‌دهد و به طور شگفت‌انگیزی اعتماد به نفس را بالا می‌برد و باعث می‌شود تا فرد در کارش ثبات بیشتری داشته باشد. از جمله دلایل اهمیت و ضرورت معنویت به خصوص در محیط‌های کاری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: ورود معنویت به سازمان و محیط‌های کاری به کارکنان این توانایی و قدرت را می‌دهد تا چشم انداز یک پارچه تری نسبت به سازمان، خانواده و جامعه خویش به دست آورند. امروزه به نظر می‌رسد کارکنان در هر کجا که فعالیت می‌کنند، چیزی فراتر از پاداش‌های مادی در کار جستجو می‌کنند. (بیک زاد و همکاران، ۱۳۹۰).

مدل‌های معنویت در محیط کار

الف) مدل میلیمن^۱ و همکاران

میلیمن و همکاران (۲۰۰۳) سه بعد از هفت بعد را که متناسب با ۳ سطح فردی، گروهی و سازمانی بود، انتخاب و از آن در یک پژوهش استفاده کردند. این سه بعد عبارتند از: احساس معنا در کار در سطح فردی، احساس همبستگی در سطح گروهی و همسویی ارزش‌های فرد با سازمان در سطح سازمانی.

در سطح سازمانی (همسویی ارزش‌ها): بعد دیگر معنویت در محیط کار، تجربه یک حس قوی از همسویی عمیق بین ارزش‌های فردی کارکنان با رسالت، مأموریت و ارزش‌های سازمان است. به این معنا که افراد باور دارند مدیران کارکنان در سازمان دارای ارزش‌های مرتبط و یک نوع وجدان کاری قوی هستند و سازمان نسبت به رفاه کارکنان و همبستگی آنان توجه دارد (میرزایی توکلی و



نمودار ۲. معنویت در محیط کار با توجه به سه سطح فردی، گروهی و سازمان (بلیاد و حدادی، ۱۳۹۶)

¹ . Milliman

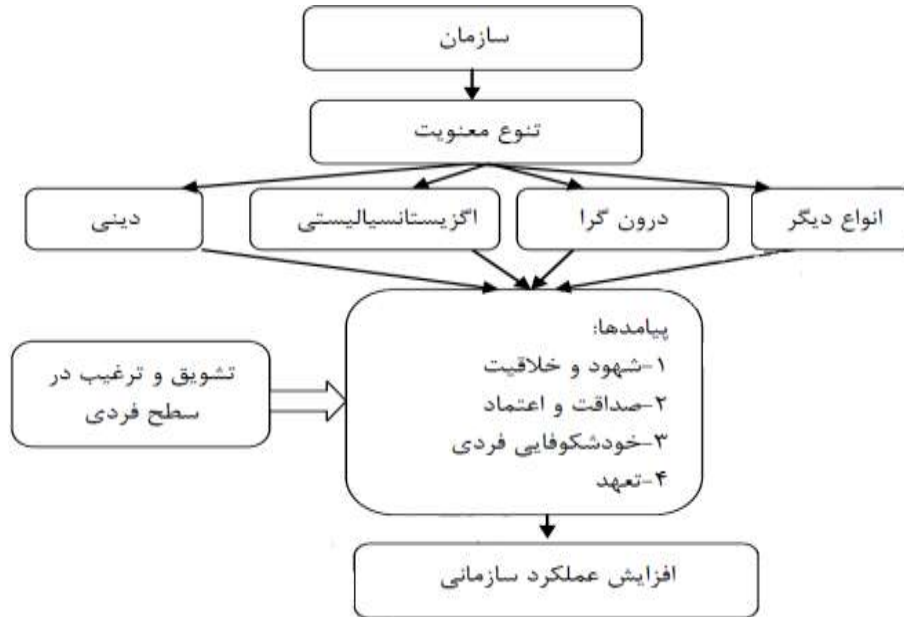
قلیپور و همکاران: سنجش تاثیر اخلاق حرفه ای و معنویت سازمانی بر افزایش وفاداری کارکنان و نشاط سازمانی

(ب) مدل کریشناکومر و نیک^۱

در یک طبقه بندی نسبتاً جامع، کریشناکومر و نیک (۲۰۰۲) سه دیدگاه در تعریف معنویت را إحصا نموده اند:
(الف) رویکرد درونگرا /متافیزیکی(فرا مذهبی):

(ب) دیدگاه مذهبی:

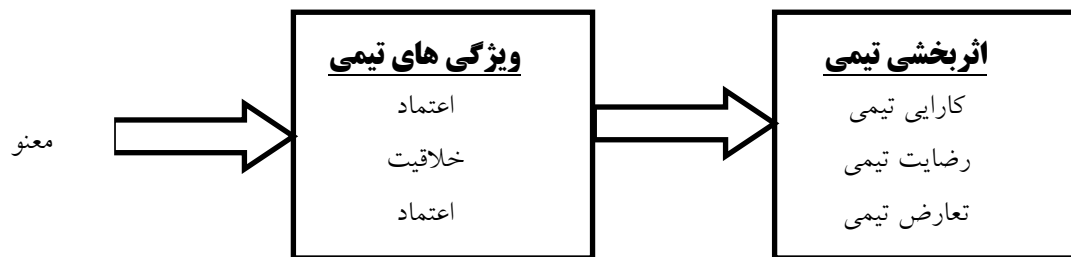
(ج) دیدگاه اگزیستانسیالیستی/اسکولار: (صنوبر و رحیمی اقدم، ۱۳۹۳).



نمودار ۳. مدل معنویت سازمانی مدل کریشناکومر و نیک^۲ (بیک زاد و همکاران، ۱۳۹۰)

(د) مدل هاکنم^۳ (۱۹۸۷)

هاکنم مدلی را ارائه کرد که فرض می کرد رفتار گروهی و عاملی که بر اثربخشی آن فشار می آورد، باید درک و شناسایی شود. او اعتقاد دارد که اثربخشی تیمی با سنجش خروجی یعنی توانایی اعضا برای کار با یکدیگر در آینده و فشاری که اعضای گروه متحمل می شوند، باید مورد ارزیابی قرار گیرد. مدلی که هاکنم برای تاثیر معنویت محیط کاری و اثربخشی تیمی ارائه داده در شکل زیر نشان داده شده است (دنیل^۴، ۲۰۱۰)



1. Krishnakumar & Neck
 2. Krishnakumar & Neck
 3. Hackman
 4. Daniel

شکل ۱. مدل معنویت محیط کاری بر اثربخشی تیمی (دنیل^۱، ۲۰۱۰)

(و) مدل براک^۲

رهبری و سازمان: علاقه به کارکنان، احترام به دیگران، سازگاری اعمال و هشیاری آشکار.

- کارکنان: مهارت استادانه و پیشرفت دانش، تطبیق پذیری و عملکردهای مستمر.
- کیفیت بیرونی: سازگاری، آگاهی محیطی و احساس مسئولیت نسبت به جامعه.
- اعتماد متقابل و مسئولیت‌های مشترک برای منافع مشترک (اقبالی و همکاران، ۱۳۹۶).

۱. اخلاق حرفه‌ای

۲. مفهوم اخلاق حرفه‌ای

در ابتدا مفهوم اخلاق حرفه‌ای به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می‌رفت. امروزه نیز عده‌ای از نویسندگان اخلاق حرفه‌ای، از معنای نخستین این مفهوم برای تعریف آن استفاده می‌کنند. اصطلاحاتی مثل *work ethics* یا *professional ethics* معادل اخلاق کاری یا اخلاق حرفه‌ای در زبان فارسی است. تعریف‌های مختلفی اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است:

(الف) اخلاق حرفه‌ای، متعهد شدن انرژی ذهنی و روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه به هر نحو؛ (کادوزیر^۳، ۲۰۱۲).

(ب) اخلاق حرفه‌ای یکی از شعبه‌های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است (هارتوگ^۴، ۲۰۱۷).

(ج) اخلاق حرفه‌ای به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و اصول و ارزش‌های اخلاقی یک نظام حرفه‌ای می‌پردازد و ناظر بر اخلاق در محیط حرفه‌ای است.

(ه) اخلاق فردی، مسئولیت‌پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود، صرفاً به منزله یک فرد انسانی، و اخلاق شغلی، مسئولیت‌پذیری یک فرد است در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی خود، به مثابه صاحب یک حرفه یا پست سازمانی (موبرگ^۵ و همکاران، ۲۰۱۴).

(و) این اخلاق، دربرگیرنده مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف رفتار و سلوک و دستوریهایی برای اجرای آنهاست

(ز) اخلاق حرفه‌ای، به منزله شاخه‌ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی آن می‌پردازد و در تعریف حرفه، آن را فعالیت معینی می‌دانند که موجب هدایت فرد به موقعیت تعیین‌شده همراه با اخلاق خاص است. (قراملکی، ۱۳۹۶، ۱۳۵).

در تعریف اخلاق حرفه‌ای به موارد زیر اشاره شده است:

۱. اخلاق حرفه‌ای رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.

۲. اخلاق حرفه‌ای مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام دادن کارهای حرفه‌ای است.

۳. اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که به مطالعه روابط شغلی می‌پردازد.

۴. اخلاق حرفه‌ای عبارت است از مجموعه‌ای از قوانین که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید. (حسینیان، ۱۳۹۷).

۳. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

امروزه در اخلاق حرفه‌ای، تلقی «شما حق دارید و من تکلیف» مبنای هر گونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنا از رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از: دارای هویت علم و دانش بودن، داشتن نقشی کاربردی، ارائه صیغه‌های حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی دارای زبان روشن انگیزشی، ارائه روی‌آوردی میان‌رشته‌ای.

1. Daniel

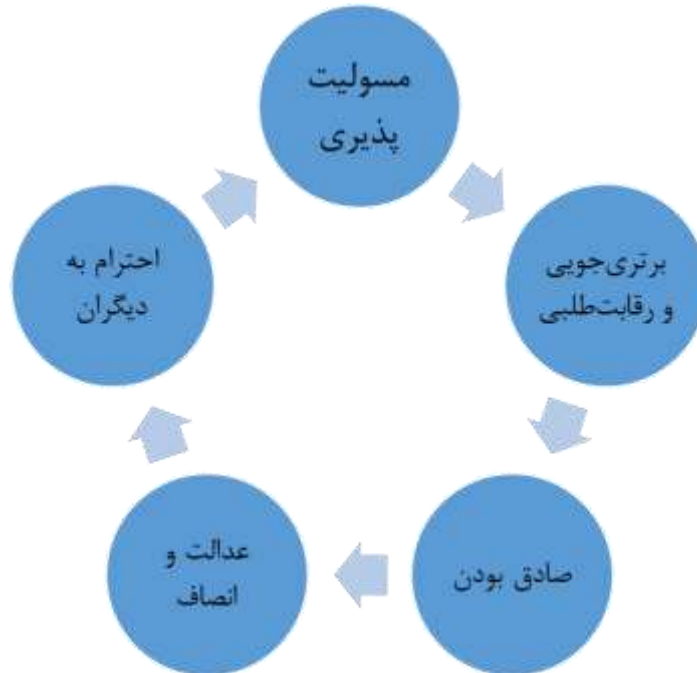
2. Brock

3. Cadozier, V.

4. Hartog

5. Moberg, Dennis J., and Mark A. Seabright,

«کادوزیر» درباره ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند موارد زیر را بیان می‌کند:



نمودار ۴. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای (منبع: (قراملکی، ۱۳۹۳، ۱۳۵).

۴. نظام‌های اخلاقی عمده

اخلاق حرفه‌ای در تفکر سنتی، کم‌وبیش بر نظام ارسطویی استوار بوده است؛ اما امروزه نظام‌های دیگری نیز کانون توجه است. در حال حاضر، بیشتر از پنج نظام عمده اخلاقی در بیان اخلاق حرفه‌ای استفاده می‌شود. ملاک مقبولیت این پنج نظام در میان ده‌ها نظریه و نظام اخلاقی، توانایی آنها در بیان سیستماتیک فضایل و رذائل اخلاقی، ارائه نظام سازگار، فراگیر و کاراست. این پنج نظام اخلاقی (نظریه‌های عمده) عبارتند از: فایده‌گرایی، وظیفه‌گرایی، عدالت فراگیر، آزادی فردی و زیبا و خیر مطلق. چهار نظریه نخست در واقع اصول راهبردی اخلاق را ملاک نهایی می‌انگارند، اما در نظریه چهارم، خداوند متعال، برترین زیبایی و مشخص‌کننده ملاک نهایی اخلاق است. در این نظام اخلاقی که روشنی‌بخش دیگر نظام‌های اخلاقی است، تقرب به خدا و کسب رضایت او آرمان اخلاق است و دستیابی به عدالت فراگیر اجتماعی، آزادی، حرمت انسان و بیشترین سود برای بیشترین کسان نیز از اهداف زندگی اجتماعی در چهار ساحت فردی، شغلی، سازمان و جامعه است. گفتنی است، همه تحقیقات در چارچوب نظام اخلاقی اسلام، بر اساس نظریه زیبا و خیر مطلق انجام می‌شود (قراملکی، ۱۳۹۳، ۱۳۵).

۵. مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام

الگوهای رفتاری در سطح نهادها و سازمان‌های اجتماعی، وحدت‌بخش جامعه دینی است. تعریف کلی الگوهای اخلاقی و رفتار ارتباطی، مسئولیت‌پذیری در برابر حقوق افراد است. جامعه دینی از حیث تعامل سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی در آن و نیز از نظر رفتار ارتباطی افراد، متضمن مسائل فراوانی است. این مسائل از تعیین دینی چنین جوامعی سر برمی‌آورند و با تعیین دینی نیز باید پاسخ یابند. اخلاق، سامان‌دهنده رفتار ارتباطی در مقیاس فرد، سازمان، جامعه و روابط جهانی است. رفتار ارتباطی درون‌شخصی و برون‌شخصی فرد در زندگی شخصی و زندگی شغلی، از طریق اخلاق سامان و انسجام می‌یابد. همچنین رفتار ارتباطی سازمان با محیط و نیز تعامل نهادها و اجتماعی با یکدیگر، در دو سطح ملی و جهانی، بر مبنای اخلاق قوام می‌یابد. برای تعیین مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی)، می‌توان از اصول راهبردی اخلاق حرفه‌ای در اسلام استفاده کرد؛ اصول راهبردی اصلی (در اسلام) عبارت‌اند از: احترام اصیل و نامشروط به انسان‌ها، رعایت آزادی انسان‌ها، برقراری عدالت در مورد انسان‌ها، امانت‌ورزی در رفتار و بیش‌شخصی (عاملی، ۱۳۹۱).

اخلاق حرفه‌ای در نظام اداری جمهوری اسلامی باید هویت اسلامی داشته باشد و مبتنی بر اخلاق اسلامی شکل بگیرد. برای داشتن هویت اسلامی اخلاق حرفه‌ای در کشورمان، به چهار دلیل می‌توان اشاره کرد: الف) از لحاظ فرهنگی به دلیل وابستگی توده مردم کشورمان به نظام عقیدتی اسلام؛ (قراملکی، ۱۳۹۳، ۱۳۵).

از لحاظ دینی به دلیل جدانپذیری اخلاق از دین در متن دین اسلام؛ ۲۰ (ج) نیاز به پویایی درون فرهنگ اسلامی با توجه به مواجهه آن با چالش جهانی شدن؛ ۲۱ (د) از لحاظ نظام حکومتی، الزام به حکومت دین‌مدار در نظام حکومت دینی و از لحاظ قانونی، به تأکید قانون اساسی - در اصل هشتم - بر تصویب قوانین اسلامی در کشور. (جزئی، ۱۳۸۲). نظام اخلاق اسلامی به گونه‌ای است که با اخلاق حرفه‌ای در هم آمیخته و تفکیک‌ناپذیر است؛ زیرا در این نظام ملاک نهایی و نهایت سعادت بشری، الله است و انسان در مقام خلیفه و جانشین الهی در زمین، محور توجهات اخلاقی است؛ بدین معنا که خشنودی انسان و خدمت به او موجب رضایت و تقرب به خداوند می‌شود؛ از این رو، نظام اخلاق اسلامی با توجه به ملاک نهایی، در صدد است با ارائه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اخلاقی در سطح حرفه و زندگی اجتماعی و همچنین با در نظر گرفتن پیشرفت‌های مادی در جهت بهبود زندگی انسان‌ها، زمینه سعادت و کمال حقیقی بشر را فراهم آورد. (رشیدی، ۱۳۹۵).

درباره مورد اخیر باید گفت در اخلاق حرفه‌ای اسلامی، ملاک نهایی اخلاق همانا خواست خداوند خیر مطلق است. مهم‌ترین اصول راهبردی که می‌توانند منشأ شکل‌گیری مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی) شوند، عبارت‌اند از: الف) کرامت انسانی؛ ب) آزادی فردی؛ ج) عدالت اجتماعی در مفهوم عام قرار دادن هر امری در جایگاه شایسته آن؛ د) امانت‌ورزی در دو سطح امانت‌داری و بینش امانت‌نگری (عاملی، ۱۳۹۱). در این بین، اصل چهارم مهم‌ترین اصل (اصل‌الاصول) است (قراملکی، ۱۳۹۶).

مفهوم امانت‌داری در کسب‌وکار، قابل تجزیه به سه پرسش است: ۱. چه چیزی در کسب‌وکار مورد امانت قرار می‌گیرد؟ ۲. مراد از امانت‌داری در قبال آن امور چیست؟ ۳. صاحبان امانت کیستند؟ البته امانت‌داری در حرفه نمی‌تواند به معنای عدم تصرف باشد؛ زیرا تصرف و به‌کارگیری مقوم کسب‌وکار است؛ بلکه تصرف در حرفه دو گونه است: امانت‌دارانه و غیرامانت‌دارانه. در این زمینه تصرف امانت‌دارانه استفاده بهینه و شایسته است. ۲۶ ضامن امانت‌داری در نگرش اسلامی این بینش است که عالم همه محضر خداست. با این نگاه، فرد با بصیرت ایمانی به امانت‌نگری در جهان هستی می‌رسد و همه چیز از جمله خود را امانت خداوند می‌داند. پس در مواجهه با همه چیز و در استفاده از همه امور، راه امانت‌داری را می‌پیماید و چنین حزم و احتیاطی تقوا است. اصول منشور اخلاقی در اسلام، در همه حرفه‌ها مشترک است؛ ولی تفاوت حرفه‌ها در فروع است. بدین ترتیب، اصولی را که از منابع اسلامی به دست می‌آید، می‌توان در تمامی حرفه‌ها جاری ساخت. پس باید اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد (میرسپاسی، ۱۳۹۷).

۶. ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان

توسعه سازمانی تلاشی پی‌گیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی نظام صورت می‌گیرد. هدف از توسعه سازمانی، هم بهبود زندگی (شغلی) فرد و هم بهبود کارکرد سازمان است. (رابرت جی، ۱۳۹۷).

با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه شود. البته در زمینه مذکور از جمله موانع تغییر رفتار اخلاقی در هر سازمان، جهل و ناآشنایی کارکنان از اخلاقیات شغل و سازمان بیان شده است (قراملکی، ۱۳۹۶). با توجه به اینکه امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد (مختاری پور، ۱۳۹۷). لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته‌جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد (میرسپاسی، ۱۳۹۷).

از آنجا که منشور اخلاقی در هر سازمان طی فرایند گفت‌وگو و مشارکت تمامی کارکنان و رئیس‌ان به وجود آمده است، به منزله یک میثاق عمومی سازمان پذیرفته شده است. به تدریج سازمان گسترش این اصول را جزو اهداف خود می‌پذیرد. بدین منظور، شیوه‌های مختلفی برای آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها به وجود آمده است که یادگیری مستقیم، رایج‌ترین آنهاست؛ اما این شیوه نشان داده است که کارایی لازم را ندارد. پس با توجه به اینکه ترویج اخلاق در سازمان، به معنای یادگیری سبک خاصی از زندگی سازمانی است، باید به شیوه‌های غیرمستقیم مانند آموزش‌های حین عمل و آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی، توجه بیشتری شود (قراملکی، ۱۳۹۶).

اما جدای از نوع آموزش، به منظور تعیین محتوای آموزشی، سازمان باید نیازهای آموزشی را از مقایسه میان وضع موجود و وضع مطلوب (با آنچه لازمه پاسخ‌گویی به منشور اخلاقی و اهداف سازمان است) مشخص کند. برای تعیین وضع موجود (میزان پایبندی کارکنان به اخلاق حرفه‌ای سازمان) و حتی برای تعیین وضع مطلوب (دیدگاه کارکنان به عنوان افرادی آگاه به شرایط سازمانی برای ارائه مؤلفه‌هایی کاربردی) لازم است از تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای حمایت کرد (میرسپاسی، ۱۳۹۷).

۷. وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان

پنیو اعتقاد دارد که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه ارتباط شغل‌ها، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در حرفه‌های گوناگون می‌پردازد. او وظایف مدیران را در اخلاقی کردن سازمان این‌گونه برمی‌شمارد:

(الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان؛

(ب) اخلاقی کردن هدف‌های سازمان؛

(ج) اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان؛

(د) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی؛

(ذ) اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل؛

(و) برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش‌آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها؛

(ه) عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای

(ی) تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان

۸. مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای

۹. ارزش‌مداری به جای مسئله‌محوری

بسیاری از مشکلات، ناشی از نگرش سنتی ما به اخلاق است. ما در نگرش سنتی خود به معضلات اخلاقی صرفاً فضیلت‌محور یا ارزش‌مدار هستیم نه مسئله‌محور جهت‌گیری ما فضیلت‌گرایانه است، نه کارآمدی. ورود ما به معضل اخلاقی، صرفاً موعظه‌ای، تیشیری و اندازی است. در حالی که برخورد صحیح و مؤثر با معضلات اخلاقی به تخصص و مهارت نیاز دارد. (قراملکی، ۱۳۹۷)

رویکرد فضیلت‌گرایانه ما را وامی‌دارد تا در مواقع رویارویی با معضلات اخلاقی، صرفاً احکام و فضیلت‌های اخلاقی را یادآوری کرده، بر آن اصرار کنیم. در چنین مواقعی، تا می‌توانیم از احساسات و عواطف خود خرج می‌کنیم، اما برای حل معضل، ذره‌ای مهارت به خرج نمی‌دهیم. فضیلت‌گرایی، یک رویکرد نیست، بلکه یک نوع موضع‌گیری و نهایتاً یک نوع نگرش است. رویکرد، غیرشخصی و روشمند بوده، ناظر به درک درست مسئله و در نهایت حل معضل است. همچنین، رویکرد، مبتنی بر "توصیف تحلیلی" موضوع است و در مسیر خود از معیارها و ابزارهای علمی و سنجش‌گر سود می‌برد؛ اما نگرش، موضع‌گیری شخصی است و اساساً ناظر به حل مسئله نیست. با جهت‌گیری مسئله‌محور، ذهن، بی‌آنکه به بیراهه برود، فقط همان را می‌یابد و همان‌قدر و همان‌گونه می‌یابد که به کار حل مسئله می‌آید

۱۰. غفلت از عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای

در دانش مدیریت این مسئله کاملاً روشن است که عوامل محیط بیرون سازمان، به ویژه عوامل محیط جهانی کمتر در دسترس سازمان بوده و امکان تأثیرگذاری یا کنترل این دسته عوامل تقریباً ناممکن است؛ اما با وجود این، در مقام تحلیل مسائل داخلی سازمان، از آن غافل نیستند. کمترین فایده‌ای که درک این عوامل دارد این است که ما را در اخذ استراتژی و خط مشی سازمانی، واقع‌بین‌تر و در نتیجه موفق‌تر خواهد کرد. در حوزه اخلاق حرفه‌ای نیز، لااقل در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی سازمان، از عوامل فردی، سازمانی و محیطی نباید غفلت کرد. غفلت از این عوامل در تحلیل و تبیین علل معضل اخلاقی، ما را دچار تحویلی‌نگری و غیر واقع‌گرایی می‌کند که نتیجه‌ای جز ناکامی در پی نخواهد داشت.

پنیو^۱، عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای را به سه جنبه تقسیم می‌کند:

۱. **جنبه فردی**: یعنی ویژگی‌ها و خصوصیات فردی، ارزش‌های مذهبی، ملاک‌های شخصی، عوامل خانوادگی، باورها و اعتقادات و شخصیت از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای از جنبه فردی هستند. مسلماً فردی که فاقد صلاحیت‌های اخلاقی شایسته از لحاظ فردی باشد، از معیارهای اخلاق حرفه‌ای متناسبی نیز برخوردار نخواهد بود.

۲. **جنبه سازمانی**: عواملی مثل رهبری، مدیریت، ارتباط با همکاران، ارتباط با زیردستان و فرادستان، نظام تشویق و تنبیه، انتظارات همکاران، قوانین و مقررات و رویه‌ها، جو و فرهنگ سازمانی در این حیطه قرار می‌گیرند. بدیهی است که نا مطلوب بودن عوامل مزبور، عامل تهدیدکننده اخلاق حرفه‌ای خواهد بود و بالعکس.

¹ - Pennino, Clare M.

۳. جنبه محیطی: عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و همچنین دیگر سازمان‌ها و عوامل رقابتی بین آنها، از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ایست

افزون بر این، کمبود امکانات و ابزار کار، نامناسب بودن ابزار، فضای نامناسب کاری، حجم کاری مازاد بر توان کارمند، محیط شلوغ اداره و رخنه‌های قانونی بر معضلات اخلاقی دامن می‌زنند؛ بی‌ثباتی اقتصادی، بی‌ثباتی سیاسی، دردهای مزمن فرهنگی - تاریخی مانند استبدادزدگی که به شدت با فرهنگ مشارکتی و کار تیمی ناسازگار است، آموزش‌های نادرست اجتماعی مانند مسئولیت‌گریزی و تنبلی در کار را نوعی زرنگی تلقی کردن، وضعیت نابرابر رقابت جهانی که تهدیدکننده اخلاق کسب‌وکار است. و دیگر عوامل این چینی، بی‌گمان در وضعیت اخلاقی سازمان تأثیرگذار است

ب) تحویل مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه به مسئولیت‌های حرفه‌ای: حرفه‌ای بودن در انجام وظایف شغلی، خود امری اخلاقی است؛ اما اخلاق حرفه‌ای بسی فریه‌تر از مسئولیت‌های حرفه‌ای فرد است. در مواضع فراوانی، بسنده کردن به شرح وظایف مواجهه حداقلی است و مسئولیت اخلاقی، فرد را به اقدام بیشتر و در مواردی همراه با فداکاری برمی‌انگیزد. مسئولیت حرفه‌ای شما را مجاز می‌داند که سود سال مالی را تا نیمه دوم سال بعد به تعویق بیندازید؛ اما مسئولیت اخلاقی به تسریع در تقسیم سود سهامداران الزام می‌کند.

ج) تحویل اخلاق حرفه‌ای به هنجارهای رایج در مشاغل: بر هر شغلی گفتمانی حاکم است و یکی از عناصر این گفتمان، هنجارها و آداب رایج در آن شغل است. به دلیل این گفتمان است که می‌توان از زبان مدیران، مشی استادان و آداب صاحبان مشاغل سخن گفت. اخلاق حرفه‌ای را نباید همان هنجارهای رایج در حرفه دانست. هنجارها گروه وابسته‌اند و جهان‌شمول نیستند. هنجارها می‌توانند اخلاقی و ضد اخلاقی باشند. برای مثال، کم‌کاری می‌تواند در محیطی به صورت یک هنجار شغلی درآید؛ در حالی که کم‌کاری در هیچ نظام اخلاقی پسندیده نیست و در فرهنگ اسلامی به منزله مصداقی از کم‌فروشی نكوهیده شده است.

د) تحویل اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی: اخلاق در سازمان‌ها را با دو رهیافت می‌توان بررسی کرد: ۱. رهیافت مدیریت منابع انسانی که بر اخلاقی بودن افراد در مشاغل تأکید می‌کند. چنین رهیافتی پیشینه طولانی در سنت شرقی و غربی دارد. در منابع اخلاق و آداب حرفه‌ای، غالباً با اخلاق مدیران، اخلاق پزشکان و اخلاق مهندسان روبه‌رو می‌شویم؛ ۲. رهیافتی که بر آن است منابع انسانی در کنار سایر مؤلفه‌ها و عناصر، بخشی از هویت سازمانی است و رفتار اخلاقی منابع انسانی در گرو عملکرد اخلاقی سازمان است. سازمان از افراد تشکیل می‌شود، اما سازمان به منزله شخصیت حقوقی هرگز جمع جبری اشخاص حقیقی نیست. این تلقی که سازمان چیزی جز افراد نیست، تلقی تحویلی‌نگر است. رهیافت استراتژیست‌ها به اخلاق حرفه‌ای در پی سازمان اخلاقی است و اخلاقی بودن سازمان را مزیت استراتژیک می‌انگارد (فرد دیوید، ۱۳۹۸).

سازمانی اخلاقی است که اهداف، وظایف و ساختار خود را به ممیزی اخلاقی بسپارد و مناسبات سازمانی خود را با همه عناصر محیط داخلی و خارجی گروه‌های ذی‌نفع، اخلاقی کند. مدیریت مسائل اخلاقی در شرکت بر اساس رهیافت اول به حوزه مدیریت منابع انسانی محول می‌شود؛ اما بر اساس رهیافت دوم، نهاد بالادستی (اعم از شورا، کمیته، دفتر و...) زیر نظر مستقیم مدیر عامل عهده‌دار اخلاق سازمان می‌شود. نامهربانانه‌ترین واکنش به اخلاق سازمان، سپردن آن به روابط عمومی است. این سخن هرگز به معنای کم‌ارج تلقی کردن نقش روابط عمومی سازمان نیست؛ بلکه نقد تصویری از اخلاق حرفه‌ای است که پرداختن به آن را از وظایف روابط عمومی می‌داند.

ذ) تحویل منشور اخلاقی سازمان به اصول اخلاقی: منشور اخلاقی سازمان متضمن مسئولیت‌های اخلاقی شرکت در قبال حقوق عناصر محیط داخلی و خارجی شرکت است. منشور همان‌گونه که از معنای لغوی آن پیداست، چندوجهی است و هر وجه آن بیانگر خط مشی اخلاقی شرکت در قبال یکی از گزاره‌های ذی‌نفع در محیط آن است: خط مشی اخلاقی شرکت در قبال مشتریان، خط مشی اخلاقی شرکت در قبال رقیبان، سهامداران، تأمین‌کنندگان، شهروندان، محیط زیست و برخی از سازمان‌های اخلاقی، به جای تدوین منشور چندوجهی اخلاقی، به بیانیه‌هایی متضمن چند شعار کلی و اصل عام اخلاقی بسنده می‌کنند. چنین بیانیه‌هایی به صورت کالای تزینی درمی‌آیند و در مواردی مانع ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان می‌شوند.

و) تحویل منشور اخلاقی سازمان به عهدنامه اخلاقی حرفه‌ها: هر حرفه‌ای را عهدنامه‌ای است که صاحبان حرفه در مناسبات شغلی بدان پایبند می‌شوند. عهدنامه پزشکان، عهدنامه وکیلان، عهدنامه حساب‌رسان و... عهدنامه اخلاقی در اخلاقی‌سازی حرفه نقش عمده‌ای دارد؛ اما جهت‌گیری فردگرایانه دارد و افراد را در حرفه مورد خطاب قرار می‌دهد؛ در حالی که منشور اخلاقی

سازمان جهت‌گیری سازمانی دارد و به اخلاقی‌سازی شرکت می‌پردازد. این گمان که منشور اخلاقی سازمان چیزی جز عهدنامه اخلاقی نیست، نوعی نگرش تحویلی‌نگری است. امروزه شرکت‌ها درگیر مشاغل مختلفی هستند و مناسبات حرفه‌ای سازمان چندگانه است. بنابراین، منشور اخلاقی سازمان بسی پیچیده‌تر از عهدنامه اخلاقی است (فرد دیوید، ۱۳۹۸).

۱۱. پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری

فیلسوفان پدیدارشناسی که در تشخیص عارضه تحویلی‌نگری پیشگام بودند، رهیافت پدیدارشناختی را روش درمان تحویلی‌نگری می‌دانستند؛ اما پس از پنجاه سال کارایی، شیوه‌های آنها مورد تردید و نقد قرار گرفت؛ به ویژه در حوزه اخلاق حرفه‌ای پدیدارشناسی نتوانست الگوهای پژوهشی قابل اجرا به میان آورد. از دهه شصت سده بیستم، الگوهای حل مسئله میان‌رشته‌ای به منزله رهیافت مؤثر در پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری معرفی شد. متأسفانه عده‌ای تلقی تحویلی‌نگر از رهیافت میان‌رشته‌ای اخذ کرده‌اند و آن را به مطالعه چندرشته‌ای کاهش داده‌اند. مطالعه چندرشته‌ای بدون الگوهای حل مسئله، عقیم است. امروزه تلفیق منسجم رهاورد رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌ها، دو الگوی اثربخش در حل مسائل چندتباری شناخته می‌شوند. مسائل اخلاقی در حرفه، ماهیت چندتباری دارند و بدون اخذ الگوهای میان‌رشته‌ای قابل تحلیل نیستند. تلقی تحویلی‌نگر بر چندتباری بودن مسائل اخلاقی پرده می‌افکند و حصرگرایی روش‌شناختی را در فهم و تحلیل مسائل اخلاقی در حرفه رواج می‌دهد و این امر، خود تحویلی‌نگری را تشدید می‌کند و بر آن دامن می‌زند و این چنین حلقه معیوب رشد می‌کند. برای پیشگیری تحویلی‌نگری در ترسیم مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه‌های کسب‌وکار، تدوین سند جامع اخلاقی شرکت را توصیه می‌کنیم. این سند متضمن اصول اخلاقی، منشور اخلاقی سازمان و عهدنامه اخلاقی کارکنان و مدیران است و در اخلاق‌پژوهی الگوهای میان‌رشته‌ای، تحویلی‌نگری را پیشگیری و درمان می‌کند. برای درمان این معضل، باید اخلاق حرفه‌ای را بسیار گسترده‌تر از قوانین و مقررات و مسئولیت‌های حرفه‌ای و هنجارهای جاری مشاغل، مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی، اصول اخلاقی و عهدنامه‌های اخلاقی حرفه‌ها در نظر بگیریم. تدوین سند جامع اخلاقی شرکت‌ها که به روش پویا به صورت دو الگوی تلفیق منسجم رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌هاست، راه‌حل مناسبی برای این معضل به نظر می‌رسد (قراملکی، ۱۳۹۶).

وفاداری کارکنان

تعریف وفاداری کارکنان

وفاداری کارکنان عبارت است از میزانی که افراد احساس می‌کنند قسمتی از سازمان هستند، کارکنانی که دارای وفاداری سازمانی بیشتری هستند بیشتر کار می‌کنند و به سازمان تعهد دارند.

وفاداری کارکنان شامل شش بعد کار سخت، نصیحت، همکاری، فعال بودن، منافع عمومی و اطاعت کردن است. (آریانی، ۲۰۱۳)^۱ از نظر کلی وجود وفاداری در نیروی کار یک سازمان بستر لازم را برای بارآوری و کارآمدی بالاتر فراهم می‌سازد. وفاداری دارای مشخصه‌هایی نظیر تمایل مبتنی بر دل بستگی در تمامی شرایط نسبت به سازمان محل کار، پذیرش تغییرات برنامه ریزی شده و تمایل به عدم ارتکاب رفتارهایی که به هر دلیل برای سازمان زیاد آور است می‌باشد.

وفاداری کارکنان را میتوان چنین تعریف نمود: نیروی کاری که نسبت به موفقیت سازمان احساس تعهد نموده و بر این باور است که سازمان مطبوعش بهترین انتخاب برای کار کردن میباشد. این نیروها نه فقط برنامه دارند که در سازمان باقی بمانند بلکه عملاً هم به دنبال گزینه جایگزین نیستند و توجهی به سایر پیشنهادها نمیکنند. (طه زاده، ۱۳۹۴)

مفهوم وفاداری سازمانی

وفاداری یکی از ارزشهای اجتماعی بوده و در زندگی و در روابط ما بین افراد از اهمیت بالایی برخوردار است. در فرهنگ دهخدا وفاداری به عنوان درستی و صداقت، راستی و صمیمیت در زندگی و روابط و صاحب وفا بودن تعریف شده است و واقع وفاداری را میتوان پایداری و ثبات در روابط و صداقت در تعاملات و عمل کردن به تعهدات تعریف نمود. منظور از وفاداری به سازمان، به کارگیری تمام توان کارکنان برای نیل به اهداف سازمان، مسئولیت‌پذیری، انجام مشتاقانه‌ی کار، تلاش مضاعف، هماهنگی با تغییرات و مواردی از این قبیل است. تعاریف متعددی برای وفاداری نگاشته شده است. اچ بکر معتقد است "اگر فردی با وجود آگاهی از شرایط بهتر یک شغل، حقوق بیشتر و شرایط مناسبتر، از پذیرش آن شغل به منظور حفظ شغل فعلیاش امتناع کند، وفاداری فرد به سازمان پنداشته میشود".

¹ Aryany

وفاداری سازمانی زیرمجموعه فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی نیز مجموعه‌ای از ارزشها و اصول حاکم بر سازمان است، برای مثال زمانی که وفاداری به سازمان یکی از ارزشهای پذیرفته شده نزد کارکنان باشد، جزو فرهنگ آن سازمان خواهد بود. در واقع فرهنگ سازمانی نشان دهنده شخصیت سازمان است. رایبیز فرهنگ سازمانی را چنین تعریف میکند: " مقصود از فرهنگ سازمانی سیستمی از استنباط مشترک است که اعضا نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر میشود. " فرهنگ باعث میشود که در افراد، تعهدات و پایبندیهایی فراتر از منافع و علایق شخصی بهوجود بیاید، در نتیجه آنچه وفاداری در سازمان نامیده میشود، رابطه مستقیم با فرهنگ پذیرفته شدهی سازمان داشته و متاثر از آن است. (عباسی اسفجیر، ۱۳۹۰)

اهمیت وفاداری سازمانی

مهمترین سرمایه سازمانها کارکنان وفادار و متخصص هستند که بر فعالیتهای خود در سازمان و آنچه باید انجام دهند اشراف کامل دارند. اما این اشراف و مهارت در امور تخصصی امروزی به دست نمیآید مگر با فعالیت پیوسته و تماس مداوم با شرایط کاری سازمان مورد نظر. در نتیجه نیاز است کارکنان به سازمان وفادار نگه داشته شوند تا روز به روز بر حوزهی کاری خود تسلط بیشتری پیدا کنند. همواره وجود مداوم و ثابت کارکنان در سازمان اهمیت داشته است. وفاداری کارکنان به سازمان و ماندگاری طولانی مدت آنها در سازمان، موجب تقویت بخش نیروی انسانی سازمان شده و منابعی از تجربیات را برای سازمان در بر خواهد داشت. کارکنانی که به سازمان وفادار بوده و در طول سالهای متمادی برای سازمان فعالیت میکنند، با سیاستها، استراتژیها و رسالت سازمان به خوبی آشنا بوده و میدانند چگونه باید در راستای منافع سازمان قدم بردارند و در نتیجه نیازی به آموزش، توجیه و مسائلی از این قبیل ندارند. در مقابل تغییر بیایی کارکنان و عدم وفاداری کارکنان به سازمان، موجب وارد آمدن هزینه‌های زیادی به سازمان شده و در واقع نوعی دوبارهکاری در سازمان رخ میدهد و منابع سازمان اتلاف میشود. برای مثال زمانی که در یک اداره دولتی، مرتب کارکنان تغییر پیدا میکنند و افراد در شغلشان باقی نمیمانند، اهدافی که کارکنان در بدو استخدام برای خود و شغلشان ترسیم میکنند به سرانجام نخواهد رسید، همچنین به دلیل ناآشنایی با شغل جدید، به صورت مداوم سازمان مجبور است کارکنان را توجیه کرده و شرایط و قوانین و اهداف سازمان را برای کارکنان جدید تشریح نموده و گاهی در برخی سازمانها دورههای آموزشی برای کارکنان جدید برگزار میشود، زیرا فعالیت در سازمان مزبور نیازمند اطلاعات تخصصی و خاص است. (بربرو همکاران؛ ۲۰۱۲)^۱

احساس وفاداری به سازمان موجب میشود کارکنان با انگیزهی بیشتر و مشتاقانه به فعالیت بپردازند و در نتیجه خروجی آنها به مراتب بهتر و بهره‌وری نیروی انسانی بالاتر خواهد بود. این وجود انگیزه در کارکنان، موجب وفاداری به سازمان، احساس تعهد، تعلق و رضایت شغلی خواهد شد. کارکنان وفادار به سازمان، نسبت به اهداف سازمان احساس مسئولیت میکنند و در راستای این اهداف فعالیت کرده و تصمیمات مدیران را به اجرا میگذارند، فردی که به سازمان وفادار است سریعتر و با خشنودی بیشتر تغییرات در سازمان را میپذیرد و خود را با آنها وفق میدهد، چون خود را بخشی از سازمان میداند و سیاستهای سازمان را درک میکند. وفاداری به سازمان و ماندگاری طولانی افراد در سازمان، موجب اخت شدن و روابط بیشتر بین کارکنان در یک سازمان خواهد شد که این نیز موجب ایجاد صمیمیت و ارتباط موثر کارکنان و در پی آن افزایش انگیزه و میل به فعالیت در سازمان خواهد شد. ارتباط بین کارکنان و اعضای یک گروه در سازمان که به روابط جانبی شناخته شده است، کانالی مستقیم برای هماهنگی و رفع مشکلات سازمان است و قسمت مهمی از رضایت کارکنان را شامل میشود. برای ارتباط موثر موانعی متصور است که شامل؛ اختلاف در ادراک، اختلاف در زبان، صدا، عواطف، ناسازگاری ارتباطات کلامی و غیر کلامی، عدم اعتماد و غیره است.

وفاداری سازمان به کارکنان کارکنان وفادار به سازمان که در خود احساس وفاداری به سازمان وهمسویی با اهداف سازمان را پرورش داده اند، به همان ترتیب انتظار دارند سازمان و مدیران نسبت به آنها وفادار باشند و از تواناییها و دانش آنها به بهترین نحو استفاده برده و در امور سازمان مهم قلمداد شوند. در واقع هر کنشی، واکنشی به دنبال دارد و هر تحرک و تغییر مثبتی از طرفین، تحرک مثبتی از دیگری در پی دارد. هنگامی که کارکنان احساس کنند سازمان به آنها وفادار است، در سازمان امنیت شغلی دارند و مزایا و حقوقشان محفوظ و مورد تایید مدیریت سازمان است، با انگیزهی بیشتر و شور و اشتیاق بالاتری به فعالیت میپردازند و بدون توجه و فکر کردن به مسائل حاشیهای و ناامنی شغلی تمام توجه خود را معطوف کار میکنند که این نیز خود افزایش بهره‌وری عامل انسانی را در پی خواهد داشت. ضمن این که کارکنانی که مورد حمایت سازمان هستند و مدیریت سازمان به کارکنان وفادار است، متقابلاً وفاداری بیشتری به

¹ Berber, A., & Rafcanin, Y

سازمان خواهند داشت و رغبت کمتری به کنجکاوی شغلی و ترک سازمان خواهند داشت، زیرا نسبت به سازمان و اهداف آن احساس دین و تعهد خواهند داشت. (قاسم زاده و همکاران، ۱۳۹۳)

جدول ۱. شاخصهای اندازه گیری وفاداری کارکنان (منبع: (برگرون و همکاران، ۲۰۱۳)

بهره وری کارکنان
ماندگاری در شغل
میزان مراجعه برای استخدام در سازمان
داوطلب شدن برای سرپرستی سازمان در رویدادها
بازگشت کاری فرد (سود) در دورهی آزمایشی و سال اول استخدام
شکست کارکنان در رقابتها
نرخ بازدهی در برابر کارکنان سابق

عوامل تاثیر گذار بر وفاداری سازمانی

حقوق، دستمزد و پاداش

هدف افراد از کار کردن، تامین نیازهای خود و خانواده از طریق درآمدی است که به واسطه ی فعالیت در سازمان به دست می آورند. در نظریات اقتصادی کلاسیک، انگیزش کارکنان به وسیلهی پاداش و دستمزد بسیار مورد تاکید بود، اما به تدریج در کنار موارد اقتصادی کارکنان، نیازهای دیگر کارکنان نیز مورد تاکید قرار گرفت، اما در هر حال نیازهای اقتصادی یکی از مهمترین مسائلی است که افراد را به کار کردن ترغیب میکند. (لی و همکاران، ۲۰۱۳)^۲

پرداخت حقوق مکفی و تامینکنندهی نیازهای فرد از یک سو و وجود یک سیستم عدالتمند در پرداخت دستمزد و پاداش در سازمان، از سوی دیگر مواردی هستند که در وفاداری کارکنان تاثیر گذار هستند و نگرش کارکنان را نسبت به سازمان شکل میدهند. این که کارکنان احساس کنند بر اساس شایستگیهایشان مزایا دریافت میکنند و فعالیت بهتر و بهرهوری بالاتر مزایای مالی بیشتری برای آنها در پی دارد، موجب تشویق آنها به فعالیت بهتر در سازمان خواهد شد. از سوی دیگر زمانی که افراد حقوق مکفی دریافت نکنند و نتوانند نیازهای خود را تامین کنند و یا ناعدالتی در توزیع حقوق و دستمزد را در سازمان ببینند، نسبت به اهداف و رسالتهای سازمان بی تفاوت خواهند شد و وفاداریشان به سازمان دستخوش تغییر خواهد شد. مسئله ی دیگری که مطرح است، پاداش وفاداری کارکنان است. این که مدیریت نسبت به وفاداری افراد سازمان بی تفاوت نباشد و به صورت مادی و معنوی در مقابل وفاداری کارکنان، آنها را مورد حمایت قرار دهد، موجب سلامتی نگرشی کارکنان و رضایت شغلی آنان خواهد شد. (حسن زاده تمرین و همکاران، ۱۳۹۳)

تناسب شغل با مهارتها و علایق

این که افراد فعالیتی را انجام دهند که استعداد انجام آن را داشته باشند و نسبت به آن علاقمند باشند، موجب میشود که با تمرکز بیشتر و دقت بالاتر و کوشش بیشتری کارهای خود در سازمان را انجام دهند و در نتیجه به کار خود وفادار بمانند. برعکس زمانی که وظایف شغلی کارکنان با مهارتها و علایق آنها در تناسب نباشد، افراد از روی اجبار وظایف خود را انجام میدهند و از سوی دیگر راه برای بروز خلاقیت کارکنان نیز دشوار میشود. موقعیت آرمانی در سازمان موقعیتی است که مدیران را قادر میسازد افراد را در سمتهایی بگمارند که مهارتهای خود را به کار برند و کارآمد باشند. کارکنان احساس خواهند کرد که تواناییهای بالقوه ی آنها تشخیص داده شده است و سازمان سطوح بالایی از اثربخشی خواهد داشت. بدین ترتیب منافع شخصی و اقتصادی فرد، سازمان و جامعه به طور کلی به حداکثر خواهد رسید. (پونیا و همکاران؛ ۲۰۱۳)^۳

امنیت شغلی^۴

امنیت در هر مقولههای آرامش فکری را به دنبال دارد و موجب میشود فرد با فراغ بال بیشتری به فعالیت بپردازد. در سازمان نیز این قضیه صادق است و کارکنانی که دارای امنیت شغلی هستند و ترس از دست دادن شغل یا تنزل شغل را ندارند، با آرامش و تمرکز بیشتری به انجام وظایف خود میپردازند. البته در برخی موارد میتواند نتیجه ی عکس این نیز اتفاق بیفتد که جلوگیری از آن نیازمند

¹ Bergeron, D. M., Shipp, A. J., Rosen, B., & Furst, S. A

² Le Roy, J., & Rioux, L

³ Punia, B.K., & Rana, H.

⁴ Security Job

تعامل دو طرفه ی مدیریت و کارکنان و آگاهی کامل بر وضعیت کارکنان است. برای مثال ممکن است فردی از امنیت شغلی و تضمینی که برای حفظ شغلش وجود دارد سوء استفاده کرده و آنطور که باید و شاید با جدیت وظایفش را انجام ندهد. از طرفی در بعضی از مشاغل ممکن است ماندگاری بیش از حد در یک شغل با وظایف یکسان و تکراری، موجب کمتر شدن علاقمندی فرد به شغل در طی زمان شده و وی را به ترک سازمان یا کمکاری در سازمان ترغیب کند. در نتیجه امنیت شغلی هدفمند و متناسب با بازدهی کارکنان و ارتقای همزمان با رشد و شکوفایی آنها امری لازم جهت وفادار ماندن کارکنان در سازمان است. (رانا و همکاران، ۲۰۱۴)^۱

آموزش

منظور از آموزش در سازمان این است که تجاربی فراهم آید که کارکنان را در انجام اثربخش تر وظایف شغلی یاری رساند. هدف برنامه ی آموزشی این است که تجارب را به گونه ای ساخت دهد که نگرشها و یا مهارتهای مناسب و مقتضی کسب شوند و گسترش یابند. بنابراین آموزش را میتوان به عنوان تلاشی از سوی سازمان برای تغییر رفتار اعضای خود از رهگذر فرآیند یادگیری به منظور افزایش اثربخشی تلقی کرد.

بنا به هدف آموزش، در حین آموزش کارکنان در سازمان، نگرش کارکنان نسبت به سازمان و شغل متحول یم شود و یا مهارتهای کارکنان پرورش مییابد. زمانی که آموزش در مورد نحوه ی انجام صحیح کار از بعد تخصصی انجام کار است، مهارتهای کارکنان پرورده میشود و آنها نسبت به شغل خود تسلط بیشتری خواهند داشت و زمینه های خلاقیت و نوآوری کارکنان فراهم میشود. از طرفی ممکن است آموزشها در جهت انتقال اهداف، رسالت، ارزشها، قوانین و مقررات سازمان به کارکنان باشد، در این صورت افراد از لحاظ فکری پرورش مییابند و با اهداف و رسالتهای سازمان و اصولی که برای رسیدن به آنها باید رعایت شود آشنا میشوند. کارکنان در مقابل آموزشهایی که سازمان به آنها میدهد و ارزشی که سازمان برای آنها قائل است، خود را مسئول میبینند و حس وفاداری نسبت به سازمان خود خواهند داشت.

روابط سازمانی^۲

انسان موجودی اجتماعیست و نیاز دارد که با دیگران در ارتباط باشد و از دیگران تاثیر پذیرفته و بر آنها تاثیر بگذارد. وجود گروههای کاری و روابط بین کارکنان در سازمان موجب میشود مشکلات کاری راحتتر تحمل شود و فرد نیز در سازمانی که روابط مثبت بین کارکنان رواج دارد، انس و عادت بیشتری به سازمان خواهد داشت و احساس همبستگی با سازمان در او نقش خواهد بست. روابط رسمی و غیر رسمی در سازمان هر دو لازم هستند تا اطلاعات انتقال بیابد، کارکنان به غریزی اجتماعی بودن خود پاسخگو باشند و اهداف و ارزشهای مشترکی بین کارکنان شکل بگیرد. تعیین وفاداری به عنوان یکی از اصول سازرمان نیازمند پذیرش آن توسط کارکنان است و این مهم در صورتی که کارکنان ارتباط موثری با یکدیگر داشته و گروههایی را تشکیل داده باشند، آسانتر به وقوع میپیوندد، زیرا بنا بر مطالعات، تغییر دادن عقیده ی گروهی از تغییر دادن عقاید فردی کارکنان بسیار موثرتر است. یکی از دلایل آن احتمالا جذابیتی است که اعضای گروه برای یکدیگر دارند. از نیازهای اساسی بشر کسب احترام و تحسین از جانب دیگران است، فرد اگر به یک گروه کار جالب تعلق داشته باشد، رضایت شغلی بیشتری خواهد داشت (برومند، ۱۳۸۶: ۲۶۷) و در نتیجه وفاداری او به سازمان و اهداف آن بیشتر خواهد بود.

مشارکت اجتماعی

مشارکت اجتماعی کارکنان در سازمان به معنای دخالت دادن آنها در فرآیند تصمیمگیری سازمان است با این باور که اهداف کارکنان با اهداف سازمان یکی هستند و تلاش کارکنان در جهت رسیدن به رسالت سازمان است. توجه به کارکنان و اهمیت دادن به آنها در امور سازمان، موجب ایجاد ارتباط پایدار بین مدیریت و کارکنان و احساس وفاداری کارکنان به سازمان شده و آنها زمانی که در جریان سیاستهای سازمان باشند و در تصمیمات دخیل باشند، با سازمان احساس یگانگی و پیوند میکنند. این مشارکت نیازمند وجود انگیزه از طرف کارکنان و توجه مدیران به کارکنان به عنوان جزئی از سازمان است. نتایج تحقیقی نشان داده که عملکرد مدیران در برابر کارکنان و مزایای مثبتی که کارکنان از مشارکت اجتماعی به دست میآورند، در میزان وفاداری کارکنان، نسبت به مزایا و پاداشهای مالی

^۱ Rana, H., & Punia, B.K

^۲ Commiunication Organizational

تاثیرگذارتر است.

عدالت سازمانی^۱

عدالت سازمانی مجموعه‌ای از تصمیمات، قوانین و مقررات، تخصیصها و رفتارهای منصفانه و عادلانه است که به طور مستقیم و غیر مستقیم بر تمام جنبه‌های سازمان نفوذ دارد و وجود و رعایت آن میتواند به بقا، انسجام، پویایی و پیشرفت سازمان منجر گردد و عدم رعایت آن میتواند باعث از هم گسیختگی و متلاشی شدن سازمان گردد. گرینبرگ معتقد است که درک عدالت سازمانی، یک الزام اساسی برای کارکرد موثر سازمانها و رضایت شخصی افرادی است که در سازمان مشغول به کار هستند. همچنین درک عدالت در شکل دادن نگرشها و رفتارهای کارکنان نقش بسیار مهمی ایفا میکند. همان طور که مشاهده میشود، عدالت در سازمان رضایت شغلی کارکنان را در پی دارد و رضایت شغلی خود با وفاداری کارکنان در ارتباط مستقیم است. از طرفی عدالت بر رفتارها و نگرش کارکنان، که وفاداری یا عدم وفاداری نیز یکی از این رفتارهاست تاثیر گذار است. در سازمانی که عدالت در جنبه‌های مختلف برقرار است، کارکنان با این نگرش به فعالیت میپردازند که بر اساس توانایی‌هایشان به آنها توجه میشود و مسائل غیر حرفه‌ای در کار دخیل نیست و مزایای مادی و معنوی که به آنها میرسد و جریمه‌هایی که به آنها تعلق میگیرد منصفانه و بر اساس عدالت و قوانین سازمان است و در نتیجه راحت تر و با روی بازتری این موارد را قبول میکنند.^۲ (تایلر، ۲۰۱۲)

جایگاه سازمان

این نکته برای افراد مهم است که در چه سازمانی کار میکنند و سازمان آنها در بین سازمانهای دیگر چه وضعیتی دارد و مردم در مورد آن چه فکر میکنند و چقدر شغل آنها مورد احترام است. زمانی که افراد در سازمانهای شناخته شده و تاثیرگذار مشغول به کار هستند، از موقعیت اجتماعی بالاتری برخوردار هستند و بیشتر احساس رضایت میکنند. در نتیجه رشد سازمان، رشد کارکنان را در پی داشته و تضعیف و کماهمیت شدن آن نیز بی انگیزگی کارکنان را به دنبال خواهد داشت. نتایج پژوهشی نشان داده است که تصویر ذهنی از برند سازمان با رضایت شغلی و در پی آن علاقمندی به استخدام در سازمان و ماندگاری در آن و وفاداری به سازمان ارتباط دارد.^۳ (گرین، ۲۰۱۴)

رابطه معنویت سازمانی و اخلاق حرفه ای

معنویت در سازمان قاعده نوپایی است که می تواند نیرویی قدرتمند و ژرف را برای زندگی افراد به ارمغان آورد. این نیروی قدرتمند زمانی حاصل خواهد شد که زندگی کاری با زندگی معنوی کارکنان پیوند بخورد. با چنین نیرویی، کارکنان تقریباً با هزاران ساعت کاری می تواند کاری لذت بخش تر، متوازن تر و معنادارتر داشته باشند. یکپارچگی معنویت با زندگی کاری باعث می شود، افراد رضایت بیشتری از کارشان داشته باشند و وقتی از محیط کار خود فارغ می شوند و به خانواده می پیوندند، به جای گریز از یکدیگر به یاری هم بشتابند از یک منظر اخلاق مجموعه ای از ارزشها و قوانین است که درست یا نادرست را مشخص می کند، رفتار مورد پذیرش و مردود را تعریف می کند. از منظری جامع تر، اخلاق شامل؛ تمیز بین درست و نادرست، تعریف مباحث در قالب واژه های معنوی و بکارگیری اصول معنوی برای یک وضعیت، می باشد. اصول معنوی قوانینی کلی هستند که رفتار مورد قبول را تجویز می کنند. آنها برای جامعه اهمیت زیادی دارند و به وسیله ی تصمیمات افراد قدرتمند نمی توان آنها را ایجاد و یا تغییر داد. اصول معنوی بر پایه ی خواست جمعی یا سنت ها استقرار می یابند. اصول معنوی و ارزش ها تشکیل دهندگان اصلی اخلاق می باشند.

رابطه معنویت و وفاداری کارکنان

معنویت به معنی کاوش و تلاش برای یافتن هدف واقعی از زندگی و واقعیت جهان و کوششی جهت رسیدن به کمال انسانی است. آشموس و دچون معنویت محیط کار را به واسطه ی اجزای سازنده ی آن چنین تعریف میکنند: ۱. تشخیص این که کارکنان زندگی درونی دارند. ۲. فرض این که کارکنان مایلند نوعی هدفمندی در کار خود پیدا کنند. ۳. تعهدی که توسط سازمان داده میشود تا شرایط و موقعیت اجتماعی را برای رشد معنوی و روحی افراد ایجاد کند. معنویت در کار در برگیرنده ی احساسات عمیق و ژرفی از شادمانی از این باور است که کار فرد موجب تعالی خود و دیگران میشود، حسی از ارتباط با دیگران و برقراری اهدافی مشترک و برقراری ارتباط با چیزی فراتر از خود.

¹ Justice Organizational

² Taylor

³Green, D

معنویت در سازمان در سه بعد فردی، گروهی و سازمانی مطرح است. در سطح فردی شخص علاقه و وابستگی نسبت به کار در سازمان دارد و نوعی معنا و هدف در کار میبیند و نسبت به انجام آن علاقمند میباشد. در واقع این بعد به تعامل بین فرد و کار او در سازمان میپردازد. در بعد گروهی معنویت به همبستگی فرد با سایر کارکنان سازمان میپردازد. اینجا کارکنان با یکدیگر ارتباطات معنوی داشته و به واسطه اهداف مشترک با یکدیگر نزدیکی و وابستگی خواهند داشت. در نهایت معنویت در بعد سازمانی مطرح است که در آن افراد خود را با سازمان یکی میدانند و اهداف، ارزشها و رسالتهای سازمان را همسو و همراه با اهداف و رسالتهای خود میبینند و در راه رسیدن به این اهداف بیشترین تلاششان را انجام میدهند. وفاداری سازمانی یکی از مولفه های اخلاق و ارزشهای سازمانی است و اخلاق نیز در ارتباط با معنویت است. به عبارت دیگر در هر سه بعد فردی، گروهی و سازمانی معنویت، تداوم معنویت موجب شکوفایی فرد، گروه و سازمان شده و بدون شک زمانی که فرد در کار خود معنا بیابد، با کارکنان دیگر همبستگی داشته باشد و نسبت به اهداف و ارزشهای سازمان همسویی داشته باشد، نسبت به سازمان وفادار بوده و خواهان حفظ شرایط موجود و حرکت به سوی رشد و تعالی خواهد بود. در همین راستا نادى و گل پرور (۱۳۹۰) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که ابعادی از معنویت مانند ارزشهای معنوی و مذهبی، مسئولیت در رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری به ترتیب بیشترین تاثیر را بر وفاداری کارکنان میگذارد.

نتیجه گیری

معنویت در محیط سازمان منجر به رضایت شغلی کارکنان می شود و علاوه بر آن تعهد سازمانی را نیز در پی خواهد داشت. بر اساس تعریف معنویت یک مفهوم پیچیده و چندوجهی و همچنین بسیار ذهنی و شخصی است. معنویت در کار، به معنی رفتار به طریقی است که فرد سعی دارد استانداردهای کار را در تمام ابعاد رعایت کند و نوعی همبستگی روحی بین فرد و کار وی برقرار می شود اندیشمندان سازمان با هدف تامین خلاهای ناشی از قوانین و مقررات، به دنبال راهکارهای توسعه اخلاق و معنویت در سازمان ها هستند. معنویت سازمانی، می تواند در حل مشکلات سازمانی کارگشا باشد. با سازگاری بین اخلاق و معنویت، می توان زمینه موفقیت بیشتری برای سازمان را فراهم آورد. اخلاق حرفه ای هم بسترهای فرا سازمانی دارد و هم آثار و نتایج فرا سازمانی به ارمغان می آورد ترویج اخلاق در بنگاه و تعالی اخلاق فرهنگ سازمانی نه تنها محیط با نشاط و مساعد برای افزایش بهره وری می آفریند بلکه فراتر از سازمان نقش موثری در جامعه نیز دارد. بهداشت سلامتی و فراتر از آنها تعالی اخلاقی جامعه از بنگاهها و سازمان های آن سخت متاثر است اخلاق حرفه ای نقش مهمی در موفقیت سازمان دارد. موفقیت یک سازمان در گرو افزایش عواملی چون انگیزش کارکنان، رضایت، مشارکت منابع انسانی متخصص، استفاده از فن آوری های جدید منابع مالی و مزیت رقابتی چون ضایعات نقش های سازمانی، تهدید های محیطی، نا امنی روانی و نگرش های مخرب کارکنان (انرژی منفی) است. یک سازمان از طریق بهبود بخشیدن ارتباط با محیط خود می تواند عوامل موثر موفقیت را افزایش و موانع بازدارنده آن را کاهش دهد. هر چه سازمان اخلاقی تر باشد پیش بینی پذیر تر است. بدون شک زمانی که فرد در کار خود معنا بیابد، با کارکنان دیگر همبستگی داشته باشد و نسبت به اهداف و ارزشهای سازمان همسویی داشته باشد، نسبت به سازمان وفادار بوده و خواهان حفظ شرایط موجود و حرکت به سوی رشد و تعالی خواهد بود. اخلاق حرفه ای یکی از شعبه های جدید اخلاق است که می کوشد به مسائل اخلاقی حرفه ای گوناگون پاسخ دهد. مقصود از اخلاق حرفه ای مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و بر اساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه ای رعایت کنند؛ بدون آنکه الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازاتهای قانونی دچار شوند. در این پژوهش منظور از اخلاق حرفه ای اسلامی، یعنی پیروی کردن از اصول وقواعد مباحث دینی و الهی جهت ارائه یک اخلاق مطلوب از نگاه اسلام در سازمان ها می باشد که امروزه مهمترین متغیر در موفقیت سازمان ها، محسوب می گردد. اصول اخلاق حرفه ای دارای بار و ارزش های والایی است که رعایت آنها در سازمان ها و هنجارهای اجتماعی نقش آفرین است. اخلاق حرفه ای قدرت خود کنترلیو خود بهبود گری را برای فرد، یا در بعد یک سازمان فراهم می سازد. همچنین رعایت اخلاق حرفه ای قابلیت سازمان ها را در کسب و کار از طریق ایجاد تعهد سازمانی، مسئولیت پذیری و وفاداری کارکنان افزایش داده و هزینه های جامعه و سازمان را کاهش می دهد.

منابع

اقبالى، صادق، همتى گلیان، سید ابراهیم، رعیت پیشه، محمد علی (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر معنویت در سازمان بر اشتیاق شغلی پرسنل منطقه یکم نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه آموزش علوم دریایی، شماره ۱۱، صص ۳۱-۴۴

برومند، زهرا (۱۳۸۶). مدیریت رفتار سازمانی. چاپ پانزدهم. تهران. انتشارات پیام نور

- بلیاد، محمدرضا، حدادی، طاهره(۱۳۹۶)، رابطه معنویت و توانمندی و اخلاقیات کارکنان سازمانی، فصلنامه پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری، شماره ۲۴، صص ۲۱۰-۱۹۳
- بیک زاد، جعفر، یزدانی، سهراب، حمدالهی(۱۳۹۰)، معنویت محیط کاری و تاثیر آن بر مولفه های رفتار شهروندی سازمانی مطالعه موردی: کارکنان آموزش و پرورش نواحی پنج گانه شهر تبریز، تحقیقات مدیریت آموزشی، سال ۳، شماره ۱، صص ۹۰-۶۱
- جعفری شورگل، سکینه(۱۳۹۲)، تاملی بر معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی، فصلنامه الگوی پیشرفت اسلامی، سال ۲، شماره ۳، صص ۲۰۰-۱۷۹
- حسن زاده تمرین، تورج؛ حسن زاده، محمد صادق، شیرچلکاسری، الهام(۱۳۹۳)، بررسی و تبیین رابطه بین اخلاق کار و رفتار غیر مولد در وفاداری سازمان، مجله علمی پژوهشی، پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره زمستان ۱۳۹۳، شماره ۱۶، صص ۸۸-۸۷
- حسین زاده، امید علی، یزدانی، سهراب(۱۳۹۲)، شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های معنویت سازمانی در بین کارکنان و اعضای هیأت علمی منطقه ۱۳ دانشگاه آزاد اسلامی در سال ۱۳۹۲، زن و مطالعات خانواده، سال ۵، شماره ۲۰، صص ۸۷-۷۳
- حسینیان، سعید(۱۳۹۷)، اخلاق در مشاوره و روانشناسی، تهران، کمال تربیت.
- رابرت، جی، آونز(۱۳۹۷)، رفتار سازمانی در آموزش و پرورش، ترجمه سلیمی. ق و فروغی. ا، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی خراسان
- رستگار، عباسعلی و کوشش تبار، محسن(۱۳۹۶)، بررسی تاثیر و اولویت بندی انواع فرهنگ سازمانی(مدل کامرون و کوپین) بر شادکامی در سازمان با میانجی گیری معنویت در محیط کار(مطالعه موردی: کارکنان سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران)، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۶، صص ۴۰۸-۳۹۳
- رشیدی، ب(۱۳۹۵). عصر اطلاعات و مدیریت اسلامی، چالش ها و راهکارها، دانشگاه آزاد اسلامی.
- صنوبر، ناصر و رحیمی اقدم، صمد(۱۳۹۳)، رابطه معنویت محیط کار با رضایت مشتریان، راهبرد فرهنگ، شماره ۲۶، صص ۲۰۷-۱۷۹
- طالقانی، غلامرضا، محمدی، مصطفی، رستمیف حسین(۱۳۹۲)، معنویت سازمانی گامی موثر در جهت بهبود رفتارهای شهروندی سازمانی، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۱۸۸-۱۶۳
- طاهری دمنه، محسن؛ زنجیرچی، سید محمود؛ نجاتیان قاسمیه، مجید. (۱۳۹۰). بررسی ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و اخلاق کاری و رفتار انحرافی دانشگاه یزد. اخلاق در علوم و فناوری: تابستان ۱۳۹۰، دوره ۶، شماره ۲؛ از صفحه ۳۰ تا صفحه ۳۹.
- طه زاده، مسعود(۱۳۹۴). وفاداری سازمانی، مجله موج، ۴(۱۵)؛ ۶۵-۷۷
- عاملی، منیژه(۱۳۹۱)، بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه ای در اسلام، پایان نامه جهت اخذ کارشناسی ارشد، تهران، موسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران، ۱۳۹۱.
- عباسی اسفنجیر، علی اصغر (۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی، و وفاداری کارکنان و کج روی فرهنگی ملایم. علوم رفتاری: تابستان ۱۳۹۰، دوره ۲، شماره ۴؛ از صفحه ۷۱ تا صفحه ۹۰.
- غلام حسینی، اسماعیل، بجانی، حسین، ملکی نیا، عماد(۱۳۹۰)، معنویت در محیط کار، فصلنامه منابع انسانی ناچا، سال ۶، شماره ۲۴، صص ۱۰۰-۸۳
- فرد، آر دیوید(۱۳۹۸). مدیریت استراتژیک فردار دیوید، علی پارسایان (مترجم) - نشر دفتر پژوهشهای فرهنگی
- قاسم زاده، ابوالفضل؛ ملکی، شیوا؛ بروکی میلان شعبان. (۱۳۹۳). بررسی نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین اخلاق حرفه ای با رفتار شهروندی سازمانی و وفاداری کارکنان و متخصصان درمانی بیمارستان شهرستان های ماکو. اخلاق و تاریخ پزشکی. دوره ۷، شماره ۴ - (آبان ماه ۱۳۹۳).
- قراملکی، ا. فرامرز(۱۳۹۶)، اخلاق حرفه ای، تهران، احد فرامرز قراملکی، ۱۳۹۶.
- قراملکی، احد(۱۳۹۳). اخلاق حرفه ای، قم: نشر مجنون.
- قراملکی، احد. فرامرز(۱۳۹۳). «روش شناسی مسئولیت پذیری در سازمان» اندیشه حوزه، شماره ۴۹ و ۵۰، آذر و اسفند ۱۳۹۳
- قریشی، ریحانه السادات؛ گل پرور، محسن (۱۳۹۴). پیش بینی رفتارهای مدنی و رفتارهای انحرافی از طریق مولفه های مدیریت برداشت. فصلنامه مددکاری اجتماعی، ۴(۱): ۱-۱۵
- گل پرور، محسن؛ حسین زاده، خیراله؛ عابدینی، مایده؛ اشجع، آرزو. (۱۳۹۰). بررسی الگوی ساختاری روابط بین نقض قرارداد روان شناختی با تعهد سازمانی، ترک خدمت، رضایت شغلی و رفتارهای انحرافی. پژوهش های علوم شناختی و رفتاری: بهار و تابستان ۱۳۹۳، دوره ۴، شماره ۱ (پیاپی ۶)؛ از صفحه ۵۵ تا صفحه ۷۰.

- گل پرور، محسن؛ نادی، محمدعلی. (۱۳۹۰). نقش میانجی وفاداری سازمانی در رابطه بین اخلاق کاری با رفتارهای انحرافی در محیط کار. اخلاق در علوم و فناوری: بهار ۱۳۹۰، دوره ۶، شماره ۱؛ از صفحه ۴۳ تا صفحه ۵۲.
- محمدی، لیلا و جهانیان، رمضان(۱۳۹۶)، اخلاق و معنویت در آموزش عالی، فصلنامه مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی، شماره ۲۳، صص ۱۴۹-۱۵۷
- میر سپاسی، ناصر(۱۳۹۷). مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار، تهران، میر.
- میرکاظمی، سیده عذرا، کشتی دار، محمد، حیدری، زکیه(۱۳۹۲)، رابطه معنویت در کار با اثربخشی سازمانی ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، سال ۳، شماره ۶، صص ۱۹-۱۱
- میری، عبدالرضا، آقازاده، فاطمه، نوری، روح‌الله(۱۳۹۳)، شناسایی حد بهینه معنویت سازمانی در رابطه با حداکثر نمودن عملکرد کارکنان موردکاوی استانداری قزوین، مجله مدیریت توسعه و تحول، صص ۱۰۸-۱۰۱
- ناستی زایی، ناصر، سلیمی، سمانه، نجفی، معصومه(۱۳۹۴)، سنجش رابطه بین معنویت در کار و تعهدسازمانی کارکنان اداری دانشگاه علوم پزشکی زاهدان، مجله طلوع بهداشت، سال ۱۴، شماره ۲، صص ۸۹-۸۰
- نقوی، سید علی، اسعدی، میرمحمد، میرغفوری، سید حبیب‌الله(۱۳۹۴)، الگوی معنویت سازمانی در آموزش عالی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی، فصلنامه مدیریت اسلامی، سال ۲۳، شماره ۲، صص ۱۷۷-۱۴۵

- A.R. Dabir¹, M. Azarpira²(2016). Organizational commitment and its impact on employees' individual Interactions. *Int. J. Hum. Capital Urban Manage.*, 2(1): 49-56, Winter 2017
- Abou Hashish EA¹.(2017). Relationship between ethical work climate and nurses' perception of organizational support, commitment, job satisfaction and turnover intent. *Nurs Ethics*. 2017 Mar;24(2):151-166. doi: 10.1177/0969733015594667. Epub 2016 Aug 3.
- Adam Simonson, April Bender, Olivia Fetherolf(2017). Stephanie Hancock Exploring the Relationship Between Work Ethic and Organizational Commitment Article (PDF Available) • January 2017 with 1,117 Reads
- Adam Simonson, April Bender, Olivia Fetherolf(2017). Relationship Between Work Ethic and Organizational Commitment. Article (PDF Available) • January 2017 with 1,103 Reads Cite this publication
- Aryany. (2013). Biosynthesis and characterization of cadmium sulfide nanoparticles—An emphasis of zeta potential behavior due to capping. *Materials Chemistry and Physics*, 170, 44-51.
- Berber, A., & Rafcanin, Y. (2012). Investigation of organization citizenship behavior construct: A framework for antecedents and consequences. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 2(4), 195-210.
- Bergeron, D. M., Shipp, A. J., Rosen, B., & Furst, S. A. (2013). Organizational citizenship behavior and career outcomes: The cost of being a good citizen. *Journal of Management*, 39(4), 958-984.
- Bowling, N. A. (2010). Effects of Job Satisfaction and Conscientiousness on Extra-Role behaviors. *Journal of Business Psychology*, 25(1), 119-130.
- Daniel, joes(2010), The effect of workplace spirituality on team effectiveness. *Journal Management Development*. vol.29. No.5. pp .456-442
- Farrell, S. K., & Finkelstein, L. M. (2011). The Impact of motive attributions on coworker justice perceptions of rewarded organizational citizenship behavior. *Journal of Business and Psychology*, 26(1), 57-69.
- Fassin, Yves, "The Reasons Behind Non-Ethical Behaviour in Business and ntrepreneurship", *Journal of Business Ethics*, V, p163.

- Green, D. (2014). Insider threats and employee deviance: Developing an updated typology of deviant workplace behaviors. *Issues in Information Systems*, 15(2), 185-189.
- Hartog, Mary and Winstanley, Diana, (2017). Ethics and Human Resource, "Management: Professional Development and Practice", *Journal of Business & Professional Ethics*, V21, N2, 2007.
- Hussam Al Halbusi, Kent Williams, Hamdan O. Mansoor, Mohammed Salah Hassan (2019). Examining the impact of ethical leadership and organizational justice on employees' ethical behavior: Does person-organization fit play a role? November 2019 *Ethics & Behavior* 30(2):1-19
- Ibrahim, M. E., & Perez, A. O. (2014). Effects of Organizational Justice, Employee Satisfaction, and Gender on Employees' Commitment: Evidence from the UAE. *International Journal of Business and Management*, 9(2), p45.
- Jain, A. K., Giga, S. I., Cooper, C. L. (2011). Social Power as a means of increasing personal and organizational effectiveness: The mediating role of organizational citizenship behavior. *Journal of Management and Organization*, 17(3), 413-432.
- Khasawneh, S. (2011). Cutting-edge panacea of the twenty-first century: Workplace spirituality for higher education human resources, *International Journal of Educational Management*, Vol. 25 Iss: 7, pp.687 -700
- Le Roy, J., & Rioux, L. (2013). The mediating role of workplace attachment in the relationship between organizational commitment and organizational citizenship behavior. *International Review of Social Psychology*, 25(3-4), 211-233.
- Moberg, Dennis J., and Mark A. (2014) Seabright, "The development of moral imagination", *Business Ethics Quarterly*. Retrieved from emeraldinsight.com.
- Moberg, Dennis J., and Mark A. Seabright, (2010). "The development of moral imagination", *Business Ethics Quarterly*. Retrieved from emeraldinsight.com.
- Mor, Z., Davidovich, U., Bessudu-Manor, N., McFarlane, M., Feldshtein, G., & Chemtob, D. (2012). High-risk behaviour in steady and in casual relationships among men who have sex with men in Israel. *Sex Transm Infect*, 87(6), 532-537.
- Pavalache-Ilie, M. (2014). Organizational citizenship behavior, work satisfaction and employees' personality. *Pro -cedia - Social and Behavioral Sciences*, 127(2014), 489 - 493.
- Pearsall, M. J., & Ellis, A. P. (2011). Thick as thieves: The effects of ethical orientation and psychological safety on unethical team behavior. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 403.
- Punia, B.K., & Rana, H. (2013). Correlates, antecedents and implications of deviant workplace behavior: A review. *GNA Journal of Management & Technology*, 8(1), 98-104.
- Rana, H., & Punia, B.K. (2014). Management mechanisms and implications of workplace deviance for green organizational behavior. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 2(8), 1-8.
- Taylor, O. A. (2012). The relationship between culture and counterproductive workplace behaviors: A meta-analysis. Unpublished Doctoral Dissertation, the School of Graduate and Postdoctoral Studies, the University of Western Ontario, London, Ontario, Canada. Pp. 242.
- Yildiz, Bora & Alpkın, Lutfihak (2015). A theoretical model on the proposed predictors of destructive deviant workplace behaviors and the mediator role of alienation. *Social and Behavioral Sciences*, 210, 330-338.

فصلنامه علمی نگرش‌های نوین بازرگانی، دوره ۲، شماره ۵، آذر-دی ۱۴۰۰

Journal of New Business Attitudes