

Presenting a Model of the Decency Quotient of Leaders in the Economic and Financial Affairs Organization of Golestan Province with a Data-based Approach

Roohalla Solbi¹, Roohalla Samiee², Seyed Mohammadreza Hosseini³

Abstract

The aim of the present study is to present a model of the Decency Quotient of leaders in the Economic Affairs and Finance Organization of Golestan Province. The present study is of a qualitative-exploratory type with a data-based approach in terms of purpose, application, and method. Twenty academic and executive experts formed the statistical population of the study. The research data were collected through in-depth interviews, and theoretical saturation was achieved in the 16th interview. The data obtained from them were analyzed in three stages of open, axial, and selective coding, and 160 initial codes were extracted and 14 categories and 128 concepts were counted. Thus, in the considered model, ethical principles, managerial characteristics, and personality traits were identified as causal factors, and the factors of decisiveness and frankness, caution and foresight, tact and wisdom were identified as background factors, and external and internal stimuli were identified as intervention factors. Also, ethics, motivation and dynamism, and organizational improvement were identified as actions and strategies, and stakeholder satisfaction, employer brand, and competitive advantage were identified as outcomes of the Decency Quotient of leaders in the Economic Affairs and Finance Organization of Golestan Province. Ultimately, by adhering to ethical principles, developing positive personality traits, and implementing targeted strategies, the leadership honor factor can be enhanced and an ethical, efficient, and successful organization can be created, which requires commitment and continuous effort from all leaders and employees of the organization.

Keywords: *Decency Quotient, Leaders, Foundation Data.*

-
1. Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran
r.solbi@iau.ac.ir
 2. Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran
roohalla.samiee@iau.ac.ir
 3. Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran
mehran1351@iau.ac.ir

ارائه الگوی ضریب شرافت رهبران در سازمان امور اقتصادی و دارایی استان گلستان با رویکرد داده بنیاد

روح اله صلیبی*، روح اله سمیعی**، سید محمدرضا حسینی***

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۳۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۴/۱۰/۱۵

چکیده

هدف پژوهش حاضر، ارائه الگوی ضریب شرافت رهبران در سازمان امور اقتصادی و دارایی استان گلستان است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش از نوع کیفی - اکتشافی با رویکرد داده بنیاد است. بیست نفر از خبرگان دانشگاهی و اجرایی، جامعه آماری پژوهش را تشکیل داده‌اند. داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه عمیق جمع‌آوری گردید که در مصاحبه ۱۶ام اشباع نظری حاصل شد. داده‌های حاصل از آنها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل شده و ۱۶۰ کد اولیه استخراج و ۱۴ مقوله و ۱۲۸ مفهوم احصا گردید. بدین ترتیب در الگوی مدنظر، اصول اخلاقی، خصوصیات مدیریتی و ویژگی‌های شخصیتی به عنوان عوامل علی و عوامل قاطعیت و صراحت، احتیاط و دوراندیشی، درایت و خردمندی به عنوان عوامل زمینه‌ساز و محرک‌های خارجی و محرک‌های داخلی به عنوان عوامل مداخله شناسایی شدند. همچنین اخلاق‌مداری، ایجاد انگیزه و پویایی و بهسازی سازمانی به عنوان اقدامات و راهبردها و رضایت ذی‌نفعان، برند کارفرما و مزیت رقابتی به عنوان پیامدهای الگوی ضریب شرافت رهبران در وزارت امور اقتصادی و دارایی شناسایی شدند. در نهایت، می‌توان با رعایت اصول اخلاقی، توسعه ویژگی‌های شخصیتی مثبت و اجرای راهبردهای هدف‌مند، ضریب شرافت رهبری را ارتقا داد و سازمانی اخلاقی، کارآمد و موفق ایجاد نمود که این امر، نیازمند تعهد و تلاش مستمر از سوی تمام رهبران و کارکنان سازمان است.

کلیدواژه: ضریب شرافت؛ رهبران؛ داده بنیاد.

r.solbi@iau.ac.ir

* گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

** نویسنده مسئول: گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

roohalla.samiee@iau.ac.ir

mehran1351@iau.ac.ir

*** گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

مقدمه

در جهان معاصر، این سرمایه‌های انسانی سازمان‌ها هستند که تعیین می‌کنند آیا سازمان می‌تواند موفق باشد یا نمی‌تواند و حتی اینکه، آیا قادر است به فعالیت خود ادامه دهد یا خیر؟ (حسن‌پور و همکاران، ۱۴۰۳). لذا سازمان‌ها برای موفقیت و پایداری به مدیرانی با ویژگی‌ها و ارزش‌های انسانی نیاز دارند که فراتر از دانش فنی و مهارت‌های ارتباطی است. از جمله این ویژگی‌ها و ارزش‌های انسانی، مفهومی نوظهوری به نام ضریب شرافت^۱ است (داقرتی^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). تحقیقات نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که بر ضریب شرافت تمرکز دارند، نه تنها از نظر مالی موفق‌تر هستند، بلکه سطح رضایت کارکنان نیز در آنها بالاتر است (اسپیتزر^۳، ۲۰۲۱). بنابراین، از آنجاکه در محیط رقابتی امروزی نیروی انسانی ارزشمندترین دارایی سازمان‌ها می‌باشند (سیدی و زاهدی فر، ۱۴۰۲)، باید به نیازها و خواسته‌های کارکنان براساس اولویت پرداخته شود (نظام‌دوست فراز و همکاران، ۱۴۰۳)، لذا توسعه ضریب شرافت مدیران به عنوان یک اولویت راهبردی برای سازمان‌ها ضروری است (اسپیتزر، ۲۰۲۱). مدیرانی که ضریب شرافت را سرلوحه کار خود قرار می‌دهند، نه تنها به نتایج مالی توجه دارند، بلکه به تأثیرات اجتماعی تصمیمات خود نیز فکر می‌کنند. این رویکرد می‌تواند به ایجاد محیط کاری مثبت‌تر و افزایش رضایت شغلی کارکنان منجر شود (هاریسون و لوکاسویسکی^۴، ۲۰۲۰). باتوجه به اینکه عامل بهبود کیفیت مدیریت، بالا رفتن ضریب شرافت مدیر سازمان است (امامی رودبالی و همکاران، ۱۴۰۴) و سازمان امور اقتصادی و دارایی استان گلستان جایگاه ویژه‌ای در تمرکز، تأمین منابع و نظارت مالی در سطح استان دارد، مدیریت سازمان، ضریب شرافت را یکی از اولویت‌های سازمان دانسته است، اما اگر بهبود در این زمینه و حتی بازنگری آن، در قالب یک الگوی جامع نباشد، کیفیت مدیریت در سازمان عملاً قابل حصول به نظر نمی‌رسد. بنابراین، پرداختن به الگوی ضریب شرافت مدیران باید دارای یک رویکرد جامع باشد که باعث ارتقا و اثربخشی در سازمان شود. از طرفی، می‌توان گفت تاکنون در پژوهشی به الگوی ضریب شرافت مدیران پرداخته نشده است و این پژوهش سعی دارد تا این خلأ پژوهشی را پر کند. از این رو، سؤال اصلی پژوهش به این صورت است که الگوی ضریب شرافت رهبران در سازمان امور اقتصادی و دارایی استان گلستان چگونه است؟

1. Decency Quotient

2. Daugherty

3. Spitzer

4. Harrison and Lukaszewski

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

ضریب شرافت یا شرافت در رهبری، مفهوم جدیدی است که به تازگی وارد دنیای مدیریت و رهبری کسب و کار شده است (امامی رودبالی و همکاران، ۱۴۰۴). شرافت به معنای خواستن چیزهای مثبت برای همه در محل کار و اطمینان از اینکه همه احساس احترام و ارزش می کنند، است و استدلال می شود که شرافت باید به عنوان یکی از ویژگی های مطلوب رهبران خوب شناخته شود (بولدینگ^۱، ۲۰۱۹). ضریب شرافت، نمایانگر توانایی یک فرد در رفتار شایسته، اخلاقی و انسانی، حتی در مواجهه با فشارها و چالش های کاری است و بر رفتار اخلاقی، شایستگی و احترام به کرامت انسانی تأکید دارد و می تواند مکملی ارزشمند برای ضریب هوشی و هوش هیجانی باشد (هادزیمرویک^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). ضریب شرافت به توانایی یک رهبر در رفتار با صداقت، انصاف و احترام به دیگران، تقویت اعتماد و حسن نیت در تعاملات آنها اشاره دارد. ضریب شرافت بالا نشان دهنده تعهد یک رهبر به انجام کار درست است، حتی زمانی که آسان نیست و اطمینان از اینکه اقدامات آنها به نفع دیگران است و از استانداردهای اخلاقی حمایت می کند (خدایی، ۱۴۰۳). طبق نظریه بولدینگ (۲۰۱۹) ضریب شرافت معیاری برای سنجش توانایی یک مدیر برای رهبری است. با این حال، ضریب شرافت هنوز به ندرت به عنوان یکی از ویژگی های ضروری (توسط محققان و متخصصان) شناخته می شود (پولمن و وینستون^۳، ۲۰۲۲). علی رغم اهمیت ضریب شرافت مدیران در سال های اخیر مطالعات خیلی کمی در این حوزه صورت گرفته است که در ادامه به طور خلاصه به تبیین نتایج آنها پرداخته شده است: امامی رودبالی و همکاران (۱۴۰۴) در تحقیقی با عنوان هوش شرافت رهبران سازمانی و اهمیت آن در محیط کار، معتقدند ضریب شرافت، نقش مهمی در موفقیت فردی، اجتماعی و حرفه ای دارد و در دنیای مدرن، تنها داشتن مهارت های فنی یا هوش بالا کافی نیست؛ بلکه اصول اخلاقی و رفتار شرافتمندانه، عامل کلیدی در شکل گیری یک جامعه و سازمان سالم است. هاریسون و لوکاسویسکی (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «کد شرافت: مسیر رهبر برای ایجاد یکپارچگی و اعتماد» بیان داشتند: مسئولیت پذیری، متانت، شفقت، همدلی، صداقت، فروتنی و اصول اخلاقی هفت ویژگی شرافت هستند که توسط هر رهبر واقعاً شایسته ای تجسم می یابند.

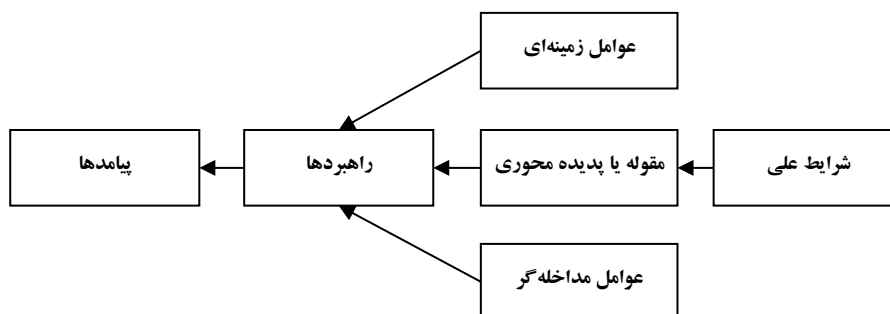
1. Boulding
2. Hadziomerovic
3. Polman and Winston

در ارتباط با نوآوری پژوهش نسبت به پیشینه می‌توان عنوان نمود که بررسی سوابق پژوهشی پیرامون موضوع، گویای آن است که تاکنون در پژوهشی به الگوی ضریب شرافت مدیران به‌خصوص با روش داده‌بنیاد پرداخته نشده است و این پژوهش سعی دارد علاوه بر ایجاد فرصت استفاده از نتایج و یافته‌های آنها در حوزه علمی و عملی، این خلأ پژوهشی را پر کند و همین مسئله وجه تمایز تحقیق حاضر را در مقایسه با مطالعات پیشین نشان می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش از نوع کیفی - اکتشافی با رویکرد داده‌بنیاد است. نظریه داده‌بنیاد یکی از راهبردهای پژوهش محسوب می‌شود که از طریق آن نظریه بر مبنای مفاهیم اصلی حاصل از داده‌ها شکل می‌گیرد. یعنی روند شکل‌گیری نظریه در این راهبرد حرکت از جزء به کل است (وایتلی و وینیارد^۱، ۲۰۱۸). این گونه خلق نظریه «قفسه‌ای و کتابخانه‌ای» نیست؛ یعنی درواقع روشی اسنادی محسوب نمی‌شود، بلکه براساس داده‌های مشارکت‌کنندگان که فرایندی را تجربه کرده و یا از آن آگاهی دارند، ایجاد می‌شود (کرسویل^۲، ۲۰۱۸). سه طرح اصلی برای نظریه داده‌بنیاد ارائه شده است؛ طرح نظام‌مند، طرح ظهور یابنده و طرح ساختارگرا. در پژوهش حاضر، طرح نظام‌مند به کار رفته است و به‌همین دلیل، فقط به توضیح این روش اکتفا می‌شود. استراوس و کوربین^۳ در سال ۱۹۹۰ شکله کلی این طرح را ارائه کردند و در سال ۱۹۹۸ به بیان تفصیلی و عملی آن پرداختند. براساس این طرح، برای تحلیل داده‌های کیفی گردآوری‌شده، لازم است تا سه مرحله «کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی» سپری شوند تا درنهایت، پارادایمی منطقی یا تصویری عینی از نظریه خلق‌شده ارائه شود. شکل (۱) نشان‌دهنده روابط میان مقوله‌های نظریه، با عنوان «پارادایم کدگذاری» در قالب مدل علی ترسیم می‌گردد.

-
1. Whiteley and Winyard
 2. Creswell
 3. Strauss and Corbin



شکل ۱. مدل پارادایمیک رهیافت نظام‌مند کدگذاری (کرسویل، ۲۰۱۸)

پژوهشگر به اتکای روابط درونی مقوله‌ها، مستخرج از مدل کدگذاری محوری، نظریه پژوهشی خود را به رشته تحریر درمی‌آورد. این نظریه، بیانی از فرایند پژوهش، نحوه یکپارچه‌سازی مقوله‌ها و پالایش آنهاست. درواقع، کدگذاری انتخابی، در سیر داستان پژوهش، نگارش می‌شود. طرح نظام‌مند را می‌توان با ارائه مجموعه‌ای از گزاره‌های حکمی (قضایا)، که بر پایه کدگذاری محوری، بیانگر روابط درونی مقوله‌ها هستند، به پایان برد (کرسویل، ۲۰۱۸). تیم مشارکت‌کننده شامل اساتید و اعضای هیئت‌علمی رشته مدیریت و همین‌طور مدیران و معاونین سازمان امور اقتصادی و دارایی بود که ۲۰ نفر به روش نمونه‌گیری هدف‌مند به شیوه گلوله‌برفی انتخاب شده‌اند. به‌عنوان معیارهای انتخاب خبرگان نیز الف) تحصیلات دانشگاهی مرتبط، ب) سابقه شغلی بالای ده سال و پ) سابقه فعالیت در حوزه امور اقتصادی و دارایی (حداقل ۱۰ سال) مورد توجه قرار گرفته است. به‌منظور گردآوری داده‌های لازم نیز مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته به‌صورت انفرادی انجام شده و مدت هر مصاحبه به‌صورت میانگین ۴۰ دقیقه بوده است. در طراحی سؤالات مصاحبه‌ها نیز مقوله‌های ۶ گانه روش داده‌بنیاد در نظر گرفته شده و به‌منظور اطمینان از حفظ تمامی داده‌ها، پس از جلب رضایت مشارکت‌کنندگان، نسبت به ثبت مصاحبه‌ها اقدام شده است. حجم نمونه نیز براساس نمونه‌گیری نظری و قاعده اشباع داده‌ها تعیین شده است که با عنوان اشباع نظری هم شناخته می‌شود و کاربردی بسیار در پژوهش‌های داده‌بنیاد دارد. در این فرایند، پس از انجام ۱۶ مصاحبه، اشباع نظری حاصل شده است. باوجوداین، به‌منظور اطمینان بیشتر، فرایند انجام مصاحبه ادامه یافت و جمعاً ۲۰ نفر مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. جهت ارزیابی اعتبار تحلیل‌ها در مطالعات کیفی، راهبردهای مختلفی ارائه شده است که برخی از مهم‌ترین این راهبردها عبارتند از:

دستیابی به اشباع نظری در فرایند گردآوری داده‌ها، بررسی نظرات مشارکت‌کنندگان نسبت به نتایج نهایی، ارزیابی درونی تحلیل‌ها و استفاده از منابع اطلاعاتی مختلف. در این خصوص، همان‌گونه که در جدول (۱) قابل مشاهده است، به‌منظور اطمینان از قابلیت اعتماد به داده‌ها، نسبت به مصاحبه با افراد مختلف از نظر جنسیت، تحصیلات دانشگاهی و سابقه فعالیت در سازمان امور اقتصادی و دارایی اقدام شده است. در فرایند گردآوری داده‌ها نیز قاعده اشباع نظری مورد توجه قرار گرفته و فرایند گردآوری داده‌ها تا زمان رسیدن به داده‌های تکراری ادامه یافته است. پس از پایان تحلیل‌ها نیز نتایج نهایی در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفته و نظر آنان در ارتباط با یافته‌ها بررسی شده است. در این مرحله نیز مشارکت‌کنندگان تأیید کرده‌اند که پژوهش به‌درستی دیدگاه آنان را بازنمایی می‌کند. در نهایت، به‌منظور ارزیابی درونی تحلیل‌ها نیز، روش توافق درون‌موضوعی استفاده شده است. در این راستا، از یک نفر دانش‌آموخته دکتری مدیریت دولتی درخواست شده است به‌عنوان همکار در فرایند کدگذاری داده‌ها با پژوهشگران مشارکت نماید. پس از اتمام کدگذاری‌ها، از طریق شمارش تعداد کل کدهای ایجادشده (۳۱۰)، متشکل از کدهای اولیه ایجادشده توسط پژوهشگران به‌منظور استفاده در پژوهش (۱۶۰) و کدهای ایجادشده توسط فرد همکار (۱۵۰) و نیز تعداد کدهای مورد توافق طرفین یعنی کدهای مشترک در کدگذاری محوری (۱۲۸)، مطابق با رابطه ۱، توافق درون‌موضوعی برابر با ۸۲/۶ درصد بوده است. با توجه به اینکه درصد توافق درون‌موضوعی بالاتر از ۷۰ درصد به‌عنوان اعتبار قابل قبول در این روش شناخته می‌شود، نتایج بیانگر قابلیت اعتبار یافته‌هاست.

$$100\% \times (\text{کل کدها} / (\text{تعداد توافقات} \times 2)) = \text{درصد توافق درون‌موضوعی}$$

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌های گردآوری‌شده نشان می‌دهد از لحاظ وضعیت سابقه شغلی، ۱۵ درصد کمتر از ۱۰ سال، ۳۰ درصد بین ۱۱-۲۰ سال و ۵۵ درصد بین ۲۱-۳۰ سال سابقه داشتند. در حالی که از لحاظ تحصیلات، ۲۰ درصد کارشناسی ارشد و ۸۰ درصد دکتری بودند. سایر مشخصات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱. مشخصات اعضای نمونه

درصد فراوانی	فراوانی	طبقه	
۷۵	۱۵	مرد	جنسیت
۲۵	۵	زن	
۲۰	۴	کارشناسی ارشد	تحصیلات دانشگاهی
۸۰	۱۶	دکتری	
۱۵	۳	کمتر از ۱۰ سال	سابقه شغلی
۳۰	۶	۱۱ تا ۲۰ سال	
۵۵	۱۱	۲۱ تا ۳۰ سال	

در ادامه تحلیل داده‌ها، پس از پایان هر مصاحبه، در فرایند کدگذاری باز مباحث به دقت بررسی و نسبت به تحلیل و کدگذاری عبارت‌های مستخرج از هر مصاحبه اقدام شده و در پایان این مرحله که به عنوان کدگذاری باز سطح اول شناخته می‌شود. ۱۶۰ کد اولیه توسط پژوهشگران شناسایی شده است. نمونه‌ای از فرایند کدگذاری باز سطح اول در جدول (۲) قابل مشاهده است. در مرحله بعد (کدگذاری باز سطح دوم یا متمرکز) تمامی کدهای اولیه بررسی شده‌اند و ضمن حذف کدهای تکراری و ادغام کدهای مشابه، ۱۲۸ کد نهایی توسط پژوهشگران شناسایی شده است. پس از آن، از طریق دسته‌بندی کدهای نهایی دارای اشتراک معنایی و مفهومی، مقوله‌های فرعی شناسایی شدند. نمونه‌ای از فرایند شناسایی مقوله‌های فرعی در جدول (۳) قابل مشاهده است. سپس در مرحله کدگذاری محوری، مقوله‌های فرعی شناسایی شده (به همراه کدهای مربوط به هر مقوله) در قالب مقوله‌های (ابعاد) اصلی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد یعنی عوامل علی، پدیده محوری، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها به شرح زیر دسته‌بندی شده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدگذاری باز انجام شده در فرایند پژوهش

ردیف	عبارت استخراج شده	کد اولیه
۱	رهبری که به‌طور مداوم با اعضای تیم خود به‌صورت شفاف و صادقانه ارتباط برقرار می‌کند، اعتبار و اعتماد بیشتری بین آنها ایجاد می‌کند. یک مدیر که به‌طور مرتب دستاوردها و چالش‌های پروژه را با تیمش به‌اشتراک می‌گذارد، موجب افزایش حس اعتماد و شراکت در تیم خواهد شد. رهبری که به اصول اخلاقی پایبند باشد و ارزش‌های مثبت را ترویج کند، می‌تواند به الگوی مثبتی برای تیم تبدیل شود.	شفافیت صداقت اعتمادسازی پایبندی به اصول اخلاقی ترویج ارزش‌های مثبت
۲	رهبری که در زمان‌های دشوار تصمیمات اخلاقی را اولویت می‌دهد، حتی اگر به نفع کسب‌وکار نباشد، باعث می‌شود اعضای تیم او را به‌عنوان یک الگوی قوی در نظر بگیرند. توانایی رهبری در مدیریت بحران به تصویر او به‌عنوان یک رهبر شایسته و با اعتماد به نفس کمک می‌کند.	تصمیمات اخلاقی مدیریت بحران شایستگی رهبر تصویر رهبر اعتماد به نفس
۳	رهبری که اعضای تیم را در فرایند تصمیم‌گیری دخالت دهد، حس تعلق و همبستگی را تقویت می‌کند. اگر یک رهبر از اعضای تیم بخواهد تا نظرات خود را درباره یک پروژه بزرگ ارائه دهند، این کار می‌تواند باعث افزایش رضایت و تعهد آنها به کار شود.	حس تعلق همبستگی رضایتمندی تعهد به کار

از عوامل علی در ضریب شرافت رهبران با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته عوامل «اصول اخلاقی»، «خصوصیات مدیریتی» و «ویژگی‌های شخصیتی» شناسایی شدند که در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج کدگذاری عوامل علی

مفاهیم	مقوله فرعی
پایبندی به اخلاقیات	اصول اخلاقی
صداقت	
ترویج ارزش‌های مثبت	
رفتار عادلانه	
انصاف	
نجابت	
تعهد اخلاقی	
تصمیمات اخلاقی	
احترام به نظرات دیگران	
مدیریت اخلاقی	
ایجاد فضای مثبت	

مقوله فرعی	مفاهیم
خصوصیات مدیریتی	هوش مدیریتی
	شایستگی رهبر
	تصویر رهبر
	اعتماد به نفس
	مسئولیت پذیر
	ریسک پذیر
	پاسخگویی
	توانایی مدیریت بحران
	تصمیمات به موقع
	اعتماد سازی
	مهارت در تفکر انتقادی
	پرورش فرهنگ یادگیری
	رضایتمندی
	حسن همبستگی
ویژگی های شخصیتی	تعلق
	برقراری ارتباط مؤثر
	شفافیت
	همدلی
	شرافت داشتن
	مهارت های بین فردی
	توانایی گوش دادن
	قابلیت شنیدن
	روحیه
	ایجاد انگیزه های مثبت
	ایجاد فرهنگ مشارکتی

در جدول (۴) براساس دیدگاه مشارکت کنندگان پژوهش، «قاطعیت و صراحت»، «احتیاط و دوراندیشی»، «درایت و خردمندی» به عنوان عوامل زمینه شناسایی شد.

جدول ۴. نتایج کدگذاری عوامل زمینه‌ای

مفاهیم	مقوله فرعی
تنبیه به موقع و قاطع	قاطعیّت و صراحت
قاطعیّت در برابر متخلفان	
قاطعیّت در پاسخ‌دادن	
نترسیدن در گفتن جواب منفی و مخالف	
عدم مسامحه و آسان‌گیری	
قاطعیّت در تصمیم‌گیری	
برخورد قاطع نسبت به توقعات بیجا و غیرمنطقی افراد	
انتخاب کارگزاران باتقوا	احتیاط و دوراندیشی
مراقبت و توجه بیشتر در زمان اتحاد رقبا	
درنگ کردن و اندیشیدن قبل از پیش‌دستی در کارها	
پوشیده داشتن اسرار	
پرهیز از غفلت و سطحی‌نگری	
نادیده نگرفتن و ضعیف نشمردن قدرت مردم و افراد ضعیف	
مراقبت و کنترل نیروهای نوآموز و تازه‌کار	
عدم اعتماد کامل به هم‌نشینان و اطرافیان	
رعایت جانب احتیاط در برخورد با بیگانگان	
عمل به اسناد بالادستی	
حفظ اسرار سازمانی	
پاسخ‌دادن به پرسش‌ها با تفکر و اندیشه	درایت و خردمندی
توجه به سرمایه داناتی و خرد	
حفظ ارزش جایگاه علم و دانش	
شنونده گفتار بزرگان بودن	
نگرش صحیح نسبت به مسائل	
انجام امور با تدبیر و اندیشه	
سنجیدن راه‌های مختلف برای تصمیم‌گیری نهایی	
تغییر دادن زاویه دید و تغییر نگرش	
استقرار ساختارهای مشورتی	
ایجاد شرایط مطلوب سازمانی	
نگاه به سازمان به منزله یک کل و پرهیز از نگرش بخشی	

در جدول (۵) براساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش، «محرک‌های خارجی» و «محرک‌های داخلی» به عنوان عوامل مداخله‌گر شناسایی شد.

جدول ۵. نتایج کدگذاری عوامل مداخله‌گر

مفاهیم	مقوله فرعی
عوامل اقتصادی	محرك‌های خارجی
تعارض منافع	
فشارهای اجتماعی	
فشارهای سیاسی	
تغییرات قانونی	
محدودیت منابع	محرك‌های داخلی
حمایت اندک	
عدم هماهنگی و همکاری تیمی	
ضعف بازخورد و ارزیابی	
ترس از انتقام یا عواقب منفی	
عدم ثبات مدیریت	

در جدول (۶) براساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش، «درستی و صداقت»، «عدالت و انصاف»، «همدلی و مراقبت»، «مسئولیت‌پذیری»، «احترام به کرامت انسانی» و «رفتار اخلاقی» به‌عنوان ابعاد مقوله محوری (ضریب شرافت رهبران) در نظر گرفته شدند.

جدول ۶. نتایج کدگذاری مقوله محوری

مفاهیم	مقوله فرعی
صادق و درستکار	درستی و صداقت
عدم فریبکاری	
راستگویی	
عدالت در توزیع منابع	عدالت و انصاف
انصاف در برخورد با ذی‌نفعان	
عدالت در پیشرفت کارکنان	
توجه به نیازهای کارکنان	همدلی و مراقبت
توجه به احساسات کارکنان	
حل مشکلات سازمان	مسئولیت‌پذیری
پذیرش مسئولیت خطاها	
عدم توهین به کارکنان	احترام به کرامت انسانی
عدم تحقیر ذی‌نفعان	
آسیب نرساندن به کارکنان	رفتار اخلاقی
برخورد اخلاقی در رفتار	

در جدول (۷) براساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش، «اخلاق مداری»، «ایجاد انگیزه و پویایی»، «بهسازی سازمانی» به‌عنوان راهبردهای ضریب شرافت رهبران در نظر گرفته شدند.

جدول ۷. نتایج کدگذاری راهبردها

مفاهیم	مقوله فرعی
احسان و نیکوکاری	اخلاق مداری
پرهیز از بخل و حسادت	
پرهیز از بدگمانی و بدبینی	
پرهیز از بدگویی و عیب‌جویی	
پرهیز از تظاهر و ریاکاری	
پرهیز از حرص و طمع	
پرهیز از دروغ‌گویی	
پرهیز از غرور و خودخواهی	
پرهیز از فخر فروشی	
پرهیز از کینه‌جویی	
تجسس نکردن در امور دیگران	
به‌دنبال شادی‌های باطنی و ماندگار بودن	ایجاد انگیزه و پویایی
پاسداشت مقام اهل دانش و فرهنگ	
تشویق و حمایت مالی از نیروها	
تعریف و تمجید از بابت رفتار و گفتار درست و خوب	
تقدیر و تشکر از بخشش و کرم دیگران	
حمایت از زیردستان در تمام شرایط و لحظات	
حمایت کردن از طرح‌ها و ایده‌های جدید	
داشتن روحیه جنگاوری و دلیری	
مجبذب کردن دیگران به سوی خویش	
حضور مستقیم در جمع نیروها	
خرد جمعی	بهسازی سازمانی
تفویض اختیار	
مشارکت و تعالی سازمانی	
تصمیم‌گیری مشارکتی	
شایسته‌گزینی نیروهای مدیریتی	
بهبود ضعف‌ها، کمبودها و آسیب‌های مدیریت	
آگاهی بخشی	
الگوسازی	
آموزش	
فرهنگ‌سازی	
منعطف‌سازی ساختار سازمانی	
رعایت سلسله‌مراتب اداری	
تمرکززدایی سازمانی	
بهینه‌سازی و ارتقاء سطح مدیریت	

در جدول (۸) براساس دیدگاه مشارکت کنندگان پژوهش، «رضایت ذی‌نفعان»، «برند کارفرما» و «مزیت رقابتی» به‌عنوان پیامدهای ضریب شرافت رهبران در سازمان امور اقتصادی و دارایی شناسایی شد.

جدول ۸. نتایج کدگذاری پیامدها

مفاهیم	مقوله فرعی
کاهش نارضایتی و ترک شغل	رضایت ذی‌نفعان
بهبود فرهنگ سازمانی	
توسعه شخصی	
اعتماد به نفس	
افزایش بهره‌وری	برند کارفرما
مشروعیت و پذیرش اجتماعی سازمان	
تقویت مسئولیت اجتماعی	
شهرت و اعتبار سازمان	
تقویت مهارت‌های ارتباطی	
توسعه مهارت‌های حل مسئله	
توسعه پایدار	مزیت رقابتی
کاهش فساد	
افزایش بهره‌وری	
بهبود همکاری تیمی	
افزایش وفاداری	
کاهش استرس	
افزایش خلاقیت	

در گام پایانی، تحلیل کیفی به روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد مقولات و مفاهیم فرمول‌بندی شده و روابط میان آنها ترسیم می‌شود. فرایند کدگذاری که از داده‌ها آغاز می‌شود، طی فرایند انتزاع به تدوین نظریه منتهی می‌شود. در این مرحله ارتباط میان کدهای متمرکز در قالب یک شبکه بیان می‌شود. شکل (۲) نشان‌دهنده روابط میان مقوله‌های مزبور در قالب مدل، موسوم به پارادایم کدگذاری محوری است.



شکل ۲. الگوی پارادایمی پژوهش

نتیجه گیری و پیشنهادها

امروزه رهبری، به عنوان محور اصلی هدایت و سازماندهی جوامع و سازمان‌ها، نقشی بی‌بدیل در دستیابی به اهداف و آرمان‌ها ایفا می‌کند. با این حال، صرف برخورداری از قدرت و نفوذ، ضمانت بخش موفقیت و تعالی رهبری نیست. بلکه آنچه رهبر را از یک مدیر صرفاً قدرتمند متمایز می‌سازد، "ضریب شرافت" اوست. امروزه مدیرانی که ضریب شرافت را سرلوحه کار خود قرار می‌دهند، نه تنها به نتایج مالی توجه دارند، بلکه به تأثیرات اجتماعی تصمیمات خود نیز فکر می‌کنند. این رویکرد می‌تواند به ایجاد محیط کاری مثبت‌تر و افزایش رضایت شغلی کارکنان منجر شود. لذا هدف پژوهش حاضر، ارائه الگوی ضریب شرافت رهبران در سازمان امور اقتصادی و دارایی استان گلستان بود. نتایج نشان داد اصول اخلاقی، خصوصیات مدیریتی و ویژگی‌های شخصیتی به عنوان ابعاد ضریب شرافت رهبران تأثیر قابل توجهی بر توانایی و اثربخشی یک رهبر دارند و نقشی کلیدی در ایجاد یک محیط مثبت و پویا ایفا می‌کنند که ترکیب این سه عامل اصلی می‌تواند به شکل‌گیری یک رهبر شرافتمند و موفق کمک کند که نه تنها در مدیریت سازمان‌ها بلکه در ایجاد تغییرات مثبت اجتماعی نیز نقش‌آفرینی کند که اصول اخلاقی با نتایج تحقیقات امامی رودبالی و همکاران (۱۴۰۴) و هاریسون و لوکاسویسکی (۲۰۲۰) همخوانی دارد. در خصوص یافته‌ها پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- سازمان امور اقتصادی و دارایی می‌باید منشور اخلاقی جامعی داشته باشد که اصول و ارزش‌های اخلاقی مورد نظر سازمان را به طور واضح و شفاف بیان کند.
- عملکرد اخلاقی رهبران باید به طور منظم مورد ارزیابی قرار گیرد. این ارزیابی می‌تواند براساس بازخورد کارکنان، ذی‌نفعان و سایر منابع اطلاعاتی انجام شود.
- سازمان امور اقتصادی و دارایی باید برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای را برای ارتقای مهارت‌های اخلاقی رهبران خود برگزار کند. این برنامه‌ها باید شامل مباحثی مانند تصمیم‌گیری اخلاقی، حل تعارض اخلاقی و مدیریت اخلاقی باشد.
- رهبر به عنوان یک الگو و سرمشق، ارزش‌های مثبت همچون عدالت، همدلی، نوع‌دوستی و مسئولیت‌پذیری را در جامعه یا سازمان خود ترویج کند.
- رهبر به نظرات و دیدگاه‌های مختلف احترام گذاشته و از تحمیل نظرات خود خودداری کند.
- رهبر باید مسئولیت تمامی تصمیمات و اقدامات خود را برعهده بگیرد و در صورت بروز اشتباه، مسئولیت آن را بپذیرد.

منابع

- امامی رودبالی، مهدی و همکاران (۱۴۰۴)، هوش شرافت رهبران سازمانی و اهمیت آن در محیط کار، هجدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی.
- حسن‌پور، اکبر؛ جعفری‌نیا، سعید؛ رنگریز، حسن و یوسفی‌فر، حسن (۱۴۰۳)، مفهوم‌پردازی مدیران نیمکت‌نشین در سازمان‌های دولتی، **مطالعات رفتار سازمانی**، دوره سیزدهم، شماره ۳: ۶۹-۱۰۸.
- خدایی، غلامحسین (۱۴۰۳)، درباب شرافت کاری، **بهورز**، دوره سی‌وپنجم، شماره ۱۲۱: ۱-۱۰.
- سیدی، سیدمسعود و زاهدی‌فر، ادهم (۱۴۰۲)، پرورش و شکوفایی هوش فرهنگی در سازمان‌ها، **مطالعات توسعه و مدیریت منابع**، دوره یکم، شماره دوم: ۶۹-۷۸.
- نظام‌دوست فراز، نیره؛ گیوکی، ابراهیم و زمانی‌مقدم، افسانه (۱۴۰۳)، طراحی مدل حمایت سازمانی برای توسعه رفتار شهروندی سازمان‌های هوشمند (مورد مطالعه: شرکت مپنا)، **مطالعات دین، معنویت و مدیریت**، دوره یازدهم، شماره ۱۳۱: ۲۱-۱۵۴.

References

- Boulding, B. (2019). **For Leaders, Decency Is Just as Important as Intelligence**. Harvard Business Review (July, 2019) Available at: <https://hbr.org/2019/07/for-leaders-decency-is-just-as-important-as-intelligence>.
- Creswell, J. (2018). **Research design: qualitative, quantitative and mixed approaches of the research design**. Translation: Alireza Kiamanesh. University Jihad Publications (Allameh Tabatabai University), first edition.
- Daugherty, R., Zelihic, M., Deresa, C., Nga'mbi, H. C., & Ssekamatte, D. (2021). Empowering global leaders through workplace sustainability: A case of Zambian leaders. **TD: The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa**, 17(1), 1-10.
- Hadžiomerović, B., Kurtić, E., & Arslanagić Kalajdžić, M. (2021). Understanding the dimensions of managerial decency construct. **Management: Journal of Contemporary Management Issues**, 26(1), 37-62.
- Harrison, S. G. (2007). **The Manager's Book of Decencies: How Small Gestures Build Great Companies**. McGraw Hill Professional.
- Harrison, S., & Lukaszewski, J. (2020) **The Decency Code: The Leader's Path to Building Integrity and Trust**, McGraw Hill; 1st edition.
- Polman, P., & Winston, A. (2022). **Becoming a Courageous, Net Positive Leader**. *Leader to Leader*, 2022(103), 25-30.
- Spitzer, R. (2021). Interview With Rumay Alexander, EdD, RN, FAAN. **Nurse Leader**, 19(2), 118-119.
- Strauss, A. & Corbin J. (1990), **Basies of qualitative research: Grounded Theroy Procedures and Techniques**, Newbury Park, CA: Sage Publication.
- Whiteley, P. F., & Winyard, S. J. (2018). *Pressure for the poor: the poverty lobby and policy making* (Vol. 24). Routledge.