

Original Article

Explanation and Presentation of a Model of Professional Ethics for the Managers of Banking Industry

Hadi Rahmdel¹, Mosayeb Samanian², Azar Kaffashpoor^{3*}

1. Ph.D Student of Management, Islamic Azad University of Bojnourd, Bojnourd, Iran.

2. Assistant Professor, Islamic Azad University of Bojnourd, Bojnourd, Iran.

3. Associate professor, Department of Management, Faculty of Economics and Administrative Science, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. (Corresponding Author) Email: Kafashpor@um.ac.ir

Received: 23 Jan 2019 Accepted: 7 Apr 2019

Abstract

Background and Aim: Observance of professional ethics by managers is considered as one of the most important variables in the success of organizations. The purpose of this study was to explain and present a model of professional ethics for banks managers and identify its determinants.

Materials and Methods: The data based theory with a Glaserian approach was used in this qualitative study, in 2018. In-depth semi-structured interviews were used to collect data. After interviewing with 15 managers of the banks of Khorasan Razavi province, theoretical saturation was achieved. They selected through purposive sampling. Data analysis was done using deductive content analysis and the continuous process of data comparison and open, pivotal and selective coding through Maxqda 10 Software and then, the model was presented.

Findings: 403 basic concepts and 23 professional ethics themes emerged for bank managers, which were categorized into three individual, organizational and extra-organizational dimensions and presented as the model. The determinants of professional ethics included: At the individual level, charm, risk taking, self-promotion, trustworthiness, social habits, top-notch, decisiveness and work conscience; At the organizational level, meritocracy, participatory, honesty, respectfulness, service motivation, values and law adherence, justice and fairness, foresight and competitiveness and at the organizational level, customer-orientation, social responsibility, accountability, public benevolence and trust building.

Conclusion: This study presented a comprehensive model of professional ethics for bank managers. It is recommended to use this model as a guide of organizational and professional ethics for bank managers.

Keywords: Professional Ethics; Bank Managers; Individual; Organizational; Extra-Organizational

Please cite this article as: Rahmdel H, Samanian M, Kaffashpoor A. Explanation and Presentation of a Model of Professional Ethics for the Managers of the Banking Industry. *Bioethics Journal* 2019; 9(32): 7-18.

تبیین و ارائه مدل بومی اخلاق حرفه‌ای برای مدیران صنعت بانکداری

هادی رحمدل^۱، مصیب سامانیان^۲، آذر کفاش‌پور^{۳*}

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی بجنورد، بجنورد، ایران.

۲. استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد، بجنورد، ایران.

۳. دانشیار، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. (نویسنده مسؤول) Email: kafashpor@um.ac.ir

دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۳ پذیرش: ۱۳۹۸/۱/۱۸

چکیده

زمینه و هدف: در عصر حاضر، رعایت اخلاق حرفه‌ای توسط مدیران به عنوان یکی از مهم‌ترین متغیرها در موفقیت سازمان‌ها به شمار می‌آید. پژوهش حاضر با هدف تبیین و ارائه مدل بومی اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک و شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های آن انجام شده است. **مواد و روش‌ها:** در این مطالعه کیفی از رویکرد نظریه داده‌بنیاد، مبتنی بر رهیافت ظاهرشونده گلنیر در سال ۱۳۹۷ استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند استفاده شد. پس از مصاحبه با ۱۵ نفر از مدیران ستادی و رؤسای شعب بانک کشاورزی خراسان رضوی که به صورت هدفمند انتخاب شدند، اشباع نظری داده‌ها حاصل شد. تحلیل محتوی داده‌ها به روش استقرایی و مقایسه مستمر در فرآیند کدگذاری باز، محوری و انتخابی با استفاده از نرم‌افزار Maxqda 10، انجام و پس از سازماندهی به صورت مدل ارائه گردید.

یافته‌ها: ۴۰۳ مفهوم اولیه و ۲۳ مقوله اخلاق حرفه‌ای برای مدیران بانک پدیدار شد که در سه بعد فردی، سازمانی و فراسازمانی طبقه‌بندی و به صورت مدل ارائه شدند. در سطح فردی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای پدیدار شده عبارت از: جوانمردی، خطرپذیری، خودارتقای، امانت‌داری، آداب اجتماعی، سعه صدر، قاطعیت و وجدان کاری؛ در سطح سازمانی عبارت از: شایسته‌سالاری، مشارکت‌طلبی، پاک‌دستی، تکریم کارکنان، انگیزه خدمت، پایبندی به ارزش‌ها، قانون‌مداری، عدالت و انصاف، آینده‌نگری و رقابت‌طلبی؛ در سطح فراسازمانی عبارت از: مشتری‌مداری، مسؤولیت اجتماعی، پاسخگویی، خیرخواهی عمومی و اعتمادآفرینی بودند. **نتیجه‌گیری:** این پژوهش یک مدل جامع اخلاق حرفه‌ای برای مدیران بانک‌ها ارائه نمود. استفاده از این مدل به عنوان راهنمای اخلاق سازمانی و حرفه‌ای برای مدیران بانک‌ها توصیه می‌گردد.

واژگان کلیدی: اخلاق حرفه‌ای؛ مدیران بانک؛ داده‌بنیاد؛ فردی؛ سازمانی؛ فراسازمانی

مقدمه

پیچیده‌تر شدن سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیر اخلاقی، غیر قانونی و غیر مسؤولانه در محیط‌های کاری، توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق کار و مدیریت اخلاقی معطوف ساخته است (۱). یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌ها است تا آن‌ها با حس مسؤولیت و تعهد به مسائل جامعه و حرفه خود بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند (۲). مدیران سازمان‌ها، امروزه دریافته‌اند که بدون وجود نظام اخلاقی یکپارچه که در آن نیازهای اخلاقی فرد، سازمان و جامعه از جهات و جنبه‌های اقتصادی، سیاسی و اعتقادی برآورده شود، قادر به ادامه حیات خود نیستند. نظام اخلاقی یکپارچه با نگرشی کل‌گرا و سیستمی تمامی ابعاد اخلاقی را در نظر می‌گیرد و با ایجاد تعادل و توازن به ایجاد اخلاقیات قابل پذیرش و همگانی توفیق می‌یابد (۳). اگر در سازمانی ارزش‌های اخلاقی رعایت شود، نیروی انسانی آن سازمان وفادار به ارزش‌های سازمانی و متمایل به حفظ عضویت در آن سازمان خواهد بود. نتیجه وفاداری به ارزش‌های سازمانی، کوششی فراتر از وظایف تعیین‌شده و توسعه شاغل است. افزایش بهره‌وری و کارایی، ایجاد خلاقیت و نوآوری، منجر شدن به یکپارچگی و همبستگی، بهبود کیفیت، توجه بیشتر به کارکنان، جلوگیری از فساد و سوء استفاده از قدرت، از آثار رعایت اصول اخلاقی در سازمان است (۴). چالشی که برای مدیران وجود دارد شناسایی این اصول اخلاقی به نحوی است که بهره‌وری سازمان را به خطر نیندازد؛ با توجه به این‌که در طبیعت انسان و تفکر انتزاعی و ایده‌آل بشر، مبانی اخلاقی یافت می‌شود که می‌توان آن‌ها را چارچوب اصلی اخلاق کاری و اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها قرار داد (۵). منش‌های اخلاقی جمع خلق و به معنای نیرو و سرشت باطنی انسان است که تنها با دیده بصیرت و غیر ظاهر قابل درک است (۶). اخلاق، رفتار ارتباطی پایدار مبتنی بر رعایت حقوق طرف ارتباط است. بر اساس این تعریف، اخلاق به نسبت بین دو امر اطلاق می‌شود. کسی که رفتاری انجام

می‌دهد و کسی یا چیزی که به نحوی هدف آن رفتار قرار می‌گیرد (۷). اخلاق از ساختارها و مناسبات، فرهنگ، دین، نظام‌های هنجاری و حقوقی، نظام خانواده، یادگیری اجتماعی، اعتقاد و نگرش‌های مردم تأثیر می‌پذیرد و همان‌گونه که می‌توان از اخلاق در سطح کلان نظام اجتماعی یا اخلاق در سطح فردی بحث نمود، اخلاق در سطح زیر نظام‌ها، سازمان‌ها و مشاغل مختلف نیز موضوعیت دارد (۸).

اخلاق حرفه‌ای مهم‌ترین جزء اخلاق کاربردی است که به مباحث اخلاقی در حرفه می‌پردازد (۹). اخلاق حرفه‌ای به معنای بایدها و نبایدهای ارزشی - فلسفی و ملاک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار شخص نسبت به خود، دیگران و جامعه و همچنین مسؤولیت تعهدی که شخص در حرفه خود نسبت به دیگران و جامعه دارد، می‌باشد (۱۰). در تعریفی دیگر اخلاق حرفه‌ای بیان اصول، قواعد و قوانین اخلاقی است که هر فرد به مقتضای شغل خود دارد، باید آن‌ها را رعایت کند (۱۱). اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌هایی که به ارائه خدمات حرفه‌ای می‌پردازند به واسطه آنکه مشتریان آن‌ها اطلاعات زیادی در آن حوزه ندارند، از اهمیت قابل توجهی برخوردار است (۱۲). امروزه با توجه به پیچیدگی‌های محیطی و تغییرات فزاینده در دنیای کسب و کار و از سوی دیگر فاصله گرفتن سازمان‌ها از تعهدات اخلاقی، صاحب‌نظران به اهمیت اخلاق حرفه‌ای برای موفقیت بلندمدت سازمان تأکید دارند. بسته به ماهیت سازمان، میزان رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای و رفتار حرفه‌ای کارکنان آن، در سرنوشت و بقایش تأثیرگذار است. حال اگر سازمان به اقتضای ماهیت خود با مسائل مالی و حساسیت‌هایی از این نوع مواجه شود، اهمیت اخلاق حرفه‌ای کارکنان دوچندان می‌گردد (۱۳).

مقایسه وضعیت اخلاق حرفه‌ای در جهان صنعتی در دو حوزه معرفتی و اجتماعی، منزلت اخلاق حرفه‌ای در ایران باستان و جایگاه راهبردی اخلاق حرفه‌ای در آموزه‌های اسلامی و منزلت اخلاق حرفه‌ای در تمدن اسلامی با وضعیت موجود، بیانگر این واقعیت تلخ است که بر سر گنج از گدایی مرده‌ایم. عدم رشد اخلاق حرفه‌ای در مشاغل و سازمان‌ها و توسعه نیافتگی آن به عنوان یک دانش، عوامل فراوانی دارد که

یکی از آن‌ها کم‌کاری در حوزه اخلاق پژوهی به طور عام و اخلاق حرفه‌ای به طور خاص است. شناخت میراث غنی ما در اخلاق حرفه‌ای می‌تواند ما را به توسعه این دانش ترغیب کند و راه آن را نشان دهد (۷). اصول اخلاق حرفه‌ای دارای ارزش والایی است و نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت معطوف به آینده سازمان غیر قابل انکار است. دوری از اخلاق حرفه‌ای سازمان‌ها را سخت آسیب‌پذیر و متضرر می‌سازد و دستیابی به اخلاق حرفه‌ای موجب مزیت راهبردی می‌شود (۱۴).

بی‌توجهی سازمان‌ها و مدیران به اخلاق کار و ضعف در برخورد با نیروی انسانی و ذی نفعان بیرونی، می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان و مدیران ایجاد کند و مشروعیت سازمان و مدیران و اقدامات آن را به زیر سؤال ببرد (۱۵). اخلاق‌گرایی مدیران از جهت دیگر نیز اهمیت دارد و آن نقش الگویی و تأثیر تصمیم‌گیری آن‌ها در سازمان است. از طرفی دیگر مدیران غالباً الگوی کارمندان قرار می‌گیرند و اخلاق فردی آن‌ها می‌تواند موجب ترویج اخلاقیات در فرهنگ سازمانی باشد. به همین دلیل اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی مدیران در اخلاق حرفه‌ای نقش اساسی دارد (۱۶). اگر ارتباط مدیران با کارکنان یک ارتباط مبتنی بر اخلاق حرفه‌ای و اثرگذار باشد، قطعاً سازمان به اهدافش خواهد رسید و اگر این ارتباط مبتنی بر رفتارهای غیر اخلاقی باشد، قطعاً اثرات و پیامدهای آن، سازمان را از رسیدن به اهدافش باز می‌دارد. پس نحوه مدیریت مدیران سازمان‌ها باید به نحوی باشد که با ترکیب کردن اصول اخلاقی با قوانین جاری، فرهنگ کار مفید را در سازمان گسترش دهند. مدیرانی که به ابعاد انسانی و اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه نمی‌کنند و برای رسیدن به اهدافشان حاضرند اصول اخلاقی و انسانی را زیر پای بگذارند، شاید در کوتاه‌مدت نتیجه بگیرند، ولی در بلندمدت چنین دیدگاهی معمولاً خلاقیت، کارایی و تعهد کارکنان را کم‌رنگ نموده و باعث کاهش شدید بازدهی در سازمان خواهد بود (۱۷).

رعایت موازین اخلاق حرفه‌ای از سوی مدیران برای موفقیت سازمان‌ها در اقتصاد امروزی بسیار مهم و حیاتی

است. رفتار اخلاقی مدیران سازمان‌ها نقش اساسی در شکل‌گیری و حفظ روابط بلندمدت میان سازمان و مشتریان و کارکنانش ایفا می‌کند (۱۸). توجه بیشتر به اخلاق حرفه‌ای در نظام بانکی ضروری و اجتناب‌ناپذیر است، زیرا حفظ و افزایش اعتماد به صنعت بانکداری برای همه سهام‌داران بانک‌ها، صاحبان سرمایه‌های خرد و کلان اقتصاد، صاحبان حرف و مشاغل و سهام‌داران آن‌ها و بالاخره نظام سیاسی هر کشور بسیار مهم و حیاتی است و این مهم به ناچار جز از طریق حرکت سریع‌تر به سوی بانکداری اخلاق‌مدار میسر نخواهد بود (۱۹). خیاط‌مقدم و طباطبایی‌نسب تحقیقی تحت عنوان «مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت از دیدگاه اسلام» و صانعی و یاری تحقیقی تحت عنوان «تحلیل مؤلفه‌های اصول اخلاق حرفه‌ای مدیران در حوزه مدیریت منابع انسانی» انجام دادند (۲۰-۲۱). این پژوهش‌ها به روش کمی انجام شده و منجر به یک مدل نشده است و بیشتر کدهای اخلاقی را در مدیریت از دو دیدگاه مختلف تدوین نموده‌اند. همچنین اغلب منشورهای اخلاقی موجود بانکداری مشتری‌مدار بوده و به طور خاص الگوی اخلاقی را برای مدیران بانک‌ها به عنوان حرفه‌مندان این سازمان ارائه نداده‌اند. از این رو با توجه به رسالت و مأموریت و فعالیت حرفه‌ای بانک‌ها می‌توانند با طراحی و تبیین مدل بومی اخلاق حرفه‌ای مدیران در مطابقت با فرهنگ جامعه و سازمان، ظرفیت‌سازی اخلاقی مدیران و کارکنان را بهبود بخشند. با وجود فرهنگ غنی و ارزش‌های والای اخلاقی، می‌توان مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای را متناسب با اصول حرفه‌ای و اهداف فعالیت‌ها به صورت کاملاً بومی تدوین و تبیین کرد. مقاله حاضر در تکمیل پژوهش‌های انجام شده و با هدف ارائه الگوی بومی اخلاق حرفه‌ای برای مدیران در صنعت بانکداری، به صورت مشخص به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که الگوی اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک چگونه است؟ و این الگو چه ابعاد و مؤلفه‌هایی باید داشته باشد؟

مواد و روش‌ها

در این پژوهش کیفی، از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، رویکرد ظاهر شونده یا گلیزری (Glaserian) استفاده شد.

علت استفاده از یک روش‌شناسی خاص، به عوامل مختلفی برمی‌گردد که مهم‌ترین آن‌ها سؤال و هدف تحقیق است. هرگاه پژوهشگر در نظر داشته باشد، تجارب و دیدگاه‌های افراد را به منظور صورت‌بندی یک نظریه مورد کاوش قرار دهد، نظریه داده‌بنیاد شیوه مناسبی خواهد بود. استفاده از این روش در شرایطی که درک اندکی از یک پدیده وجود دارد یا نظریه‌های موجود فاقد تبیین کاملی از پدید مورد نظر باشند، توصیه شده است (۲۲). از سوی دیگر، روش‌های کیفی را می‌توان برای کشف عرصه‌هایی از زندگی که از آن‌ها چیزی نمی‌دانیم یا بسیار می‌دانیم، اما می‌خواهیم فهم تازه‌ای از آن‌ها به دست بیاوریم، به‌کاربرد (۲۳). هدف اصلی تحقیق، تعیین‌کننده نوع روشی است که پژوهشگر می‌تواند بر اساس آن به شکل مطلوب‌تری به پاسخ سؤالات خود دست یابد. محققانی که قصد بررسی تجارب افراد به منظور خلق نظریه را دارند، می‌توانند از روش گراندد تئوری (Grounded Theory) به خوبی بهره‌مند شوند (۲۴). در میان روش‌های کیفی و تفسیری، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد مزایای منحصر به فردی برای پژوهشگران به همراه دارد، چراکه ظرفیت بالایی برای تفسیر پدیده‌های پیچیده داشته و به محقق آزادی عمل بیشتری برای بررسی حوزه مطالعه و ظهور مفاهیم می‌دهد (۲۵). نظریه داده‌بنیاد از زوایای متعدد و با رویکردهای گوناگونی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد، که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: رویکرد استرواسی یا نظام‌مند (Straussian or Systematic Approach)، رویکرد گلیزری یا ظاهرشونده (Glaserian or Emergent approach)، رویکرد ساخت‌گرایانه (Constructivist Approach).

از آنجایی که اغلب منشورهای اخلاقی موجود بانک‌ها مشتری‌مدار بوده و به طور خاص الگوی اخلاقی را برای مدیران بانک‌ها به عنوان حرفه‌مندان این سازمان ارائه نداده‌اند، از میان این سه رویکرد، در پژوهش حاضر، از رویکرد ظاهرشونده استفاده شد، زیرا رویکرد ظاهرشونده یا گلیزری، الگوهای گسترده‌تر و متنوع‌تری را جهت تلفیق داده‌ها ارائه می‌دهد. این رویکرد به جای تحمیل نظریه به داده‌ها، نظریه را از بطن داده‌ها کنکاش می‌کند و به محقق وسعت نظر بیشتری می‌دهد (۲۶).

جامعه مورد مطالعه عبارت از مدیران ستادی و رؤسای شعب بانک کشاورزی خراسان رضوی بودند که دارای حداقل ۵ سال سابقه کار مدیریتی و بالاترین نمره ارزشیابی عملکرد سالانه بودند. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند استفاده شد. پس از مصاحبه با ۱۵ نفر از مدیران، اشباع نظری داده‌ها حاصل شد. محورهای گفتگو از قبل در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت تا بتوانند با آمادگی در جلسه شرکت کرده و اطلاعات مورد نظر را ارائه کنند. برای انجام مصاحبه‌ها، محققین اقدام به طراحی راهنمای مصاحبه نموده‌اند. راهنمای پرسشگری پس از هر مصاحبه دستخوش تغییر و دگرگونی می‌شد و دلیل آن نیز استفاده مستمر از منطق حساسیت نظری است. حساسیت نظری، یعنی با توجه به داده‌های موجود در مرحله بعد چه سؤالی و از چه کسی پرسیده شود تا پوشش داده‌ها کامل گردد. مصاحبه‌ها تا آنجا که محقق به کفایت نظری و یا اشباع در ظهور داده‌های جدید دست یابد، ادامه یافت (۲۷). هر مصاحبه ۶۰-۱۲۰ دقیقه به طول انجامید. سؤالات اصلی به شرح زیر بودند:

۱- دیدگاه شما درباره اخلاق حرفه‌ای چیست؟

۲- مدیر بانک در تعامل با چه گروه‌هایی در سازمان باید اخلاق حرفه‌ای را رعایت کند؟

۳- رؤسای شعبه بانک‌ها در تعامل با مشتریان چه مسائل اخلاقی را باید رعایت کنند؟

۴- به عنوان مدیر در ارتباط با کارکنان زیردست خود چه موازین اخلاق حرفه‌ای را رعایت می‌کنید؟

تمامی مصاحبه‌های انجام‌شده ضبط و متن مصاحبه‌ها در نرم‌افزار Maxqad 10 پیاده‌سازی شد و هر یک از مصاحبه‌ها بلافاصله مورد کدگذاری و تحلیل قرار گرفت. در کدگذاری دور اول (کدگذاری باز) داده‌ها به بخش‌های منفرد تجزیه شدند و در دور دوم کدگذاری (کدگذاری انتخابی و نظری) کدها به صورت مداوم با هم مقایسه، سازماندهی مجدد و در قالب مقوله تنظیم شدند، البته مرزهای بین کدگذاری دور اول و دوم، اعتباری است و در واقعیت بین مراحل مختلف کدگذاری مقایسه مستمر و رفت و برگشت اتفاق می‌افتد. در

کدگذاری باز محقق با توجه به حساسیت نظری و سؤالات راهنمای مصاحبه وارد تحلیل متن می‌شود. برای کدگذاری باز، محقق ابتدا قطعه‌ای از متن را انتخاب می‌کند و در جدول قرار می‌دهد. او در ادامه کلمه به کلمه و خط به خط متن را تحلیل می‌کند و کوچک‌ترین واحد معنایی در مصاحبه را که گمان می‌کند پاسخ به پرسش در نظر گرفته شده است، به عنوان کد اولیه انتخاب و در ستون مربوطه یادداشت می‌کند (۲۸). پس از هر مصاحبه بلافاصله کدگذاری داده‌ها صورت می‌گرفت. برای رسیدن به کدهای اولیه هر یک از مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی متن آن‌ها، به صورت جمله به جمله مورد بررسی دقیق قرار می‌گرفت و سپس پیام اصلی با مفهوم کلیدی که در هر یک از عبارات مستتر بود، استخراج می‌شد. در برخی جمله‌ها، مشارکت‌کنندگان از اصطلاحاتی استفاده می‌کردند که مستقیماً قابل استفاده به عنوان یک کد بود و در برخی موارد، مفهومی در ورای جملات پنهان بود که پژوهشگر با توجه به نیت گوینده یک مفهوم را به آن نسبت داده و به صورت یک کد اولیه در نظر گرفته است. به عنوان نمونه وقتی مصاحبه شونده‌ای می‌گوید: «مهم‌ترین شاخص اخلاق حرفه‌ای که یک مدیر بانک باید داشته باشد، امانتداری است» برچسب مفهومی امانتداری، مستقیماً به عنوان یک کد قابل استنباط است، اما در جمله «رییس شعبه باید از تخریب رقبا دوری کند» مفهوم جوانمردی، توسط پژوهشگر برای آن انتخاب شده است. در کدگذاری انتخابی بیش از صدها کد که حاصل مرحله اول کدگذاری (کدگذاری باز) است، در این مرحله شروع به متراکم‌سازی می‌شود. در این مرحله از کنار هم قرارگرفتن کدهای باز، مقوله‌ها (مفاهیم) ظهور پیدا می‌کنند. روند کار به صورت استقرایی به این صورت بوده است که محقق کدهایی که با یکدیگر شباهت و ارتباط دارند، در کنار یکدیگر قرار داده و در سطح انتزاعی بالاتر عنوانی (برچسب) برای آن‌ها برمی‌گزیند و یا تولید می‌کند که حاصل آن مفاهیم (مقوله‌ها) هستند. در واقع گام‌های این تحقیق، بر مبنای رویکرد ظاهرشونده (گلیزری) در نظریه داده‌بنیاد، نشان از رفت و برگشتی‌بودن فرآیند این تحقیق دارد و این اقدام بر استحکام پژوهش، می‌افزاید. در رویکرد ظاهرشونده، استحکام

و اعتبار پژوهش، در نظریه داده‌بنیاد، بر چهار معیار زیر استوار است: ۱- تناسب؛ ۲- مرتبط‌بودن؛ ۳- مؤثر واقع‌شدن و کاربردپذیری؛ ۴- قابلیت اصلاح (۲۸). محقق با عنایت به این‌که مقوله‌های مختلف شکل گرفته، چه مضامین مشترکی را القا می‌نمایند، آن‌ها را به طبقات خاص تخصیص داده و در حقیقت یک فرآیند استقرایی که از داده‌های خام به سمت مفاهیم، مقولات و طبقات انتزاعی حرکت می‌کند و به طور طبیعی از بستر داده‌ها ظهور یافته، در این طبقه‌بندی مشاهده می‌شود. به منظور حصول اطمینان از اعتبار یافته‌های پژوهش و صحت فرآیند تحلیل داده‌ها، برخی از کدگذاری‌های اولیه به رؤیت مصاحبه‌شوندگان رسید، نتایج کدگذاری انتخابی با چند تن از استادان و صاحب‌نظران مدیریت در میان‌گذارده شد و همچنین نتایج کار در اختیار چند تن از مدیران بانک که واجد تخصص مدیریتی بودند، قرار گرفت و بر اساس بازخوردهای ارائه‌شده استحکام فرآیند و نتایج تقویت شد. در کنار این موارد، درگیری طولانی‌مدت محقق با موضوع و شناخت مناسب از متن و فضای مطالعه برای اعتبار یافته‌ها صورت گرفت. به منظور تحلیل‌های دقیق پژوهش، به ویژه در مرحله مدل‌سازی، از نرم افزار Maxqda 10 استفاده شد.

گلیزر در هریک از خانواده‌های کدگذاری، بدون ارائه یک الگوی شماتیک مشخص، تنها به مجموعه‌ای از واژه‌ها اشاره می‌کند، که هر یک از آن‌ها می‌توانند در تلفیق کدهای حقیقی، راهنما باشند. به عبارت دیگر وی در اشاره به هر یک از خانواده‌های کدگذاری، بدون معین‌کردن نحوه پیوند میان واژه‌ها، محقق را آزاد می‌گذارد تا خود اقدام به تلفیق کدها نماید (۲۲). در این پژوهش از «خانواده فرهنگی» استفاده شد. این خانواده شامل مجموعه‌ای از واژه‌هایی است که به پدیده‌های فرهنگی اشاره دارد؛ به عنوان مثال هنجارهای اخلاقی، ارزش‌های اخلاقی و... برای تلفیق و سازماندهی مقولات از آن‌ها استفاده شده است.

ملاحظات اخلاقی

پژوهشگر در ابتدای پژوهش، موضوع و هدف تحقیق را برای مشارکت‌کنندگان توضیح داده و رضایت شفاهی آن‌ها را

دوش مدیران آن است، لذا مدیران را می‌توان از جهت عملکرد غیر اخلاقی سازمان مورد نقد و بازخواست قرارداد (۲۹). در سطح سازمانی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک که از تجزیه و تحلیل داده‌ها و کد گذاری باز و انتخابی نظریه داده‌بنیاد به دست آمد، عبارتند از: شایسته‌سالاری، مشارکت طلبی، پاک‌دستی، تکریم‌کارکنان، انگیزه خدمت، پایبندی به ارزش‌ها، قانون‌مداری، عدالت و انصاف، آینده‌نگری، رقابت‌طلبی.

۳- سطح فراسازمانی

به دلیل رشد و گسترش سازمان‌ها و افزایش نقش آن‌ها در جوامع، پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های سازمان‌ها و تأثیر آن‌ها بر ذی‌نفعان مختلف، اهمیتی روزافزون یافته است، به گونه‌ای که عملکرد اخلاقی و اجتماعی انسان‌ها بر عملکرد سازمان‌ها اثرات عظیمی دارد. در سطح فراسازمانی شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک که از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری باز و انتخابی نظریه داده‌بنیاد به دست آمد، عبارتند از: مشتری‌مداری، مسؤولیت اجتماعی، پاسخگویی، خیرخواهی عمومی، اعتماد آفرینی.

با توجه به حجم پژوهش تنها به برخی از مصادیق مربوط به مفاهیم و مقوله‌ها در طبقات مختلف اشاره شد. پس از طبقه‌بندی مقوله‌ها مدلی برای اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک ترسیم شد (شکل ۱).

بحث

هدف از این پژوهش تبیین و ارائه مدل بومی اخلاق حرفه‌ای برای مدیران بانک‌ها بود. در پژوهش حاضر ۲۳ مؤلفه اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک در سه بُعد، فردی، سازمانی و فراسازمانی به دست آمد. اغلب کدهای اخلاقی به دست‌آمده در مطالعات مشابه، ولی کمی، به صورت کدهای اولیه در این پژوهش وجود دارد مانند «جذب مؤثر و استخدام درست» که زیرمجموعه مقوله «شایسته‌سالاری» و «انجام تعهد در جهت کاهش آسیب‌های شغلی» که زیرمجموعه مقوله «تکریم کارکنان» در این تحقیق قرار گرفته است (۲۱-۲۰)، اگرچه در سطح دکتری نیز رساله‌هایی برای ارائه مدل اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، از جمله گرزین متاعی در رساله خود تحت عنوان

اخذ نمود. به مصاحبه‌شوندگان اطمینان داده شد که از اطلاعات شخصی آنان محافظت خواهد شد.

یافته‌ها

در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار، ۴۰۳ مفهوم اولیه (کد اخلاقی) به دست آمد که در ابتدا در ۴۲ مقوله طبقه‌بندی شدند. با بررسی مجدد و کدگذاری انتخابی، برخی مقوله‌ها ادغام و تعدادی به علت بی‌ربط بودن حذف شدند، سپس این مفاهیم با بررسی مجدد و رفت و برگشتی که در نظریه داده‌بنیاد وجود دارد، توسط پژوهشگر و با راهنمایی استادان و بازبینی توسط دانشجویان دکتری مدیریت، هر کدام در یک مقوله مرتبط قرار گرفتند. سعی بر این بود که تا آنجا که امکان دارد مفاهیم مرتبط در یک طبقه قرار داشته باشند. این گزینش و طبقه‌بندی چندین بار اصلاح شد و با بررسی مجدد متن مصاحبه‌ها و مفاهیم و مقوله‌ها در جلسات متعدد با استادان، مقوله‌ها در ۲۳ مورد تثبیت شد. در نهایت یافته‌های الگوی اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک در سه سطح فردی، سطح سازمانی و فراسازمانی ظاهر شد:

۱- سطح فردی

در سطح فردی ویژگی‌های اخلاقی در شخصیت مدیران جای دارد. به طور کلی مدیران در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی‌های خاص اخلاقی هستند که نظر، گفتار و رفتار آن‌ها را شکل می‌دهد. این ویژگی‌های اخلاقی بر روی میزان کارایی و اثربخشی اقدامات بانک به عنوان یک سازمان تأثیر می‌گذارند. در سطح فردی مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک عبارتند از: جوانمردی، خطرپذیری، خودارتقای، امانتداری، آداب اجتماعی، سعه صدر، قاطعیت و وجدان کاری.

۲- سطح سازمانی

سازمان بسیار مؤثرتر از افراد عمل می‌کند و به همین دلیل می‌تواند سازنده یا مخرب باشد و حقوق افراد را حفظ و یا پایمال کند. سازمان می‌تواند عملکرد اخلاقی و یا غیر اخلاقی داشته باشد. پس همان‌گونه که از اشخاص سخن می‌رود از سازمان اخلاقی نیز می‌توان سخن گفت. تحقق مسؤولیت‌های اخلاقی سازمان مانند مسؤولیت‌های حقوقی بر

«ارائه مدل اخلاق حرفه‌ای در مؤسسات آموزش عالی استان مازندران» از روش کمی - توصیفی استفاده نموده است، اما منجر به مدل فرایندی نشده است و فاقد ابعاد و طبقه‌بندی می‌باشد (۳۰). مرتبط‌ترین پژوهش از حیث مشابهت در بافت، پژوهشی است که توسط پیکانی و صریحی‌اسفستانی تحت عنوان «ارائه الگوی اخلاق حرفه‌ای جهت ارتقای پاسخگویی عمومی در سازمان‌های دولتی» انجام شده است (۳۱). روش این تحقیق آمیخته اکتشافی بود و ابعاد مدل در سه سطح فردی، سازمانی و فراسازمانی به دست‌آمده در پژوهش حاضر با ابعاد این مطالعه همخوانی دارد، مدیران بانک‌ها باید در سه سطح فردی، سازمانی و فراسازمانی مؤلفه‌های اخلاقی را به کار ببرند. در سطح فردی بیشتر ویژگی‌ها و منش‌های فردی یا شخصیت اخلاقی (Moral Character) مطرح هستند، مانند قاطعیت و جوانمردی و در سطح سازمانی به نحوه ارتباط مدیر با دیگران کارکنان می‌پردازد، مانند تکریم کارکنان و شایسته‌سالاری. در سطح فراسازمانی، مدیر با گروه‌هایی خارج از سازمان در ارتباط است، مانند رقبا و سازمان‌های بیرونی و مشتریان. در این ارتباط مدیر باید مؤلفه‌های اخلاقی، مانند «مسئولیت اجتماعی» و «مشتری‌مداری» را به کار گیرد. در مطالعه دیگری که قاضی و همکاران تحت عنوان «طراحی مدل اخلاق حرفه‌ای در پزشکان: مدل دلفی» انجام دادند (۳۲)، ۱۳ مؤلفه اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است که در چهار مؤلفه با مدل پژوهش حاضر، هم‌پوشانی و اشتراک دارد، هرچند مدل برای پزشکان طراحی شده است، ولی چند مؤلفه آن در این تحقیق به عنوان کد اولیه مطرح شده است. به طور مثال مؤلفه‌های «حساسیت اخلاقی» و «وظیفه‌شناسی» در این پژوهش، کدهای اولیه مقوله «وجدان کاری» به دست آمده است، ولی مدل آن‌ها فاقد ابعاد و طبقه‌بندی می‌باشد. در دو تحقیق اخیر علی‌رغم استفاده از روش کیفی، هیچ کدام به صورت مشخص شیوه نظریه‌پردازی داده‌بنیاد با رویکرد ظاهر شونده را اتخاذ نکرده‌اند. در این پژوهش مؤلفه‌های جدیدی به ادبیات اخلاق حرفه‌ای اضافه شد، مانند پاک‌دستی، رعایت آداب اجتماعی، خودارتقای و خطرپذیری، اگرچه تحقیقات مختلفی در زمینه اخلاق حرفه‌ای صورت گرفته است، ولی این

پژوهش به طور خاص به تبیین و طراحی مدل اخلاق حرفه‌ای مدیران برای صنعت بانکداری پرداخته است. وجود مدل‌های اخلاق حرفه‌ای به گونه‌ای که قابلیت اجرا و پیاده‌سازی داشته و منطبق با فرهنگ کشورها باشد، می‌تواند بسیاری از مشکلات موجود جوامع و سازمان‌ها را برطرف نماید. وجود چنین الگویی طبعاً می‌تواند به سازمان‌ها در راستای اجرای الگوهای اخلاقی موجود و اشاعه ارزش‌های اخلاقی کمک نموده و حتی‌الامکان از بروز برخی از پیامدهای منفی ناشی از عدم رعایت اصول اخلاقی به ویژه در محیط‌های کاری جلوگیری نماید. افزون بر این، در اختیار بودن یک چنین الگویی که از قابلیت اجرایی نیز برخوردار باشد می‌تواند باعث اشاعه رفتارهای اخلاقی گردد (۳۳).

از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به محافظه‌کاری مصاحبه‌شوندگان در انتقال اطلاعات و یا سؤزن‌هایی که می‌تواند مصاحبه‌شوندگان را از ارائه اطلاعات کاملاً صادقانه باز دارد، اشاره نمود. یکی دیگر از محدودیت‌ها، درگیری شغلی مدیران و مشکلات مربوط به تنظیم زمان مصاحبه‌ها بود که اثر نامطلوبی بر زمانبندی پژوهش داشت. پیشنهاد ما برای مطالعه بعدی، بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای و طراحی الگوی توسعه اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها می‌باشد.

نتیجه‌گیری

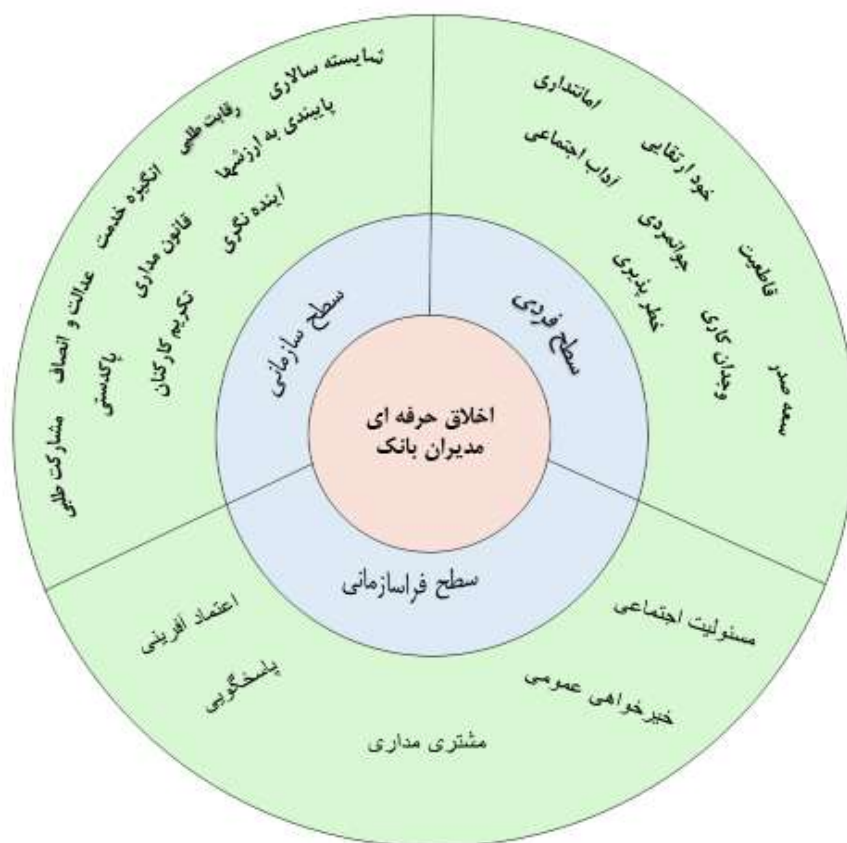
در پژوهش حاضر مدل اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک شامل ۲۳ مؤلفه در سه بُعد فردی، سازمانی و فراسازمانی به دست آمد. از آنجایی که رعایت اخلاق حرفه‌ای توسط مدیران بانک، یک مزیت رقابتی به شمار می‌رود، استفاده از این مدل به عنوان راهنمای اخلاق سازمانی و حرفه‌ای برای مدیران بانک‌ها توصیه می‌گردد. یکی از عوامل مؤثر برای رعایت اخلاق حرفه‌ای، حمایت و رعایت اصول اخلاقی توسط مدیران رده بالای بانک است. شناسایی موقعیت‌های مناسب برای ارتکاب اعمال خلاف اخلاق توسط مدیران در حوزه‌های مختلف کاری و نظارت کافی بر موقعیت‌های مذکور و همچنین شناسایی مدیران مستعد برای ارتکاب اعمال غیر اخلاقی و در مقابل

آموزش و نظارت بر فعالیت‌های آنان بر اساس مدل به دست آمده، می‌تواند بر ترویج اخلاق حرفه‌ای در بانک‌ها مؤثر باشد.

تشکر و قدردانی

این مقاله مستخرج از پایان‌نامه دکتری رشته مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد می‌باشد. از مشارکت و همکاری مدیران بانک کشاورزی در این مطالعه تشکر و قدردانی می‌گردد.

هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.



شکل ۱: مدل اخلاق حرفه‌ای مدیران بانک

References

1. Soltani M. Ethic management in the organization. *Tadbir Monthly Journal* 2005; 132: 34-36. [Persian]
2. Amiri A, Hemati M, Mobini M. Professional ethics: necessity for the organization. *Moral Knowledge* 2010; 1(4): 137-159. [Persian]
3. Alvani SM, Hasanpour A, Davari A. Manifestation of organizational ethics of employees using the ethic pattern. *Journal of Ethics in Science and Technology* 2010; 5(3-4): 25-34. [Persian]
4. Abuznaid SA. Business ethics in Islam: the glaring gap in practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 2009; 2(4): 278-288.
5. Velasquez MG. Business Ethics: Concepts and Cases. 4th ed. USA: Upper Saddle River; NJ: Prentice-Hall; 2002.
6. Deilami A, Azarbayejani M. Islamic ethics. 2nd ed. Qom: Spiritual Publications Office; 2000. p.37-52. [Persian]
7. Faramarz gharamaleki A. Organizational Ethics. 3rd ed. Tehran: Saramad Publications; 2016. p.185-198. [Persian]
8. Soltanzade V, Amrahi A, Esm Hoseini G. Faculty members' professional ethics standards status from nursing student's viewpoint. *Journal of Education Strategies in Medical Sciences* 2014; 7(1): 19-23. [Persian]
9. Mesbahi M, Abaszade A. Systematic pattern for professional ethics in universities. *Journal of Existence Ethics* 2013; 3(10): 11-33. [Persian]
10. Chokprajakchat S, Sumretphol N. Implementation of the code of professional ethics for Thai civil servants. *Kasetsart Journal of Social Sciences* 2017; 38(2): 129-135.
11. Rodriguez JV, Juricic Z. Perceptions and attitudes of community pharmacists toward professional ethics and ethical dilemmas in the workplace. *Research in Social and Administrative Pharmacy* 2018; 14(5): 441-450.
12. Ansari M, Hosseini A, Rahmani-Youshanlouei H, Seyfi S. Effect of professional ethics on the loyalty of bank customers. *Ethics in Science and Technology* 2012; 7(3): 1-12. [Persian]
13. Ahmadi F. Evaluating of factors effective on service organizations professional ethics. *Ethics in Science and Technology* 2013; 8(3): 35-42. [Persian]
14. Hersh M. Professional ethics and social responsibility: Military work and peacebuilding. *IFAC-Papers OnLine* 2017; 50(1): 10529-10602.
15. Arasteh H, Jahed H. Ethics in universities and higher education centers. *Options for Behaviors Improvement* 2011; 2: 31-40. [Persian]
16. Bagheri H, Salehi M, Hajizadeh M. Professional ethics in management. *Research Quarterly in Islamic Ethics* 2010; 7(3): 7-28. [Persian]
17. Zare Zeidi A, Shafieepour SF, Metani M. The role of professional ethics of managers in organizational success. *Applied Studies in Management and Development Sciences* 2017; 7(12): 38-49. [Persian]
18. Roman S, Ruiz S. Relationship Outcomes of Perceived Ethical Sales Behavior: The customer's Perspective. *Journal of Business Research* 2005; 58(4): 439-445.
19. Fazli J, Hasani Khalili M. An analysis of the professional ethics in banking industry. Tehran: The 4th conference on accounting and management and the first conference on entrepreneurship and open innovations, Mehr eshragh Seminars; 2015. [Persian]
20. Khayat Moghadam S, Tabatabaei Nasab M. Components of Professional Ethics in Management. *Ethics in Science and Technology* 2016; 11(1): 127-136. [Persian]
21. Sanei M, Yari M. Analysis of components of professional ethics in the field of human resources management. *Ethics in Science and Technology* 2013; 9(1): 1-11. [Persian]
22. Parker B, Myrick F. The Grounded Theory Method: Deconstruction and Reconstruction in a Human Patient Simulation Context. *International Journal of Qualitative Methods* 2011; 10(1): 73-85.
23. Strauss AL, Corbin JM. Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc; 2008.
24. Creswell JW. Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research. 4th ed. Boston: Pearson Education, Inc; 2012.
25. Jones M, Alony I. Guiding the Use of Grounded Theory in Doctoral Studies-an Example from the Australian Film Industry. *International Journal of Doctoral Studies* 2011; 6(N/A): 95-114.

26. laser BG, Holton J. Remodeling grounded theory. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung (Supplement)* 2007; 19(32): 47-68.
27. Dehghanan H, Afjeh A, Soltani M, Javaherizadeh A. The data based theory model of the talent management process. *Human Resources Management Research* 2018;10(4): 1-25. [Persian]
28. Glaser BG. Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods* 2002; 1(2): 23-38.
29. Faramarz Gharamaleki A. Professional ethics. 13th ed. Tehran: Majnoun Publication; 2018. p.98-115. [Persian]
30. Gorzin A, Taghvayi Yazdi M, Niyaz Azari K. Model of Professional Ethics in Higher Education Institutions in Mazandaran. *Educational Development of Judishapur* 2018; 8(suppl): 74-80. [Persian]
31. Sarihi Sfestani R, Hadi Peykani M. Providing a Professional Ethics Model for Improving Public Accountability in the Iranian Governmental Organizations. *International Review of Management and Marketing* 2017; 7(2): 415-420. [Persian]
32. Ghazi S, Mehrdad H, Daeae M. Designing a Professional Ethics Model for Doctors: The Delphi Model. *Yafte* 2018; 20(2): 62-75. [Persian]
33. ShaahAli M, Rashidpour A, Kavousi E, Etebarian AA. Model of professional ethics in Iran`s organizations. *Urban Management* 2015; 14(39): 393-406. [Persian]