



(Research Article)  
**Conceptual Modeling of Business ethics based on the doctrines of  
Nahj al-Balagha**

Seyed Ahmad Mortazavi Nir<sup>1\*</sup>, Mohammad Hakkak<sup>2</sup>, Naser Yaghoubnejad Ghaen<sup>3</sup>

**Submit Date:** 18 November 2022

**Revise Date:** 9 January 2023

**Accept Date:** 26 January 2023

**Publication Date:** 16 March 2023

(Page 123-147)

**Abstract**

Moral principles have an important role in individual and social life and are interesting in all aspects of human life, including business. The main purpose of this research which has been done using the qualitative approach and the thematic analysis method is to extract the conceptual model of ethics in business from the perspective of Imam Ali(AS). Based on research findings, ethics in business has three components: Insight-Perceptual, Individual, and Professional. Insight-perceptual ethics shows the depth and importance Imam Ali(AS) assigns to the principles of Islam as the main source of ethics and includes Monotheism, Resurrection, and Justice; Individual ethics, which is rooted in divine nature in Islamic teachings, has two internal/external and virtue/vice aspects; and professional ethics, which are rooted in individual ethics, include components like organizational ethics and proper professional management. One of the important results of the present study is that belief in the resurrection, from the perspective of Imam Ali(AS), has special importance in business ethics.

**Keywords:** ethics in business, Islamic management, Imam Ali(AS), Nahj al-Balagha, Content analysis.

1. Master's student in business management, Payam Noor University, Tehran, Iran

2. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Management and Economics, Lorestan University, Khoramabad, Iran

3. Director of Strategic Planning and Monitoring, Tadbirgaran Atlas Company, Tehran, Iran

\*: Corresponding Author:

**Email:** ahmad.mortazavi@gmail.com

**How to cite this article:** Mortazavi Nir, S. A., Hakkak, M., Yaghoubnejad Ghaen, N. (2023). Conceptual modeling of business ethics based on the doctrines of Nahj-al-Balaghah, *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Research*, 10(40), 123-147. DOI: 10.22084/NAHJ.2023.27793.2927

## Extended Abstract

### 1. Introduction

Adherence to moral principles and values is an important factor in real business growth and prosperity. The Qur'an and Islam's attention to ethics and the Prophets' and Imams' emphasis on adherence to moral principles indicate its important role in the individual and social life of humans (Parhizgar & Hosseini, 2018: 9).

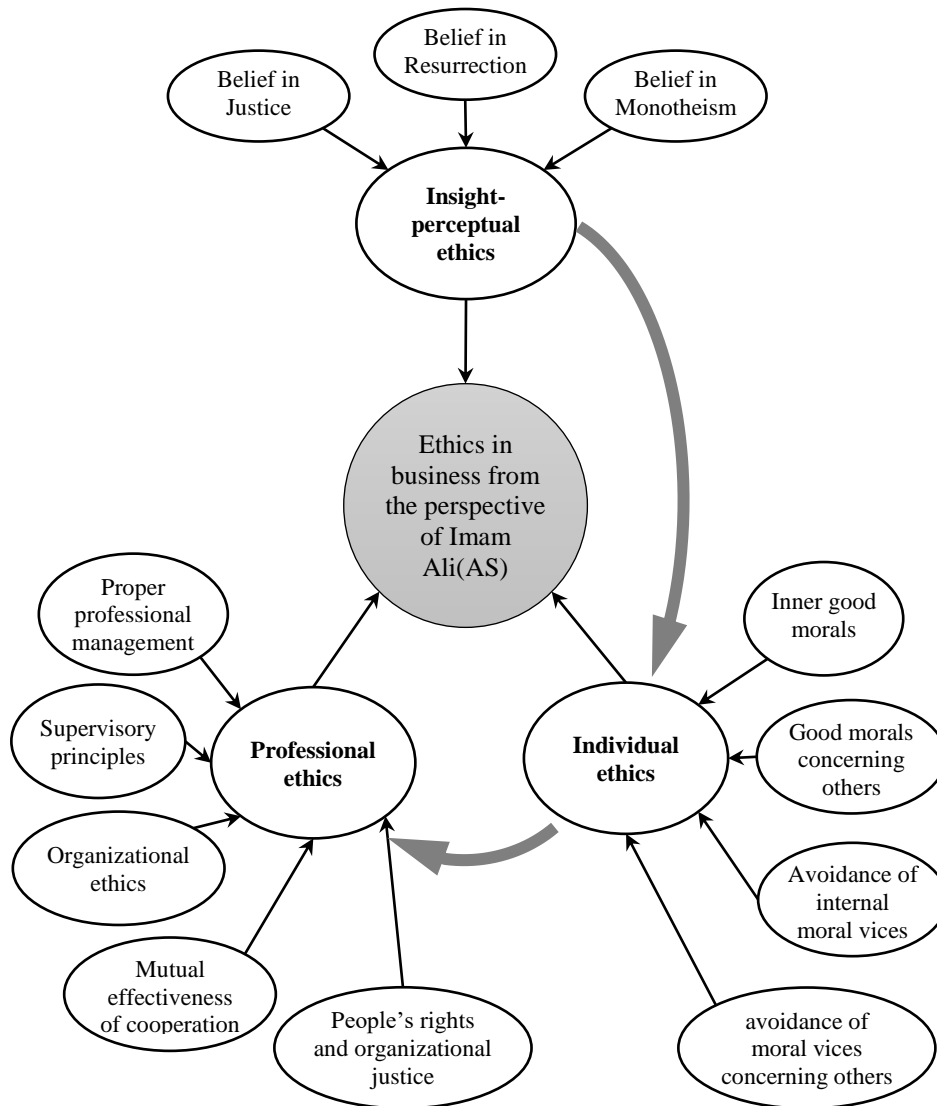
Ethics has individual, organizational, and social positive functions and consequences, and this is any it has always attracted the attention of scientists and managers of organizations and societies to try to improve its level. The measurement of the level of administrative health and corruption in Muslim countries requires other studies to examine this issue, but what is certain is the positive effect of improving the level of religious ethics of Muslims on the productivity of their businesses. On this basis, the present study addresses the questions 'what are the themes and components of ethics in business from the perspective of great figures in Islam?' and 'What is the root of these ethics and how are they related?'

A review of the literature shows that no detailed and comprehensive study of Imam Ali's<sup>(AS)</sup> view on ethics in business has been done on the sermons and subjects contained in Nahj-al-Balaghah. Therefore, this research seeks to answer the questions how and by what components the ethics of businessmen, business owners, and managers are known from the perspective of Imam Ali<sup>(AS)</sup> 'and 'which ones are important and have more priority, or have been emphasized more by him'.

### 2. Method

This is a fundamental, qualitative, and descriptive-analytical study; First, the theoretical study was used, and then, to extract concepts from the text of Imam Ali's<sup>(AS)</sup> sermons and letters, the strategy of "thematic analysis" was used. To verify validity and reliability, the strategy of independent coders and several researchers' views were used to reach a consensus on the concepts extracted from the data.

In the present study, the text of Nahj-al-Balagha was studied many times to extract the content related to the research topic such as piety, humility, taking care of the treasury, avoiding lack of work, avoiding hoarding and living a simple life, and 510 sentences or paragraphs containing basic themes related to ethics in business were extracted. In the next stage, by continuously comparing and combining the codes, 12 organizing themes were formed, and after examining and verifying the organizing themes and considering the field of ethics in business, three main themes were developed. The created themes were connected in the form of the theme network and in this way, the conceptual model of ethics in business was extracted from the perspective of Imam Ali<sup>(AS)</sup>. The diagram related to the network of ethics themes in business from the perspective of Nahj-al-Balaghah is presented below.



### 3. Conclusion

Based on designed network model, ethics in business has three components: insight-perceptual, individual, and professional. Insight-perceptual ethics shows the depth and importance attributed by Imam Ali<sup>(AS)</sup> to the principles of Islam as the main source of ethics and includes belief in monotheism, resurrection, and justice; Individual ethics in Islamic teachings is rooted in belief in the principles of religion and divine ethics. The roots of professional ethics can also be seen in individual ethics. According to the presented model of ethics in business, the extent to which each person is bound by professional ethics depends to a large

extent on the extent to which that person is bound by personal ethics. From Imam Ali's<sup>(AS)</sup> point of view, the origin of the dos and don'ts of individual behavior should be sought in religious issues. The fact that people's moral behavior, both individual and professional, is influenced by their moral ideology, has been confirmed in research conducted on the business ethics in the people of three Arab countries bordering the Persian Gulf (Al-Khatib et al., 2002). Therefore, managers of organizations are advised to pay special attention to reforming their belief infrastructure in order to improve the professional ethics of their organization's employees. This can be done by modeling, training, and encouraging ethical people.

Another important result of the present study is that belief in the Day of Resurrection has a special importance in business ethics; The call to stay away from worldliness and to pay attention to the hereafter have been mentioned in many sermons, letters, and words of wisdom of Imam Ali<sup>(AS)</sup> like: Indeed, the most unprofitable people in trading, and the most hopeless people in efforts, is a man who exhausts himself for collecting the wealth of the world, but the destiny is not in harmony with his desire, so he leaves this world with regret and turns to the hereafter with a burden of guilt (Hakmat/430).

#### References[In Persian]

- Azami, A., Aybaghi Esfahani, S., and Tavallayi, R. (2007). Leadership and management of Islamic ethics. *Police Human Development*, 5(17), 71-88.
- Parhizgar, M. M., and Hosseini, R. (2018). *Ethics and rulings of business*, Tehran: Payam Noor University, first ed., ISBN: 9789641406082.
- Tavakkoli, M. J. (2009). An introduction to the philosophy of business ethics with an Islamic approach. *Knowledge of Islamic Economics*, 1(1), 7-31.
- Haghghat Shahretani, M., Pourezzat, A., Memarzadeh Tehran, G., and Hamidi, N. (2019). The excellence of organizational ethics in Iran's government organizations in the light of Nahj-al-Balaghah. *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Research*, 8(29), 59-79. doi:10.22084/NAHJ.2019.19170.2292.
- Khosrovabadi, H., and Rezaeimanesh, B. (2014). Designing the ethical decision-making model of managers based on the teachings of Nahj-al-Balagha, *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Research*, 3(11), 67-94.
- Seyed Razi. *Nahj-al-Balagha (translated by Dashti, M.)*. Tehran: Amir al-Momenin<sup>(AS)</sup> Publications, third ed. (2011). ISBN: 9789646422919.
- Mowlaei, M. (2014). Principles of Business and Trade Ethics from Imam Ali's<sup>(AS)</sup> point of view in Nahj-al-Balagha. *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Research*, 2(7), 85-101.
- Al-Khatib, J. A., Robertson, C. J., Stanton, A. D., and Vitell, S. J. (2002). Business ethics in the Arab Gulf States: a three-country study. *International Business Review*, 11(1), 97-111. doi:10.1016/S0969-5931(01)00049-X.



فصلنامه پژوهشنامه نهج البلاغه

سال دهم، شماره ۴۰، زمستان ۱۴۰۱

DOI: 10.22084/NAHJ.2023.27793.2927

DOR: 20.1001.1.23455233.1401.10.40.5.7

(مقاله پژوهشی)

## مدل‌سازی مفهومی اخلاق در کسب‌وکار مبتنی بر آموزه‌های نهج البلاغه

سید احمد مرتضوی نیر<sup>۱\*</sup>، محمد حکاک<sup>۲</sup>، ناصر یعقوب‌نژاد قاین<sup>۳</sup>

بازنگری مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۱۹

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۹/۰۱

انتشار مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۲۸

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶

(از ص ۱۲۷ تا ۱۴۷)

### چکیده

اصول اخلاقی به دلیل نقش مهم آن در زندگی فردی و اجتماعی، در همه جوانب زندگی بشر از جمله کسب‌وکارها مورد توجه بوده است و از این رو، بسیاری از بزرگان و اندیشمندان دین اسلام به تبیین این مفهوم و الگوپردازی راجع به آن پرداخته‌اند. هدف اصلی این پژوهش، استخراج مدلی مفهومی برای اخلاق در کسب‌وکار بر مبنای دیدگاه‌های حضرت علی(ع) است. این پژوهش با رویکرد کیفی بوده و به روش تحلیل مضمون انجام شده است. براساس یافته‌های پژوهش، اخلاق در کسب‌وکار سه مؤلفه «بینشی- ادراکی»، «فردی» و «حرفه‌ای» دارد؛ اخلاق بینشی- ادراکی نشان‌دهنده عمق توجه و اهمیت امام علی(ع) به اصول دین اسلام به‌عنوان سرمنشأ اخلاق بوده و شامل «توحیدباوری»، «معادباوری» و «عدل‌باوری» است؛ اخلاق فردی که در آموزه‌های اسلام ریشه در خلیات الهی دارد شامل «حسن خلق درونی»، «حسن خلق در ارتباط با دیگران»، «دوری از رذایل اخلاقی درونی» و «دوری از رذایل اخلاقی در ارتباط با دیگران» بوده و دو جنبه درونی/ بیرونی و فضیلت/ رذیلت دارد؛ اخلاق حرفه‌ای که ریشه‌های آن را می‌توان در اخلاق فردی دانست، شامل «اثربخشی متقابل همکاری»، «اخلاق سازمانی»، «اصول سرپرستی»، «حق الناس و عدالت سازمانی» و «مدیریت صحیح حرفه» است. از نتایج مهم پژوهش حاضر این است که معادباوری از دیدگاه حضرت علی(ع) اهمیت ویژه‌ای در اخلاق در کسب‌وکار دارد.

**کلید واژه‌ها:** اخلاق در کسب‌وکار، مدیریت اسلامی، امام علی(ع)، نهج البلاغه، تحلیل مضمون.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران

۳. مدیر برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی، شرکت تدبیرگران اطلس، تهران، ایران

\*: نویسنده مسئول

## ۱. مقدمه

پایبندی به اصول و ارزش‌های اخلاقی، عامل رشد و شکوفایی واقعی کسب‌وکار است. این بدان معنا است که پایه و اساس توسعه کسب‌وکار توجه به ارزش‌های اخلاقی است، زیرا پیامد توجه به ارزش‌های اخلاقی، اعتماد است و وقتی اعتماد ایجاد شود روابط تجاری و کسب‌گسترش می‌یابد و در صورت نبود آن در تجارت نمی‌توان به گسترش و رونق تجارت امید داشت (هاسمر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۶: ۵۰۱). توجه و رعایت ارزش‌های اخلاقی بسیاری از هزینه‌های سازمانی و تجاری در سازمان‌های کسب‌وکار را کاهش می‌دهد؛ از جمله این هزینه‌ها، هزینه کاهش بهره‌وری، هزینه نظارت و بازرسی، ضعف کیفیت، هزینه‌های ناشی از عدم انگیزش و ... است (پرهیزگار و حسینی، ۱۳۹۸: ۲). ۶۳٪ مدیران عالی ۵۰۰ شرکت برتر تجاری براساس گزارش مجله فرچون<sup>۲</sup>، بر این باورند که توجه به اصول اخلاقی موجب افزایش تصور مثبت، شهرت و مزیت رقابتی سازمان می‌گردد و وجود یک اخلاق قوی در سازمان، برتری استراتژیک برای آن به ارمغان می‌آورد (باکلی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۱: ۱۵).

توجه قرآن و اسلام به اخلاق و تأکید پیامبران و ائمه بر پایبندی به اصول اخلاقی، حکایت از نقش مهم آن در زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها دارد. رفتارها و عملکرد کارکنان در سطح سازمان، به‌واسطه اخلاقی بودن یا نبودن آن می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی شود؛ در صورت اخلاقی بودن می‌تواند سلامت اداری و در صورت غیراخلاقی بودن، فساد اداری را موجب گردد. رشوه، خویشتندگماری، پارتی‌بازی و تعارض منافع که از شکل‌های مختلف فساد اداری هستند، مخالف مصالح و منافع عموم جامعه می‌باشند (پرهیزگار و حسینی، ۱۳۹۸: ۹).

## ۱-۱. بیان مسئله

اخلاق به مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها گفته می‌شود که مبتنی بر فطریات و از بدیهیات عقلی بشر است. سیستم اخلاقی در اسلام به‌عنوان سیستمی از ارزش‌ها تعریف می‌شود که بر اساس آن خوب و بدهای رفتاری و عملکردی مشخص و متمایز می‌گردد (اعظمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۷۲). وقتی یک عمل را فضیلت اخلاقی یا رذیلت اخلاقی می‌گویند که از حالت‌های نفسانی حمایت کند. اعمال اخلاقی باید بدون فکر و تأمل از انسان صادر گردد (اکبری و رضانی، ۱۳۹۱: ۱۶۰).

در طول تاریخ، اخلاق مبانی مختلف آسمانی یا ماورایی و زمینی داشته است. یک نوع از آن‌ها اخلاق افلاطونی است که به دنبال کمال مطلوب بوده و رویکرد ماورایی به اخلاق داده است و نوع دیگر، اخلاق ارسطویی است که به دنبال رفتار طبیعی انسان بوده و هدف اخلاق را تأمین سعادت فرد می‌داند. اخلاق در مبانی قرآنی و اسلامی، جامعیتی دیگر دارد که در چهار بعد (خدامحوری، آخرت‌گرایی، توجه به اصالت روح و مختار بودن در فعل اخلاقی و تبیین حسن و قبح واقعی و انگیزه حسن فاعلی نه حسن فعلی صرف) تثبیت می‌شود (همان: ۱۶۱).

1. Hosmer, Larue Tone

2. Fortune 500

3. Buckley, M. Ronald

اخلاق به حوزه خاصی محدود نمی‌شود، بلکه در تمامی حوزه‌های فردی و زمینه‌های اجتماعی، سازمانی و حکومتی باید به اصول اخلاقی توجه شود. هدف نهایی اخلاق در کسب‌وکار این است که اخلاق را در همه جنبه‌های عملکردی کسب‌وکار (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، رقابت و ...) و اداره آن (تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی، پرداخت، ارزیابی و ...) نهادینه کند و به تعبیری کیفیت اخلاقی عملکردهای کسب‌وکار را در همه سطوح بهبود بخشد (پرهیزگار و حسینی، ۱۳۹۸: ۲۱). این حوزه مطالعاتی را می‌توان مقوله‌ای بین‌رشته‌ای میان اقتصاد، اخلاق و مدیریت قلمداد کرد (توکلی و کریمی، ۱۳۹۳: ۶).

اخلاق در کسب‌وکار مفهومی گسترده دارد و شامل همه قلمرو فعالیت‌های اقتصادی در سطح فردی، گروهی و سازمانی می‌شود. پایه شکل‌گیری اخلاق در کسب‌وکار به‌طور خاص بر بهبود تولید و خدمات، افزایش کارایی اقتصادی، روابط کاری صحیح و منظم و جلوگیری از رانت، فساد و رسوایی‌های اقتصادی و نیز ارتشا و فساد اداری است. از نظر نیوول<sup>۱</sup> (۲۰۱۱: ۳۳۱)، اصول اخلاقی کسب‌وکار به تبیین آن دسته از اصول اخلاقی می‌پردازد که به‌موجب آن‌ها می‌توانیم سازمان‌ها را در قبال تأثیرشان بر مردم و محیط ارزیابی کنیم.

اخلاق حرفه‌ای به‌صورت تعهد اخلاقی فرد از جنبه انجام شغل و پذیرش مسئولیت تعریف می‌گردد؛ مانند پزشک که به‌عنوان شخصی حقیقی، به‌غیر از اخلاق فردی و مسئولیت‌هایی که دارد، مسئولیت‌های اخلاقی حرفه‌ای نیز دارد که برخاسته از شغلی است که بر عهده گرفته است و در صورت تغییر شغل وی، مسئولیت اخلاق حرفه‌ای او نیز تغییر می‌کند؛ بنابراین، اخلاق حرفه‌ای نشئت‌گرفته از خصوصیات و وظایف شغل، شرایط و موقعیت اجتماعی و سازمانی شغل است، در صورتی که اخلاق فردی نشئت‌گرفته از خلق‌وخو، شخصیت، رفتار شخص، ویژگی‌های شخصی مانند صداقت و اعتماد است (پرهیزگار و حسینی، ۱۳۹۸: ۱۸).

اصول و ارزش‌های اخلاقی در متعالی‌ترین شکلش در سیره و مدیریت پیامبر اسلام (ص) و ائمه معصومین (ع) متجلی شده و به‌صورت عملیاتی مشهود است و مبنای شناخت حقیقت اخلاقی وجود انسان است. قرآن کریم یکی از عوامل موفقیت پیامبر اکرم (ص) را اخلاق اسلامی نیک می‌داند: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَفُضِّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ (آل عمران/۱۵۹)؛ حسن اخلاق و مهربانی تو با مردم رحمتی است از جانب خداوند و اگر تندخو و سخت‌دل بودی مردم از اطراف تو پراکنده می‌شدند.

اسلام اخلاق تجارت را راهکاری برای گسترش فضایل اخلاقی در بازار و جامعه اسلامی قلمداد می‌کند. بر اساس آموزه‌های اسلامی، تبلور اخلاق در حوزه کسب‌وکار می‌تواند به سودآوری بیشتر منجر شود؛ ولی هدف‌گذاری صورت گرفته فراتر از محاسبات سودگرایانه است (توکلی، ۱۳۸۹: ۲۲). اخلاق کسب‌وکار از منظر اقتصاد اسلامی، هم ابزاری است برای افزایش کارایی و هم خود هدفی است که باید محقق شود، زیرا اقتصاد اسلامی ضمن توجه جدی به کارآمدی، نهایتاً اخلاق محور است (دادگر، ۱۳۸۵: ۱۱۵).

جامعه ما متأثر از باورها و اندیشه‌های توحیدی و اسلامی و سنت پیشوایان معصوم (علیهم‌السلام) است و در این میان، نقش بی‌همتای امیرالمؤمنین علی(ع) در شکل‌دهی اخلاق در مناسبات مختلف جامعه غیرقابل‌انگماض است. چنان‌چه شریعتی و همکاران (۱۳۹۴: ۱۹۲) معتقدند علم به انگاره توحیدی امام علی(ع) می‌تواند باعث رشد و تعالی سازمان و نیروی انسانی آن شود؛ بنابراین تعریف اخلاق در کسب‌وکار بدون رجوع به مآثورات به‌ویژه کتاب شریف آن حضرت، ناقص خواهد بود.

## ۲-۱. پیشینه پژوهشی

پس از انقلاب صنعتی، اکثر سازمان‌های تجاری و صنعتی با زیر پا گذاشتن اصول اخلاقی، به تدریج به کسب منافع بیشتر خود می‌اندیشیدند و با مشتریان، سهامداران، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، اعتباردهندگان و نیز با جوامع محلی و جهانی و محیط‌زیست سر ستیز داشتند (بابائی اهری، ۱۳۸۱: ۹۹)؛ امروزه اخلاق کسب‌وکار بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و دلیل آن هم جنبش مسئولیت اجتماعی است که در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد (اعظمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۷۶). پژوهش‌های مختلف در سراسر دنیا نشان می‌دهد که بروز رفتارهای مبتنی بر اخلاقیات، توجه به ملزومات اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی در سازمان‌ها، موجب افزایش سود و ارزش‌افزوده در طولانی‌مدت، ایجاد مزیت‌های استراتژیک، افزایش وفاداری مشتریان، کاهش نیاز به کنترل مستقیم کارکنان و افزایش مشروعیت اقدامات سازمان می‌گردد (پرهیزگار و حسینی، ۱۳۹۸: ۳۲).

تحقیقات علمی جهانی در رابطه با اخلاق در کسب‌وکار در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی به اوج خود رسیده است (الخطیب<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۲)؛ این نهضت با دو دهه تأخیر در کشور ما نیز رخ داده و طی سال‌های اخیر پژوهش‌های متعددی در رابطه با اخلاق حرفه‌ای، اخلاق حرفه‌ای اسلامی، میزان اسلامی بودن اخلاق کسب‌وکار رایج در بازار و همچنین تأثیر اخلاق اسلامی در پارامترهای مختلف کسب‌وکارها صورت پذیرفته است. برخی از مقالات منتشر شده بین‌المللی و داخلی در دو دهه اخیر در رابطه با اخلاق اسلامی در کسب‌وکار، در جدول ۱ به صورت خلاصه آمده است؛ اما در ادامه، مقالاتی که ارتباط نزدیک‌تر با موضوع پژوهش حاضر داشته و همگی به‌نوعی به دنبال کشف دیدگاه‌های امام علی(ع) در رابطه با اخلاق کسب‌وکار بودند، به‌طور مبسوط‌تری بررسی شده‌اند.

جدول ۱. برخی از پژوهش‌های انجام شده طی دو دهه اخیر در رابطه با اخلاق اسلامی در کسب‌وکار

ردیف	پژوهشگران (سال انتشار)	عنوان پژوهش	موضوعات و یافته‌ها
۱	بابائی اهری (۱۳۸۱)	اخلاق در کسب‌وکار	تحلیل رعایت اصول اخلاقی در سازمان‌های تجاری و صنعتی بزرگ بین‌المللی و بررسی مسئولیت‌های اجتماعی، مواضع اخلاقی و روش‌های رفع تعارض در آن‌ها
۲	حسین‌زاده و عابدی جعفری (۱۳۸۶)	مرزشناسی حوزه اخلاق سازمان و مدیریت	مرزبندی بین حوزه‌های مختلف اخلاق سازمان و مدیریت شامل: ۱- اخلاق کار، ۲- اخلاق حرفه‌ای، ۳- اخلاق سازمانی، ۴- اخلاق کسب‌وکار و ۵- اخلاق مدیریت



۳	رُخْمَن <sup>۱</sup> (۲۰۱۰)	The Effect of Islamic Work Ethics on Work Outcomes	بررسی تأثیر اخلاق کار اسلامی بر نتایج کار (رضایت شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک سازمان)
۴	محمدی و محمدی (۱۳۹۰)	تأثیر دو باور اعتقادی توحید و معاد بر اخلاق در نهج البلاغه	تبیین ارتباط و اهمیت اعتقاد به «مبدأ و توحید» و «معاد» در اخلاق
۵	دلشاد تهرانی (۱۳۹۰)	نسبت عدالت و اخلاق در نهج البلاغه	تبیین نسبت عدالت و اخلاق با بررسی: ۱- تحقق برنامه عدالت از مجرای اخلاق، ۲- جهت گیری حکومت، ۳- پایبندی به اخلاق در پیشبرد برنامه عدالت و ۴- پاس داشتن اخلاق در تنگناهای تحقق عدالت
۶	اکبری و رضایی (۱۳۹۱)	بررسی پایه‌های نظری موضوع تصمیم‌گیری مبتنی بر اخلاق اسلامی	استخراج پایه‌های نظری گزاره‌های تصمیم‌گیری مبتنی بر اخلاق اسلامی با تحلیل مبانی نظری
۷	احمد و اوویمی <sup>۲</sup> (۲۰۱۲)	The Concept of Islamic Work Ethic: An Analysis of Some Salient Points in the Prophetic Tradition	تحلیل و بررسی اصول اخلاقی کار در سنت پیامبر، به‌ویژه نگرش نسبت به ثروت، زندگی، زمان و اوقات فراغت
۸	خان احمدی و مدنی (۱۳۹۲)	منشور فرماندهی کارآمد برگرفته از نهج البلاغه	استخراج منشور فرماندهی ناجا از نهج البلاغه
۹	فقهی‌زاده و لزگی (۱۳۹۲)	مؤلفه‌های منشی مدیریت نظامی در نهج البلاغه	استخراج مهم‌ترین ویژگی‌های مدیران و فرماندهان نظامی از دیدگاه حضرت علی(ع)
۱۰	مجیدی و مقری (۱۳۹۳)	جایگاه کار و تقسیم کار در نهج البلاغه	تعریف و تبیین مفهوم کار، جایگاه کار، تقسیم کار، فواید و علل تقسیم کار و آثار تقسیم کار با بهره‌گیری از نهج البلاغه
۱۱	توکلی و کریمی (۱۳۹۳)	شاخص اخلاق تجارت از دیدگاه اسلام	ارائه‌نماگرهایی جهت سنجش میزان اخلاقی بودن تجارت با رویکرد اسلامی و استخراج سه بُعد اخلاق تجاری اسلامی شامل: «عدالت»، «انصاف» و «احسان»
۱۲	کالانتری و همکاران (۱۳۹۴)	ارائه چارچوب مفهومی سبک کسب‌وکار اسلامی	شناسایی ابعاد چارچوب مفهومی سبک کسب‌وکار اسلامی
۱۳	خسروآبادی و رضایی‌منش (۱۳۹۴)	طراحی الگوی تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مبتنی بر آموزه‌های نهج البلاغه	شناسایی مؤلفه‌های الگوی تصمیم‌گیری اخلاقی مبتنی بر نهج البلاغه
۱۴	قاسم‌زاده عیشاهی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی پیشایندها و پیامدهای اخلاق کار اسلامی	شناسایی پیشایندها و پیامدهای اخلاق کار اسلامی
۱۵	خوچینانی و سودانی (۱۳۹۵)	اخلاق اسلامی و محیط کسب‌وکار (اخلاق کسب‌وکار یا کسب‌وکار اخلاقی)	بررسی مقوله اخلاق در کسب‌وکار با دو نگاه کارکردی و فراکارکردی
۱۶	صیادی تورانلو و تقفی (۱۳۹۶)	پیامدهای اخلاقی کار اسلامی	تبیین پیامدهای اخلاق کار اسلامی در سازمان در حوزه فردی
۱۷	خرم‌منش (۱۳۹۷)	نقش اخلاق اسلامی در مدیریت سازمان	تبیین نقش اخلاق اسلامی و بررسی اهمیت و تأثیرگذاری آن در مدیریت سازمان
۱۸	ابراهیم <sup>۳</sup> (۲۰۱۸)	Islamic Work Ethics and Economic Development in Islamic Countries:	استخراج اصول اخلاق کار اسلامی: ۱- توحید، ۲- خلافت، ۳- عدل، ۴- اختیار و ۵- تعهد و مسئولیت‌پذیری

1. Rokhman, Wahibur
2. Ahmad, Shukri and Owoyemi, Musa Yusuf
3. Ibrahim, Azharsyah

	Bridging Between Theory and Reality		
۱۹	تحالی اخلاق سازمانی در سازمان های دولتی ایران، در پرتو نهج البلاغه	حقیقت شهرستانی و همکاران (۱۳۹۸)	شناسایی سه بعد تعالی اخلاق سازمانی از نهج‌البلاغه: ۱- ضوابط و مقررات سازمانی، ۲- فرهنگ سازمانی و ۳- ساختار سازمانی
۲۰	تأثیر آیات و روایات در اصول اخلاق تجارت اسلامی محیط کسب‌وکار؛ مورد کاوی بازار تهران	نجات‌بخش اصفهانی و تک‌دهقان (۱۳۹۸)	استخراج شاخص‌های اخلاق تجاری اسلامی در کسب‌وکار بر مبنای نظرسنجی در بازار تهران و تأیید مؤثر بودن آن‌ها بر فعالیت‌های بازرگانی
۲۱	طراحی الگوی دولت علوی مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه	رنگریز (۱۳۹۸)	طراحی الگوی دولت علوی مبتنی بر آموزه‌های حضرت علی(ع) با رویکرد استقرایی و احصاء الزامات ایجاد حکومت علوی: «فردی»، «گروهی و سازمانی» و «اجتماعی»
۲۲	Islamic Work Ethics: An antecedent for "Sustainable Motivation" and "Effective Employee"	میر و حسن <sup>۱</sup> (۲۰۱۹)	پیشنهاد مدلی از اخلاق کاری برای تبدیل کارکنان سازمان به کارکنان مؤثر بر مبنای اخلاق کار اسلامی
۲۳	ارائه الگوی فرماندهی و مدیریت در سازمان‌های دفاعی از منظر امام علی(ع)	خیرگو و عباس‌زاده (۱۳۹۹)	احصاء الگوی فرماندهی و مدیریت در سازمان‌های دفاعی از منظر امام علی(ع)

مشایخی‌پور (۱۳۹۰) در مقاله‌ای برخی آیات و روایات اسلامی و همچنین احادیثی از امام علی(ع) در باب اخلاق کار را از سه زاویه خدانشناختی (شامل خالقیت، مالکیت و رازقیّت)، انسان‌شناختی (شامل فطرت نگر، کرامت و مختار بودن) و جهان‌شناختی (شامل هدفداری، وسیله بودن دنیا و آخرت‌گرایی) بررسی نموده است.

مشایخی‌پور و همکاران (۱۳۹۱) با استناد به آیات و روایات و به‌ویژه با تکیه بر کلام امام علی(ع) معیارها و اصول اخلاق کار را بدین ترتیب استخراج نموده‌اند: «خدامحوری»، «انضباط کاری»، «تعهدمداری»، «شایسته‌سالاری»، «قانون‌گرایی»، «کیفیت‌محوری»، «اتقان در عمل» و «مداومت» و سپس عوامل و زمینه‌های تقویت اخلاق کار را تشریح کرده‌اند. ایشان در پژوهشی دیگر (مشایخی‌پور و همکاران، ۱۳۹۲)، اصول اخلاق کار از منظر امام علی(ع) را شناسایی کرده‌اند: «خدامحوری»، «امانت‌داری»، «انضباط کاری»، «وقت‌شناسی»، «تقسیم کار»، «برنامه‌ریزی»، «تعهدمداری»، «شایسته‌سالاری»، «قانون‌گرایی»، «کیفیت‌محوری»، «اتقان در عمل» و «مداومت»، ۹ اصل کاری مستخرج توسط پژوهشگران مذکور است.

مولایی (۱۳۹۳) در پژوهشی دیدگاه امام علی(ع) در رابطه با اخلاق تجاری را مورد بررسی و تحلیل قرار داده و نتیجه‌گیری نموده است که از دید آن حضرت، هدف نهایی از تجارت و کسب‌وکار، رضایت الهی و رفع نیازهای ضروری و اساسی جامعه می‌باشد و برخورداری از سود عادلانه، در مرحله بعدی اهمیت است.

فرمهبینی فراهانی و اشرفی (۱۳۹۳: ۸۳) با استفاده از روش تحلیل اسنادی، کنکاشی را در نهج‌البلاغه

انجام داده و اصول ۱۳ گانه اخلاق حرفه‌ای از دیدگاه امام علی(ع) را استخراج نموده‌اند؛ «رازداری»، «مسئولیت‌پذیری»، «قانون‌مداری»، «مدارا و سعه صدر» و «اعتدال» در دسته «در رابطه با خود»، «انصاف»، «وفای به عهد و پیمان»، «صداقت»، «فروتنی و مهربانی»، «امانت‌داری» و «آزادی» در دسته «در رابطه با دیگران» و اصول «نقدی و انتقادپذیری» و «احترام و تکریم» در هر دو دسته جای داده شده‌اند.

خوش‌برش ماسوله و صادقیان (۱۳۹۶) طی پژوهشی به روش توصیفی (تحلیل اسنادی) چهار معیار و ویژگی اخلاق حرفه‌ای در مهندسی ژئوماتیک را بر مبنای آموزه‌های نهج‌البلاغه شناسایی و تبیین نموده‌اند؛ این معیارها عبارتند از: «تعهد کاری»، «صداقت»، «انصاف» و «تخصص». براساس نتایج این پژوهش، امام علی(ع) مبنای اخلاق حرفه‌ای را حفظ و رعایت حقوق مردم دانسته و جایگاه اجتماعی افراد را به‌ویژه در مشاغل و مناصب گوناگون، بر آن استوار می‌داند. همچنین معتقدند هرکس خوش‌اخلاق باشد، زندگی‌اش پاکیزه و گوارا می‌شود.

رحمدل و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی کیفی که به روش تحلیل مضمون بر روی نهج‌البلاغه انجام داده‌اند، الگوی بومی اخلاق حرفه‌ای مدیران دانشگاه‌ها را از منظر امام علی(ع) احصا نموده‌اند. این پژوهشگران، مضامین پایه‌شناسایی شده را در قالب ۳۳ مضمون سازمان‌دهنده و نهایتاً در ۳ مضمون فراگیر «سطح فردی»، «سطح سازمانی» و «سطح اجتماعی» جمع‌بندی کرده‌اند. مهم‌ترین مؤلفه‌های مستنتج از این پژوهش عبارتند از: آزادی بیان و استقلال رأی، خدمتگزاری، اعتدال و میانه‌روی، شفافیت و حق‌مداری و شایسته‌سالاری. در این پژوهش نتیجه‌گیری شده است که رهنمودهای امام علی(ع) در این الگو می‌تواند به‌عنوان منشور اخلاقی مدیران دانشگاه‌ها، استفاده شود. در این الگو، آن‌چنان‌که شایسته است به بعد الهی و معنوی اخلاق پرداخته نشده است.

در پژوهش‌هایی که عنوان شد، تأثیر رعایت اخلاق کسب‌وکار اسلامی در بهبود شاخص‌های کسب‌وکار تا حدود زیادی بررسی شده است. در برخی نیز اصول اخلاق کسب‌وکار اسلامی در سنت پیامبر بررسی شده و یا ابعاد اخلاق کسب‌وکار اسلامی از آیات قرآن و احادیث نقل شده از پیامبر اکرم استخراج گردیده است؛ اما بررسی این پژوهش نشان می‌دهد که تاکنون مطالعه دقیق و جامعی از دیدگاه حضرت علی(ع) درباره اخلاق در کسب‌وکار بر مبنای خطبه‌ها و مطالب مندرج در نهج‌البلاغه صورت نگرفته است.

### ۳-۱. ضرورت و اهمیت پژوهش

اخلاق لازمه جامعه سالم است و کارکرد و پیامدهای مثبت فردی، سازمانی و اجتماعی دارد و از این جهت است که همواره توجه دانشمندان و مدیران سازمان‌ها و جوامع را برانگیخته تا برای ارتقای سطح آن بکوشند. همان‌گونه که بیان شد، اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان شود. این که میزان سلامت و یا فساد اداری در کشورهای مسلمان چقدر است، پژوهش‌های دیگری را می‌طلبد، ولی آن‌چه مسلم است تأثیر مثبت ارتقای سطح اخلاق‌مداری دینی مسلمانان در بهره‌وری کسب‌وکارهای آن کشورهاست. حال این سؤال‌ها مطرح می‌شوند که اخلاق در

کسب‌وکار از دیدگاه بزرگان دین اسلام، چه مضامین و مؤلفه‌هایی دارد؟ ریشه این خلقیات چیست و چگونه با هم در ارتباطند؟ در این پژوهش تلاش شده است تا با استفاده از فرمایشات حضرت علی(ع) در نهج‌البلاغه به این سؤالات پاسخ داده شود.

نهج‌البلاغه پس از قرآن کریم، جامع‌ترین میراث ارزشمند جهان اسلام بوده و منشور همه‌جانبه‌ی خداشناسی، انسان‌پروری، هدایت اجتماعی و سیاسی است که جهان‌بینی عرفانی و سلوک اجتماعی را تبیین می‌کند. با توجه به موضوع این جستار، نویسندگان در پی فهم شاخص‌های اخلاق در کسب‌وکار از منظر نهج‌البلاغه براساس بررسی متن خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های مرتبط با اخلاق هستند. در واقع، مقاله حاضر در پی پاسخ به این سؤال است که از دیدگاه حضرت علی(ع)، اخلاق تجار و صاحبان و مدیران کسب‌وکار، چگونه و با چه مؤلفه‌هایی شناخته می‌شود؛ همچنین کدام‌ها اهمیت و اولویت بیشتری دارند و یا بیشتر مورد تأکید ایشان بوده است.

## ۲. بحث

### ۲-۱. روش پژوهش

هدف این پژوهش، شناخت مؤلفه‌ها و ابعاد اخلاق در کسب‌وکار مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه است؛ بنابراین، پژوهش حاضر از نظر هدف، یک پژوهش اکتشافی یا بنیادین بوده و در زمره پژوهش‌های تک‌مقطعی قرار می‌گیرد و از لحاظ روش نیز از نوع کیفی است. در تقسیم‌بندی دیگری از پژوهش بر مبنای ماهیت و روش، این پژوهش، توصیفی-تحلیلی و کاربردی می‌باشد؛ در این پژوهش ابتدا روش اسنادی و مطالعه نظری برای مطالعه و فهم دقیق یکی از مهم‌ترین مکتوبات اسلامی یعنی نهج‌البلاغه به کار گرفته شده و در ادامه به منظور استخراج مفاهیم از متن خطبه‌ها و نامه‌های حضرت علی(ع)، از بین راهبردهای متنوع پژوهش کیفی، از راهبرد «تحلیل مضمون» بهره برده شده که یک روش تحلیل کیفی مهم، قوی و پرکاربرد برای تحلیل حجم زیادی از داده‌های پیچیده و مفصل می‌باشد. تحلیل مضمون فرآیندی است که می‌تواند با اغلب روش‌های کیفی مورد استفاده قرار گیرد و همچنین امکان تبدیل اطلاعات کیفی به داده‌های کمی را فراهم می‌نماید (بویاتزیس<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸: ۴).

در روش تحلیل مضمون، پژوهشگر از نظر منطقی داده‌های جزئی مربوط به مسئله تحقیق خود را با گزاره‌های کلی ارتباط داده و به نتیجه‌گیری می‌پردازد. از ویژگی‌های پژوهش توصیفی این است که محقق دخالتی در موقعیت، وضعیت و نقش متغیرها ندارد و آن‌ها را دستکاری یا کنترل نمی‌کند و صرفاً آنچه را وجود دارد، مطالعه نموده و به توصیف و تشریح آن می‌پردازد (حافظ‌نیا، ۱۳۷۷: ۷۱). در پژوهش تحلیل مضمون، فرضیه‌ای ساخته نمی‌شود؛ ولی ممکن است به کشف قوانین و ارائه نظریه منتهی شود؛ این سخن بدین معنا است که از طریق این‌گونه تحقیقات، به‌طور معمول شناخت‌های کلی حاصل می‌گردد. خروجی تحلیل مضمون دسته‌بندی مضامین در سه سطح است: الف) مضامین پایه (کدها و نکات

1. Boyatzis, Richard E.

کلیدی موجود در متن)، ب) مضامین سازمان‌دهنده (مقولات به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و ج) مضامین اصلی یا فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل). در نهایت، شبکه مضامین به‌صورت نموداری شبکه‌ای در سه سطح به همراه ارتباط میان مضامین ترسیم می‌گردد (آترید استیرلینگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱: ۳۸۸).

## ۲-۲. روایی و پایایی پژوهش

گوبا و لینکلن<sup>۲</sup> مفهوم «قابلیت اعتماد» را به‌عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی به‌منظور ارزیابی دقت علمی در پژوهش‌های کیفی مطرح کرده‌اند (بشیر و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸: ۳۹). در این شیوه راهبردهای متعددی نظیر ردیابی حسابرسی‌گونه، بازبینی در زمان کدگذاری، طبقه‌بندی یا تأیید نتایج با مراجعه به آزمودنی‌ها، تأیید همکاران پژوهشی، تحلیل مورد کیفی، تأیید ساختاری و کفایت منابع مورد ارجاع مورد استفاده قرار می‌گیرد (دانایی فرد و مظفری، ۱۳۸۷: ۱۴۷؛ عباس‌زاده، ۱۳۹۱: اکبری، ۱۳۹۷: ۳۳). در پژوهش حاضر چند مورد از راهبردهای فوق به کار گرفته شده است که مهم‌ترین آن‌ها راهبرد «کدگذاران مستقل» است. این راهبرد، فرایندی رایج برای ارزیابی و کنترل کیفیت تحلیل مضمون است. هدف کدگذاری مستقل، کمک به پژوهشگر است تا به‌طور انتقادی درباره ساختار مضامین پیشنهادی خود و تصمیماتی که درباره کدها گرفته، فکر کند (حکاک و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۴۹؛ عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۸۷). همچنین از راهبرد استفاده از چند پژوهشگر جهت اجماع بر روی مفاهیم مستخرج از داده‌ها و توافق درصدی استفاده شده است؛ به این صورت که از سه نفر از خبرگانی که به‌طور مستقل کدگذاری را انجام داده‌اند، کدهایی که بیش از ۶۰٪ از کدگذاران بر آن صحه گذاشته بودند، پذیرفته شد.

## ۲-۳. مراحل پژوهش

پژوهش حاضر با مطالعه متن نهج البلاغه با ترجمه‌های مختلف و به دفعات آغاز گردیده است. این مطالعه با هدف استخراج مطالبی در رابطه با مفاهیم مرتبط با موضوع پژوهش، همچون ایمان، تقوا، تواضع، نرم‌خویی، توجه به بیت‌المال، دوری از کم‌کاری، توجه به وقت، حق‌خواهی، دوری از احتکار و ساده‌زیستی صورت پذیرفت. از میان ۲۴۱ خطبه، ۷۹ نامه و ۴۸۰ جمله قصار یا حکمت موجود در نهج البلاغه، ۵۱۰ جمله یا پاراگراف استخراج شد که شامل کلیدواژه‌های مذکور (مضامین پایه) در رابطه با اخلاق در کسب‌وکار بودند. این کلیدواژه‌ها به تعداد ۸۶۵ بار در فیش‌های مذکور تکرار شده‌اند. برای نمونه، عبارت «با مردم آن‌گونه معاشرت کنید که اگر مردید بر شما اشک ریزند و اگر زنده ماندید، با اشتیاق سوی شما آیند.» در حکمت ۱۰ نهج البلاغه، حاوی مضمون «اجتماعی بودن و مردم‌گرایی» است و یا از عبارت «پس هرچه زودتر حساب اموال را برای من بفرست و بدان که حسابرسی خداوند، از حسابرسی مردم سخت‌تر است.» در نامه ۴۰ نهج البلاغه، مضمون «پاسخگویی» برداشت شده است.

در جدول ۲، به‌اختصار تعدادی از فیش‌ها شامل جمله یا پاراگراف مندرج در نهج البلاغه، مضامین پایه و

1. Attride-Stirling, Jennifer

2. Guba and Lincoln

3. Bashir, Muhammad

کد باز اختصاص یافته به آن آمده است. با توجه به حوزه پژوهش، علاوه بر احادیثی که مستقیماً در مورد اخلاق و احکام کسب‌وکار مانند دوری از رباخواری، دوری از رشا و ارتشا و دوری از احتکار بود، خلیقات و صفات فردی از دید آن حضرت مانند خوش‌خلقی، تقوا و سخاوت نیز بررسی و فیش‌برداری شده است. برخی از این خلیقات و صفات مانند راستگویی و گذشت، حسنه بوده و برخی دیگر مانند دروغ‌گویی یا اسراف، مذموم و جزء نیایدهای اخلاق شناخته می‌شود.

جدول ۲. نمونه‌ای از فیش‌برداری انجام شده از نهج‌البلاغه

کد	متن عربی	ترجمه فارسی	مرجع	مضمون پایه
۸۱	وَ لَيْسَ لِلْعَاقِلِ أَنْ يَكُونَ شَاخِصًا إِلَّا فِي ثَلَاثٍ: مَرْمَئَةَ لِمَعَاشٍ، أَوْ خَطْوَةَ فِي مَعَادٍ، أَوْ لَذَّةً فِي غَيْرِ مُحْرَمٍ.	خردمند را نباید جز آن که در پی سه چیز حرکت کند: کسب حلال برای تأمین زندگی، یا گام نهادن در راه آخرت، یا به دست آوردن لذت‌های حلال.	حکمت/۳۹۰	طلب روزی حلال
۸۲	فَإِنَّ فِي الْعَدْلِ سَعَةً، وَ مَنْ ضَاقَ عَلَيْهِ الْعَدْلُ فَاجْتَوَزْ عَلَيْهِ أَضْيُقُ.	زیرا در عدالت گشایش برای عموم است و آن کس که عدالت بر او گران آید، تحمل ستم برای او سخت‌تر است.	خطبه/۱۵	عدالت و عدالت‌طلبی
۸۳	وَ يَسْتَجِلُونَ حَرَامَهُ بِالشُّبُهَاتِ الْكَاذِبَةِ وَالْأَهْوَاءِ السَّاهِيَةِ، فَيَسْتَجِلُونَ الْحَمْرَ بِالتَّبِيذِ، وَالسُّخْتِ بِالتَّهْدِيَةِ، ...	حرام خدا را با شبهات دروغین و هوس‌های غفلت‌زا، حلال می‌کنند، «شراب» را به بهانه اینکه «آب انگور» است و رشوه را که هدیه است و ...	خطبه/۱۵۶	عدم رشوه‌خواری و دوری از رشا و ارتشا
۸۴	وَ لَا تُرْوَعَنَّ مُسْلِمًا، وَ لَا تُجَازَنَنَّ عَلَيْهِ كَارِهًا، وَ لَا تَأْخُذَنَّ مِنْهُ أَكْثَرُ مِنْ حَقِّ اللَّهِ فِي مَالِهِ.	در سر راه هیچ مسلمانی را نترسان، یا با زور از زمین او نگذر و افزون‌تر از حقوق الهی از او مگیر.	نامه/۲۵	عدم سخت‌گیری در اخذ مالیات
۸۵	وَ إِنَّ عَمَلَكَ لَيْسَ لَكَ بِطَعْمَةٍ، وَلَكِنَّهُ فِي عُنُقِكَ أَمَانَةٌ، وَ أَنْتَ مُسْتَرْعَى لِمَنْ فَوْقَكَ.	همانا پست فرمانداری برای تو وسیله آب و نان نبوده، بلکه امانتی در گردن تو است، باید از فرمانده و امام خود اطاعت کنی؛	نامه/۵	عدم سوء استفاده از سِمَت

مهم‌ترین اسناد برای پژوهش حاضر، نامه امام علی(ع) به مالک اشتر در زمان انتخاب وی برای فرمانداری مصر (نامه/۵۳)، نامه امام علی(ع) به فرزندش امام حسن(ع) در زمان بازگشت از جنگ صفین (نامه/۳۱) و خطبه امام علی به هم‌ام در وصف پرهیزکاران (خطبه/۱۹۳) بوده است. در مرحله بعد با ترکیب و مقایسه مستمر کدها، ۱۲ «مضمون سازمان‌دهنده» شکل گرفت و پس از بررسی و سنخ‌سنجی مضامین سازمان‌دهنده و با توجه به حوزه اخلاق در کسب‌وکار، سه «مضمون اصلی یا فراگیر» طراحی شد. این سه مضمون اصلی عبارتند از: «اخلاق ادراکی/ بینشی»، «اخلاق فردی» و «اخلاق حرفه‌ای». جداول نمونه کدگذاری‌ها و شکل‌گیری مضامین سازمان‌دهنده و اصلی در ذیل ارائه شده است.

جدول ۳. بخشی از جدول استخراج مضامین سازمان دهنده

کد	کلیدواژه	فراوانی	مضمون سازمان دهنده
۱	آگاهی از امور زیردستان	۱۰	اصول سرپرستی
۲	اجتماعی بودن و مردم‌گرایی	۲	حسن خلق در ارتباط با دیگران
۳	احترام و ادب	۱	حسن خلق در ارتباط با دیگران
۴	اخلاص در عمل و راستی	۴	حسن خلق درونی
۵	ارتباط با زیردستان	۲	اصول سرپرستی
۶	ارزش‌مداری	۲	عدل‌باوری
۷	استفاده از مشاوران امین و متخصص	۳	اصول سرپرستی
۸	استقامت	۳	حسن خلق درونی
۹	امانت‌داری	۶	حسن خلق در ارتباط با دیگران
۱۰	انتقادپذیری	۱	اثربخشی متقابل همکاری

جدول ۴. مضامین سازمان دهنده و کدهای تشکیل دهنده آن‌ها

مضمون سازمان دهنده	فراوانی کل	کدها
اثربخشی متقابل همکاری	۱۹	۱۱۰، ۹۸، ۹۴، ۸۰، ۷۱، ۵۰، ۱۹، ۱۸، ۱۰
اخلاق سازمانی	۲۹	۹۷، ۹۰، ۶۶، ۵۹، ۵۵، ۱۷
اصول سرپرستی	۴۵	۱۰۵، ۱۰۰، ۹۹، ۸۴، ۳۱، ۲۵، ۱۵، ۷، ۵، ۱
توحیدباوری	۴۸	۷۷، ۴۰، ۳۷، ۳۲، ۲۸، ۱۶، ۱۴
حسن خلق در ارتباط با دیگران	۱۰۶	۱۰۴، ۱۰۲، ۹۶، ۸۹، ۸۶، ۷۳، ۷۲، ۴۸، ۴۵، ۴۴، ۴۲، ۲۴، ۹، ۳، ۲، ۱۰۹، ۱۰۶
حسن خلق درونی	۱۱۷	۱۰۸، ۹۵، ۹۳، ۹۲، ۷۸، ۷۶، ۷۴، ۳۸، ۱۲، ۸، ۴
حق‌الناس و عدالت سازمانی	۴۷	۴۹، ۴۷، ۳۴، ۲۹، ۲۷، ۲۶، ۲۲
دوری از ردائیل اخلاقی در ارتباط با دیگران	۷۰	۸۳، ۶۷، ۶۳، ۵۷، ۵۶، ۵۴، ۵۲، ۲۰
دوری از ردائیل اخلاقی درونی	۵۵	۹۱، ۸۵، ۶۸، ۶۵، ۶۴، ۶۲، ۵۳، ۵۱
عدل‌باوری	۷۳	۸۷، ۸۲، ۳۹، ۳۰، ۱۱، ۶
مدیریت صحیح حرفه	۱۹	۱۰۷، ۱۰۳، ۶۹، ۵۸، ۴۳، ۳۶
معادباوری	۲۳۷	۸۸، ۸۱، ۷۹، ۷۵، ۷۰، ۶۱، ۶۰، ۴۶، ۴۱، ۳۵، ۳۳، ۲۳، ۲۱، ۱۳، ۱۰۱

جدول ۵. مضامین سازمان دهنده و استخراج مضمون‌های اصلی

مضمون اصلی	فراوانی	مضامین سازمان دهنده
اخلاق ادراکی / بینشی	۳۵۸	توحیدباوری
		معادباوری
		عدل‌باوری

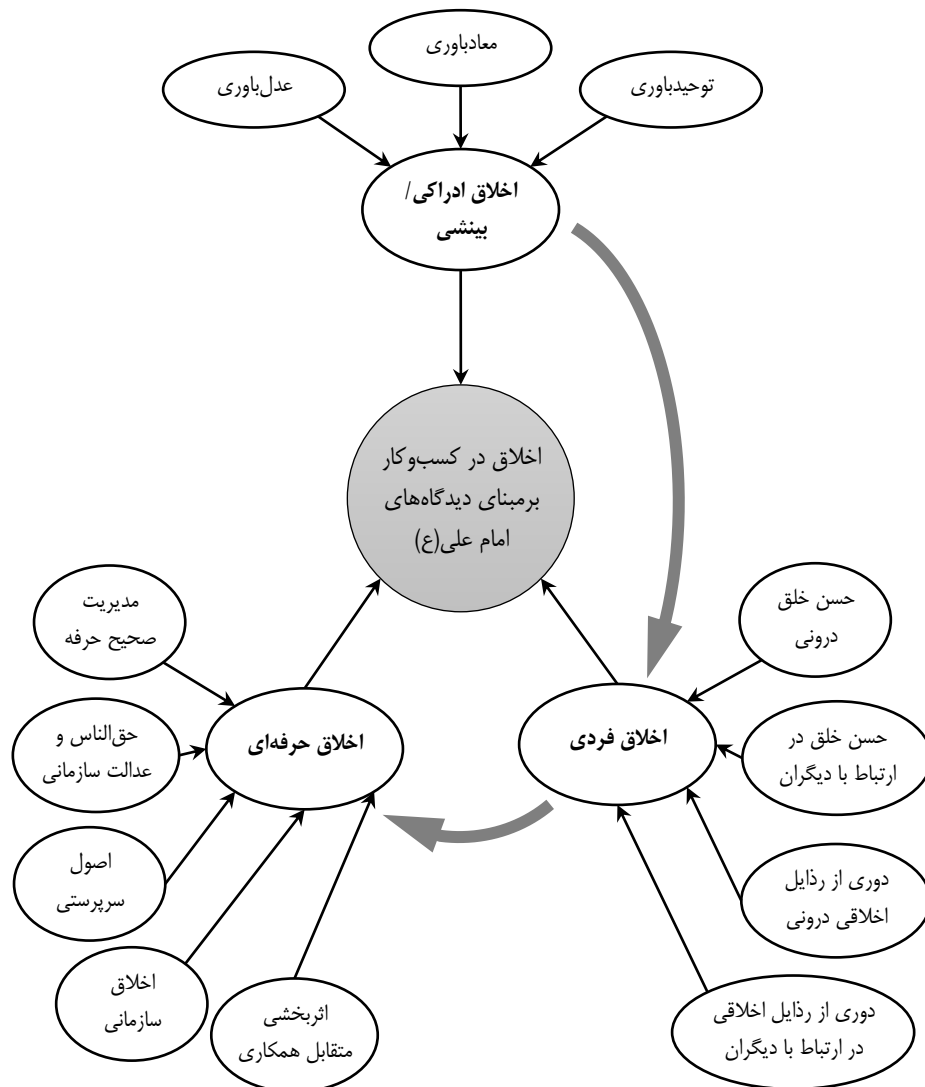
اخلاق فردی	۳۴۸	حسن خلق درونی
		حسن خلق در ارتباط با دیگران
		دوری از رذایل اخلاقی درونی
		دوری از رذایل اخلاقی در ارتباط با دیگران
اخلاق حرفه‌ای	۱۵۹	اثربخشی متقابل همکاری
		اخلاق سازمانی
		اصول سرپرستی
		حق‌الناس و عدالت سازمانی
		مدیریت صحیح حرفه

#### ۴-۲. یافته‌های پژوهش

مضامین شکل گرفته در قالب شبکه مضامین، با یکدیگر مرتبط شده و بدین ترتیب، مدل مفهومی اخلاق در کسب‌وکار از منظر امام علی(ع) استخراج گردید. نمودار شبکه مضامین اخلاق در کسب‌وکار از منظر نهج‌البلاغه در شکل ۳ ارائه شده است. در ذیل دلایل و شیوه استخراج مضامین سازمان‌دهنده مدل تشریح گردیده است.

**توحیدباوری:** به گفته دلشاد تهرانی (۱۳۷۹) در اندیشه توحیدی حضرت علی(ع)، ایمان به خدا و باورهای دینی در اصلاح اخلاق اداری نقشی اساسی دارد. از مصادیق توحیدباوری و ریشه‌های اخلاق اسلامی از نظر حضرت علی(ع) می‌توان «ایمان و یقین به وجود و حضور خدا»، «توکل و توسل به خدا»، «توجه به امداد غیبی»، «شکرگزار بودن» و «توجه به عبادت» را برشمرد؛ ایشان در یکی از خطبه‌های خویش درباره عبادت فرموده‌اند: «وَقَدْ عَرَفَ حَقَّهَا رِجَالٌ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ لَا تَشْغَلُهُمْ عَنْهَا زِينَةُ مَتَاعٍ وَلَا قُرَّةُ عَيْنٍ، مِنْ وَكْدٍ وَلَا مَالٍ» (خطبه/۱۹۹)؛ همانا کسانی از مؤمنان حق نماز را شناختند که زیور دنیا از نماز بازشان ندارد و روشنایی چشمشان، یعنی اموال و فرزندان، مانع نمازشان نشود. آن‌که به خدای متعال ایمان دارد و خود را در محضر او می‌بیند، بی‌گمان پایبند آداب اخلاقی و رفتار انسانی می‌گردد.





شکل ۳. شبکه مضامین اخلاق در کسب و کار از منظر نهج البلاغه

**معادباوری:** «ایثارگری»، «سخاوت»، «پرهیزگاری»، «خدمت به نیازمندان»، «توجه به کسب و کار حلال» و «دوری از محرمات» از جمله ویژگی‌ها و خلقیاتی هستند که ریشه در معادباوری انسان دارند. حضرت علی (ع) در فرمان‌های حکومتی و دستورالعمل‌های اداری خود، بر یاد حق و یاد معاد تأکید فرموده و عوامل حکومت خود را با یادآوری حضور و نظارت خدا و حسابرسی دقیق الهی، به پابندی به اصول اخلاق اداری فرامی‌خواند: «طُوبَى لِمَنْ ذَكَرَ الْمَعَادَ، وَ عَمِلَ لِلْحِسَابِ، وَ قَنَعَ بِالْكَفَافِ، وَ رَضِيَ عَنِ اللَّهِ» (حکمت/۴۴)؛ خوشا به حال کسی که به یاد معاد باشد، برای حسابرسی قیامت کار کند، با قناعت

زندگی کند و از خدا راضی باشد. آن‌که معاد را باور دارد و حساب و کتاب دقیق الهی را بر کردار و رفتار خود حاکم می‌داند، بی‌گمان به آن‌چه از او صادر می‌شود، توجهی دقیق می‌نماید که حسابرسی آن عالم را از حسابرسی‌های این عالم به مراتب سخت‌تر می‌داند.

محمدی و محمدی (۱۳۹۰) نیز تأثیر اعتقاد به «توحید» و «معاد» در اخلاق (به‌صورت عام) از دیدگاه امام علی (ع) را بررسی نموده و به این ارتباط و اهمیت پی برده‌اند.

**عدل‌باوری:** مضمون عدل‌باوری شامل مؤلفه‌های «ارزش‌مداری»، «انصاف»، «حق‌مداری»، «عدالت‌خواهی» و «توجه به خمس و زکات» است. کارگزاران و کارکنان یک نظام، زمانی به اعتبار حقیقی دست می‌یابند که خود را میان خویش و دیگران، میزان قرار دهند و آنچه برای خود می‌خواهند برای دیگران بخواهند و این را مبنای رفتار سازمانی و اداری خود قرار دهند؛ امام علی(ع) در نامه خود به فرزندش حضرت مجتبی(ع) چنین فرموده است: «يَا بُعِي، اجْعَلْ نَفْسَكَ مِيزَانًا فِيمَا بَيْنَكَ وَ بَيْنَ غَيْرِكَ، فَاحْبِبْ لْغَيْرِكَ مَا تُحِبُّ لِنَفْسِكَ، وَ اكْرَهُ لَهُ مَا تَكْرَهُ لَهَا، وَ لَا تَظْلِمَ كَمَا لَا تُحِبُّ أَنْ تُظْلَمَ، وَ أَحْسِنْ كَمَا تُحِبُّ أَنْ يُحْسَنَ إِلَيْكَ، وَ اسْتَقْبِحْ مِنْ نَفْسِكَ مَا تَسْتَقْبِحُ مِنْ غَيْرِكَ، وَ اِرْضَ مِنَ النَّاسِ بِمَا تَرْضَاهُ لَهُمْ مِنْ نَفْسِكَ» (نامه/۳۱)؛ پسر من! نفس خود را میزان میان خود و دیگران قرار ده، پس هر آن‌چه برای خود دوست داری برای دیگران هم دوست بدار، و آنچه که برای خود نمی‌پسندی، برای دیگران نیز مپسند؛ ستم روا مدار، آن‌گونه که دوست نداری به تو ستم شود. نیکوکاری کن، همان‌گونه که دوست داری به تو نیکی کنند و آنچه را که برای دیگران زشت می‌داری برای خود نیز زشت بشمار و چیزی را برای مردم رضایت بده که برای خود می‌پسندی.

**حسن خلق درونی:** مفاهیمی چون «استقامت»، «شجاعت»، «شکیبایی»، «قناعت»، «اخلاص در عمل»، «ساده‌زیستی» و «رفتار متعادل» جزء مؤلفه‌های حسن خلق درونی انسان‌ها محسوب می‌گردد. حضرت علی(ع) در دستورها و نامه‌های خود به مسئولان حکومت، به کرات ایشان را به داشتن چنین اخلاقی فراخوانده‌اند؛ برای مثال: «لَيْسَ الْحَيْرُ أَنْ يَكْثُرَ مَالُكَ وَ وَلَدُكَ، وَلَكِنَّ الْحَيْرَ أَنْ يَكْثُرَ عِلْمُكَ، وَ أَنْ يَعْظُمَ حِلْمُكَ» (حکمت/۹۴)؛ خوبی آن نیست که مال و فرزندت بسیار شود، بلکه خیر آن است که دانش تو فراوان و بردباری تو بزرگ و گران‌مقدار باشد.

**حسن خلق در ارتباط با دیگران:** این مضمون مؤلفه‌های متعددی چون «امانت‌داری»، «خوش‌خلقی»، «رازداری»، «تواضع»، «خدمتگزاری به مردم»، «راست‌گویی»، «خیرخواهی» و «وفای به عهد» دارد. نوع رفتار کارگزاران، مدیران و کارکنان کسب‌وکارها و نظام اداری به‌ویژه با مردم از اهمیت ویژه‌ای در مقبولیت و اثربخشی آن نظام و کسب‌وکار دارد. حسن خلق در ارتباط با دیگران منبعث از دیدگاهی انسان‌دوستانه بوده و از اصول مهم در اخلاق اسلامی است (دلشاد تهرانی، ۱۳۷۹). حضرت علی(ع) از مسئولان نظام اداری خواسته است که با مردم خوش‌رفتار باشند؛ ایشان در ابتدای فرمان حکومتی خود به عبدالله بن عباس، هنگامی که او را در بصره به‌جای خود گمارد، چنین فرموده‌اند: «سَعِ النَّاسَ بِوَجْهِكَ وَ مَجْلِسِكَ وَ حُكْمِكَ، وَ إِيَّاكَ وَ الْغَضَبَ، فَإِنَّهُ طَيْرَةٌ مِنَ الشَّيْطَانِ» (نامه/۷۶)؛ با مردم، به هنگام

دیدار و در مجالس رسمی و در مقام داوری، گشاده‌رو باش و از خشم بپرهیز، که سبک مغزی، به تحریک شیطان است.

**دوری از رذایل اخلاقی درونی:** دوری از رذایل اخلاقی چون «طمع»، «رخوت»، «عصبانیت»، «تجمل‌گرایی»، «اسراف» و «شتاب‌زدگی» از مؤلفه‌های این مضمون است. حضرت علی(ع) فرموده‌اند: «وَمَنْ افْتَصَرَ عَلَى بُلْعَةِ الْكُفَافِ فَقَدْ انْتَطَمَ الرَّاحَةُ، وَ تَبَوَّأَ خُفْضَ الدَّعَةِ. وَ الرَّغْبَةُ مِفْتَاحُ النَّصَبِ، وَ مَطِيئَةُ التَّعَبِ. وَ الْحِرْصُ وَالْكَبْرُ وَ الْحَسَدُ دَوَاعٍ إِلَى التَّقْصُمِ فِي الدُّنْيَا، وَ الشَّرُّ جَامِعٌ لِمَسَاوِي الْعُيُوبِ» (حکمت/۳۷۱)؛ و کسی که به اندازه کفایت زندگی از دنیا بردارد به آسایش دست یابد و آسوده‌خاطر گردد، درحالی که دنیاپرستی کلید دشواری و مرکب رنج و گرفتاری است و حرص‌ورزی و خودبزرگ‌بینی و حسادت، عامل بی‌پروایی در گناهان است و بدی، جامع تمام عیب‌ها است.

**دوری از رذایل اخلاقی در ارتباط با دیگران:** این‌گونه رذایل اخلاقی شامل مواردی مانند «تکبر»، «حسادت»، «خیانت»، «بخل»، «فریب‌کاری»، «ریاکاری» و امثالهم می‌شود و حضرت علی(ع) رهنمودهایی در رابطه با هر کدام از مؤلفه‌های مذکور دارند. برای نمونه در بخشی از عهدنامه مالک اشتر خطاب به وی فرموده‌اند: «فَلَا تُغْدِرَنَّ بِدِمَّتِكَ، وَ لَا تُخَيِّسَنَّ بِعَهْدِكَ، وَ لَا تُخَيِّلَنَّ عَدُوَّكَ، فَإِنَّهُ لَا يَجْتَرِي عَلَى اللَّهِ إِلَّا جَاهِلٌ شَقِيٌّ» (نامه/۵۳)؛ پس هرگز پیمان‌شکن مباش و در عهد خود خیانت مکن و دشمن را فریب مده، زیرا کسی جز نادان بدکار، بر خدا گستاخی روا نمی‌دارد.

**اثربخشی متقابل همکاری:** این مضمون که یکی از مضامین سازمان‌دهنده اخلاق حرفه‌ایست شامل مؤلفه‌های همچون «صلح‌طلبی»، «کار گروهی»، «اجتناب از اختلافات سازمانی»، «مشارکت‌جویی» و «مشورت» می‌باشد. حضرت علی(ع) در باب هم‌فکری خطاب به مالک اشتر فرموده‌اند: «تَمَّ انظُرْ فِي أُمُورِ عَمَلِكَ، فَاسْتَعْمِلْهُمْ اخْتِبَارًا، وَ لَا تُؤَيِّمُ مُحَابَاةً وَ آثَرَةً، فَإِنَّهُمَا جَمَاعٌ مِنْ شُعْبِ الْجُورِ وَ الْحِيَاثَةِ» (نامه/۵۳)؛ سپس در امور کارمندان بیندیش و پس از آزمایش به کارشان بگمار و با میل شخصی و بدون مشورت با دیگران، آنان را به کارهای مختلف وادار نکن، زیرا نوعی ستمگری و خیانت است.

**اخلاق سازمانی:** از جمله مؤلفه‌های این مضمون، «پاسخگویی»، «دوری از چاپلوسی»، «مسئولیت‌پذیری» و «فرمان‌برداری از مدیر» است که مؤلفه اخیر به کرات توسط امام علی(ع) مورد تأکید واقع شده است. اخلاق اداری با هرگونه خودکامگی منافات دارد و در رفتار و مناسبات سازمانی، هر صورتی از خودکامگی و سلطه‌گری تباه‌کننده فرد و سازمان است. عهدنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و فرمان‌های حکومتی امام(ع) از یک‌سو و رفتار و عملکرد خود آن حضرت از سوی دیگر، بیانگر جایگاهی است که حضرت علی(ع) برای مؤلفه فرمان‌برداری و تبعیت از مدیر در نظام خویش قائل بوده است. آن حضرت در نامه‌ای به فرماندار آذربایجان فرموده است: «وَ إِنْ عَمَلَكَ لَيْسَ لَكَ بِطَعْمَةٍ، وَلَكِنَّهُ فِي عُقْبِكَ أَمَانَةٌ، وَ أَنْتَ مُسْتَرْعَى لِمَنْ فَوْقَكَ» (نامه/۵)؛ همانا پست فرمانداری برای تو وسیله آب و نان نبوده، بلکه امانتی در گردن تو است، باید از فرمانده و امام خود اطاعت کنی.

**اصول سرپرستی:** این مضمون شامل مؤلفه‌هایی مانند «برخورد قاطع با تخلف»، «آگاهی از امور زبردستان»، «نرمش و اقتدار به‌هنگام»، «مشاوره و راهنمایی» و «توجه به رضایت مردم» می‌باشد. حضرت علی(ع) در فرازی از عهدنامه مالک اشتر چنین فرموده‌اند: «وَ حَفِظُ مِنَ الْأَعْوَانِ، فَإِنْ أَحَدٌ مِنْهُمْ بَسَطَ يَدَهُ إِلَى خِيَانَةٍ اجْتَمَعَتْ بِهَا عَلَيْهِ عِنْدَكَ أَخْبَارُ عُيُونِكَ اِكْتَفَيْتَ بِذَلِكَ شَاهِدًا، فَبَسَطْتَ عَلَيْهِ الْعُقُوبَةَ فِي بَدَنِهِ، وَ أَخَذْتَهُ بِمَا أَصَابَ مِنْ عَمَلِهِ، ثُمَّ نَصَبْتَهُ بِمَقَامِ الْمُدَلَّةِ، وَ وَصَّيْتَهُ بِالْحَيَانَةِ، وَ قَلَّدْتَهُ عَارَ التُّهْمَةِ» (نامه/۵۳)؛ و از همکاران نزدیکت سخت مراقبت کن و اگر یکی از آنان دست به خیانت زد و گزارش جاسوسان تو هم آن خیانت را تأیید کرد، به همین مقدار گواهی قناعت کرده او را با تازیانه کیفر کن و آنچه از اموال که در اختیار دارد از او باز پس گیر، سپس او را خواردار و خیانتکار بشمار و طوق بدنامی به گردنش بیفکن.

**حق الناس و عدالت سازمانی:** مهم‌ترین مؤلفه‌های این مضمون عبارتند از: «توجه به بیت‌المال»، «تشویق و تنبیه زبردستان»، «توجه به ارزش کار و تجربه» و «توجه به مسئولیت‌های اجتماعی و محیط‌زیست». در نگاه حضرت علی(ع) رعایت حقوق مردم و ادای آن دارای بالاترین ارزش‌هاست؛ و قدر هر کس در ارزش نهادن به این امر است (دلشاد تهرانی، ۱۳۷۹). در نهج‌البلاغه آمده است که امام علی(ع) از غالب ابن صعصعه پرسیده‌اند: «مَا فَعَلْتَ إِبْلُكَ الْكَثِيرَةَ؟» (حکمت/۴۴۶)؛ شتران فراوانت را چه شد؟ و پاسخ شنیده‌اند: «ذَعَدَعْتُهَا الْحُقُوقُ يَا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ» پرداخت حقوق، آن‌ها را پراکنده ساخت؛ سپس امام(ع) فرموده‌اند: «ذَلِكَ أَحْمَدُ سُئِلَهَا» این بهترین راه مصرف آن‌ها بود. در رابطه با مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی نیز در خطبه‌ای فرموده‌اند: «اتَّقُوا اللَّهَ فِي عِبَادِهِ وَ بِلَادِهِ، فَإِنَّكُمْ مَسْئُولُونَ حَتَّى عَنِ الْبِقَاعِ وَالْبَهَائِمِ» (خطبه/۱۶۷)؛ از خدا بترسید و تقوا پیشه کنید، زیرا شما در پیشگاه خداوند، مسؤول بندگان خدا و شهرها و خانه‌ها و حیوانات هستید.

**مدیریت صحیح حرفه:** حضرت علی(ع) در رابطه با این مضمون، به مؤلفه‌هایی چون «نظم و انضباط»، «توجه به وقت»، «دوری از خطا»، «میان‌روی در هزینه‌ها» و «دوری از کم‌کاری» پرداخته‌اند. این امور از عمده‌ترین آداب اخلاق اداری است و هیچ سازمانی و نظامی بدون رعایت این امور راه به جایی نخواهد برد. حضرت علی(ع) در عهدنامه مالک اشتر به او مکرر سفارش کرده است که به‌گونه‌ای عمل نماید که انضباط کاری حفظ شود؛ از جمله: «وَ أَمِضْ لِكُلِّ يَوْمٍ عَمَلَهُ، فَإِنَّ لِكُلِّ يَوْمٍ مَا فِيهِ» (نامه/۵۳)؛ کار هر روز را همان روز انجام بده، زیرا هر روز کاری مخصوص به خود دارد. لازمه خلقیاتی چون انضباط که جزء مضمون مدیریت صحیح حرفه است، اخلاقیات فردی مانند «دوری از شتاب‌زدگی»، «دوری از رخوت و سستی»، «وفای به عهد» و «حفظ آرامش» است.

### ۳. نتیجه‌گیری

بررسی مضامین و عبارات مستخرج از متن نهج‌البلاغه در رابطه با اخلاق در کسب‌وکار، به یک مدل شبکه‌ای منتج گردید. بر مبنای این مدل شبکه‌ای، اخلاق در کسب‌وکار سه مؤلفه «بینشی- ادراکی»، «فردی» و «حرفه‌ای» دارد؛ اخلاق بینشی- ادراکی نشان‌دهنده عمق توجه و اهمیت امام علی(ع) به

اصول دین اسلام به‌عنوان سرمنشأ اخلاق بوده و شامل «توحیدباوری»، «معادباوری» و «عدل‌باوری» است؛ اخلاق فردی که در آموزه‌های اسلام ریشه در اعتقاد به اصول دین و خلیقات الهی دارد شامل «حسن خلق درونی»، «حسن خلق در ارتباط با دیگران»، «دوری از ردایل اخلاقی درونی» و «دوری از ردایل اخلاقی در ارتباط با دیگران» بوده و دو جنبه درونی / بیرونی و فضیلت / ردیلت دارد؛ اخلاق حرفه‌ای که ریشه‌های آن را می‌توان در اخلاق فردی دانست، شامل «اثربخشی متقابل همکاری»، «اخلاق سازمانی»، «اصول سرپرستی»، «حق‌الناس و عدالت سازمانی» و «مدیریت صحیح حرفه» است.

مدل اخلاق در کسب‌وکار ارائه شده، بیان می‌دارد که میزان مقید بودن هر شخص به اخلاق حرفه‌ای تا حدود زیادی به میزان مقید بودن آن شخص به اخلاق فردی وابسته است. همچنین، اخلاق فردی نیز ریشه در اخلاق بینشی - ادراکی دارد؛ از دیدگاه امام علی<sup>(ع)</sup> منشأ بایدها و نبایدهای رفتارهای فردی انسان را بایستی در مسائل اعتقادی جستجو کرد. این‌که رفتارهای اخلاقی انسان‌ها، چه فردی و چه حرفه‌ای، تحت تأثیر ایدئولوژی اخلاقی آن‌هاست، در پژوهشی که بر روی اخلاق کسب‌وکار مردم سه کشور عرب حاشیه خلیج فارس انجام پذیرفته نیز تأیید شده است (الخطیب و همکاران، ۲۰۰۲)؛ بنابراین، به مدیران سازمان‌ها توصیه می‌شود جهت اصلاح و ارتقای اخلاق حرفه‌ای کارکنان سازمان خود، توجه ویژه‌ای به اصلاح زیرساخت‌های اعتقادی ایشان داشته باشند. این مهم را می‌توان با آموزش، الگوسازی، تشویق افراد اخلاق‌مدار و امثال آن پیاده‌سازی نمود.

از دیگر نتایج مهم پژوهش حاضر این است که بنا به فرمایشات حضرت علی<sup>(ع)</sup>، معادباوری اهمیت ویژه‌ای در اخلاق کسب‌وکار دارد؛ این موضوع را از فراوانی زیاد کدهای مربوط به مضمون «معادباوری» در جدول ۴ نیز می‌توان استنباط نمود. دعوت به دوری از دنیاطلبی و توجه به آخرت، در بسیاری از خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های آن حضرت آمده است؛ مانند: «إِنَّ أَحْسَرَ النَّاسِ صَفْقَةً، وَ أَحَبَّيْهِمْ سَعْيًا رَجُلٌ أَخْلَقَ بَدَنَهُ فِي طَلَبِ آمَالِهِ، وَ لَمْ تُسَاعِدْهُ الْمَقَادِيرُ عَلَى إِرَادَتِهِ، فَخَرَجَ مِنَ الدُّنْيَا بِحَسْرَتِهِ، وَ قَدِمَ عَلَى الْآخِرَةِ بِتَعْتِهِ» (حکمت/۴۳۰)؛ همانا زیانکارترین مردم در معاملات و ناامیدترین مردم در تلاش، مردی است که تن در گردآوری مال خسته دارد، اما تقدیرها با خواست او هماهنگ نباشد، پس با حسرت از دنیا برود و با بار گناه به آخرت روی آورد.

سخن آخر این‌که مدل مستخرج برای اخلاق در کسب‌وکار، دستاورد پژوهش حاضر و نوع نگاه خاص آن به مقوله اخلاق در تجارت، معامله و کسب‌وکار می‌باشد؛ زیرا در تحقیقات پیشین، این نوع دسته‌بندی و همچنین ریشه‌یابی و ارتباط مؤلفه‌ها با هم با این شکل و دقت انجام نشده است.

## منابع

- اکبری، حسن علی، و رمضانی، حسین (۱۳۹۱). بررسی پایه‌های نظری موضوع تصمیم‌گیری مبتنی بر اخلاق اسلامی. *نشریه علمی مدیریت اسلامی*، ۲۰(۱)، ۱۴۹-۱۷۴.
- اکبری، مرتضی (۱۳۹۷). اعتبارسنجی و سنجش کیفیت در پژوهش‌های کمی، کیفی و آمیخته. *فصلنامه علمی-پژوهشی روش‌شناسی علوم انسانی*، ۲۴(۹۴)، ۲۳-۴۵. DOI:10.30471/MSSH.2018.1448
- اعظمی، امیر، آبیانی اصفهانی، سعید، و تولایی، روح‌الله (۱۳۸۷). رهبری و مدیریت اخلاق اسلامی. *دوماهنامه توسعه انسانی پلیس*، ۵(۱۷)، ۷۱-۸۸.
- بابائی اهری، مهدی (۱۳۸۱). اخلاق در کسب و کار. *فصلنامه کمال مدیریت*، ۱، ۹۹-۱۱۸.
- پرهیزگار، محمدمهدی، و حسینی، روح‌الله (۱۳۹۸). *اخلاق و احکام کسب و کار*. تهران: دانشگاه پیام‌نور، چاپ اول، شابک: ۹۷۸۹۶۴۱۴۰۶۰۸۲.
- توکلی، محمدجواد (۱۳۸۹). درآمدی بر فلسفه اخلاق تجارت با رویکردی اسلامی. *دو فصلنامه علمی-پژوهشی معرفت اقتصاد اسلامی*، ۱(۱)، ۷-۳۱.
- توکلی، محمدجواد، و کریمی، سعید (۱۳۹۳). شاخص اخلاق تجارت از دیدگاه اسلام. *فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی*، ۱۴(۵۳)، ۵-۳۰.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۷۷). *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، چاپ هجدهم (۱۳۹۱).
- حسین‌زاده، امیر، و عابدی جعفری، حسن (۱۳۸۶). مرزشناسی حوزه اخلاق سازمان و مدیریت. *فصلنامه علمی-پژوهشی روش‌شناسی علوم انسانی*، ۱۳(۵۳)، ۱۳۳-۱۴۴.
- حقیقت شهرستانی، مسعود، پورعزت، علی‌اصغر، معمارزاده طهران، غلامرضا، و حمیدی، ناصر (۱۳۹۹). تعالی اخلاق سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران در پرتو نهج‌البلاغه. *فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه*، ۸(۲۹)، ۵۹-۷۹. DOI:10.22084/NAHJ.2019.19170.2292
- حکاک، محمد، صالحی، حسن، و فرقانی، یونس (۱۳۹۷). طراحی الگوی مفهومی اسلام برای عدالت در نظام جبران خدمات، مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه. *دو فصلنامه علمی مدیریت در دانشگاه اسلامی*، ۷(۱۶)، ۳۴۱-۳۵۸.
- خان‌احمدی، اسماعیل، و مدنی، سید مصطفی (۱۳۹۲). منشور فرماندهی کارآمد برگرفته از نهج‌البلاغه. *نشریه علمی مدیریت اسلامی*، ۲۱(۲)، ۲۲۳-۲۵۳.
- خرم‌منش، آرزو (۱۳۹۷). نقش اخلاق اسلامی در مدیریت سازمان، *فصلنامه جهان‌نوین*، ۱(۴)، ۱۲-۲۰.
- خسروآبادی، حمیدرضا، و رضایی‌منش، بهروز (۱۳۹۴). طراحی الگوی تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه، *فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه*، ۳(۱۱)، ۶۷-۹۴.
- خوجیانی، رامین، و سودانی، کوثر (۱۳۹۶). اخلاق اسلامی و محیط کسب‌وکار (اخلاق کسب‌وکار یا کسب‌وکار اخلاقی). *نشریه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۶(۲۰)، ۹۹-۱۱۷.
- خوش‌برش ماسوله، مهدی، و صادقیان، سعید (۱۳۹۶). واکاوی معیارهای اخلاق حرفه‌ای در مهندسی ژئوماتیک (نقشه‌برداری) با تأکید بر آموزه‌های نهج‌البلاغه، *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات اخلاق کاربردی*، ۷(۲۵)، ۱۴۵-۱۶۵. DOI:10.22081/jare.2017.45125

- خیرگو، منصور، و عباسزاده، ناصر (۱۳۹۹). ارائه الگوی فرماندهی و مدیریت در سازمان‌های دفاعی از منظر امام علی(ع): پژوهشی کیفی مبتنی بر تحلیل مضمون، فصلنامه مدیریت نظامی، ۲۰(۷۷)، ۵۱-۸۰.  
DOI:10.22034/IAMU.2020.44682
- دادگر، یداله (۱۳۸۵). اخلاق بازرگانی (و کسب‌وکار) از منظر اقتصاد و اقتصاد اسلامی. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۱۰(۳۸)، ۸۷-۱۲۰.
- دانایی‌فرد، حسن، و مظفری، زینب (۱۳۸۷). ارتقاء روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مدیریتی: تأملی بر استراتژی‌های ممیزی پژوهشی. پژوهش‌های مدیریت، ۱(۱)، ۱۳۱-۱۶۲.
- دلشاد تهرانی، مصطفی (۱۳۷۹). ارباب امانت: اخلاق اداری در نهج‌البلاغه، تهران: دریا، چاپ چهاردهم (۱۳۹۴)، شابک: ۹۷۸۹۶۴۹۲۷۵۳۰۷.
- دلشاد تهرانی، مصطفی (۱۳۹۰). نسبت عدالت و اخلاق در «نهج‌البلاغه». دوفصلنامه پژوهشی - اطلاع‌رسانی حدیث و اندیشه، ۶(۱۲)، ۵-۳۱.
- رحمدل، هادی، کفاش‌پور، آذر، و فراحی، محمدمهدی (۱۳۹۹). تدوین و تبیین الگوی بومی اخلاق حرفه‌ای مدیران دانشگاه‌ها مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه. دو فصلنامه علمی مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۹(۱۹)، ۸۷-۱۰۶.  
DOI:10.22034/MIU.2020.863
- رنگریز، حسن (۱۳۹۸). طراحی الگوی دولت علوی مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه، پژوهشنامه علوی، ۱۰(۲۰)، ۲۳-۴۶.  
DOI:10.30465/ALAVI.2019.5144
- سید رضی (محمد بن حسین شریف‌الرضی). نهج‌البلاغه، ترجمه محمد دشتی، تهران: انتشارات امیرالمؤمنین (ع)، چاپ سوم (۱۳۹۱). شابک: ۹۷۸۹۶۴۶۴۲۲۹۱۹.
- شریعتی، مسعود، سهرابی، محمد، و ابوالحسن شیرازی، حبیب‌الله (۱۳۹۴). نظام شایسته‌گزینی از دیدگاه امام علی (علیه السلام)، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، ۱۰(۲)، ۱۹۱-۲۱۸.
- صیادی تورانلو، حسین، و ثقفی، سپیده (۱۳۹۶). پیامدهای اخلاق کار اسلامی. نشریه علمی مدیریت اسلامی، ۲۵(۴)، ۱۷۵-۲۰۲.  
DOR:20.1001.1.22516980.1396.25.4.8.8
- عابدی جعفری، حسن، تسلیمی، محمد سعید، فقیهی، ابوالحسن، و شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، اندیشه مدیریت راهبردی، ۵(۲)، ۱۵۱-۱۹۸.  
DOI:10.30497/SMT.2011.163
- عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۱). تأملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی. مجله علمی پژوهشی جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳(۱)، ۱۹-۳۴.  
DOR:20.1001.1.20085745.1391.23.1.2.5
- فرمهبینی فراهانی، محسن، و اشرفی، فاطمه (۱۳۹۳). اصول اخلاق حرفه‌ای در نهج‌البلاغه، پژوهشنامه علوی، ۵(۹)، ۶۷-۸۶.
- فقهی‌زاده، عبدالهادی، و لزگی، علینقی (۱۳۹۲). مؤلفه‌های مبنی مدیریت نظامی در نهج‌البلاغه. فصلنامه علمی بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۰(۲۷)، ۲۵-۴۴.
- قاسم‌زاده علیشاهی، ابوالفضل، حیدری‌زاده، زهرا، و حسنی، محمد (۱۳۹۵). بررسی پیشایندها و پیامدهای اخلاق کار اسلامی، دو فصلنامه علمی مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۵(۱۲)، ۴۴۳-۴۶۰.

- کلانتری، ابراهیم، کلانتری، اسماعیل، محمودی، فاطمه، و مقامی، حمید (۱۳۹۴). ارائه چارچوب مفهومی سبک کسب و کار اسلامی. *نشریه علمی مدیریت اسلامی*، ۳۳(۳)، ۱۲۳-۱۴۲.
- مجیدی، حسن، و فاطمه، مقری (۱۳۹۳). جایگاه کار و تقسیم کار در نهج‌البلاغه. *پژوهشنامه علوی*، ۵(۱۰)، ۹۹-۱۱۷.
- محمدی، مسلم، و محمدی، مرضیه (۱۳۹۰). تأثیر دو باور اعتقادی توحید و معاد بر اخلاق در نهج‌البلاغه. *فصلنامه علمی پژوهشنامه اخلاق*، ۴(۱۱)، ۸۵-۱۰۴.
- مشایخی‌پور، محمدعلی (۱۳۹۰). مبانی اخلاق کار از دیدگاه امام علی علیه‌السلام، *نشریه علمی مدیریت اسلامی*، ۱۹(۱)، ۳۷-۶۵. DOR:20.1001.1.22516980.1390.19.1.2.4
- مشایخی‌پور، محمدعلی، فقهی‌زاده، عبدالهادی، و واعظی، محمود (۱۳۹۱). عوامل و زمینه‌های تقویت اخلاق کار از دیدگاه امام علی(ع)، *پژوهشنامه علوی*، ۳(۶)، ۶۹-۱۰۰.
- مشایخی‌پور، محمدعلی، واعظی، محمود، و فقهی‌زاده، عبدالهادی (۱۳۹۲). اصول اخلاق کار از دیدگاه امام علی(ع). *فصلنامه علمی پژوهش‌های اخلاقی*، ۳(۱۲)، ۹۵-۱۱۸.
- مولایی، محمد (۱۳۹۳). اصول اخلاق تجاری و کسب و کار از دیدگاه امام علی(ع) در نهج‌البلاغه. *فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه*، ۲(۷)، ۸۵-۱۰۱.
- نجات‌بخش اصفهانی، علی، و تک‌دهقان، حبیبه (۱۳۹۸). تأثیر آیات و روایات در اصول اخلاق تجارت اسلامی محیط کسب و کار؛ موردکاوی بازار تهران. *نشریه علمی علم و تمدن در اسلام*، ۱(۱)، ۷۲-۹۹. DOR:20.1001.1.26764830.1398.1.1.4.4
- Ahmad, S., & Owoyemi, M. Y. (2012). The Concept of Islamic Work Ethic: An Analysis of Some Salient Points in the Prophetic Tradition. *International Journal of Business and Social Science*, 3(20), 116-123.
- Al-Khatib, J. A., Robertson, C. J., Stanton, A. D., & Vitell, S. J. (2002). Business ethics in the Arab Gulf States: a three-country study. *International Business Review*, 11(1), 97-111. DOI:10.1016/S0969-5931(01)00049-X
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research, *Qualitative Research*, 1(3), 385-405. DOI:10.1177/146879410100100307
- Bashir, M., Tanveer Afzal, M., & Azeem, M. (2008). Reliability and Validity of Qualitative and Operational Research Paradigm, *Pakistan Journal of Statistics and Operation Research*, 4(1), 35-45. DOI:10.18187/pjsor.v4i1.59
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*, USA, California: Sage Publications, ISBN 0 7619 0961 3.
- Buckley, M. R., Beu, D. S., Frink, D. D., Howard, J. L., Berkson, H., Mobbs, T. A., & Ferris, G. R. (2001). Ethical issues in human resources systems, *Human Resource Management Review*, 11, 11-29. DOI:10.1016/S1053-4822(00)00038-3
- Hosmer, L. T. (1996). Response to 'Do Good Ethics Always Make for Good Business?', *Strategic Management Journal*, 17(6), 501.
- Ibrahim, A. (2018). Islamic Work Ethics and Economic Development in Islamic Countries: Bridging Between Theory and Reality, *Proceeding of 2<sup>nd</sup> International Conference on Empowering Moslem Society in Digital Era*, 2, 43-50. DOI:10.24090/icms.2018.1905



- Mir, U. R., & Hassan, S. S. (2019). Islamic Work Ethics: An antecedent for “Sustainable Motivation” and “Effective Employee”, *AL-AZVĀ*, 51(34), 19-34. DOI:10.51506/al-adwa%20.v34i51.121
- Newell, S. (2011). “*Business Ethics*” in *the Business: The Ultimate Resource*, 3rd Edition, Jonathan Law (Editor), London: A&C Black.
- Rokhman, W. (2010). The Effect of Islamic Work Ethics on Work Outcomes, *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 15(1), 21-27.