

عنوان مقاله:

تحلیل محتوای منشورهای اخلاقی در سازمان های ایرانی با نگرش خاص به محیط های دانشگاهی

محل انتشار:

دوفصلنامه مدیریت در دانشگاه اسلامی، دوره 1، شماره 3 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

نویسندگان:

حبیب اله دعایی

زهره محمدزاده

خلاصه مقاله:

هدف: یکی از روش های نهادینه کردن اخلاق در همه سازمان ها اعم از محیط های دانشگاهی و غیردانشگاهی، تدوین منشورهای اخلاقی است که ارزش ها و اولویت های اصلی سازمان را به ذینفعان اعلام می کند. تحقیق حاضر در صدد پاسخگویی به این دو سوال است که اولاً، میزان توجه منشورهای اخلاقی در سازمان های کشورمان به هر یک از ذینفعان چقدر است؟ ثانیاً، میزان توجه این منشورها به ارزش های اخلاقی مختلف چقدر است؟ روش: منشور اخلاقی ۱۱۴ سازمان با روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گرفت. طبقات و عوامل تشکیل دهنده آن ها شناسایی و تقسیم بندی شدند. واحد اصلی شمارش محتوای منشورها، "موضوع" بود. یافته ها: پایایی و روایی تحقیق، با استفاده از روش اسکات و روش صوری مورد تایید قرار گرفت. نتیجه گیری: نتایج نشان داد که ذینفعانی که بیشتر مد نظر قرار گرفته اند جامعه، کارکنان، مشتریان و سازمان بودند. بیشترین مفاهیم ترویج شده در منشور اخلاقی به ترتیب شامل مشتری مداری، مفاهیم مذهبی، اهداف و بهبود سازمان، ارزش های اخلاقی، امور کارکنان و رشد و ارتقای جامعه هستند. کاربرد یافته ها در محیط های آموزشی و دانشگاهی بیان شده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت اخلاق، منشور اخلاقی سازمان، تحلیل محتوا، ذینفعان سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1378780>

