



کار آفرین اخلاقی عنصری از رهبری اخلاقی

فاطمه طاهرپور^۱، حجت ناصحیان^{۲*}

چکیده

با توجه به ضرورت مفاهیم اخلاقی در سازمان‌ها، رهبری اخلاقی در سال‌های اخیر به یک موضوع محبوب پژوهشی مبدل شده است. اکثر مطالعات در دوره‌های مختلف بر مبنای تعریف رهبری اخلاقی متشکل از دو جزء فرد اخلاقی و مدیر اخلاقی تدوین شده است. در این پژوهش با افزوده شدن عنصر کارآفرین اخلاقی، در جهت غنی‌سازی مفهوم رهبری اخلاقی تلاش شده است. کارآفرین اخلاقی را به عنوان کسی در نظر می‌گیرند که هنجار اخلاقی جدیدی را ایجاد می‌کند که می‌تواند در حوزه سازمان و جامعه کارایی داشته باشد. رهبر اخلاقی با قابلیت سه بعدی (فرد اخلاقی، مدیر اخلاقی و کارآفرین اخلاقی) می‌تواند زمینه‌های بی‌اخلاقی یا خلاء اخلاقی را تشخیص داده و هنجارهای متناسب با هویت سازمانی را توسعه دهند. کارآفرین اخلاقی در واقع اعتماد ذی‌نفعان را پرورش می‌دهد و رشد اخلاقی جامعه را باعث می‌شود. هدف این مقاله مروری که به کمک مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی منابع و مقالات مختلف تدوین شده است، تصریح و تعریف کارآفرین اخلاقی در چارچوب رهبری اخلاقی است.

کلید واژه‌ها: کارآفرین اخلاقی، رهبری اخلاقی، اخلاق

۱- استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه بیرجند

۲- نویسنده مسئول: دانشجوی کارشناسی‌ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه بیرجند،

رایانامه Nasehyan2465@gmail.com

مقدمه

در عصر حاضر چالش‌ها و انحرافات مختلفی نظیر فساد و تقلب در سازمان‌ها، عملکرد آنها را تحت تاثیر قرار داده است. این انحرافات به نوبه خود اعتبار و اعتماد سازمان‌ها و مدیران ارشد را تحت الشعاع قرار می‌دهد. عدم وجود الگوها و رفتار اخلاقی زمینه‌ساز چنین پدیده‌ای در سازمان می‌شود. از این رو، رفتار اخلاقی در فهرست اولویت سازمان‌هایی قرار گرفته است که مشکلات اخلاقی باعث کاهش اعتماد و اعتبار رهبران و سازمان‌ها شده است (مندونکا^۱، ۲۰۰۱: ۲۶۸؛ والدمن و سیگل و جاویدان^۲، ۲۰۰۶: ۱۷۰۵).

رسوایی‌های اخلاقی مانند فساد و تقلب نشان‌دهنده نیاز به رهبران اخلاقی برای شکل دادن رفتار در سازمان‌های عمومی و خصوصی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است. بنا به گفته سازمان تجارت جهانی، رفتار غیر اخلاقی رهبران سالانه میلیاردها دلار هزینه در پی دارد (دترت و همکاران^۳، ۲۰۰۷: ۹۹۴). برخی از جدی‌ترین شکست‌های اخلاقی توسط رهبران در محل کار ایجاد شده است (هانسن و همکاران^۴، ۲۰۱۳: ۴۳۵). بنابراین اهمیت توجه به اخلاق در سازمان‌ها بویژه در رفتار رهبران می‌تواند وضعیت را بهبود بخشیده و موجبات تعدیل چنین رسوایی‌ها را رقم بزند.

اخلاق در تمام روابط بین انسان‌ها شامل رابطه بین رهبران و پیروان امری حیاتی است (سیولا^۵، ۲۰۱۴؛ به نقل از چارن‌سپ، ویراکول، سناسو و آیمن^۶، ۲۰۱۹: ۱). یکی از مشخصه‌های یک رهبر که قادر است اعتلای اثربخشی سازمان را در پی داشته باشد، رفتار اخلاقی می‌باشد (براون و تروینو^۷، ۲۰۰۶: ۹۵۹). حتی این بعد رفتاری رهبران به منظور ایجاد سازمان‌های اخلاقی مورد نیاز است و به عنوان یک ویژگی ضروری رهبران اثربخش شناخته می‌شود (آرونسون^۸، ۲۰۰۱: ۲۴۵). رفتار اخلاقی توسط رهبران قابلیت اثربخشی سازمان را تحکیم می‌بخشد (براون و تروینو، ۲۰۰۶). با این حال، رفتار اخلاقی به عنوان جز کلیدی در بسیاری از نظریه‌های رهبری در نظر گرفته می‌شود (چارن‌سپ و همکاران، ۲۰۱۹: ۳).

در این میان سبک رهبری اخلاقی از ارزش ویژه‌ای برخوردار است و به گفته‌ی آرونسون، رهبری اخلاقی در حال تبدیل شدن به مهمترین ابزاری است که رهبران می‌توانند به وسیله آن بر افراد در سازمان و عملکرد سازمانی آن‌ها تأثیر داشته باشند (آرونسون، ۲۰۰۱: ۲۵۴). رهبری

1- Mendonca

2- Waldman, Siegel, & Javidan

3- Detert et al.

4- Hansen et al

5- Ciulla

6- Charoensap, Virakul, Senasu & Ayman

7- Brown & Treviño

8- Aronson

اخلاقی شکلی از رهبری است که نیازمند توسعه استانداردهای اخلاقی برای اداره رفتارهای کارکنان و اجرای استانداردهای اخلاقی به طور مؤثر در رفتارهایشان می‌باشد. ایلماز (۲۰۱۰:۳۹۵) نیز رهبری اخلاقی را شکلی از رهبری می‌داند که نیازمند توسعه استانداردهای اخلاقی برای اداره رفتارهای کارکنان و اجرای این استانداردها در رفتارهای آنها است. وی هم‌چنین بیان می‌کند رهبری اخلاقی را می‌توان تلاش برای گسترش عدالت، نشان دادن احترام به ویژگی‌های فردی دیگران و ترکیبی از ویژگی‌های صداقت، قابلیت اعتماد، امین بودن، خلوص، تصمیم‌گیری دموکراتیک و مشارکت حمایتی، دلسوز بودن و مهربان بودن توصیف کرد.

به نظر می‌رسد علی‌رغم موضوعات تحقیقاتی در مورد رهبری اخلاقی، یک اجماع نظر کلی در مورد مفهوم رهبری اخلاقی وجود دارد. براون و تروینو (۲۰۰۵:۱۲۰) اصطلاح رهبری اخلاقی را به عنوان: نمایش رفتار مناسب از لحاظ هنجاری از طریق اقدامات شخصی و روابط بین فردی و ترویج چنین رفتاری برای پیروان از طریق ارتباط دوجانبه، توان‌دهی (پاداش) و فرایند تصمیم‌گیری تعریف کردند پژوهشگران هیچ ادعا و باوری در جهت توسعه و ارتقاء یک تعریف عمومی، از رهبری اخلاقی را مدنظر نداشتند (کپتین، ۲۰۱۹:۱۱۳۵). از این رو، با توجه به اینکه اکثر مطالعات تجربی پیرامون رهبری اخلاقی براساس تعریف براون و همکاران (۲۰۰۵) انجام می‌شود، چالشی پیرامون اعتبار این تعریف نمایان می‌شود. کپتین (۲۰۱۹:۱۱۳۶) در مورد رهبری اخلاقی معتقد است که نه تنها از اخلاقیات پیروی و متابعت می‌کند بلکه بگونه‌ای آن را رهبری نیز می‌کند. برخلاف پیشنهاد براون و همکاران (۲۰۰۵) که رهبر اخلاقی را در دو عنصر فرد و مدیر اخلاقی که الگویی در جهت نشان دادن رفتار مناسب و پیروی از هنجارهای اخلاقی جاری متباین می‌کند، رهبر اخلاقی را باید به عنوان یک کارآفرین اخلاقی در نظر گرفت. کارآفرین اخلاقی علاوه بر ضمانت و حمایت از هنجارهای فعلی و جاری محیط، براساس رسوایی‌ها و فسادهای جدیدی که در عصر جدید نمایان می‌شود تلاش دارد تا به نوعی براساس شرایط خاص زمینه خلق و آفرینش هنجارهای اخلاقی جدید را فراهم سازد (کپتین، ۲۰۱۹:۱۱۳۶). به تعبیر دیگر، کارآفرینان اخلاقی به عنوان افراد، گروه‌ها و یا سازمان‌های رسمی در نظر گرفته می‌شوند که مسئولیت متقاعد کردن جامعه برای توسعه یا اجرای قوانین و هنجارهایی هستند که با ارزش‌های اخلاقی سازگار می‌باشند (دی‌یانگ، ۲۰۱۶:۱).

با توجه به تحولات اخیر که در حوزه اخلاق و روند رو به رشد فساد در کشورها، می‌توان قابلیت رهبری اخلاقی را با توجه به این شرایط کم‌رنگ در نظر گرفت. بنابراین در این پژوهش به بررسی راه‌هایی برای توسعه مفهوم رهبری اخلاقی و عنصر و مؤلفه جدید آن یعنی کارآفرین اخلاقی پرداخته خواهد شد. امید است که با تبیین این موضوع سازوکار اخلاق در سازمان و جامعه روند مطلوبی در پیش بگیرد.

رهبری اخلاقی

مفهوم رهبری اخلاقی در دوره‌های اخیر با عناوین مختلفی شناخته می‌شود: رفتار رهبری اخلاقی (کالسون و همکاران، ۲۰۱۱)، اخلاق رهبری (سیولا و همکاران، ۱۹۹۵)، رهبری مسئول (ویجنت و همکاران، ۲۰۱۲) و رهبری اخلاقی مدیریتی (اندرله^۲، ۱۹۸۷). ضمن پیدایش عناوین مختلف برای رهبری اخلاقی، مضمون این سبک رهبری نیز از دیدگاه‌ها و مکاتب مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. به عنوان مثال؛ مفهوم رهبری اخلاقی در گذشته هم از دیدگاه هنجاری و هم از دیدگاه فلسفی مورد بررسی قرار گرفته است و برخی از محققان، اصولی را برای اقداماتی که رهبران باید اتخاذ کنند، مطرح کرده‌اند. به عنوان مثال، سیولا (۱۹۹۵:۹) معتقد است که احترام به حقوق و منزلت دیگران یک ویژگی اساسی از رهبری اخلاقی محسوب می‌شود. در حالی که کانونگو و مندونکا^۴ (۱۹۹۶) نوع دوستی را به عنوان مشخصه رهبری اخلاقی مورد تاکید قرار دادند (به نقل از کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۳۶). دیگر موضوعات رهبری مانند رهبری تحولی (برنز^۵، ۱۹۷۸) و رهبری اصیل (اولیو و همکاران، ۲۰۰۴) نیز اصول اخلاقی را در نظر گرفتند. این به این دلیل است که اخلاقیات در قلب رهبری قرار دارد (سیولا، ۱۹۹۸) و یک ضرورت بنیادی برای رهبری محسوب می‌شود (آرجوون^۷، ۲۰۰۰؛ به نقل از کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۳۶).

رهبران اخلاقی صادق، قابل اعتماد و منصفانه هستند و از نظر اخلاقی در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود اخلاقی رفتار می‌کنند (براون و تروینو، ۲۰۰۶: ۹۵۹). ویژگی متمایز رهبران اخلاقی این است که آنها با اخلاق در ذهن خود مدیریت می‌شوند (مایر، اکوینو، گرین‌بام و کنزی، ۲۰۱۲: ۴). هنگام تصمیم‌گیری، آنها در نظر می‌گیرند که آیا این تصمیم، اخلاقی و

1- Ciulla

2- Voegtlin Et al

3- Enderle

4- Kanungo, R. N., & Mendonca

5- Burns

6- Avolio, Luthans & Walumbwa

7- Arjoon

8- Mayer, Aquino, Greenbaum & Kuenzi

منصفانه برای همه طرفین است یا نه (براون و همکاران، ۲۰۰۵: ۱۱۹). آنها همچنین معتقدند که اگرچه نتایج و پیامدهای پایانی و سطوح انتهایی سازمان اهمیت دارد، درضمن باید به فرآیندها و موارد درست و مطلوب را برای همه عناصر و اجزاء سازمان در نظر گرفت (جوپلین، گرین، بام، والاس و ادواردز، ۲۰۱۹: ۴). رهبران اخلاقی با پیروان خود ارتباط برقرار می کنند چرا که معتقدند رفتارهای شک برانگیز و مبتنی بر حدس و گمان نسبت به دیگران از نظر اخلاقی قابل قبول نیست (جوپلین و همکاران، ۲۰۱۹: ۴). براساس مبانی رهبری اخلاقی، کارکنان مطابق استانداردهای اخلاقی پاداش دریافت کرده و همچنین مورد توبیخ واقع می شوند. به دلیل وجود ماهیت و جوهره صداقت و انصاف در وجود آنها، و اصرار آنها بر حفظ و تقویت استانداردهای اخلاقی، تحقیقات نشان داده است که رهبران اخلاقی رفتارهای نامطلوب و انحرافی کارکنان را کم رنگ می سازد (مایر و همکاران، ۲۰۰۹: ۴).

برخی از محققان، رهبری اخلاقی را از دیدگاه یادگیری اجتماعی مورد توجه قرار می دهند و بیان می کنند که پیروان از طریق تقلید و یادگیری های مشاهده ای رفتار رهبران از آنها پیروی می کنند. به عبارت دیگر براون و همکاران (۲۰۰۵: ۱۲۰) از نظریه یادگیری اجتماعی برای درک اینکه چرا رهبری اخلاقی برای کارکنان مهم استفاده کرده اند و ماهیت اجرایی آن را مورد بررسی قرار دادند:

رهبران اخلاقی به عنوان الگوهای رفتار اخلاقی شناخته می شوند. برای اینکه رهبران به عنوان رهبران اخلاقی درک شوند و بر نتایج اخلاقی تاثیر بگذارند، باید آن ها را جذاب، معتبر و قانونی تلقی کنند. آن ها این کار را با درگیر شدن در رفتارهایی انجام می دهند که به عنوان هنجاری مناسب (به عنوان مثال، باز بودن و صداقت) و انگیزه نوع دوستی (به عنوان مثال، برخورد با کارمندان به طور عادلانه و با ملاحظه) دیده می شود. رهبران اخلاقی نیز توجه پیروان خود را به پیام اخلاقی بوسیله درگیر شدن با ارتباطات مرتبط با اخلاقیات روشن و صریح و با استفاده از تقویت کننده و پاداش ها برای پشتیبانی از پیام اخلاقی جلب می کنند.

برخی دیگر، رهبری اخلاقی را از دیدگاه مبادله اجتماعی بررسی کرده و بیشتر بر هنجار روابط مقابل تأکید می کنند و بر این باورند که پیروان تمایل دارند هنگامی که با آن ها منصفانه رفتار شده و رهبران به آن ها اهمیت می دهند، روابط متقابل ایجاد کنند. هر دو رویکرد به درک واکنش افراد به رفتار رهبری اخلاقی کمک می کند.

تعریف رهبری اخلاقی از دید براون و همکاران (۲۰۰۵: ۱۱۹) دو بعد رهبری اخلاقی را برجسته می سازد: فرد (شخص) اخلاقی و مدیر اخلاقی. مطابق نظر تروینو و همکاران (۲۰۰۰: ۱۳۱) بعد

شخص اخلاقی، به الگو سازی و تجلی‌گری رفتارهای اخلاقی از جمله تصمیم‌گیری اخلاقی اشاره دارد. بعد مدیر اخلاقی، به ترویج رفتار اخلاقی از طریق ارتباط آشکار و تقویت رفتار اخلاقی اشاره دارد. تروینو و همکاران (۲۰۰۰:۱۳۳) معتقدند که یک رهبر به عنوان فرد اخلاقی قوی و غنی دیده می‌شود اما به عنوان یک مدیر اخلاقی بی‌طرف و خنثی دیده می‌شود. رهبران بی‌طرف و خنثی، رهبرانی هستند که در مسائل اخلاقی ساکت هستند و پیروان او را نسبت به اخلاق بی‌اعتنا می‌دانند.

براساس تعریف براون و همکاران (۲۰۰۵) از رهبری اخلاقی، رهبران رفتارهای مناسب و در شأن هنجارهای تعریف شده نظیر صداقت و برخورد منصفانه در سازمان از خود نشان می‌دهند. رفتار اخلاقی به عنوان رفتاری در نظر گرفته می‌شود که مناسب باشد. رهبری اخلاقی با الگوهای جامعه و فرهنگ غالب بر آن سازگار است (براون و همکاران، ۲۰۰۵:۱۲۰). برای تبیین و درک بهتر می‌توان بیان کرد که در برخی از فرهنگ‌ها، رفتارهای مناسب ممکن است با سایر فرهنگ‌ها در تضاد باشد. به بیان دیگر، رفتاری در یک فرهنگ به عنوان ارزش قلمداد گردد و در فرهنگ دیگر به عنوان ضد ارزش یا رفتار نامطلوب تلقی شود. تروینو و نلسون (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای به تعریف اصول اخلاقی پرداختند و آن را رفتاری که سازگار با اصول، هنجارها و استانداردهای عملکردی کسب‌وکار که مورد توافق جامعه باشند، در نظر گرفتند (به نقل از کپتین، ۲۰۱۹:۱۱۳۸).

اساساً کیفیت فعالیت رهبری با مدیریت متمایز است. تعاریف و تفاسیر متنوع و بیشماری از تفاوت بین رهبری و مدیریت یافت می‌شود (باس^۱، ۱۹۸۱) و در برخی موارد به جای یکدیگر به کار برده می‌شود (به نقل از کپتین، ۲۰۱۹:۱۱۳۸). در مدیریت فعالیت براساس آنچه در نظر گرفته می‌شود و آنچه که دیگران انتظار دارند انجام می‌گیرد. در حالی که دغدغه اصلی رهبری تنظیم استانداردهای جدید و تدوین آرمان و چشم‌انداز برای سازمان است. در ادبیات رهبری نیز رهبری فعال و کنشگر مورد توجه قرار می‌گیرد. وو و وانگ^۲ (۲۰۱۱:۳۰۵) بر مبنای ادبیات رهبری فعال آن را به عنوان ایجاد و تدوین اقدامات آینده‌محور که پیوسته متحمل تغییرات محیطی می‌شود، تعریف کردند. با این حال، وجود اصطلاح رهبری در مفهوم رهبری اخلاقی به معنای سازگاری مطلق نیست و باید قابلیت خلق چشم‌انداز و اهداف جدید داشته باشد. براون و همکاران (۲۰۰۵:۱۳۲) فعالیت و کنشگری را در رابطه با رهبری اخلاقی ذکر کردند. آنها معتقدند که رهبران اخلاقی، فعال و کنشگر هستند و توانایی تعیین استانداردهای اخلاقی و ابلاغ آن را در میان پیروان خود دارا هستند. رهبران اخلاقی "تلاش‌های کنشگری برای

1- Bass

2- Wu & Wang

نفوذ به پیروان" را انجام می‌دهند و الگوهای فعالی برای رفتارهای اخلاقی شناخته می‌شوند. بنابراین اگر با این دید به سبک رهبری اخلاقی نگریسته شود، طبعاً زمینه توسعه و پیشبرد رهبری اخلاقی فراهم می‌شود. زیرا رهبری اخلاقی صرفاً پیروی از اجماع نظر در جامعه نیست زیرا این استراتژی صرفاً حالت انطباقی پیدا می‌کند (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۳۹). در صورتی که رهبری اخلاقی با ایجاد هنجارها و نرم‌های اخلاقی جدید و نوین در حوزه اخلاقیات، بستر هدایت و تعالی اخلاق را فراهم مهیا می‌سازد. بنابراین از طریق رهبری است که اخلاقیات و هنجارهای اخلاقی که هنوز در جامعه پذیرفته نشده است، ایجاد می‌شود (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۳۹). بر این اساس، ادبیات رهبری اخلاقی برای تبیین چنین جایگاهی نیاز به عنصر و بعد جدیدی دارد تا بتواند در این وظیفه جدید نقش آفرینی کند. کارآفرینی اخلاقی به عنوان توانمندی جدیدی در عرصه رهبری اخلاقی می‌تواند از عهده این وظیفه خطیر در برآید.

کارآفرین اخلاقی

در دیباچه این اصطلاح می‌توان از واژه‌ی کارآفرینی به جهت تبیین و درک بهتر موضوع، سخن به میان آورد. اساساً کارآفرین در حوزه کسب و کار به عنوان کسی است که در مواجهه با ریسک و عدم اطمینان به منظور دستیابی به منافع و رشد از طریق شناسایی فرصت‌ها و گردآوری منابع لازم برای سرمایه‌گذاری در آینده عمل می‌کند، تعریف می‌شود (زمیر، اسکارپورو و ویلسون، ۲۰۰۲؛ به نقل از زویبرو، داوودا، پیکو و ساکاریا، ۲۰۱۵: ۲۰۲). با این پیش زمینه می‌توان آگاهی و معرفت بیشتر نسبت به کارآفرین اخلاقی کسب کرد. در ادبیات جامعه‌شناسی، فردی که یک هنجار و نرم اخلاقی جدید ایجاد کند، یک کارآفرین اخلاقی نامیده می‌شود (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۳۹). بکر این مفهوم را در سال ۱۹۶۳ به جهت توضیح اینکه چگونه اصلاحات اخلاقی انجام می‌گیرد، ابداع کرد (ادات، ۲۰۰۴: ۵۳۱). کارآفرینان اخلاقی افراد، گروه‌ها و یا سازمان‌های رسمی هستند که مسئولیت متقاعد کردن جامعه برای توسعه یا اجرای قوانینی که با ارزش‌های اخلاقی آن سازگار باشند را بر عهده می‌گیرند (دی‌یانگ، ۲۰۱۶: ۱). به نظر بکر (۱۹۶۳) کارآفرینان اخلاقی کسانی هستند که اصلاحات اخلاقی را انجام می‌دهند. او بین دو نوع کارآفرین اخلاقی تمایز قائل می‌شود و معتقد است که: کسی که هنجارهای جدید را خلق و ایجاد می‌کند و کسی که ای هنجارهای جدید را تقویت و اجرا می‌کند. برخی از کارآفرینان اخلاقی که با ضد ارزش و ناهنجاری‌ها

1-Zimmerer, Scarborough & Wilson

2-Zubairu, Dauda, Paiko, & Sakariyau

3-Adut

4-Becker

مواجه می‌شوند عمیقاً احساس آزاری به آنها دست می‌دهد و در تلاش برای گذر از این شرایط می‌باشد (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۳۹).

مفهوم کارآفرینی اخلاقی یا عنوانی که سانسیتین^۱ (۱۹۹۶) کارآفرینی هنجار نامیده است در حوزه انحرافات که در سازمان‌های غیردولتی پیرامون موضوع حقوق بشر پیش آمد، اعمال شده است (به نقل از فلنر^۲، ۲۰۱۲: ۵۸). یورت‌سور^۳ (۲۰۰۳: ۳) بر این باور است که کارآفرینان اخلاقی ممکن است قوانین اخلاقی موجود را در هم بشکنند و منجر به شکل جدیدی از قوانین برای توسعه شوند.

باتوجه به شرایط عصر حاضر زمینه بکارگیری کارآفرینی اخلاقی در حوزه کسب‌وکار فراهم شده است. فولر^۴ (۲۰۱۳: ۱۲۲) در مورد اهمیت کارآفرینی اخلاقی معتقد است که هنر تبدیل بدی‌ها به خوبی‌ها با بهره‌گیری از این رویه انجام می‌شود. وی نظر جامعی در مورد کارآفرینی اخلاقی داشته است که تمامی ناهنجاری‌ها را به هنجار تبدیل می‌کند. همچنین کپتین (۲۰۱۹: ۱۱۳۹) در مورد ضرورت کارآفرینی بیان می‌دارد، عاملی که کارآفرینی اخلاقی را در شکل کارآفرینی قرار می‌دهد این است که آنها نه تنها حس و درک افراد را نسبت به عمل خوب و بد تغییر می‌دهند، بلکه به عنوان آگاهی‌بخش شرایط نیز بشمار می‌آیند. این موضوع برای خود کارآفرین اخلاقی مصداق پیدا می‌کند. کارآفرینان اخلاقی آگاهی یا حساسیت اخلاقی نسبت به تشخیص و شناسایی مسائل اخلاقی دارند (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۴۲). این عامل را به عنوان اولین گام در فرآیند کارآفرینی اخلاقی در نظر گرفته شده است. باتوجه به اهمیت این مشخصه، وریج و وریج^۵ (۲۰۰۵) از مفهوم کارآفرینان اخلاقی برای مبارزه علیه فساد در کشورهایی که فساد فراگیر شده است، استفاده کرده‌اند. اسمیت و کارول^۶ (۱۹۸۴) نیز در پژوهشی بر سودمندی مفهوم کارآفرینی اخلاقی دست یافته‌اند (به نقل از کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۳۹). در مورد دو مولفه دیگر رهبری اخلاقی (فرد و مدیر اخلاقی) و ارتباط آن با کارآفرینی اخلاقی می‌توان اشاره کرد که این ابعاد رهبری اخلاقی، مکمل یکدیگر محسوب می‌شوند. فرد اخلاقی با در نظر گرفتن مجموعه‌ای از صفات و مشخصه در پی تعیین رهبر قرار می‌گیرد و مدیر اخلاقی نیز به این موضوع توجه دارد که چگونه رهبری بر دیگران تاثیر می‌گذارد. از این روی، کارآفرینی اخلاقی بر روی هنجارهای جدید و مواردی که هنجارهای جدید را بوجود می‌آورد، متمرکز می‌شود (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۴۰). بنابراین می‌توان دو عنصر فرد و مدیر اخلاقی را به

1-Sunstein

2-Felner

3-Yurtsever

4-Fuller

5-Wrage and Wrage

6-Smith and Carroll

عنوان پیش زمینه‌ای برای کارآفرینی اخلاقی در نظر گرفت. زیرا کارآفرینی اخلاقی علاوه بر توجه به خلق هنجارهای جدید، به هنجارهای جاری و شرایط توجه ویژه‌ای دارد تا در مواردی که انحراف بروز پیدا می‌کند، شرایط را با رویکردهای جدید متحول سازد. طبق نظر کپتین (۲۰۱۹: ۱۱۴۰)، مفهوم کارآفرینی اخلاقی به این معنا نیست که رهبر هنجارهای اخلاقی جدید را برای همه مسائل و معضلاتی که با آن مواجه است، در نظر گیرد. با توجه به ویژگی مسائل و معضلاتی که رهبر با آن برخورد می‌کند، هنجارهای منحصربرفردی ایجاد و اجرا می‌شود. بنابراین کارآفرین اخلاقی منحصربرفرد و خاص عمل می‌کند.

اساسا ایجاد یک هنجار اخلاقی جدید، مشخصه کارآفرینی اخلاقی است. در مورد پیامدهای ضمنی و صریح کارآفرینی اخلاقی می‌توان دو نتیجه عمده آن را که در کانون توجه قرار می‌گیرد، برشمرد: توسعه اخلاقی جامعه و اعتماد ذی‌نفعان (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۴۴):

توسعه اخلاقی جامعه: زمانی که یک هنجار اخلاقی جدیدی مورد توجه قرار می‌گیرد و اجرا می‌شود، بالطبع به جامعه کمک شایانی می‌کند. همانطور که نانت و سلزنیک (۱۹۷۸) توسعه اخلاقی جامعه را در جهت جامعه بهتر قلمداد می‌کنند به تعبیر دیگر با توسعه هنجارهای اخلاقی جدید می‌توان آینده بهتری را برای جامعه رقم زد (به نقل از کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۴۴).

اعتماد به ذی‌نفعان: همانطور که رهبری اخلاقی قابلیت توسعه اعتماد کارکنان در کنار اعتماد ذی‌نفعان را به همراه دارد (آیزنیس، ۲۰۱۲: ۸۰۵)، می‌توان دریافت که رهبری اخلاقی و بویژه کارآفرینی اخلاقی، می‌تواند اعتماد سایر ذی‌نفعان را نیز افزایش دهد (کپتین، ۲۰۱۹: ۱۱۴۵). اساسا اگر هنجار اخلاقی که توسط کارآفرین اخلاقی معرفی می‌شود، بازتابی از هویت اخلاقی اشخاص باشد، می‌تواند تقویت انتظارات ذی‌نفعان را در پی داشته باشد که به نوعی فرد را متعهد به منابع، هنجارها و یا منافع مربوط به آینده خواهد کرد (همان).

نتیجه‌گیری

با توجه پیچیده تر شدن روزافزون سازمانها و افزایش میزان کارهای غیر اخلاقی، غیرقانونی و غیرمسئولانه در محیط‌های کاری توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق در حوزه کار و مدیریت اخلاق معطوف ساخته است. در این مطالعه تلاش شده است که دلایل متقنی برای عنصر جدید کارآفرینی اخلاقی را به رهبری اخلاقی بیان گردد. در این پژوهش افزون بر دو بعد رهبری اخلاقی - یعنی فرد اخلاقی و مدیر اخلاقی - عنصری جدید توانایی رهبری اخلاقی را ارتقاء داده و توان آن را برای شرایط و مسائل مختلف بهبود می‌بخشد. یک رویکرد کارآفرینی

اخلاقی نیازمند این است که مدیریت نه تنها باید اصول اخلاقی را دنبال و پیگیری کند، بلکه باید اصول اخلاقی را در زمانی که فرصت کارآفرینی اخلاقی وجود داشته باشد، هدایت کند. کارآفرین اخلاقی به جای متابعت صرف و بی‌چون و چرا از اصول اخلاقی جاری یا پذیرفته شده، اخلاق را از طریق ایجاد هنجارهای اخلاقی جدید هدایت و پیش می‌برد. از این رو، با وجود این سه مؤلفه، مفهوم غنی از رهبری اخلاقی فراهم می‌شود. امید است که بهره‌گیری از این سبک رهبری (هر سه مؤلفه) زمینه ترویج و اشاعه ارزش‌ها و هنجارهای مطلوب در سازمان‌ها فراهم شود و فراگیری فساد و تباهی را در سازمان و فراتر از آن در جامعه تعدیل بخشد.

منابع

- Mendonca, M. (2001). Preparing for ethical leadership in organizations. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 18, 266-276.
- Waldman, D. A., Siegel, D. S., & Javidan, M. (2006). Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of Management Studies*, 43, 1703-1725.
- Wrage, S., & Wrage, A. (2005). Multinational enterprises as “moral entrepreneurs” in a global prohibition regime against corruption. *International Studies Perspectives*, 6, 316–324.
- De Young, M. (2016). Moral Entrepreneur. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1–4. doi:10.1002/9781405165518.wbeosm122.pub2
- Adut, A. (2004). Scandal as norm entrepreneurship strategy: Corruption and the French investigating magistrates. *Theory and Society*, 33, 529–578.
- Felner, E. (2012). Human rights leaders in conflict situations: A case study of the politics of ‘moral entrepreneurs’. *Journal of Human Rights Practice*, 4, 57–81.
- Yurtsever, G. (2003). Measuring the moral entrepreneurial personality. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 31, 1–12
- Fuller, S. (2013). ‘Never let a good crisis go to waste’: Moral entrepreneurship, or the fine art of recycling evil into good. *Business Ethics: A European Review*, 22, 118–129
- Detert, J.R., Treviño, L.K., Burris, E.R. and Andiappan, M. (2007), “Managerial modes of influence and counterproductivity in organizations: a longitudinal business-unit-level investigation”, *Journal of Applied Psychology*, 92(4), 993-1005.
- Hansen, S. D., Alge, B. J., Brown, M. E., Jackson, C. L., & Dunford, B. B. (2013). Ethical leadership: Assessing the value of a multifoci social exchange perspective. *Journal of Business Ethics*, 115(3), 435-449.

- Joplin, T., Greenbaum, R. L., Wallace, J. C., & Edwards, B. D. (2019). Employee Entitlement, Engagement, and Performance: The Moderating Effect of Ethical Leadership. *Journal of Business Ethics*, 1-14.
- Aronson, E. (2001). Integrating leadership styles and ethical perspectives. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 18(4), 244-256.
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational behavior and human decision processes*, 97(2), 117-134.
- Brown, M. E., & Trevino, L. K. (2006). Socialized charismatic leadership, values congruence, and deviance in work groups. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 954.
- Den Hartog, D. N. (2015). Ethical leadership. *Annual Review Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2, 409-434.
- Yilmaz, E. (2010). The analysis of organizational creativity in schools regarding principals. ethical leadership characteristics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 3949-3953.
- Kaptein, M. (2019). The moral entrepreneur: A new component of ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 156(4), 1135-1150.
- Babalola, M. T., Stouten, J., Camps, J., & Euwema, M. (2019). When do ethical leaders become less effective? The moderating role of perceived leader ethical conviction on employee discretionary reactions to ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 154(1), 85-102.
- Ciulla, J. B. (1995). Leadership ethics: Mapping the territory. *Business Ethics Quarterly*, 5, 5-28
- Voegtlin, C., Patzer, M., & Scherer, A. G. (2012). Responsible leadership in global business: A new approach to leadership and its multi-level outcomes. *Journal of Business Ethics*, 105, 1-16
- Enderle, G. (1987). Some perspectives of managerial ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 6, 657-663
- Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., & Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership, and why does it matter? An examination of antecedents and consequences of ethical leadership. *Academy of Management Journal*, 55(1), 151-171.
- Joplin, T., Greenbaum, R. L., Wallace, J. C., & Edwards, B. D. (2019). Employee Entitlement, Engagement, and Performance: The Moderating Effect of Ethical Leadership. *Journal of Business Ethics*, 1-14.
- Mayer, D. M., Kuenzi, M., Greenbaum, R., Bardes, M., & Salvador, R. B. (2009). How low does ethical leadership flow? Test of a trickle-down model. *Organizational behavior and human decision processes*, 108(1), 1-13.

- Treviño, L. K., Hartman, L. P., & Brown, M. (2000). Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership. *California Management Review*, 42(4), 128–142.
- Wu, C., & Wang, Y. (2011). Understanding proactive leadership. In W. H. Mobley, M. Li, & Y. Wang (Eds.), *Advances in global leadership* (pp. 299–314). Emerald: Bingley.
- Eisenbeiß, S. A. (2012). Re-thinking ethical leadership: An interdisciplinary integrative approach. *The Leadership Quarterly*, 23, 791–808.
- Charoensap, A., Virakul, B., Senasu, K., & Ayman, R. (2019). Effect of Ethical Leadership and Interactional Justice on Employee Work Attitudes. *Journal of Leadership Studies*, 12(4), 7-26.

Abstract

According to the necessity of moral concepts in organizations, ethical leadership has become a popular subject in recent years. Ethical leadership has become a popular subject of research in recent years. Most studies are based on the definition of ethical leadership, consisting of two ethical and ethical managers. In this study, we have tried to explain the enrichment of the concept of moral leadership in order to enrich the concept of ethical leadership. Ethical entrepreneurs act as someone who creates a new moral norm that can be effective in organization and society. Ethical leadership with spatial ability (person ethical, manager ethical and ethical entrepreneurs) can recognize the grounds of immorality or moral vacuum and develop norms tailored to organizational identity. The moral entrepreneur actually fosters stakeholder confidence and causes the ethical growth of the community. The purpose of this paper is a review that has been developed with the help of library study and review of different sources and articles, the definition and definition of ethical entrepreneurs within the framework of ethical leadership.

Keywords: Moral entrepreneurship, Ethical leadership, Ethic