

## مطالعه تأثیر فرهنگ علوی بر اخلاق کسب‌وکار اسلامی با نقش میانجی ذهنیت فلسفی مدیران (صفحات ۶۳ تا ۹۰)

DOR:20.1001.1.17358663.1401.17.51.3.8

نوع مقاله: پژوهشی

عبدالحسین خسروپناه<sup>۱</sup> \* محبوبه برگو<sup>۲</sup> \* امیررضا علیزاده مجد<sup>۳</sup>

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۳۰

دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۹

### چکیده

امروزه سازمان‌هایی موفق هستند و می‌توانند در دنیای پرقاب‌ت ادامه حیات دهند که دائماً افکار و اندیشه‌های جدید را در سازمان به کار ببرند و این امر توسط مدیران با ذهنیت فلسفی امکان‌پذیر است از طرفی تفاوت بنیادین فرهنگ علوی با دیگر فرهنگ‌ها خصوصاً فرهنگ غربی باعث شده مدیریت نیز در این فرهنگ از ماهیت و چهره‌ی متفاوتی برخوردار باشد که در بستر زمان این تفاوت‌ها به صورت‌های مختلف به نمایش گذاشته است که بارزترین آن‌ها در بستر زمان، مدیریت علوی با الگوی عملی مدیریت امیرالمؤمنین علیه‌السلام و مدیریت اموی با مدیریت معاویه می‌باشد؛ بنابراین با تضعیف میزان دین‌داری زمینه‌ی کاهش پایبندی به اخلاق کسب‌وکار ممکن است فراهم شود. پژوهش حاضر بر اساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. در بخش تجزیه‌وتحلیل یافته‌های آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد، توزیع داده‌ها نرمال نبوده، بر این اساس برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس<sup>۴</sup> استفاده گردید. نتایج نشان داد مدل مفهومی از برازش مناسب برخوردار است. همچنین برای بررسی فرضیات پژوهش از ضریب مسیر و مقدار آماری تی استفاده که همگی مورد تأیید قرار گرفت و به این نتیجه رسیدیم که توجه به فرهنگ علوی می‌تواند در اخلاق کسب‌وکار اسلامی تأثیر مثبت و معناداری داشته باشد از طرفی داشتن ذهنیت فلسفی می‌تواند این رابطه را تقویت کند. درواقع هر فردی که ذهن باز دارد، در مقابل ادراکات تازه حساس است، دارای نیروی تمرکز است و می‌تواند ادراکات مختلف را با هم مربوط سازد از ذهنیت فلسفی برخوردار می‌باشد و به‌نوعی از آموزه‌ها و عناصری که با مرجعیت اسلام درهم‌تنیده شده استفاده شود و بر پایه‌ی آن اخلاق کسب‌وکار اسلامی هویت یابد.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ علوی، ذهنیت فلسفی، اخلاق کسب و کار اسلامی، فرهنگ.

۱. استاد، گروه فلسفه و کلام اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی (نویسنده مسئول) khosropanahdezfuli@yahoo.com

۲. دکترای تخصصی، گروه کار آفرینی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mahboub.porgou@yahoo.com

majd@enun.ir

۳. استادیار، گروه کار آفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

<sup>۴</sup> Partial Least Squares

## ۱- بیان مسأله

فرهنگ مفهومی پیچیده است. فرهنگ، قوانین نوشته نشده‌ای است که به راحتی قابل مشاهده نیست و در رفتارها، گفتار، پندار و ارزش‌های افراد نقش دارد. از طرفی دیگر عصر علی ابن ابیطالب به دلیل وقایع مختلف دیگر از جمله وجود فتنه‌ها و احزاب و فرقه‌ها و جنگ‌های داخلی و خارجی و انتقال نبوت به خلافت به جای امامت و خانه نشین شدن و سکوت امام معصوم و حضور همیشگی امام در صحنه‌های فرهنگی و اجتماعی و علمی و... عدالت محض ایشان و جنگ‌های مختلف با دشمنان داخلی و خارجی و دست پرورنده خلفای قبلی و... حائز اهمیت و مطالعه است. فرهنگ و سیره علوی در کنار سایر سیره معصومین در خور توجه است (نامدار جویمی و همکاران، ۱۳۹۸). ماهیت آموزه‌های فرهنگ علوی گویای این حقیقت است که بر زندگی انسان، نظامی حاکم است که انسان نقشی در ایجادش نداشته، ولی می‌تواند با توجه به سائقه‌های ذاتی عدالت‌خواهی، کمال‌جویی، حق‌طلبی و زیبادوستی در مانایی و پویایی آن نقش آفرین باشد. این نظام فراگیر بوده و شامل همه‌ی انسان‌ها با قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف می‌شود و محدودیت جغرافیایی بر نمی‌تابد. تفکر توحیدی و اندیشه‌ی منطقی به همراه عملکرد مناسب و رفتار صالح از مهم‌ترین سیاست‌های استراتژی دست‌یابی به این چشم‌انداز است، کاهش فاصله‌ها و درهم شکستن مرزهای جغرافیایی در پی رشد و توسعه‌ی پرشتاب وسایل ارتباط‌جمعی و تکنولوژی‌های ارتباطی - اطلاعاتی فرصت تاکتیکی و تکنیکی را پیش روی مشتاقان فرهنگ علوی قرار داده است تا بتوانند آموزه‌های آن را به جهانیان عرضه داشته و هویت جهانی آن را به نمایش بگذارند که تحولات منطقه‌ای و جهانی از نشانه‌ها و بارقه‌های تحقق این چشم‌انداز می‌باشد (بابایی، ۱۳۹۱). مدیریت رفتاری است که مدیران به تناسب جایگاه‌ها برای اداره‌ی سازمان انجام می‌دهند و رفتار مؤلفه‌ای است که بر پایه‌ی مبانی فکری و ارزشی شکل گرفته و هویت می‌یابد و تفاوت‌های رفتاری را می‌سازد. مدیریت نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ تفاوت مدیریت‌ها در فرهنگ‌ها و حتی افراد نیز به این نکته برمی‌گردد. تفاوت بنیادین فرهنگ علوی با دیگر فرهنگ‌ها خصوصاً فرهنگ غربی باعث شده مدیریت نیز در این فرهنگ از ماهیت و چهره‌ی متفاوتی برخوردار باشد که در بستر زمان این تفاوت‌ها به صورت‌های مختلف به نمایش گذاشته است (بابایی، ۱۳۸۶). همچنان که فرهنگ غربی یا

سبک زندگی غربی، سبک زندگی برخاسته از اندیشه مادی و ارزش‌های لیبرالیستی است، بنابراین وقتی صحبت از فرهنگ علوی در مقابل فرهنگ غربی می‌شود تأکید بر سبک زندگی است که ارکان، محتوا و ارزش‌های آن بر قرآن و عترت متکی است، همچنان که فرهنگ غربی تأکید بر سبک زندگی‌ای می‌کند که محتوا و ارکان آن محدود به دنیا و منافع آن است (بابایی، ۱۳۹۶) وجه اشتراکی که در جنبش‌ها یا جریان‌ها مذهبی یادشده حائز اهمیت است، ترس از نفوذ غربگرایی و استعمار و دفاع از ارزش‌های مذهبی است (کسرابی و فاطمی، ۱۳۹۴) اهمیت ذهنیت فلسفی برای مدیران از این جهت است که مدیریت هرروز متحول می‌شود و ابعاد تازه‌ای به خود می‌گیرد و صاحب‌نظران همواره در تلاش هستند اصولی را کشف کنند تا مبانی مدیریت بر پایه‌ی این اصول استوار باشد. لازمه‌ی مدیریت، تفکر صحیح است تا بتواند اصول و مبانی را راهنمای اعمال خود کند. مدیر کسب‌وکار نیز هنگام برنامه‌ریزی برای کسب‌وکارش ابتدا باید تمام عناصر سازمانی کسب‌وکار را شناسایی و اهداف کلی را مشخص کند و در راستای آن هدف‌های خاص را هماهنگ و مرتبط سازد تا تحقق هدف کلی سست نشود. از آنجا که مدیران نقش اساسی در پرورش ذهنیت فلسفی کارکنان و مشتریان دارند، باید خود دارای این ویژگی باشند. در واقع ذهنیت فلسفی مدیر یاری‌کننده؛ او در تفکرش است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲). اسمیت معتقد است مدیری که در تفکر خود جامع، عمیق و انعطاف‌پذیر باشد در اعمال خود نسبت به مدیران دیگر رفتار متفاوتی دارد. جامع‌نگری، تعمق‌پذیری و انعطاف‌پذیری مدیران را قادر می‌سازد تا در برخورد با مشکلات از خودمحوری و جمود فکری مصون بمانند و آن‌ها را در شناخت صحیح و اصولی کسب‌وکار توانمند می‌سازد و به مدیران توانایی می‌دهد که با ارائه راهکارهای جدید بتوانند بر مشکلات پیش‌رو فائق آیند و جهت را در مسیر صحیح خود هدایت کنند (زکی، ۱۳۷۸) یکی از کارکردهای اصلی ذهنیت فلسفی در زمینه یادگیری، نحوه‌ی مدیریت ذهنی افراد، در مدیریت دانش است. به عبارت دیگر، افرادی که دارای ذهنیت فلسفی هستند، قادرند نحوه‌ی یادگیری و تولید دانش را در خود مدیریت کنند. (جعفریان، ۱۳۹۹) نیاز به مدیریت در همه‌ی حوزه‌های اجتماعی حیاتی و ملموس است. این نیاز در نظام‌های آموزشی که نقش اساسی در گردش در جامعه و تداوم و بقای آن دارند، اهمیت بیشتری دارد. به همین ترتیب، ذهنیت فلسفه نیز یکی از ویژگی‌هایی است

که می‌تواند در مواجهه با مسائل متعدد در آموزش به مدیران کمک کند (نیاز زری و خسروآبادی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). امروزه، بحث اخلاقیات در کسب و کار، توجه زیادی را به خود جلب نموده است. اخلاقیات کسب و کار، یکی از جنبه‌های مهم فرهنگ سازمان است و به سمتی پیش می‌رود که بخشی از استراتژی یک سازمان گردد. درک مفهوم اخلاقیات به‌طور کلی و در معنای خاص آن در کسب و کار، زیربنای ایجاد و حفظ یک نظام اخلاقی در جامعه و به تبع آن در سازمان‌هاست. اخلاقیات مفهومی بسیار گسترده می‌باشند. رفتار اخلاقی در عمق باورها و ارزش‌های مورد قبول فرد ریشه دارد؛ بنابراین، درک مفهوم اخلاقیات کسب و کار مستلزم توجه به ارزش‌های بنیادین افراد، شناخت همه‌جانبه علل بروز رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی و نیز اتخاذ تدابیری جهت استقرار و حفظ نظام اخلاقیات در سازمان‌هاست (عقیقی و ترابیان، ۱۳۹۸). زمینه‌ی اخلاق کسب و کار پایدار از جمله مسائل مهم سازمان‌ها محسوب می‌شود که عدم شناخت شاخص‌ها و التزام به رعایت آن‌ها می‌تواند پیامدهای منفی جامعه‌ستیز گوناگونی در پی داشته باشد (شول و همکاران، ۱۳۹۶). اخلاق کسب و کار، مجموعه‌ای از بایدها و نبایدهاست که کارکنان یک سازمان بایستی به‌منظور به وجود آوردن کامل شرایطی که در قبال تحقق آن متعهد شده‌اند، رعایت کنند و بی‌توجهی به آن موجب تنزل سطح زندگی بشریت خواهد شد (آشوک کومار<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). دانشمندان مسلمان، اخلاق را به‌عنوان صفات و ویژگی‌های پایدار در نفس که موجب می‌شوند کارهایی متناسب با آن صفات، به‌طور خودجوش و بدون نیاز به تفکر و تأمل از انسان صادر شوند، تعریف کرده‌اند. اخلاق اسلامی، درست یا نادرست بودن این صفات را در چارچوب مفاهیم اسلامی بیان می‌دارد. حال آنکه مفاهیم اخلاق کاری اسلامی به کارکرد چارچوب مفاهیم اسلامی در قالب فعالیت‌های کاری انسان در سازمان‌های مختلف می‌پردازد. تحقیقات نشان می‌دهند که اخلاق کاری اسلامی رابطه معناداری با عوامل مختلف، فردی، شغلی و سازمانی دارد (اسدی و شیرزاد، ۱۳۹۱). این امر مستلزم استفاده از تعدادی ارزش‌های اخلاقی مبتنی بر دیدگاه اسلامی در مورد کار و تضمین کیفیت کار در صورت استفاده است. عزیز پیشنهاد کرد که تفاوت بین اخلاق تجاری اسلامی و اخلاق تجاری متعارف در شالوده

<sup>1</sup> Niazazari&Khosroabadi

<sup>2</sup> Ashukkumar

توحید و جهت‌گیری بلندمدت (ابدیت) نهفته است، درحالی‌که اخلاق غربی مبتنی بر ذهن انسان، یعنی ذهن فیلسوفان است (عزیز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). اخلاق تجارت اسلامی ضروری است، زیرا انتخاب‌های اخلاقی اجتناب‌ناپذیر است. چالش اخلاق تجارت اسلامی این است که تصمیم‌گیری اخلاقی اجتناب‌ناپذیر را برای بهتر کردن آن صریح کند. اخلاق به‌دوراز اینکه ضد تجارت باشد، پشتیبانی ضروری برای به حداکثر رساندن ارزش بلندمدت تجاری را فراهم می‌کند (بولدان و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱). در این راستا مسئله‌ی اصلی پژوهش به این صورت مطرح گردیده است که آیا فرهنگ علوی می‌تواند با نقش میانجی ذهنیت فلسفی بر اخلاق کسب و کار اسلامی تأثیرگذار باشد؟

### ۲. ادبیات پژوهش

#### ۲-۱. ادبیات تجربی

از منظر پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه پژوهش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

نویسندگان	موضوع	نتایج
حیرانسی و باقی نسب ۱۴۰۰ شهر یزد	بررسی تأثیر دین‌داری بر اخلاق کسب‌وکار در شهر یزد	نتایج تجزیه‌و‌تحلیل ۲۸۴ نمونه آماری نشان داده است که دین‌داری تأثیر مثبت و معنی‌داری بر اخلاق کسب‌وکار دارد و ۳۵ درصد از تغییرات اخلاق کسب‌وکار به‌وسیله دین‌داری توضیح داده می‌شود. همچنین، اخلاق کسب‌وکار در بین زنان و مردان، در بین گروه‌های سنی، در بین گروه‌های تحصیلی و در بین گروه‌های سابقه‌کاری تفاوت معنی‌داری با یکدیگر دارد.
جعفریان ۱۳۹۹	بررسی رابطه ذهنیت فلسفی و مدیریت دانش در مدیران و معلمان دوره ابتدایی	ذهنیت فلسفی مدیران و معلمان، رابطه معناداری با مؤلفه‌های مدیریت دانش، خلق دانش، تسهیم دانش، به‌کارگیری دانش و ذخیره‌سازی دانش نشان داد، ذهنیت فلسفی تبیین‌کننده مناسبی برای مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن است. معلمان و مدیران دارای ذهنیت فلسفی، در حوزه مدیریت دانش و خصوصاً در مؤلفه خلق دانش، عملکرد معناداری را از خود نشان دادند. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که ذهنیت فلسفی، تبیین‌کننده مناسب و معناداری برای خلق

<sup>1</sup> Aziz

<sup>2</sup> Buldan&etal

مطالعه تأثیر فرهنگ علوی بر اخلاق کسب و کار اسلامی با نقش میانجی ذهنیت فلسفی مدیران.....

دانش مدیران و معلمان خواهد بود.		
بین متغیر مستقل ذهنیت فلسفی و متغیرهای وابسته اعتماد و تعهد سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. در ضمن مدل ارائه شده برای بیان تأثیر ذهنیت فلسفی بر اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان مدلی مناسبی است و با داده‌های به دست آمده برازش دارد. پس با تقویت ابعاد ذهنیت فلسفی مدیران می‌توان اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان را افزایش داد.	رابطه ذهنیت فلسفی مدیران با اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان	قصابان ۱۳۹۹
یافته‌ها، ضمن تأیید برازش مدل پژوهش، نشان داد پاسخگویی اجتماعی به صورت مستقیم از سطح سرمایه اجتماعی و اخلاق کسب و کار تأثیر می‌پذیرد. علاوه بر آن، سرمایه اجتماعی به صورت غیرمستقیم و از طریق اخلاق کسب و کار بر پاسخگویی اجتماعی مؤثر است. بدین ترتیب، مدیران بانک‌ها می‌توانند از مفاهیم سرمایه اجتماعی و اخلاق کسب و کار برای تسهیل و ترغیب به پاسخگویی اجتماعی در بستر سازمان‌های خود استفاده کنند.	تأثیر سرمایه اجتماعی بر پاسخگویی اجتماعی سازمانی: تأکید بر اخلاق کسب و کار	محمدی و همکاران ۱۳۹۹
بیانگر این نتایج شد که هویت نظام نظامات در فرهنگ علوی تربیتی است و از یک ماهیت تشکیکی برخوردار است و هویت انسانی به مفهومی که در غرب است، یعنی زائیده تفکرات و تجربیات بشری و اعتبارات انسانی نیست، بلکه این نظام و نظامات مترتب بر آن از خدا نشئت گرفته و تمام آموزه‌های آن به نوعی مستند به آیات و روایاتی است که به معصوم برمی‌گردد.	باز کاوی تفاوت‌های نظام نظامت در فرهنگ علوی با نظامات فرهنگ غرب لیبرالیستی	بابایی طلا ۱۳۹۸
به طور کلی می‌توان گفت ماحصل مقاله‌ی حاضر آن است که قاعده‌ی مذکور تحت عنوان یک قاعده فرازمانی و مکانی انسان را در یک چالش بزرگ با خویش قرار می‌دهد. نیرویی که او را وادار به خودشناسی و دیگرشناسی و به تبع آن رعایت اصل احترام به وجدان و اجرای عدالت فرامی‌خواند. تلاش فرهنگی ادبای این سرزمین در نهادینه‌سازی قاعده‌ی زرین نیز از نیمه‌ی دوم قرن است.	ترجمان قاعده‌ی زرین علوی در احیای فرهنگ صلح از دریچه‌ی اشعار شاعران پارسی‌زبان	صفاری ۱۳۹۸
بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان اذعان داشت که فلسفه قادر است توانایی‌های تفکر را گسترش دهد و بین فکر و عمل یگانگی به وجود آورد مدیران جهت داشتن اثربخشی نیازمند به تفکر منطقی هستند و این تفکر منطقی مدیون ذهن فلسفی می‌باشد؛ بنابراین	تعیین رابطه ذهنیت فلسفی و اثربخشی مدیران در سازمان آموزش و پرورش	منصوری و بهاری ۱۳۹۵

اخلاقیت و ذهنیت فلسفی نیاز به تلاش و پشتکاری اجتناب‌ناپذیر دارند.		
نتایج تحقیق در بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون همبستگی و رگرسیون نشان دادند که رابطه مثبت و معناداری میان اخلاق کاری اسلامی با تعهد و ابعاد آن و همچنین اخلاق کاری اسلامی با فرهنگ سازمانی و ابعاد آن وجود دارد.	نقش اخلاق کاری اسلامی در فرهنگ و تعهد سازمانی	اسدی و شیرزاد ۱۳۹۱
یافته‌های مطالعه بر اصلاح طرز تفکر رهبری اداری، رویکردهای فلسفی و سیاست‌های عملی متمرکز است. رویکردهای نظری و مفهومی شامل اصلاحات مؤثر مدیران رشد سرمایه اجتماعی (به‌عنوان مثال، مهارت‌ها و روابط اجتماعی)، سرمایه انسانی (مهارت‌های قابل استخدام) را ارتقا می‌دهند و سرمایه فرهنگی (به‌عنوان مثال، جامعه و امنیت عمومی).	ذهنیت رهبری اداری و رویکردهای فلسفی: روش کیفی، چارچوب مفهومی، نتیجه‌گرایی و سرمایه	روتسر <sup>۱</sup> ۲۰۲۱
این مطالعه نشان می‌دهد که اخلاق تجارت اسلامی تأثیر مستقیم معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. شرایط بازار تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد سازمانی ندارد. در این میان متغیرهای میانجی مدیریت پروژه و استراتژی رقابتی تأثیر مستقیم معناداری بر عملکرد سازمانی دارند. فرهنگ سازمانی تأثیر قابل توجهی بر عملکرد سازمانی ندارد. برعکس، شرایط بازار از طریق متغیرهای میانجی مدیریت پروژه و استراتژی رقابتی بر عملکرد سازمانی تأثیر به‌سزایی دارد.	نقش اخلاق تجارت اسلامی و شرایط بازار بر عملکرد سازمانی	بولدان و همکاران <sup>۲</sup> ۲۰۲۱
نتایج نشان داد که قدرت محیط خارجی به‌طور مستقیم بر عملکرد مراکز تجاری یکپارچه (BMT) تأثیر نمی‌گذارد. اخلاق تجارت اسلامی و سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد BMT دارد؛ و ثابت شده است که سرمایه فکری تأثیر غیرمستقیم استحکام محیط خارجی و اخلاق تجارت اسلامی بر عملکرد BMT را واسطه می‌کند. اخلاق تجارت اسلامی در کاربرد خود به‌شدت از چشم‌انداز و مأموریت BMT پشتیبانی می‌کند. با اجرای خوب	تأثیر استحکام محیط خارجی و اخلاق تجاری اسلامی بر عملکرد شرکت‌های مالی اسلامی با واسطه‌گری سرمایه فکری	حصصی و همکاران <sup>۳</sup> ۲۰۲۱

- 1 Rutter
2. Buldan&etal
- 3.. Hasbi&etal

اخلاق تجارت اسلامی، سطح اطمینان مشتری از BMT افزایش می‌یابد و به‌طور خودکار عملکرد BMT را افزایش می‌دهد.		
نشان داده شد که بین خرده مقیاس‌های ذهنیت فلسفی و ابعاد چهارگانه مدیریت تحول‌آفرین رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین، فرضیه اصلی تحقیق تأیید شد که نشان می‌دهد بین اتخاذ مدیریت تحول‌آفرین و ابعاد ذهنیت فلسفی رابطه وجود دارد.	بررسی رابطه اتخاذ مدیریت تحول‌آفرین با ذهنیت فلسفی (تفکر منطقی) در بین مدیران ادارات دولتی ارومیه	قشلاق و محمدی <sup>۱</sup> ۲۰۱۵

با توجه به مطالعات انجام‌شده در حوزه تحقیقاتی این نتیجه به دست آمد که اولاً از لحاظ ماهیت متغیرهای پژوهش همچون مستقل، وابسته و میانجی بسیار متمایز و متفاوت از پژوهش‌های انجام‌شده می‌باشد، زیرا پژوهشی حتی نزدیک به این مطالعه یافت نشد و می‌توان ادعا داشت که این مطالعه بکر و جدید می‌باشد. ثانیاً حوزه مورد مطالعه در بسیاری از پژوهش‌ها مدیران بودند و مورد هدف قرار گرفته بودند، در این پژوهش سعی شد مدیران حوزه متفاوتی مورد بررسی قرار بگیرد که می‌توان ادعا کرد که در هیچ پژوهشی دیده نشد. ثالثاً در مطالعات انجام‌شده مشاهده شد که ذهنیت رهبری مدیران مورد سنجش قرار گرفته اما ذهنیت فلسفی خیر، همچنین اثر اخلاق کسب و کار اسلامی بر فرهنگ به‌طور کلی یعنی فرهنگ سازمانی مورد بررسی قرار گرفته شده بود، اما فرهنگ علوی که در ارتباط با شیوه‌ی امام علی (ع) می‌باشد خیر.

## ۲.۲. ادبیات نظری

فرهنگ علوی: تعریف این مفهوم مرهون تعریف دو مؤلفه‌ی «فرهنگ» و «علوی» است. تعاریف زیادی برای فرهنگ ارائه‌شده است که بیان آن‌ها شایسته‌ی این مقاله و مقصود آن نیست، ولی می‌توان آن را به مجموعه عواملی تعریف کرد که مورد پذیرش جوامع انسانی بوده و در زندگی آن‌ها اثرگذار می‌باشد. فرهنگ در یک تقسیم‌بندی عمومی، به سه لایه‌ی زیرین، میانی و روین تقسیم می‌شود که در بخش زیرین سخن از بایدها و نبایدها و ارزش‌ها و مفروضاتی است که بر پایه‌ی آن‌ها لایه‌ی دوم یعنی الگوها شکل می‌گیرد و پایه‌ی رفتاری و مصنوعاتی لایه‌ی سوم را می‌سازد (بابایی، ۱۳۸۴). نکته‌ی بارزی که در هر سه لایه وجود دارد و باعث تفاوت‌ها می‌گردد، نوع رویکرد و پارادایمی



است که بر اساس آن‌ها لایه‌ها تفسیر، تبیین و تصدیق می‌شوند. باید و نباید یا ارزش و یا الگو و همچنین رفتار، واژه‌ها و مفاهیم عامی است که در همه‌ی ملیت‌ها و اقوام و حتی در زبانه‌ای مختلف پذیرفته شده و مورد اتفاق می‌باشد. هیچ اندیشمندی را نمی‌توان پیدا کرد که در تأثیر این سه در فرهنگ و به‌طور طبیعی در زندگی شبه‌ای داشته باشد. ابهام و اختلاف از زمانی شروع می‌شود که در چستی، هویت، کیفیت و چگونگی اثرگذاری آن‌ها بحث می‌شود؛ که به تعداد نگاه اندیشمندان و رویکرد آن‌ها تفاوت یافته و گسترش می‌یابد. «علوی» همان نگاه و پارادایمی است که عناصر و لایه‌های فرهنگ در آن تفسیر، تبیین و تصدیق می‌شود که مقابل آن نگاه و پارادایم «اموی» و «غربی» قرار دارد (بابایی، ۱۳۸۶). علوی حاکی از گزاره‌ها و آموزه‌هایی است که مستند به قرآن و سنت رسول خدا (ص) است و در گفتمان حضرت امام (ره) به اسلام ناب محمدی (ص) تعبیر شده است و در مقابل آن اسلام آمریکایی است؛ بنابراین مقصود از فرهنگ علوی گزاره‌ها، آموزه‌ها و عناصری است که در قالب هنجارها، ارزش‌ها، نمادها، فنون و... با مرجعیت اسلام ناب محمدی (ص) درهم تنیده شده و فضای زیست و زندگی جامعه‌ی اسلامی را فراهم می‌کند تا در هوای آن مردم تنفس کرده و بر پایه‌ی آن، قواعد اجتماعی و انتظارات اجتماعی و قضاوت‌های فردی و جمعی هویت یابد که به تعبیر حضرت امام (ره) جهان تشنه‌ی آن است: «جهان تشنه‌ی فرهنگ اسلام ناب محمدی (ص) است» (بابایی، ۱۳۹۱).

ذهنیت فلسفی: امروز ممکن است برخی اصرار داشته باشند که برخی تعاریف در فلسفه و علوم را تغییر دهند ولی این‌ها در حد لفظ و اصطلاح است و به لحاظ واقعیت نمی‌شود این کار را کرد (خسروپناه و عاشوری، ۱۴۰۰). اسمیت به فلسفه به‌عنوان نوعی فعالیت ذهنی می‌نگرد که مأموریت دارد به انسان کمک کند تا به نتایج اعمال روزانه‌اش عمیق‌تر فکر کند و حکیمانه عمل کند. طبق این نگرش، ذهن فلسفی همان طرز تفکر صحیح علمی است که می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای کمک به افراد در تفکر لحاظ شود. فردی که دارای ذهن فلسفی است خصوصیات را نشان می‌دهد که می‌توان آن‌ها را در سه بعد مرتبط به هم یعنی جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری گروه‌بندی کرد (اسمیت، ۱۳۷۴) از آنجا که ذهنیت فلسفی افراد متفاوت است و تفکر منطقی یا ذهنیت فلسفی مدیران بر تصمیمات و بر رفتار رهبری آنان تأثیر می‌گذارد، می‌توان از افراد با ذهنیت

فلسفی متفاوت، رفتار یا سبک رهبری متفاوتی انتظار داشت (جاویدی و ابوترابی، ۱۳۸۹). ذهنیت فلسفی معادل روح فلسفی است و آن نوعی حرکت ذهن است که باعث می‌شود فرد در برخورد با مسائل و پدیده‌های مختلف با جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری مواجهه شود. ذهنیت فلسفی همان طرز تفکر صحیح و علمی قلمداد می‌شود (بیرانوند، ۱۳۹۵). ابعاد ذهنیت فلسفی: جامعیت: در این زمینه فردی که دارای ذهن فلسفی است، امور مخصوص را در یک زمینه‌ی وسیع باهم مربوط می‌سازد (شریعتمداری، ۱۳۷۴). جامعیت از ما می‌خواهد که در برابر فشار آنی مقاومت کنیم و به مسائل خود، بر اساس هدف‌های درازمدت بنگریم. در انجام چنین کاری، قدرت تعمیم، خلاق را به دست آوریم و به کار بریم، ولی رشد یک شکلیایی برای تفکرات عمیق نظری، پیش‌نیازی برای آن است. تعمق: در این زمینه نیز فرد دارای ذهن فلسفی، اموری را که دیگران بدیهی و مسلم فرض می‌کنند، مورد سؤال قرار می‌دهد، از راه ژرف‌اندیشی جنبه‌های اساسی مسائل را مشخص می‌سازد و در برخورد با هر نظریه یا مکتب، اصول با مبانی آن‌ها را مشخص می‌کند. قابلیت انعطاف‌پذیری: فردی که از ذهنیت فلسفی برخوردار است، دچار جمود روانی نمی‌شود و مسائل تازه، شباهت‌های سطحی یا حوادث غیرمنتظره، جنبه منطقی فکری او را مختل نمی‌سازد (اسمیت، ۱۳۸۲).

اخلاق کسب و کار اسلامی: عقل مفهومی کلیدی است که هم مورد توجه روایات منابع دینی است و هم در حکمت اسلامی و اندیشه غربی مورد توجه قرار گرفته است. در منابع دینی هویت انسان به عقل است و عقل ریشه و اساس انسانیت می‌باشد. امیرالمومنان می‌فرماید: «الانسان بعقله». معرفی ابعاد حیات انسان یکی از اصلی‌ترین بخش‌های آموزه‌های اسلامی خواهد بود (خسروپناه و عاشوری، ۱۴۰۰). محیط کسب و کار در اقتصاد از مهم‌ترین بسترهای رشد اقتصادی یک کشور محسوب می‌شود. در اقتصاد به‌ویژه اقتصاد اسلامی، این محیط می‌بایست از ملاحظات و ملازمات اخلاقی برخوردار باشد. در این مقاله با دو نگاه کارکردی و فرا کارکردی به مقوله اخلاق در کسب و کار و ذکر مصادیق و نمونه‌های آن، به تبیین بیشتر جایگاه اخلاق در اقتصاد اسلامی اشاره می‌شود. آموزه‌های اخلاقی به دودسته تقسیم می‌شوند. دسته اول آموزه‌هایی در جهت بهبود محیط کسب و کار و رشد اقتصادی (اخلاق در خدمت کسب و کار) و دسته‌ای دیگر آموزه‌هایی که کسب و کار را ابزاری در جهت تعالی اخلاق (کسب و کار در

خدمت اخلاق) قرار می دهند. منظور از نگاه کارکردی، توجه به نقش آموزه های اخلاقی (به ویژه اخلاق اسلامی) در افزایش کارایی اقتصاد، شفافیت اطلاعات بیشتر و ایجاد اعتماد و رشد سرمایه اجتماعی می باشد. همچنین دوری از حرص، ولع و رقابت بی جا؛ عنوان نمودن برخی مشاغل به عنوان مشاغل مکروه، معامله با مردمان پست؛ قسم خوردن در معامله و... می تواند مصادیقی از نگاه فرا کارکردی به اخلاق باشد (خویانی و سودانی، ۱۳۹۶). تفاوت واضحی بین اخلاق تجاری هنجاری اسلامی و عملکرد مسلمانان وجود دارد. در این میان، فضای کاری اسلامی بالا از نظر اخلاقی نشان دهنده وفاداری بیشتر است و تعامل با سازمان می تواند به طور غیرمستقیم عملکرد شرکت را بهبود بخشد (صلاح الدین و همکاران، ۲۰۱۶).

### چارچوب نظری

افراد و جوامع انسانی با همه ی تفاوت های زبانی، نژادی، علمی، اخلاقی و جغرافیایی و تفاوت های رنگ و قیافه سرانجام به یکی از دو فرهنگ می پیوندند و در دوراهی فرهنگ ها سرنوشت خویش را انتخاب می کنند. ممکن است مدتی حیران و سرگردان بمانند و یا از یکی از دو فرهنگ علوی و اموی به دیگری روی آورند، ولی سرانجام یکی از این دو فرهنگ را به عنوان راه زندگی برمی گزینند.

«مِنَ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَن قَضَىٰ نَجْبَهُ وَمِنْهُمْ مَن يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا» (احزاب: ۲۳) این گروه از مؤمنان چگونه بودند که توانستند صادقانه به میثاق ازلی خود پای فشارند و برای ادای تکلیف سر از پای نشانند و به راحتی از دنیا و تعلقات آن رهایی یافته و به مقصود مولایی خویش «فَمِنْهُمْ مَن قَضَىٰ نَجْبَهُ» دست یابند. از این رو، این سؤال اساسی برای هر انسان پاک سرشت و سعادتمندی طرح می شود که آن ها چگونه بودند که این گونه شدند؟ از چه فرهنگی تبعیت می کردند که چنین کارکردی داشت؟ مگر سبک زندگی شان از چه برجستگی های شاخصی برخوردار بود که سبک زندگی ما از آن ها خالی است و ما را جای دیگر می برد؟ و ما که از قافله عشق و سعادت عقب مانده ایم و نتوانسته ایم از فرصت وصول استفاده کنیم و مدعی انتظاریم، از چه فرهنگی و سبک و سیاقی در زندگی باید تبعیت کنیم که مصداق «وَمِنْهُمْ مَن يَنْتَظِرُ»

1. Salahedin&etal

گردیم؟ به عبارت دیگر، چگونه بودن و چگونه شد.

در پژوهشی توسط جعفریان بیان شده است که یکی از کارکردهای اصلی ذهنیت فلسفی در زمینه‌ی یادگیری، نحوه‌ی مدیریت ذهنی افراد است. به عبارت دیگر، افرادی که دارای ذهنیت فلسفی هستند، قادرند نحوه‌ی یادگیری و تولید دانش را در خود مدیریت کنند. از طرفی همان‌طور که در پژوهش بولدان و همکاران بیان شد، اخلاق تجارت اسلامی تأثیر مستقیم معناداری بر عملکرد سازمانی دارد که به‌نوعی نشان‌دهنده‌ی آن است که اگر ذهنیت فلسفی مدیران نقش مفیدی در سازمان داشته باشد به نظر می‌تواند رابطه‌ی بین فرهنگ علوی و اخلاق کسب و کار اسلامی را نیز بهبود ببخشد. اخلاقیات کسب و کار، یکی از جنبه‌های مهم فرهنگ سازمان است و به سمتی پیش می‌رود که بخشی از استراتژی یک سازمان گردد. با توجه به اهمیت کسب و کار در قرآن و سنت پیامبر اکرم و ائمه اطهار علیهم‌السلام راهکارهایی برای ارتقاء فرهنگ کار و تلاش در جامعه‌ی امروز ایران قابل استنباط است، مواردی نظیر: احیای فرهنگ علوی در کار و تلاش و همت، هماهنگ‌سازی تمامی حوزه‌های دخیل در امر عملیاتی کردن کار، ایجاد وحدت و همدلی بین تمام نیروهای وفادار به انقلاب اسلامی حول محور رهبر معظم انقلاب اسلامی، برنامه‌ریزی جهت ایجاد انگیزه برای عموم جامعه، ایجاد سامانه‌ی برنامه‌ریزی، هماهنگی، هدایت، کنترل و نظارت لازم است.

### ۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر ۱۵۵ نفر از اعضای هیئت‌علمی فعال در پارک‌های علم و فناوری که در حوزه‌ی اقتصاد دانش‌بنیان فعالیت دارند، را شامل شده است. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای که زیرمجموعه‌ای از روش‌های احتمالی می‌باشد استفاده گردید و جهت تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران برای جوامع محدود استفاده و تعداد نمونه آماری ۱۱۰ نفر تعیین گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه می‌باشد که برای بعد فرهنگ علوی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و برای بعد ذهنیت فلسفی از پرسشنامه استاندارد اسمیت (۱۹۶۵) که توسط جهانگیری (۱۳۹۳) اعتباریابی شده است و برای اخلاق کسب و کار اسلامی از پرسشنامه

استاندارد راخمن (۲۰۱۰) استفاده شده است. این پرسش‌نامه شامل ۴۵ سؤال بر مبنای طیف لیکرت می‌باشد. شایان ذکر است که پرسش‌نامه‌ی این تحقیق، از نوع منظم و بسته است که به سهولت استخراج نتایج و تسهیل در پاسخ‌گویی منجر می‌شود. در این تحقیق برای بررسی روایی پرسش‌نامه بعد فرهنگ علوی از روایی محتوی (نظر خبرگان) و روایی همگرا و واگرا استفاده گردید. بدین منظور بررسی روایی محتوای پرسش‌نامه به چند نفر از صاحب‌نظران و اساتید مدیریت داده‌شده و از آن‌ها در مورد سؤالات و ارزیابی فرضیه‌ها نظرخواهی گردید، نهایتاً روایی پرسش‌نامه تأیید گردید. در این تحقیق برای بررسی پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده گردید. در این مقاله برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های مختلف آمار توصیفی، استنباطی و روش حداقل مربعات جزئی، به وسیله نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS استفاده شده است. روش پی ال اس برای برازش و ارزیابی روایی مدل‌های معادلات ساختاری، سه بخش را تحت پوشش قرار می‌دهد: ۱. برازش مدل‌های اندازه‌گیری: برازش مدل‌های اندازه‌گیری از طریق ضرایب بارهای عاملی (مقدار قابل قبول ۰/۴)، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا صورت می‌پذیرد. ۲. برازش مدل ساختاری: برازش بخش ساختاری مدل از طریق بررسی مقادیر  $R^2$  و مقادیر  $Q^2$  صورت می‌پذیرد. ۳. برازش مدل کلی: برازش مدل کلی از طریق معیار Gof صورت می‌پذیرد (هولی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). آزمون سوبل جهت بررسی معنی‌داری متغیر میانجی (واسطه) در رابطه میان متغیر مستقل و وابسته استفاده می‌شود.

### ۴. تحلیل تجربی

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری SPSS 26 و Smart PLS 3 انجام شد. حداکثر سطح خطای آلفا جهت آزمون فرضیه‌ها، مقدار ۰/۰۵ تعیین شد ( $p < ۰/۰۵$ ). به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و پاسخ به فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مجذورات جزئی استفاده شد.

<sup>1</sup> Hoyle

مطالعه تأثیر فرهنگ علوی بر اخلاق کسب و کار اسلامی با نقش میانجی ذهنیت فلسفی مدیران.....

### آزمون بررسی توزیع داده‌ها

جدول ۱ نتایج آزمون کولمگروف-اسمیرنوف

متغیرها	تعداد	کولمگروف-اسمیرنوف	سطح معنی داری
فرهنگ علوی	۱۱۰	۰.۲۳۷	۰.۰۰۰
اخلاق کسب و کار اسلامی	۱۱۰	۰.۱۳۵	۰.۰۰۰
ذهنیت فلسفی	۱۱	۰.۲۶۴	۰.۰۰۰

مطابق نتایج مندرج، سطح معناداری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای همه‌ی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین توزیع داده‌ها نرمال نیست. بر این اساس برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Smart Pls استفاده می‌گردد. سنجش بارهای عاملی:

جدول ۲ ضرایب بارهای عاملی

سؤال	مؤلفه‌ها	عبارت	بار عاملی	آماره T	سطح پذیرش
۱	فرهنگ علوی	انسان مراحل مختلفی از زندگی دارد خوشبختی در هر مرحله به کیفیت زندگی در مرحله قبلی برمی‌گردد	۰.۸۲۴	۱۹.۰۸۲	۰/۴
۲		منصب‌های سازمانی و فعالیت‌های آن برای کسب رضایت الهی و عمل به تکلیف و امانت الهی در نظر گرفته می‌شود	۰.۷۹۳	۱۶.۶۵۶	۰/۴
۳		بر پابندی به ارزش‌های مطلق اخلاقی تأکید داشتن	۰.۸۳۲	۲۶.۴۰۰	۰/۴
۴		تبعیت داشتن از برنامه‌ریزی و اولویت‌بندی مانند تقسیم آن‌ها به فعالیت‌های معاشی، تفریحی و عبادتی	۰.۸۷۹	۴۷.۵۱۱	۰/۴
۵		توجه به تمایلات معنوی و نیازهای طبیعی	۰.۸۵۹	۲۷.۰۸۴	۰/۴
۶		دادن پاداش بر مبنای تلاش و عملکرد	۰.۸۴۵	۲۳.۵۹۰	۰/۴
۷		داشتن مدیریت بر مبنای هدف و نتیجه مادی و معنوی	۰.۸۹۶	۵۹.۷۱۱	۰/۴

سؤال	مؤلفه‌ها	عبارت	بار عاملی	آماره T	سطح پذیرش
۸	اخلاق کسب کار اسلامی	تنبلی در کار، امری زشت و ناپسند است.	۰.۶۸۴	۱۳.۴۴۹	۰/۴
۹		تعهد و ایثار در کار، فضیلت است.	۰.۶۸۶	۱۳.۵۲۲	۰/۴
۱۰		خوب کار کردن، هم برای خود فرد و هم برای سایرین مفید است.	۰.۷۰۵	۱۰.۱۵۰	۰/۴
۱۱		سخاوت، عدالت و انصاف در محیط کار، از شرایط لازم برای رفاه اجتماعی است.	۰.۸۴۲	۲۶.۹۱۳	۰/۴
۱۲		تولید بیش از اندازه برای برآوردن نیازهای شخصی به سعادت و رفاه جامعه، به‌طور کلی کمک می‌کند.	۰.۴۷۱	۲.۴۵۱	۰/۴
۱۳		فرد شاغل بایستی کارش را با بیشترین توان ممکن انجام بدهد.	۰.۵۸۳	۵.۲۱۶	۰/۴
۱۴		کار به تنهایی هدف نیست، بلکه وسیله‌ای است پرورش و رشد بعد شخصی و روابط اجتماعی است.	۰.۶۴۶	۶.۰۲۱	۰/۴
۱۵		زندگی بدون کار، هیچ معنا و مفهومی ندارد.	۰.۵۲۶	۶.۶۷۳	۰/۴
۱۶		رفاه بیش از حد برای جامعه زیان‌بار است.	۰.۶۹۸	۱۱.۶۲۵	۰/۴
۱۷		روابط انسانی باید در سازمان‌ها مورد تأکید و تشویق قرار گیرد.	۰.۷۴۹	۱۸.۵۷۲	۰/۴
۱۸		کار خلاق، منبع خوشبختی، سعادت و پیشرفت است.	۰.۴۲۴	۲.۵۸۰	۰/۴
۱۹		هر کسی که کار می‌کند، به احتمال زیاد در زندگی رو به کمال خواهد رفت.	۰.۵۶۳	۲.۸۴۲	۰/۴
۲۰		کار، امکان استقلال و عدم وابستگی را همراه دارد.	۰.۷۲۵	۱۲.۶۵۷	۰/۴
۲۱		فرد موفق کسی است که در کار خویش وظیفه‌شناس و وقت‌شناس باشد.	۰.۵۷۶	۳.۵۹۸	۰/۴
۲۲		باید همواره سخت‌کوش باشیم تا بتوانیم	۰.۵۸۱	۳.۶۶۰	۰/۴

سؤال	مؤلفه‌ها	عبارت	بار عاملی	آماره T	سطح پذیرش
	ذهنیت فلسفی	مستولیت‌هایی را که بر دوش داریم به انجام برسانیم.			
۲۳		ارزش کار بیشتر به قصد و نیت آن است تا نتایج آن.	۰.۴۹۴	۲.۹۶۴	۰/۴
۲۴		در انجام هر کاری به آینده و عاقبت کار می‌اندیشم.	۰.۸۹۴	۲۵.۶۴۵	۰/۴
۲۵		در کارها و قضاوت‌ها بیشتر عواطف و احساساتم بر عقل و منطق کار غالب است.	۰.۶۹۶	۷.۵۲۵	۰/۴
۲۶		از انجام کارهای ظریف و دقیق خسته می‌شوم.	۰.۴۳۲	۴.۱۴۴	۰/۴
۲۷		برای من مهم است که امور و پدیده‌ای بدیهی و روشن را زیر سؤال برم.	۰.۷۷۳	۱۰.۷۲۷	۰/۴
۲۸		از اینکه در کارم بدون روال و برنامه کار کنم شدیداً احساس ناراحتی می‌کنم.	۰.۸۸۰	۲۳.۶۲۴	۰/۴
۲۹		وقتی به یک مراسم مجلل وارد می‌شوم و یا شرایط جدیدی روبه‌رو می‌شوم احساس سردرگمی می‌کنم.	۰.۷۱۶	۱۹.۹۴۷	۰/۴
۳۰		از اینکه در قضاوت‌های قبلی تجدیدنظر بکنم احساس شرمندگی می‌کنم.	۰.۸۹۷	۲۳.۷۱۲	۰/۴
۳۱		بی‌جهت روی کلمات و لغات خاص حساسیت نشان می‌دهم.	۰.۸۸۷	۲۳.۴۴۶	۰/۴
۳۲		برای من عمق و باطن امور نسبت به سطح آن‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار است.	۰.۸۰۸	۱۳.۳۷۵	۰/۴
۳۳		برای من کارهای بدنی از کارهای فکری راضی‌کننده‌تر است.	۰.۷۶۳	۱۱.۳۲۶	۰/۴
۳۴		برای من خیلی دشوار است که امور یا اطلاعات پراکنده را در یک مجموعه جمع‌بندی کنم.	۰.۷۷۲	۸.۸۴۱	۰/۴



سؤال	مؤلفه‌ها	عبارت	بار عاملی	آماره T	سطح پذیرش
۳۵		برای من مهم است که وسایل و اسباب منزل همیشه مرتب و منظم باشد.	۰.۶۰۱	۷.۶۷۱	۰/۴
۳۶		علاقه دارم در مقابل مسائل آبی و فوری مقاومت کنم.	۰.۸۲۷	۱۵.۶۲۸	۰/۴
۳۷		برای من مهم است که به ریشه و بن قضایا پی برم.	۰.۹۰۵	۲۷.۷۹۱	۰/۴
۳۸		علاقه مندم که در تصمیم‌گیری و قضاوت‌ها اطلاعات همه‌جانبه‌ای را جمع‌آوری کنم.	۰.۸۸۴	۲۵.۵۷۷	۰/۴
۳۹		علاقه دارم به مطالب و گفته‌های دیگران چیز جدید و تازه‌ای اضافه کنم.	۰.۸۵۲	۲۰.۹۶۳	۰/۴
۴۰		از اینکه افراد با نظرات و عقاید متفاوتی باهم کار کنند احساس نگرانی می‌کنم.	۰.۸۵۰	۱۷.۴۴۶	۰/۴
۴۱		برای من مشکل است که چیزی که در دنیای واقعی وجود ندارد در ذهن خود جای‌داده و درک کنم.	۰.۸۸۹	۲۴.۴۷۶	۰/۴
۴۲		در برخورد با یک وضعیت غیرمنتظره به‌سرعت و به‌خوبی عکس‌العمل نشان می‌دهم.	۰.۸۵۰	۲۲.۴۸۲	۰/۴
۴۳		مشاهده امری و یا واقعه‌ای را برای قضاوت کردن کافی می‌دانم.	۰.۸۲۰	۱۵.۲۸۵	۰/۴
۴۴		سعی من در تمرکز برای تفکر در مورد پدیده یا چیز خاصی بی‌نتیجه می‌ماند.	۰.۸۸۶	۲۶.۹۵۵	۰/۴
۴۵		برای انجام دادن هر کاری فلسفه آن برای من مهم‌تر است.	۰.۶۷۲	۱۲.۵۱۵	۰/۴

مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی ۰/۴ می‌باشد. در جدول فوق تمامی اعداد مربوط به ضرایب بارهای عاملی سؤالات، از ۰/۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.

آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی

جدول ۳ معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	سطح پذیرش
فرهنگ علوی	۰.۸۸۱	۰.۸۹۹	۰/۷
اخلاق کسب و کار اسلامی	۰.۹۳۴	۰.۸۴۶	۰/۷
ذهنیت فلسفی	۰.۹۷۳	۰.۹۵۱	۰/۷

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرها مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود.  
روایی همگرا:

جدول ۴. روایی همگرا متغیرهای پنهان پژوهش

متغیرها	میانگین واریانس استخراجی	سطح پذیرش
فرهنگ علوی	۰.۵۷۳	۰/۵
اخلاق کسب و کار اسلامی	۰.۷۱۷	۰/۵
ذهنیت فلسفی	۰.۶۵۱	۰/۵

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE برابر ۰/۵ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیار در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود.  
روایی واگرا: مقادیر قطر اصلی ماتریس (جذر ضرایب AVE هر سازه) از مقادیر پایین (ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه‌های دیگر) بیشتر بوده و این مطلب نشان‌دهنده‌ی قابل قبول بودن روایی واگرای سازه‌هاست.

جدول ۵. ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی شاخص‌ها

متغیرها	فرهنگ علوی	اخلاق کسب و کار اسلامی	ذهنیت فلسفی
فرهنگ علوی	۰.۷۵۶		
اخلاق کسب و کار اسلامی	۰.۶۹۶	۰.۸۴۶	

متغیرها	فرهنگ علوی	اخلاق کسب و کار اسلامی	ذهنیت فلسفی
ذهنیت فلسفی	۰.۵۹۷	۰.۲۶۰	۰.۸۰۶

معیار R2 (وارianس تبیین شده) و معیار Q2 (قدرت پیش‌بینی مدل)

R2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R2 در نظر گرفته می‌شود. مطابق با جدول زیر، مقدار R2 برای سازه‌های درون‌زای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، متوسط برازش مدل ساختاری تأیید می‌گردد. این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد و در صورتی که مقدار Q2 در مورد یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه‌های برون‌زای مربوط به آن را دارد. نتایج جدول زیر نشان از قدرت پیش‌بینی متوسط مدل در خصوص سازه‌های درون‌زای پژوهش دارد و برازش مدل ساختاری را تأیید می‌سازد.

جدول ۶ معیار R2 و Q2 برای سازه‌های درون‌زا

متغیرها	R2	SSO	SSE	1=Q2 SSE/SSO
اخلاق کسب و کار اسلامی	۰.۶۳۴	۱۷۶۰.۰۰۰۰۰۰	۱۳۵۲.۹۵۶۰۸۴	۰.۲۳۱
ذهنیت فلسفی	۰.۴۸۳	۲۴۲۰.۰۰۰۰۰۰	۱۶۸۹.۳۰۹۱۸۷	۰.۳۰۱

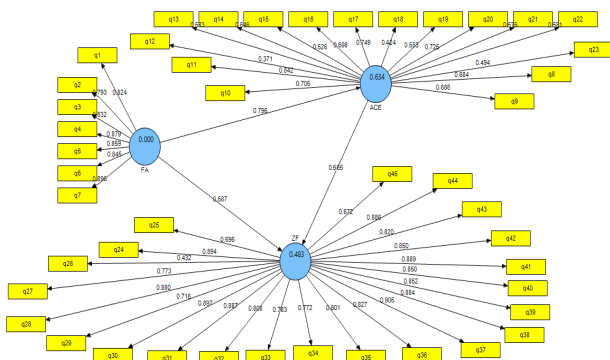
معیار Gof: برای بررسی برازش مدل کلی از معیار Gof استفاده می‌شود. بدین ترتیب که توسط این معیار، پژوهشگر پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل پژوهش، برازش بخش کلی را نیز کنترل می‌نماید که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای Gof معرفی شده است با توجه به مقدار به‌دست آمده برای GOF به میزان ۰.۶۰۰ برازش مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

مطالعه تأثیر فرهنگ علوی بر اخلاق کسب و کار اسلامی با نقش میانجی ذهنیت فلسفی مدیران.....

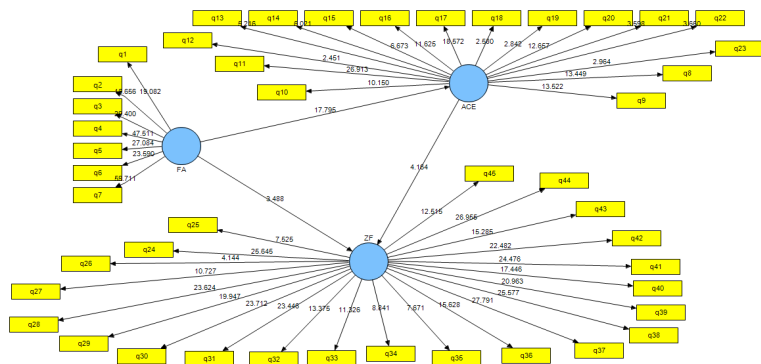
جدول ۷. برازش مدل کلی

متغیرها	R2	Communalities
فرهنگ علوی	-	۰.۵۷۳
اخلاق کسب و کار اسلامی	۰.۶۳۴	۰.۷۱۷
ذهنیت فلسفی	۰.۴۸۳	۰.۶۵۱
میانگین	۰.۵۵۸	۰.۶۴۷
GOF		۰.۶۰۰

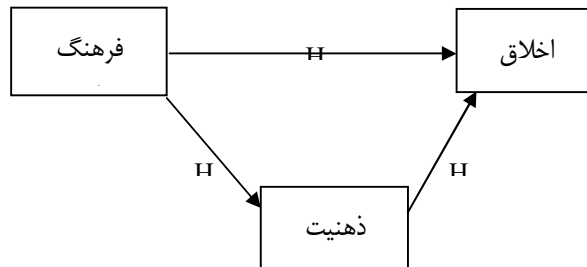
آزمون فرضیه‌های پژوهش



نمودار ۱. ضرایب مسیر



نمودار ۲. ضرایب آماری



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

جدول ۸ فرضیات

نتیجه	آماره تی ( $1/96 <$ )	ضریب مسیر	مسیر
پذیرش	۱۷.۷۹۵	۰.۷۹۶	فرهنگ علوی ← اخلاق کسب و کار اسلامی
پذیرش	۳.۴۸۸	۰.۵۸۷	فرهنگ علوی ← ذهنیت فلسفی
پذیرش	۴.۱۶۴	۰.۵۶۵	ذهنیت فلسفی ← اخلاق کسب و کار اسلامی
پذیرش	۸.۵۳۶	۰.۳۲۶	فرهنگ علوی ← ذهنیت فلسفی ← اخلاق کسب و کار اسلامی

اندازه‌ی ضریب مسیر نشان‌دهنده‌ی قدرت و قوت رابطه بین دو متغیر بوده و برای معنادار بودن ضریب مسیر لازم است مقدار آماره تی هر مسیر از عدد  $1/96$  بیشتر باشد. برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از آماره‌ای به نام VAF استفاده شد که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. برای محاسبه‌ی مقدار T-Value از آزمون سو بل استفاده شده است. مقدار محاسبه شده برابر  $8.536$  می‌باشد در نتیجه: اگر مقدار آماره آزمون به دست آمده از مقدار  $1.96$  بیشتر باشد نشان‌دهنده‌ی این است که فرض صفر (مبنی بر این که متغیر میانجی نقشی در میان رابطه متغیر مستقل و وابسته دارد)، رد شده و تأثیر میانجی در این رابطه معنی دار است.

### ۵. نتیجه‌گیری

فرهنگ همواره از اصلی‌ترین بافتارهای تغیر در هر جامعه‌ای بوده و توجه به این مهم

زمینه‌ساز بستری کارآفرینانه در تحقق جامعه مدنی است. جامعه مدنی بستری امن برای تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی‌های مدیریتی بوده و رویکرد علوی در حوزه فرهنگی می‌تواند تغییرات کارآفرینانه‌ای را در اخلاق کسب و کار و شکل‌گیری آن ایجاد نماید و با توجه به ارزش‌های دین مبین اسلام، اخلاق کسب و کار با رویکرد اسلامی بیشترین تأثیر را از فرهنگ علوی خواهد پذیرفت. کارشناسان مذهبی معتقدند هر قدر فاصله جامعه امروز با فرهنگ علوی کم‌تر شود به همان مقدار و میزان نیز از مشکلات جامعه کاسته خواهد شد چراکه این فرهنگ برآمده از ویژگی‌های ناب شخصیتی امیرالمؤمنین علی (ع) برای همه‌ی ابعاد زندگی دارای برنامه بوده و می‌توان الگوبرداری کرد. همچنین این کارشناسان معتقدند «ولایت‌مداری» و «عدالت‌محوری»<sup>۲</sup> ویژگی بارز فرهنگ علوی هستند که توجه و تعمیق بیشتر در آن‌ها برکات زیادی را نصیب جامعه اسلامی می‌کند. آیا تا به حال پیش‌آمده که از علت تصمیم‌های مدیریتی سؤال کنید و جواب یا توجیهی نشنوید؟ و یا بخواهید بدانید که چرا مدیران، رفتارهای خود را توجیه کرده و با دلیل تراشی، آن‌ها را موجه نشان می‌دهند؟ جواب این است که رفتار دارای چارچوب و هویت است و تا هندسه و محتوای آن‌ها شکل نگیرند، تصمیم و رفتاری از کسی سر نمی‌زند. نگاه دقیق و علمی به رفتارهای انسان، حاکی از آن است که رفتارهای انسان چارچوب مشخصی دارد و بر پایه‌های مفهومی و نظری شکل می‌گیرد. مدیریت در فرهنگ علوی بر اساس آیات قرآن کریم، سنت رسول خدا و احادیث دیگر مشتمل بر دستورهای خداوند می‌باشد که به رسول‌الله نازل شده است تا هدایت انسان‌ها را به کمال و سعادت رهنمون سازد. این دستورها در بستر زمان نیازمند مفسرهای معصومی است که آن‌ها را به درستی و عاری از هر نوع خطا و اشتباه معنا کرده و به مصادیق تطبیق نمایند که در زمان حضور معصوم (ع) تنها مرجع تفسیر و تطبیق آیات و روایات هستند و در زمان غیبت این مهم به عهده ولی‌فقیه گذاشته شده است. در این فرهنگ، مدیر و رهبر الهی، رفتارهایش مبتنی بر اصول و مبانی فکر و ارزشی شکل می‌گیرد: اصل نرمی و مهربانی، اصل عفو و بخشش، اصل استغفار، اصل مشورت، اصل تصمیم‌گیری و اصل توکل. در فرهنگ اسلامی و علوی، محتوا و دستورالعمل‌های فرماندهی، رهبری و مدیریت از طریق وحی به پیامبران علیهم‌السلام نازل شده است؛ یعنی کتب آسمانی پیامبران مانند صحف حضرت ابراهیم علیه‌السلام، تورات حضرت موسی (ع)، انجیل حضرت عیسی و قرآن

پیامبر اعظم اسلام (ص) و سیره‌ی ایشان و سخنان ائمه اطهار علیهم السلام متونی هستند که گزاره‌های مدیریت و فرماندهی را می‌توان از آن‌ها استخراج نمود؛ اگرچه در کتب آسمانی غیر قرآن، تحریف‌های زیاد لفظی و معنایی رخ داده، ولی می‌توان از مشترکات آن‌ها استفاده نمود. به‌عنوان نمونه، به یکی از دستورات عمل‌های مدیریت از تورات اشاره می‌شود. متنی که از تورات انتخاب شده از سفر خروج فصل ۱۸ می‌باشد که در آن حضرت شعیب (ع)، حضرت موسی (ع) را به تشکیل سازمانی می‌کند تا مسئولیت‌های مربوط به قضاوت و داوری بین افراد را به دیگران واگذار نماید و به دنبال آن حضرت موسی از میان قوم بنی‌اسرائیل، مردان توانا را انتخاب کرد و آن‌ها را حاکم و رئیس بر دسته‌های هزارنفری، صدنفری، پنجاهنفری و ده‌نفری نمود. این نمونه به یکی از گزاره‌های مهم مدیریت و فرماندهی اشاره دارد؛ یعنی تقسیم امور و تفویض اختیار به مدیران و فرماندهان سطوح پایین. در فرهنگ علوی جوهره‌ی مدیریت را رهبری تشکیل می‌دهد و صبغه و رنگ معنوی و الهی بر آن حاکم است؛ به‌طوری‌که مدیران، جان، مال و معنویات نیروها را هدایت می‌کنند و تلاش دارند به کمک نیروها امنیت و آسایش جمعی را در جامعه حاکم کرده و بسترها و زمینه‌های رشد و پویایی را در عرصه‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی برای مردم به ارمغان آورند تا بتوانند با استخدام صحیح منابع طبیعی و مصنوعی و به‌کارگیری درست آن‌ها به حقایق هستی و واقعیت‌های آن پی برده و از تاریکی کفر خارج شده و به ساحل امن الهی پا گذاشته و شایستگی‌های لازم برای خلیفه‌اللهی را احراز نمایند. در این فرهنگ دنیا بستری است که به‌وسیله‌ی آن مراحل بعدی برای انسان تأمین می‌گردد؛ از این‌رو، مدیران نمی‌توانند در تصمیم‌ها و سایر اقدامات، تنها به مسائل دنیوی توجه نمایند و با منطق هدف وسیله را توجیه می‌کند برای دستیابی به اهداف به هر وسیله‌ای دست یازد. همواره ذهنیت مدیران بر تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی‌ها مؤثر بوده و رویکرد فلسفی این ذهنیت از اهمیت به سزایی در اخلاق کسب‌وکار خواهد داشت. برخورداری مدیران از ذهنیت فلسفی و ابعاد آن که شامل جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری است، ضرورت دارد در واقع مدیران علاوه بر آن که در سازمان با اشیاء مادی سروکار دارد با منابع انسانی مانند کارکنان نیز سروکار دارد. بدین ترتیب، آنچه در ذهنیت فلسفی مهم به نظر می‌رسد قواعد و قالب فکری مدیران نسبت به سازمان و مسائل آن است و همین مسئله بخش عظیمی از نگرش و

چگونگی انجام فعالیت‌ها را دربرمی‌گیرد. اسمیت (۱۹۵۶) درباره‌ی ذهن فلسفی و اهمیت دار بودن آن به‌وسیله‌ی مدیران می‌گوید: داشتن ذهن فلسفی مدیر تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای در روحیه دارد وقتی مدیری جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری را در برخورد با مسائل نشان می‌دهد کارکنان احساس می‌کنند که آسان‌تر می‌توانند با وی تفاهم برقرار سازند. از سوی دیگر وقتی مدیر از لحاظ ذهن فلسفی در سطح پایینی قرار دارد بسیاری کارکنان ترس دارند از اینکه در موقع ابراز عقاید خود با اقدام تلافی‌جویانه روبرو شوند. با توجه به اهمیت ذهنیت فلسفی و تأثیر آن در عملکرد زیردستان و یافته‌های پژوهش حاضر و سایر پژوهش‌ها در این زمینه پیشنهاد می‌شود: در برنامه آموزش نیروی انسانی در سازمان‌ها به برگزاری کلاس‌هایی جهت توسعه ابعاد ذهنیت فلسفی توجه نمایند. معیارها و ضوابط انتصاب و انتخاب مدیران به‌گونه‌ای تدوین شود که ذهنیت فلسفی آن‌ها قبل از انتصاب اندازه‌گیری شود. در صورت پایین بودن ذهنیت فلسفی آموزش‌های لازم ارائه گردد. اولویت استخدام در دوره‌های مدیریتی با افراد دارای ذهنیت فلسفی بالا باشد. تغییر در میزان و نوع دین‌داری و رابطه آن با پایبندی به اخلاق کسب و کار را می‌توان بر مبنای نظریات وبر، هابرماس، دورکیم و پولانی ناشی از گسترش حدی از عرفی شدن در سطوح فردی و نهادی دانست. در سطح فردی تغییرات سریع اجتماعی، افزایش سطح تحصیلات همگام با پیشرفت ارتباطات شرایط ورود باورها، ارزش‌ها و هنجارهای جدید را به جامعه نسبتاً سنتی ایران فراهم آورد. به‌طوری‌که زمینه‌ی تضعیف جهان‌بینی دینی مهیا گشت، و به‌مرور در اذهان تمایز بین مقدس و غیر مقدس شکل گرفت. در چنین شرایطی آن نوع دین‌داری که پذیرنده حاکمیت دین بر تمام ابعاد زندگی می‌باشد در حال تضعیف است، درحالی‌که در نسل‌های جوان‌تر نوعی دین‌داری در حال گسترش است که خواهان نوعی خودمختاری و فاصله‌گیری از مراجع رسمی دین است. بدین ترتیب تأثیر عناصر مافوق طبیعی بر انتخاب و شیوه عمل در حوزه فعالیت‌های اقتصادی کاهش می‌یابد، از سوی دیگر، مطابق نظریات دورکیم، وبر و هابرماس در جوامعی که افراد از منظر جهان‌بینی دینی به خود و جهان اطراف می‌نگرند. التزام به اخلاق دینی در حوزه‌های گوناگون بخشی از انجام وظیفه دینی آنان محسوب می‌شود. از این رو، افراد با توجه به میزان دین‌داری خویش به اخلاق اقتصادی دین پایبند می‌باشند. بنابراین با تضعیف میزان دین‌داری، زمینه‌ی کاهش پایبندی به اخلاق



کسب و کار برگرفته از دین در بازار فراهم آمده است که می‌توان آن را با فرهنگ علوی بهبود داد. در پایان باید این‌گونه بیان نمود که یکی از اهداف نظام آموزش عالی و دانشگاه آزاد اسلامی، تحقق اقتصاد دانش‌بنیان با استفاده از فلسفه دانشگاه نسل سوم است که این مهم بر سه پایه اصلی استوار خواهد بود، فرهنگ علوی، اخلاق اسلامی کسب و کار و ذهنیت مدیران که در پژوهش حاضر به بررسی ارتباطات این متغیرها با یکدیگر پرداخته شد که از اصلی‌ترین دغدغه‌های نظام آموزشی نیز می‌باشد. به‌طور حتم فرهنگ با رویکرد علوی و ذهنیت فلسفی و اسلامی مدیران بافتاری پایدار و بهینه برای ایجاد اخلاق کسب و کار اسلامی ایجاد خواهد کرد و این مورد، متضمن بقا و رشد و توسعه اقتصاد دانش‌بنیان خواهد بود.

مطالعه تأثیر فرهنگ علوی بر اخلاق کسب و کار اسلامی با نقش میانجی ذهنیت فلسفی مدیران.....

## منابع

- اسدی، محسن؛ شیرزاد، مهرا (۱۳۹۱)، نقش اخلاق کاری اسلامی در فرهنگ و تعهد سازمانی، اسلام و مدیریت، دوره ۱، شماره ۲، ص ۱۵۰-۱۳۳.
- اسمیت، فلیپ جی (۱۳۷۴)، ذهنیت فلسفی در مدیریت آموزشی، ترجمه محمدرضا بهرنگی، تهران، انتشارات کمال تربیت.
- بابائی طلا تپه، محمداقرا (۱۳۸۴)، مبانی استراتژی فرهنگی از دیدگاه علی (ع)، تهران، دوره عالی جنگ دانشکده فرماندهی و ستاد.
- بابائی طلا تپه، محمداقرا (۱۳۸۹)، مهندسی مدیریت در فرهنگ علوی، مدیریت بهره‌وری، دوره ۱، شماره ۳، ص ۸۰-۲۳.
- بابائی طلا تپه، محمداقرا (۱۳۹۱)، جهانی‌شدن در فرهنگ علوی، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۳، شماره ۶، ص ۵۸-۳۱.
- بابائی طلا تپه، محمداقرا (۱۳۹۶)، فرهنگ در کلام و سیره امیرالمؤمنین، چاپ دوم، تهران، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- بابائی طلا تپه، محمداقرا (۱۳۹۸)، بازکاوی تفاوت‌های نظام نظامات در فرهنگ علوی با نظامات فرهنگ غرب لیبرالیستی، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال ۳، شماره ۹، ص ۴۱۷-۴۶۶.
- بیرانوند، بهروز و بیرانوند، رودابه (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی و هوش هیجانی مدیران مدارس متوسطه شهرستان دورود در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۲، کنفرانس جهانی روانشناسی و علوم تربیتی، حقوق و علوم اجتماعی در آغاز هزاره سوم، شیراز.
- جاویدی کلاته جعفرآبادی، طاهره؛ ابوترابی، رزیتا (۱۳۸۹)، ذهنیت فلسفی و سبک رهبری مدیران در نظام آموزش عالی (مورد بررسی: دانشگاه فردوسی مشهد)، مطالعات تربیتی و روان‌شناسی، ۱۱ (۱)، ۲۳۴-۲۱۱.
- جعفریان، حمید؛ جعفریان، فرزانه (۱۳۹۹)، بررسی رابطه ذهنیت فلسفی و مدیریت دانش در مدیران و معلمان دوره ابتدایی، پژوهش در آموزش علوم ابتدایی، دوره ۲، شماره ۳، ص ۲۵-۳۵.
- جهانگیری، شعیب (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین ابعاد ذهنیت فلسفی مدیران با تغییر سازمانی مدیران مدارس ابتدایی شهرستان کنارک، دانشگاه سیستان و بلوچستان پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- خسروپناه، عبدالحسین؛ عاشوری، مهدی (۱۴۰۰)، فلسفه اسلامی و فیزیک، انتشارات

- دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
- خسروپناه، عبدالحسین؛ عاشوری، مهدی (۱۴۰۰)، فلسفه علم، فناوری و جامعه، نشر علمی و دانشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
- خوچانی، رامین؛ سودانی، کوثر (۱۳۹۶)، اخلاق اسلامی و محیط کسب و کار، فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۲۰، ص ۹۹-۱۱۷.
- زکی، محمدعلی (۱۳۷۸)، بررسی ابعاد اجتماعی ذهنیت فلسفی مدیران، دانش مدیریت، سال ۱۱، شماره ۴۱، ص ۱۵۹-۱۴۷.
- شول، عباس؛ هادوی نژاد، مصطفی؛ پورسیاح، علی (۱۳۹۶)، طراحی مدل دیمتلفازی اخلاق کسب و کار پایدار، اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۲، شماره ۴، ص ۱-۳۲.
- صفاری، فرشته (۱۳۹۸)، ترجمان فاعده‌ی زرین علوی در احیای فرهنگ صلح از دریچه‌ی اشعار شاعران پارسی‌زبان، رهیافت فرهنگ دینی، دوره ۲، شماره ۶، ص ۸۹-۱۱۴.
- عقیقی، محمد و ترابیان، رضا (۱۳۹۸)، اخلاق کسب و کار در اسلام؛ مفاهیم، اهمیت و ضرورت‌ها، پنجمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، تهران.
- قصابان، مریم (۱۳۹۹)، رابطه ذهنیت فلسفی مدیران با اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان، ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت.
- کسرابی، محمدسالار؛ فاطمی، مجید (۱۳۹۴)، جنبش بنیادگرای فرهنگی مذهبی نوین، مطالعات میان فرهنگی، سال ۱۱، شماره ۲۸، ص ۳۹-۶۴.
- محمدی، اسفندیار؛ خلیل نژاد، شهرام؛ گل محمدی، عماد (۱۳۹۹)، تأثیر سرمایه اجتماعی بر پاسخگویی اجتماعی سازمانی: تأکید بر اخلاق کسب و کار، دوره ۷، شماره ۳، ص ۴۳۱-۴۵۶.
- مرادی، حجت‌الله؛ صادقی، ستار؛ جعفری، پریش (۱۳۹۲)، تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مورد مطالعه: مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط، توسعه کارآفرینی، دوره ۶، شماره ۴، ص ۹۵-۱۱۲.
- منصوری، زهرا و بهاری، بنفشه (۱۳۹۵)، تعیین رابطه ذهنیت فلسفی و اثربخشی مدیران در سازمان آموزش و پرورش، دومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت، تهران.
- نامدار جویمی، احسان؛ روشن، علیقلی؛ یعقوبی، محمد؛ اورعی، بدرالدین (۱۳۹۸)، الگوی شایستگی‌های فرهنگی سرمایه انسانی از دیدگاه اسلام (با تأکید بر فرهنگ علوی و رضوی)، مطالعات میان فرهنگی، سال ۱۴، شماره ۳۸، ص ۱۱۷-۱۴۸.

- Ashokkumar S. (2014), Thoughts on business ethics and corporate social responsibility from Vedic Literature. *Procardia Economics and Finance*; 11: 15-22.
- Aziz, A. (2013), *Islamic perspective business ethics: Implementation of Islamic ethics for the business world*. Bandung, Indonesia: Alfabeta Press.
- Buldan, Hamdi&Hamid, EdySuandi, Sriyana, Jaka; Tohirin, Achmad (2021), The Role of Islamic Business Ethics and Market Condition on Organizational Performance, *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 8 No 1, 781-790
- Gheshlag, Parivash&Mohamadi, Aziz (2015), Examining the Relationship between Adopting Transformational Management and Philosophical Mindset (Logical Thinking) Among the Managers of Urmia Public Administrations, *Specialty Journal of Psychology and Management*, Vol, 1 (4): 50-54.
- Hasbi, Hariandy Moeljadi Moeljadi, Noermijati Noermijati, Ainur Rofiq (2021), Effect of strength of the external environment and Islamic business ethics on the performance of Islamic finance companies with intellectual capital mediation, *Management Science Letters*, Volume 11 Issue 3 pp. 993-1002, 2021
- Niazazari, Kioumars&Khosroabadi, Soheila (2015), Evaluation of the relationship between philosophical mindset and doing managerial tasks, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 2300-2697, Vol. 46, pp 70-76
- Reutter, Susan (2021), *Administrative Leadership Mindset and Philosophical Approaches: Qualitative Method, Conceptual Framework, Consequentialism, and Capital, Integration and Application of Business Graduate and Business Leader Competency-Models*
- Rokhman, W. (2010), The effect of Islamic work ethics on work outcomes. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*. 15 (1), 21-27.
- Salahudin, S. N. B., Baharuddin, S. S. B., Abdullah, M. S., & Osman, A. (2016), The effect of Islamic work ethics on organizational commitment. *Procedia Economics and Finance*, 35(October), 582-590. [http://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00071-X](http://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00071-X)
- Smith, Philip. G. (1990), *What is Philosophy Education?* USA: Macmillan.